



**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE E NA
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DA EMPRESA BARRETO
MANUTENÇÃO**

Aluno: Joana D'arc Campos da Silva Barreto

Orientador: Prof. Esp. Orlando Dias Costa

Aparecida de Goiânia, 2018/1

**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE E NA
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DA EMPRESA BARRETO
MANUTENÇÃO**

Artigo apresentado em cumprimento às exigências para término do Curso de Administração sob orientação do Prof. Esp. Orlando Dias Costa

**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Joana D'arc Campos da Silva Barreto

**QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE E NA
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DA EMPRESA BARRETO
MANUTENÇÃO**

Artigo apresentado em cumprimento às exigências para término do Curso de Administração sob orientação do Prof. Esp. Orlando Dias Costa

Avaliado em _____ / _____ / _____

Nota Final: () _____

Professor- Orientador Esp. Orlando Dias Costa

Professor Examinador Esp. Raimundo Nonato Ferreira Fonseca

Aparecida de Goiânia, 2018/1

RESUMO

Este trabalho é elaborado a partir dos serviços prestados pela empresa Barreto Manutenção, o cliente é a razão da existência da organização, por este motivo suas exigências e requisitos devem ser claramente identificados, atendidos e se possível superados para assegurar sua efetiva satisfação. A demanda por qualidade dos serviços prestados e a satisfação dos clientes, é a maneira que a empresa sai na frente em relação aos concorrentes. A importância de atender o cliente de forma diferenciada, tem o sentido de agregar valor ao produto / serviço com objetivo de superar as expectativas do cliente. Este estudo tem como propósito identificar qualidade do atendimento prestado pela empresa, medir o grau de satisfação dos clientes acerca do atual atendimento e sugerir melhorias que possam ser aplicadas no atendimento. Foi realizado durante 10 dias a aplicação do questionário com 7 perguntas aos clientes. Ao finalizar a pesquisa, constatou-se a insatisfação dos clientes com o tempo de atendimento, mas para empresa de prestação de serviço não tem como atender todos os consumidores de imediatamente, diante disso perde a qualidade no processo de atendimento. Sendo assim foram propostas algumas melhorias contínuas que se executadas passo a passo obterá sucesso em prestação de serviços com qualidade e por conseqüência a satisfação dos clientes.

Palavra - chave: Qualidade no atendimento, prestação de serviços, satisfação dos clientes.

ABSTRACT

This work is based on the services provided by the company Barreto Maintenance, the customer is the reason for the existence of the organization, for this reason its requirements and requirements must be clearly identified, met and if possible exceeded to ensure its effective satisfaction. The demand for quality of services and customer satisfaction is the way the company comes out ahead of its competitors. The importance of serving the customer in a differentiated way, has the sense of adding value to the product / service in order to exceed the client's expectations. The purpose of this study is to identify quality of care provided by the company, measure the degree of satisfaction of the clients about the current service and suggest improvements that can be applied in the care. The questionnaire was applied for 10 days with 7 questions to the clients. At the end of the research, it was verified the dissatisfaction of the customers with the time of service, but for the service company does not have to serve all consumers immediately, on the face of it loses the quality in the service process. Therefore, some continuous improvements have been proposed that, if executed step by step, will be successful in providing quality services and consequently customer satisfaction.

Keyword: Quality in service, provision of services, customer satisfaction.

INTRODUÇÃO

Este artigo consiste no estudo da qualidade no atendimento ao cliente e na prestação de serviços da empresa, identificando as ferramentas necessárias para avaliar a qualidade e mensurar o nível de satisfação dos clientes. A qualidade está relacionada à visão de cada cliente de acordo com sua cultura e expectativas pelos produtos / serviços prestados.

Com a concorrência acirrada e o nível crescente de exigências dos clientes, as organizações precisam estar no processo de melhoria constante, seja para atrair novos clientes ou na retenção de clientes. Há muito tempo as empresas vêm aplicando os conceitos de qualidade em seus produtos / serviços e acompanhando a evolução de tempos em tempos para sobressair no mercado cada vez mais inovador.

O estudo tem como objetivo analisar a importância da qualidade no atendimento ao cliente e na prestação de serviços, de maneira que este atendimento e o serviço prestado consigam superar as expectativas do cliente. Diante desta análise se espera identificar a qualidade. Com isso mensurar o nível de satisfação dos clientes e propor melhorias que possa ser executada no atendimento.

A pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo são as etapas iniciais necessárias em todas as fases da pesquisa científica. Tem por objetivo reunir todas as informações para auxiliar o acadêmico no tema proposto com definição do problema e em toda estrutura da elaboração do trabalho científico. Dessa forma, para a elaboração da pesquisa do presente estudo foi utilizada a metodologia quantitativa exploratória e ainda, foram utilizados procedimentos científicos, como questionários aplicados aos clientes, contendo 07 perguntas fechadas.

REFERENCIAL TEÓRICO

QUALIDADE

No início o padrão de qualidade não era tão elevado pelo fato da produção ser pequena e feita pelos artesãos da época. Segundo Monteiro (2005) os conceitos importantes para área de qualidade moderna, como o de confiabilidade, conformidade, metrologia, tolerância e especificações, ainda eram embrionários. A definição de qualidade na área industrial naquela época era de conformidade as especificações do produto, desde então o conceito de qualidade teve várias modificações com o passar do tempo, hoje em dia o conceito de qualidade está voltado à satisfação do cliente. Existem muitas formas de defini-la e inserir dentro das organizações. As pessoas avaliam de formas diferentes alguns pelo preço, outro pela aparência e isso demonstra que há inúmeras maneiras de interpretar a qualidade.

Segundo Garvin (1992) qualidade é um conceito importante individual, simples de ver, mas complicado de estabelecer, ou seja, qualidade é hoje uma palavra chave muito difundida nas empresas: fácil de falar e difícil de fazer. Ao mesmo tempo, existe pouco entendimento do que vem a ser qualidade. A qualidade está relacionada com a percepção de cada consumidor de acordo com sua cultura e expectativas pelo produto / serviço prestado, com a participação de todos da organização e disponibilizando o melhor para alcançar a satisfação do cliente.

Segundo Monteiro (2005, p. 10) “a qualidade é subjetiva e objetiva”. A qualidade depende do julgamento de cada pessoa, a organização precisa conhecer cada cliente para atender suas necessidades e superar suas expectativas. A qualidade de um serviço, e conseqüentemente o nível de satisfação do cliente, está diretamente associado à diferença entre expectativas e experiências (Hooley, 2011, p. 284).

A organização tem como objetivos o crescimento dos seus negócios, sendo assim, para o crescimento da empresa é preciso satisfazer o cliente, que a cada dia que passa é, mas criterioso. Estão buscando, mas do que preços baixos estão em busca da qualidade no produto / serviço. Ao conseguir atingir a excelência em qualidade, o produto / serviço deixa de ter preço e passa a ter valor para o cliente,

com isso à empresa consegue alcançar seus objetivos que são: prestar o serviço com qualidade, oferecer produto / serviço de confiança e clientes satisfeitos em decorrência o crescimento do negócio.

QUALIDADE NO ATENDIMENTO

Nos dias atuais existe grande disputa entre as empresas pela preferência do cliente e por esse motivo a organização está em constante busca pela qualidade no atendimento, para se tornar uma empresa de sucesso nesse mercado tão competitivo.

Diante da quantidade de empresas oferecendo o mesmo produto / serviço no mercado, o empreendimento com o propósito de sair na frente é primordial que esteja preparada, a fim de ganhar o consumidor com o excelente atendimento desde antes, durante e após a venda. É importante investir recurso em tecnologia, oferecer o mais adequado produto / serviço do mercado, investir tempo com o propósito de organizar a área de apoio com intenção de recepcionar bem o cliente, mostrar para o cliente que o negócio está pronto, com o objetivo satisfazê-lo.

“Recrutamento é interno quando, havendo determinada vaga, a empresa procura preenchê-la através do remanejamento de seus empregados, que podem ser promovidos ou transferidos”. (CHIAVENATO, 2000, p. 208). Se observar bem cada pessoa tem a capacidade de desenvolver vários tipos de funções seja lidar com o público, ou a parte burocrática, o essencial é direcionar o funcionário ao cargo de acordo com o seu perfil, ofertar o treinamento adequado com intuito de disponibilizar as informações correta sobre a companhia que está representando.

Para Chiavenato (2000), a qualidade no atendimento é a satisfação das exigências dos clientes. É fundamental a organização entender que o consumidor pode ter o mesmo interesse no seu produto / serviço, o que vai diferenciá-lo é o benefício que essa compra representa para cada um e por essa razão o investimento em qualificação dos seus colaboradores para oferecer a qualidade do atendimento além do que cada cliente espera tornam essencial.

