

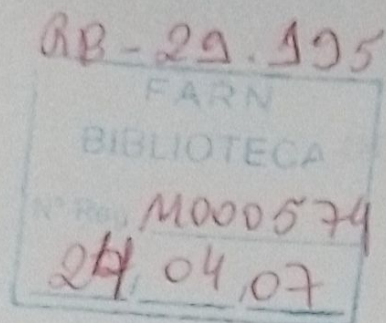
**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO RIO
GRANDE DO NORTE**

Remyson Carllo de Oliveira Nonato

**SATISFAÇÃO COM A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE
ASSISTÊNCIA TÉCNICA EM INFORMÁTICA: O CASO DA RC
INFORMÁTICA NATAL-RN**

Natal/RN

2006



M
658.56
N787
2006
ex. 01

Nonato, Remyson Carillo de O.

Satisfação com prestação de serviços técnico em informática: o caso da RC
Informática Natal-RN / , Remyson Carillo de O Nonato . – Natal: FARN, 2006.
39f.

Orientador: Catarina da Silva Souza (M.Sc.)

Monografia (Bacharelado em Administração de Empresas) – Faculdade
Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Qualidade na Prestação de Serviços – Monografia. 2. Satisfação dos Clientes
– Monografia. 3. RC Informática Natal-RN – Monografia. I. Título.

RN/FARN/BC

CDU 658.56

FARN

REMYSON CARLLO DE OLIVEIRA NONATO

**SATISFAÇÃO COM A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE
ASSISTÊNCIA TÉCNICA EM INFORMÁTICA: O CASO DA RC
INFORMÁTICA NATAL-RN**

Monografia apresentado ao curso de Graduação em Administração da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Catarina da Silva Souza. MSc

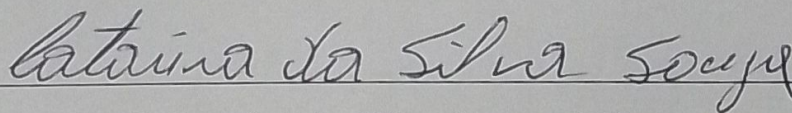
NATAL/RN

2006

REMYSON CARLLO DE OLIVEIRA NONATO

**SATISFAÇÃO COM A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE
ASSISTÊNCIA TÉCNICA EM INFORMÁTICA: O CASO DA RC
INFORMÁTICA NATAL-RN**

Monografia apresentado ao Curso de Administração da Faculdade Natalense Para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte, aprovado em 18 de dezembro de 2006, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:



Profª Catarina da Silva Souza. MSc.

Orientadora

Profº Luiz Augusto Machado Mendes Filho. MSc.

Membro Examinador

RESUMO

Esta monografia teve o objetivo de analisar os fatores que geram a satisfação dos clientes na área de prestação de serviços técnicos de informática na cidade do Natal. Além disso foi possível identificar os fatores que geram a satisfação na prestação de serviços de informática e identificar o perfil dos clientes da RC Informática, verificando se a empresa atende as exigências dos seus clientes. Esta monografia é um estudo de caso do tipo exploratório descritivo cujo universo foi composto por 100 clientes cadastrados na empresa e teve como amostra 62 clientes. Verificou-se que 92% dos entrevistados são clientes fieis a empresa em estudo. Os fatores que levam à escolha de uma empresa de prestação de serviços são: atendimento e qualidade, enquanto que a opinião sobre o atendimento foi classificada como bom. As categorias de preço, garantia e confiabilidade foram indicados como boas, enquanto que o prazo oscilou entre bom, ótimo e regular. Conclui-se que a satisfação na prestação de serviços de assistência técnica em informática na cidade do Natal foi classificada como boa, contudo ainda há uma carência por novas empresas no mercado local.

Palavras chaves: atendimento, qualidade, informática.

ABSTRACT

The monograph had the purpose of analyzing the factors what generates the satisfaction from the customers on area of installment of service technicians of informatics on city of the Christmas. Beyond that was possible identify the factors what generates the satisfaction on installment of service of informatics & identify the profile from the customers from RC Computers, verifies if the business attend, the requirements of your customers. The monograph that's a I study of I wed of type exploratory describe whose universal was made up of 100 customers cadastral on company & had I eat pattern 62 customers. Verifies - if what 92% from the interview be customers file of the company in I study. The factors that take on the choice from a service company be : to attend & quality , while the opinion above the to attend was labeled how to bomb. The varieties of price , guarantee & confiability have been indicative I eat boas , while the deadline alternate among good , optimal & regular. It follows that what the satisfaction on installment of service of aid technique on city of the Christmas have been classified I eat good , all the same there is still a want for new companies in the marketplace site.

KeysWords : attend , quality , computers

LISTA DE TABELAS

TABELA 01 Locais onde costuma adquirir serviços de informática	18
TABELA 02 Qual o fator principal que faz você decidir na escolha de um local para realizar os serviços de informática	19
TABELA 03 Qual a frequência de adquirir serviços de informática	20
TABELA 04 Quanto você paga em média pelos serviços de informática	21
TABELA 05 Qual a sua opinião em relação as empresas prestadoras de serviços técnicos da cidade	22
TABELA 06 Qual a sua opinião com respeito ao atendimento das empresas prestadoras de serviços técnicos.	23
TABELA 07 Qual a sua opinião a respeito do preço cobrado pelas empresas prestadoras de serviços técnicos.	24
TABELA 08 Qual a sua opinião a respeito do prazo das empresas prestadoras de serviços técnicos.	25
TABELA 09 Qual a sua opinião quanto a garantia das empresas prestadoras de serviços técnicos.	26
TABELA 10 Qual a sua opinião a respeito a confiabilidade das empresas prestadoras de serviços técnicos.	27
TABELA 11 Na sua opinião existe a necessidade de instalação de mais lojas prestadoras de serviços técnico em Natal	28
TABELA 12 Classificação dos entrevistador em relação ao sexo	29
TABELA 13 Faixa etária dos entrevistados	30
TABELA 14 Estado civil dos entrevistados	31
TABELA 15 Grau de instrução dos entrevistados	32
TABELA 16 Renda familiar mensal (em salários mínimos)	33

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 Locais onde costuma adquirir serviços de informática	18
GRÁFICO 02 Qual o fator principal que faz você decidir na escolha de um local para realizar os serviços de informática	19
GRÁFICO 03 Qual a frequência de adquirir serviços de informática	20
GRÁFICO 04 Quanto você paga em média pelos serviços de informática	21
GRÁFICO 05 Qual a sua opinião em relação as empresas prestadoras de serviços técnicos da cidade	22
GRÁFICO 06 Qual a sua opinião com respeito ao atendimento das empresas prestadoras de serviços técnicos.	23
GRÁFICO 07 Qual a sua opinião a respeito do preço cobrado pelas empresas prestadoras de serviços técnicos.	24
GRÁFICO 08 Qual a sua opinião a respeito do prazo das empresas prestadoras de serviços técnicos.	25
GRÁFICO 09 Qual a sua opinião quanto a garantia das empresas prestadoras de serviços técnicos.	26
GRÁFICO 10 Qual a sua opinião a respeito a confiabilidade das empresas prestadoras de serviços técnicos.	27
GRÁFICO 11 Na sua opinião existe a necessidade de instalação de mais lojas prestadoras de serviços técnico em Natal	28
GRÁFICO 12 Classificação dos entrevistador em relação ao sexo	29
GRÁFICO 13 Faixa etária dos entrevistados	30
GRÁFICO 14 Estado civil dos entrevistados	31
GRÁFICO 15 Grau de instrução dos entrevistados	32
GRÁFICO 16 Renda familiar mensal (em salários mínimos)	33