Uma das principais estratégias para satisfação do cliente é conhecê-lo, falar de forma clara e objetiva, ouvir para entender, procurar perceber o cliente como um todo. Utilizando esses requisitos estabelecerá uma comunicação direta para afunilar

o relacionamento com o cliente. A organização tem que permanecer atenta para ouvir o que o cliente tem a dizer, que nem sempre seja por palavras, pode ser mediante a expressão corporal e por esse motivo manter na empresa funcionários bem preparados vão perceber se o cliente está satisfeito ou não.

O atendente quando encontra consumidor que reclama muito imediatamente quer livrar-se, no entanto, com a concorrência acirrada, o público mais exigente é preciso lidar com a situação, ser capaz de atendê-lo da melhor forma possível, sendo assertivo, ter paciência, por mínimos detalhes ou uma palavra mal colocada pode transformar o atendimento em uma catástrofe gerando transtorno, com cuidado o cliente possivelmente problemático, pode ainda sair feliz elogiando o atendimento recebido.

Segundo Zeigler (2007, p. 13) “quando você identifica algum problema o mais cedo possível, consegue criar algum plano para evitá-lo, ou resolvê-lo antes que se instale”. Diante da dificuldade do consumidor por algum motivo, é interessante que a empresa elabore um procedimento a fim de solucionar o contratempo, impedir a prorrogação do atendimento de reparo. De outro modo até mesmo se necessário a restituição do dinheiro a fim de não perder o cliente, o bem mais precioso da organização.

Para que essa preparação aconteça é indicado que a organização siga alguns procedimentos, sendo assim como estipular a educação como requisito principal na forma de como se atende o público; os funcionários precisam se mostrar abertos e capacitados a esclarecer a dúvida do cliente e evitar deixá-lo irritado; ser sincero e transparente com as informações sobre o produto / serviço; o atendimento de qualidade pode encantar o cliente e tornar inesquecível.

PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

Segundo Monteiro (2005), a organização sendo criteriosa organizada e focada na qualidade a fim de executar bem o serviço previamente definido. Assim sendo, não terá custo com desperdício de tempo, retrabalho e nem com materiais, apresenta - se o serviço com atributo. A qualidade na prestação dos serviços pode ser relativa, cada cliente tem uma expectativa na contratação do serviço, que pode ser proporcionado desde o primeiro contato com a empresa.

Para Paladini (2009) destacar-se “a área de prestação envolve a produção e estrutura de métodos”, o controle da qualidade ajusta de forma fundamental comunicando-se com o cliente. Diante desse processo que se consegue ver a qualidade no serviço prestado.

Nas empresas prestadoras de serviços não há forma de diversificar claramente o processo produtivo. Desta maneira, a qualidade está direcionada para a interação com o público. A qualidade de serviços deixa de ser um identificador de concorrência e passa a ser uma das formas de resistência dos estabelecimentos. Para Hooley (2011, p. 284) “isso pode demandar sistemas computacionais para compartilhar informações de modo rápido e fácil por toda a empresa ou outras preocupações mais corriqueiras, como práticas de formação e atendimento em filas”.

Segundo Albrecht & Lalihence (1992) ter foco no cliente significa prestar o serviço melhor, poder colocar o seu serviço onde o cliente quiser. O seu conhecimento dos clientes vai ajudá-lo a criar sistemas que realmente vão colocar o cliente em primeiro lugar. A qualidade na prestação de serviço é um elemento importante para a empresa se destacar no mercado que a cada dia se torna mais promissor nessa área. Fazer aquilo que foi planejado entre a empresa e o cliente de forma justa com agilidade, qualidade, segurança, assim a empresa transmite confiança ao cliente.

A organização precisa procurar rapidamente alternativas para a solução do problema do consumidor, tendo comunicação eficiente. É relevante a qualidade na execução das funções identificando e aprimorando o que o cliente espera com a prestação dos serviços, prezando pela rapidez na prestação do serviço, que reflete o compromisso da empresa em fornecer serviços no prazo certo, permanecer sempre interessada em ajudar os consumidores, prestar prontamente serviços aos clientes, e passar a informação correta.

SATISFAÇÃO DO CLIENTE

O que mantém o cliente dentro da organização é a qualidade, conseguindo observar o que agrada o cliente e oferecer ao mesmo além do que ele espera, nem sempre é garantia que vai superar as suas expectativas, porque às vezes não reconhece ou não vai pagar o que a empresa tentou oferecer pensando que podia

alcançar a satisfação do cliente. Para Hoodey (2011, p. 285) “existe duas maneiras de fazer isso: oferecer um serviço excelente ou administrar essas expectativas para baixo de modo que elas possam ser superadas”. A organização precisa ter a preocupação de entregar aquilo que o cliente pediu com excelência.

Segundo Deming (1990) qualidade é a satisfação das necessidades do cliente, em primeiro lugar. Com a concorrência acirrada e o nível crescente de exigências dos clientes, as organizações precisam estar no processo de melhoria constante. O consumidor satisfeito com o atendimento além de retornar, pode falar bem da sua empresa para alguns amigos. Já para Hooley (2011) dentre os insatisfeitos diante do meio de comunicação poderoso que é a internet pode fazer o seu negócio até mesmo desaparecer do mercado.

Segundo Kotler (2007) satisfação é função desempenho e expectativas percebidas. Se o desempenho não alcançar as expectativas, o cliente ficará insatisfeito. “Os clientes avaliam o desempenho de um provedor de serviço com base nas expectativas. Novamente há uma série de fatores que os clientes costumam levar em conta quando avaliam o atendimento recebido” (HOOLEY, 2011, p. 286). A satisfação pode ser alcançada pelo consumidor quando o produto / serviço proporcionar o melhor e atender as necessidades do mesmo.

Os clientes segundo Kotler (2010) “buscam não apenas satisfação funcional e emocional, mas também satisfação espiritual, nos produtos e serviços que escolhem. As empresas buscam oferecer soluções para os problemas das pessoas através de ideias”, o estabelecimento preparado dispõe de funcionários treinados que transmitem boas ideias, facilitar a vida do cliente de forma inovadora com o seu produto / serviço. Deste modo todos saem ganhando e como resultado, o cliente satisfeito traz lucro para empresa.

Preservar os clientes satisfeitos é estímulo contínuo para cada organização, que tem interesse de se diferenciar no mercado tão competitivo. Disponibilizar um produto / serviço de qualidade já passou a ser regra. O que o público deseja é ter suas expectativas superadas. Diante disso é necessário ter um olhar atento a fim de seguir algumas etapas que vão encantar até o pós - venda e por meio de ela conseguir obter o resultado da satisfação ou insatisfação do cliente.

METODOLOGIA

Segundo Marconi e Lakatos (2010, p. 218) “os trabalhos científicos podem ser realizados com base em fontes de informações primárias, secundárias e elaborados de várias formas, de acordo com a metodologia e com os objetivos propostos”. Esta fase do trabalho tem como objetivo mostrar os tipos de métodos utilizados na pesquisa, podendo ser relacionado aos seus objetivos, à natureza de abordagem e seus procedimentos científicos. Para Barros (2007, p. 02) “a metodologia corresponde a um conjunto de procedimento a ser utilizado na obtenção do conhecimento”. O principal objetivo é mensurar o nível de satisfação dos clientes da empresa.

Segundo Ludwig (2015, p. 91) os dados quantitativos consistem em números que representam contagens ou medidas. Dessa forma, para a elaboração da pesquisa do presente estudo foi utilizada a metodologia quantitativa exploratória e ainda, foram utilizados procedimentos científicos. Para Marconi e Lakatos (2010, p. 171) “a coleta de dados para o desenvolvimento de ideias são aqueles estudos exploratórios que utilizam exclusivamente um dado procedimento”.

Segundo Barros (2007, p.106) “o pesquisador deve ter como preocupação, ao elaborar o seu instrumento de investigação, determinar o tamanho, conteúdo, organização e clareza de apresentação das questões”. Diante disso o questionário utilizado a fim de alcançar os dados pertinentes da temática à qualidade no atendimento ao cliente e na prestação de serviços dentro da empresa, contendo 07 perguntas respondidas por 20 clientes de uma carteira contendo 25, teve início no dia 10 de abril de 2018 e término no dia 19 de abril de 2018. Para Ludwig (2015, p.66) assim sendo, ele não deve ser usado para pedir informações existentes em outras fontes não deve ocorrer aplicação continuada numa mesma população.