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	08
1.1 Contexto e colocação do problema	08
1.2 Caracterização da empresa	09
1.3 Objetivos	10
1.3.1 Objetivo geral	10
1.3.2 Objetivos específicos	10
1.4 JUSTIFICATIVA	10
2. REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Informática	12
2.2 Qualidade em serviços	13
2.3 Qualidade no atendimento	13
2.4 Estratégias de atendimento	15
3. METODOLOGIA	16
3.1 Tipo de estudo	16
3.2 Universo e amostra	17
3.3 Instrumento de coleta de dados	17
3.4 Tratamento para análise de dados	17
4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	18
4.1 Dados avaliativos	18
4.2 Perfil	29
5. CONCLUSÃO	34
REFERÊNCIAS	35
APÊNDICES	37

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contexto e colocação do problema

Na Cidade do Natal parece existir uma freqüente deficiência na qualidade do atendimento na prestação de serviços técnicos na área de informática. Atualmente, pode-se perceber uma grande dificuldade em encontrar profissionais capacitados nesta indústria. Esta situação se torna ainda mais problemática quando os poucos profissionais disponíveis se revelam com um baixo compromisso na relação com seus clientes. Por outro lado, as peças utilizadas na prestação de serviços técnicos nesta área, parecem apresentar um baixo padrão de qualidade assim como freqüentes defeitos. Observa-se que em Natal existe uma grave dificuldade em encontrar serviços especializados em informática.

Selecionar um profissional capacitado no setor de informática em Natal tem se tornado um fator cada vez mais difícil na atual realidade da cidade. Neste cenário, os profissionais parecem não estar motivados a procurar se especializar periodicamente em suas áreas de atuação. Pode-se observar, que a mão-de-obra disponível faz cursos de capacitação para poder atuar nesta área com pouca freqüência. Operadores sem formação apropriada acreditam que podem sanar qualquer problema, mesmo que não esteja ao seu grau de conhecimento e competência. Percebe-se que na cidade do Natal existe uma falha na qualificação dos profissionais de informática para solucionar os problemas existentes nesta área.

Não só falta de capacitação, mas também falta de compromisso revela-se como uma característica do serviço prestado na cidade. Estes profissionais, com freqüência apresentam dificuldades de agendamento até mesmo de comparecimento nas requisições realizadas.

Estreitar relacionamento com clientes parece não ser o foco principal, nem tão pouco uma estratégia adotada. Horários de visitas, por exemplo, revelam-se inadequados a realidade e necessidade dos consumidores. Observa-se então falhas na postura adotada pelos profissionais de informática na cidade.

Problemas de qualidade e defeito nas peças dos fabricantes de equipamentos de informática também contribuem muito com a má qualidade dos serviços técnicos prestados, fazendo com que a qualidade no atendimento seja baixa. Não existe nesta indústria um órgão para fiscalizar e aplicar testes de qualidade. De fato, o controle de qualidade é feito pelos próprios fabricantes que avaliam desempenho, durabilidade e resistência de funcionamento de acordo com critérios próprios. Percebe-se também que as variações do clima, típicas da cidade, afetam a qualidade do material utilizado, reduzindo consideravelmente sua

durabilidade e desempenho. Observamos que hoje em dia alguns fabricantes de equipamentos de informática possuem freqüentes deficiências, em seus produtos.

Deficiências nos equipamentos e suporte técnico na área de informática tem se tornado uma questão cada vez mais relevante para a cidade do Natal. Observa-se que no atual mercado existe uma deficiência na qualificação dos profissionais de informática. Por outro lado, temos a falta de compromisso que estes profissionais revelam junto aos seus clientes. Outro fator a ser levado em conta é a baixa qualidade dos produtos de informática que simplesmente não passam por testes rigorosos de qualidade e não possuem uma certificação de que o produto é aprovado para uso. Diante destes problemas. **Quais fatores vinculados ao atendimento podem gerar satisfação na prestação de serviços técnicos em informática?**

1.2 Caracterização da Empresa

Fundada em 2000, a empresa RC INFORMÁTICA, atua no ramo de prestação de serviços técnicos em informática. Este tipo de serviço está disponível para pessoas físicas e também jurídicas. A empresa encontra-se localizada na cidade do Natal, à Rua Caetano Sanches, 1815 A - Candelária.