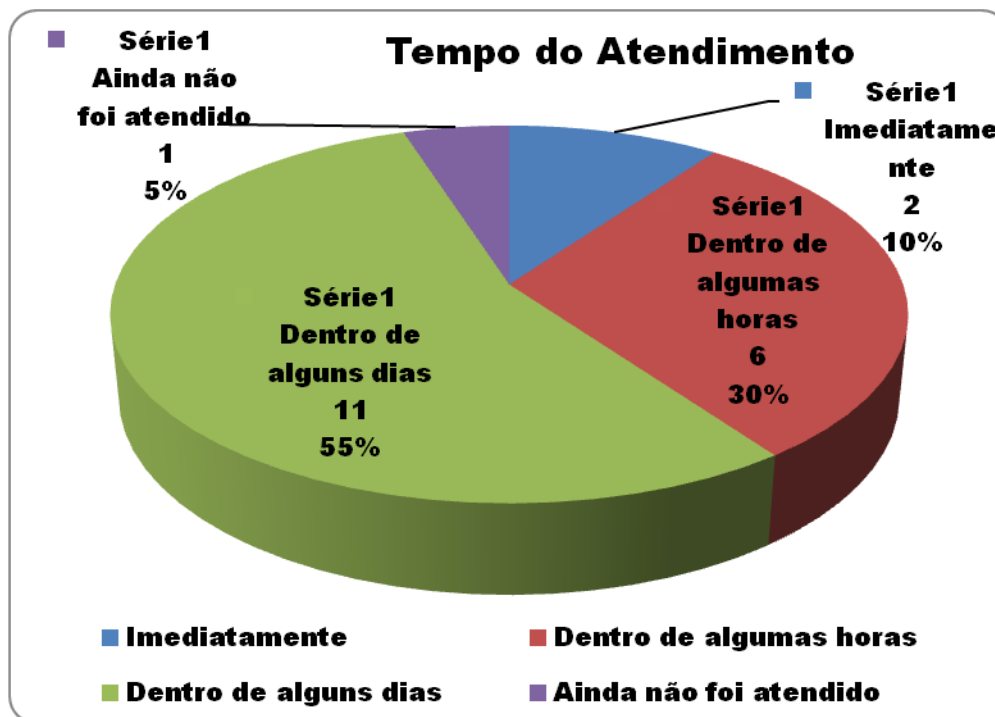
RESULTADO DA PESQUISA

A ferramenta utilizada a fim de mensurar o grau de satisfação dos consumidores quanto aos serviços prestados foi um questionário, com perguntas fechadas e alternativas de múltipla escolha, possibilitando analisar o tempo de

atendimento do técnico, qualidade do serviço prestado, quanto ao prazo da execução do serviço, a limpeza e organização do local.

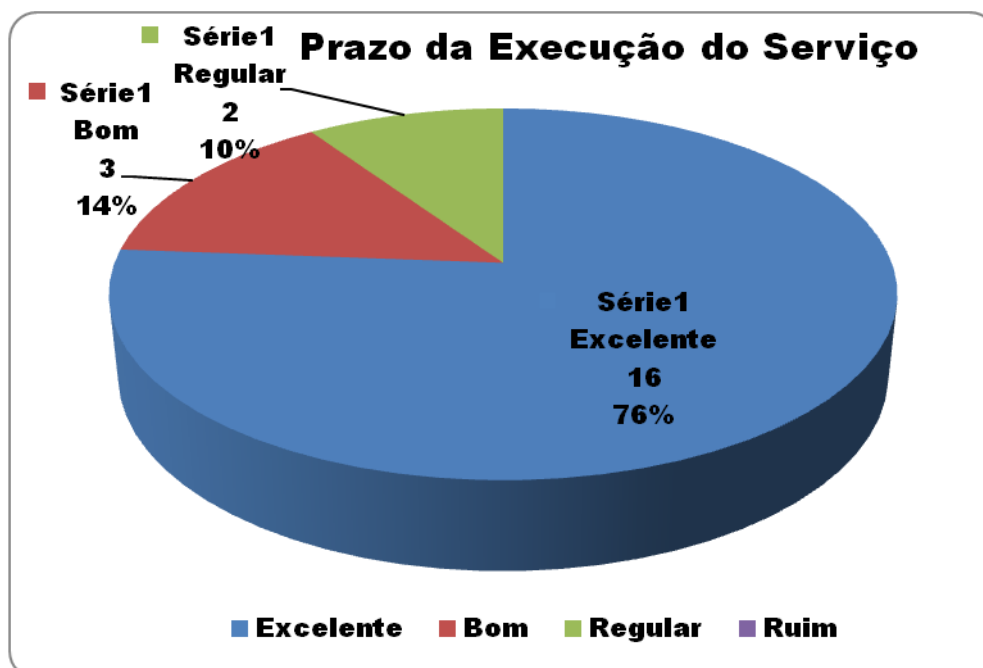
Amostragem

Gráfico 1 - Em quanto tempo o técnico da empresa realizou o atendimento?



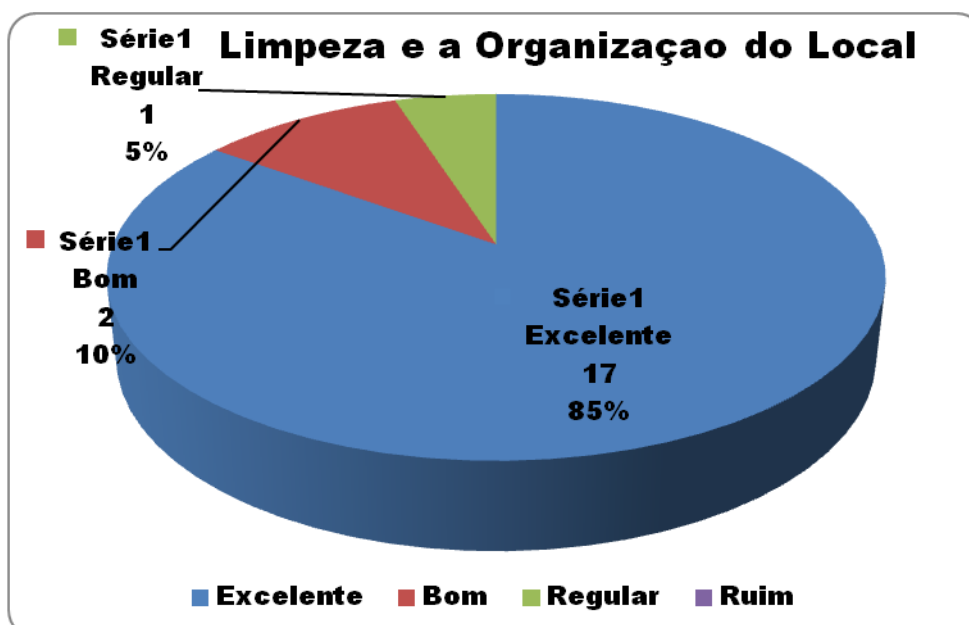
Os resultados obtidos no gráfico 1 foram que 55% dos clientes foram atendimentos dentro de alguns dias, já 30% responderam dentro de algumas horas, 10% imediatamente e apenas 5% ainda não foi atendido.

Gráfico 2 - Como você avalia o prazo gasto pelo técnico na execução do serviço?



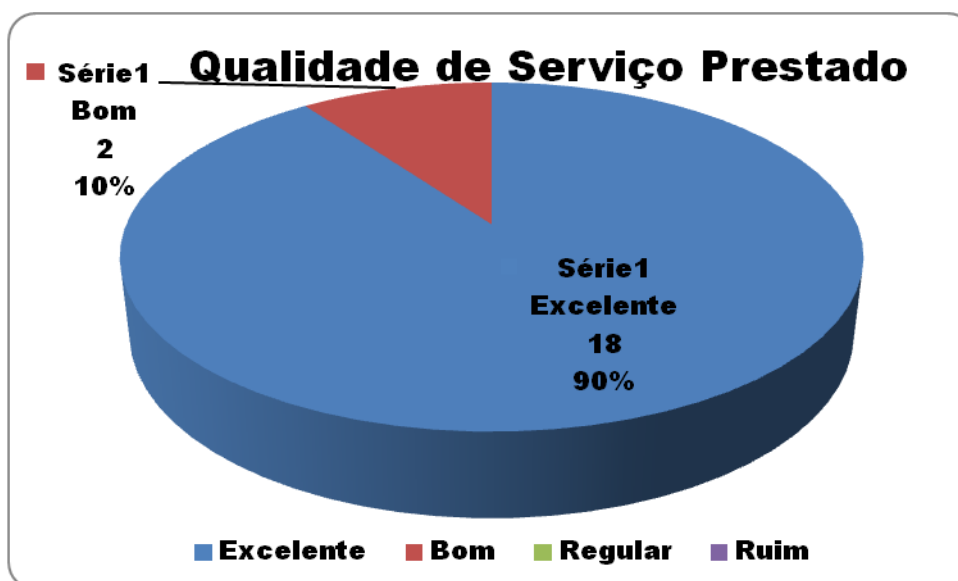
Segundo o gráfico 2 os resultados mostram que 76% dos Clientes responderam que o prazo da execução do serviço foi excelente, já o restante consideram bom 14%, regular 10%.

Gráfico 3 - Após a realização do serviço, como você avalia a limpeza e a organização do local?



Quanto à limpeza e a organização do local, o gráfico 3, mostra que 85% dos clientes responderam excelente já 10% consideram bom, 5% regular.

Gráfico 4 - Dê um modo geral, avalie a qualidade do serviço prestado na sua empresa?



No gráfico 4 os resultados são que 90% disseram que é excelente a qualidade do serviço prestado já 10% dos clientes responderam que é bom.

SUGESTÃO DE MELHORIAS

Segundo Victorino (2006, p. 44) as melhorias da qualidade são “ações realizadas para melhorar a eficácia e a eficiência dos processos e atividades em todo o ciclo da qualidade”. Para que essa preparação aconteça é indicado que a organização siga alguns procedimentos, sendo assim como: estipular a educação como requisito principal na forma de como se atende o público; os funcionários precisam se mostrar abertos e capacitados a esclarecer a dúvida do cliente e evitar deixá-lo irritado; ser sincero e transparente com as informações sobre o produto / serviço; o atendimento de qualidade pode encantar o cliente e se tornar inesquecível.

O resultado demonstrado no gráfico 1 acima 55% dos clientes da empresa tem que aguardar alguns dias para serem atendidos, mas para a empresa de prestação de serviço não tem como atender todos os consumidores imediatamente, diante disso perde a qualidade no processo de atendimento. A satisfação é relativa a cada cliente e compõem vários fatores, a organização tem necessidade de sugestões e melhorias.

Nesse caso a sugestão é o remanejamento de um colaborador para área de atendimento e treiná-lo para saber identificar, selecionar cada situação a fim de agendar o atendimento de forma precisa. Dessa forma o colaborador anota toda a informação necessária para visita técnica, um controle simples, mas importante para a empresa organizar o tempo de atendimentos de cada cliente. Para Fremantle (1994, p.120) “sem alguma forma de controle, você não conseguir saber como esta - se saindo no setor de atendimento ao cliente”. A tabela – 2 é o modelo de agenda de visita técnica que segue como apêndice.

O propósito é preencher os dados como: data / hora, nome da empresa, o motivo da visita, o responsável / telefone do solicitante e data / hora do atendimento no local. O próximo passo é preencher a ordem de serviço e entregar ao técnico responsável. Análise do processo de agendamento / ligação precisa ser criteriosa para saber identificar o tempo de atendimento que o cliente necessita.

Para auxiliar no atendimento é interessante implementar o cadastro de clientes, trazendo informações importantes sobre o cliente, dados para o agendamento de serviços, o preenchimento da ordem de serviço, emissão de nota fiscal e boleto. A ordem de serviço elaborada pode facilitar o processo do técnico transportando informações da empresa para o cliente ou vice-versa. Dessa forma o colaborador responsável na emissão da nota fiscal e boleto utilizarão as informações e após este processo arquivar o documento. Diante disso segue como apêndice o quadro – 1 modelo de Cadastro de Cliente e em seguida o modelo da Ordem de Serviço.

Tabela 1 - Plano de Ação

| O que | Por quê? | Onde | Como | Quem | Quando | Quanto |
|---|--|--------------------|---|---|----------------------|------------|
| Treinamento do colaborador | Aperfeiçoamento do profissional é interessante para atingir a excelência | SENAI | Cursos em EAD | SENAI | Próximos 3 meses | Sem custos |
| Inclusão de Agenda, Cadastro de Clientes e Ordem de Serviço | Organizar a rotina para satisfação dos clientes | Na própria empresa | Elaborar no Word e Excel na própria empresa | Proprietário com o auxílio de colaborador | Nos próximos 30 dias | Sem custos |

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho apresenta a importância da qualidade que está relacionada com a percepção de cada consumidor de acordo com sua cultura e expectativas pelo produto / serviço prestado, com a participação de todos da organização e disponibilizando o melhor para alcançar a satisfação do cliente. A qualidade do atendimento ao cliente, nos dias atuais existe grande disputa entre as empresas pela preferência do cliente, por esse motivo a organização está em constante busca pela qualidade no atendimento, para se tornar uma empresa de sucesso nesse mercado tão competitivo.

Diante da pesquisa realizada foi mensurado o nível de atendimento prestado pela empresa, foi possível identificar as falhas no processo de atendimento ao cliente, com dificuldade de administrar o tempo que vai conseguir atender o seu consumidor a partir do chamado.

Este estudo tem como objetivo principal o conhecimento, que é um grande auxílio nas conquistas dos desejos profissionais ao longo da vida. O conhecimento é adquirido através da sala de aula, das explicações e relatos dos professores e colegas, da cultura diversificada e os livros que devemos dedicar um tempo para leitura.

Conclui - se que as sugestões de melhorias seja o remanejamento de um colaborador, o treinamento do mesmo, implementar o uso de agenda, cadastro de

cliente e a ordem de serviço, de um modo geral parece algo simples mas que pode fazer toda a diferença no processo de atendimento.

REFERÊNCIAS

- ALBRECHT, Karl e BRADFORD, Lawrence. J. **Serviço com qualidade: a antagem competitiva**. São Paulo: ed. 1992.
- BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide de Aparecida de Souza. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.
- CARVALHO, Marly Monteiro de; PALADINI, Edson P. **Gestão da qualidade: teoria e casos**. Rio de Janeiro: Elsevier; Campus, 2005.
- CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**. 6° ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2000.
- DEMING, W. Edwards.; **Qualidade: a revolução da administração**. Rio de Janeiro: Marques Saraiva, 1990.
- FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994.
- GARVIN, D. A. **Gerenciando a Qualidade: A Visão Estratégica e Competitiva**, Qualitymark Editora, Rio de Janeiro, 1992.
- HOOLEY, Graham J., et al. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0: As forces estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. 4ª Reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- _____, Philip.; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- LUDWIG, Antonio Carlos Will. **Fundamentos prática de metodologia científica**. 3. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 015
- PALADINI, Edson Pacheco; **Gestão da qualidade: teoria e prática**, 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009;

ZEIGLER, K. Como se tornar mais organizado e produtivo: 24 lições para estabelecer metas, definir prioridades e gerenciar seu tempo. Tradução de Luiz Humberto William Lagos Teixeira Guedes. Rio de Janeiro, Sexante, 2007.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO APLICADO

- 1) Em quanto tempo o técnico da empresa realizou o atendimento?
 - a.() Imediatamente
 - b.() Dentro de algumas horas
 - c.() Dentro de alguns dias
 - d.() Ainda não foi resolvido

- 2) O problema foi resolvido no primeiro atendimento?
 - a.() Sim
 - b.() Não

- 3) Como você avalia o prazo gasto pelo técnico na execução do serviço?
 - a.() Excelente
 - b.() Bom
 - c.() Regular
 - d.() Ruim

- 4) Após a realização do serviço, como você avalia a limpeza e a organização do local?
 - a.() Excelente
 - b.() Bom
 - c.() Regular
 - d.() Ruim

- 5) Dê um modo geral, avalie a qualidade do serviço prestado na sua empresa?
 - a.() Excelente
 - b.() Bom
 - c.() Regular
 - d.() Ruim

- 6) Após a finalização do serviço, o mesmo:
 - a.() Não apresentou problema
 - b.() Apresentou um problema

c.() Apresentou alguns problemas

d.() Apresentou muitos problemas

7) Se após a realização do serviço este apresentou algum problema, em quanto tempo a empresa solucionou o problema?

a.() Imediatamente

b.() Pouco tempo depois

c.() Após algum tempo

d.() Muito tempo depois

APÊNDICE 2 - AGENDA DE VISITA TÉCNICA A CLIENTES

Tabela 2 - Agenda de Visita Técnica a Clientes

| Agenda de Visita Técnica a Clientes | | | |
|--|----------------|---------------|-----------------------------|
| Data/ Hora | Cliente | Motivo | Telefone/Responsável |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Fonte: elaborado pela aluna (2017)

Quadro 1 - Cadastro de Cliente

| Cadastro de Clientes | |
|-----------------------------|---------------------|
| Razão Social: | |
| Endereço: | |
| Bairro: | CEP: |
| Cidade: | UF: |
| Telefone: | Celular: |
| CNPJ: | Inscrição Estadual: |
| Pessoa Responsável: | |
| Observações: | |
| | |
| | |

Fonte: elaborado pela aluna (2017)

APÊNDICES

Quadro 2–Ordem de serviço utilizada na empresa



Endereço: Rua 24 Qd. 69 It. 04 Bairro Cardoso2

Cidade de Aparecida de Goiânia - GO

Fone: 62 4103 0043 WATSAPP: 99626 5390

E-mail: Barreto.manutencao32@gmail.com

Ordem de Serviço

Pedido Nº _____

Empresa: _____

Endereço: _____

Cidade: _____ Fone: _____

Solicitante: _____ E-mail _____

Previsão do Atendimento Data: ____/____/____ Horário ____:____

Descrição do Material:

| Nº | Descrição | Quantidade | Unid. | Valor (R\$) |
|----|-----------|------------|-------|-------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Descrição do Serviço Executado:

Restrições/Observações: _____

Data de execução da manutenção: ____/____/____ Horário: ____:____

Assinatura do Responsável (RG) Assinatura do Funcionário