Atualmente a RC INFORMÁTICA, conta com um quadro funcional composto por quatro colaboradores diretos e indiretos, distribuídos em quatro consultores de informática, dois colaboradores atuando com visitas externas e dois para atendimento na loja. A RC INFORMÁTICA faz questão de trabalhar com colaboradores de alta qualidade e conhecimento. Com isso, os clientes têm a certeza de que terão a solução para seus problemas relacionados à informática.

Possuindo uma ampla carteira de clientes, a empresa estima um percentual de 80% de fidelização. Para isso, a empresa faz questão de não deixar a expectativa de satisfação de seus clientes ficar inerte, preservando a excelência na qualidade dos serviços oferecidos. A fidelização se dá mediante um relacionamento mais próximo, desenvolvido pelos colaboradores, o que demonstra a necessidade dos serviços prestados.

A maior dificuldade que a empresa enfrenta hoje no mercado são os concorrentes, que estão localizados em diversos bairros da cidade. Apesar destes oferecem serviços com qualidade semelhante ou até mesmo inferior, adotam estratégias como preços muito baixos. Logo, um aspecto da competitividade da empresa se torna delicado visualizar como as empresas conseguem viabilizar preços tão baixos sem ter prejuízo.

A RC INFORMÁTICA tem como missão crescer e destacar-se no mercado de prestação de serviços; visando à ética e a perseverança com a criatividade e a qualidade de seus serviços, para ficar sempre à frente dos seus concorrentes, objetivando atingir sempre o máximo de satisfação dos seus clientes, obedecendo a prazos de entrega e garantindo a qualidade de seus serviços.

A empresa tem perspectiva de ampliar o seu empreendimento. O projeto é alugar um ponto comercial com um espaço físico maior do que o disponível atualmente, colocando mais dois pontos comerciais, em Natal, nos bairros de Nova Parnamirim e Tirol.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Analisar a satisfação na prestação de serviços em informática na RC Informática.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Identificar os fatores que geram satisfação na prestação de serviços técnicos em informática.
- b) Conhecer o perfil dos clientes da RC INFORMÁTICA.
- c) Verificar se os fatores identificados são praticados pela RC Informática.

1.4 Justificativa

No decorrer do trabalho foi possível analisar os resultados. Com isso, obteve-se novas contribuições para a solução de problemas na prestação de serviços em informática. Esta monografia apresentou resultados que poderão gerar ações positivas, também para os clientes desses serviços.

Esta monografia é importante para qualquer empresa visto elas buscam uma melhor qualidade de serviços técnicos para se atingir um grau elevado de satisfação dos seus clientes.

A capacitação e informação sobre a clientela é uma ferramenta fundamental na gestão empresarial. Esse papel generalizadamente reconhecido deve-se à correlação entre competência e otimização de resultados.

Para a empresa RC INFORMÁTICA, o trabalho foi de suma importância, pois contribuiu para o seu desenvolvimento, mostrando quais são os pontos que afetam a qualidade dos serviços em informática no âmbito geral, e quais soluções podem ser adotadas para amenizar os problemas.

Este trabalho foi de muita importância, pois informou ao pesquisador quanto a dados relevantes para o ramo em que trabalha e com isso forneceu informações para que se possa crescer ainda mais nesta área e resolvendo alguns problemas, fazendo com que novos caminhos sejam encontrados para obter resultados satisfatórios com o ramo de informática e com os próprios clientes.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Informática

A informática trás hoje vários benefícios a sociedade e com a sua evolução trouxe varias benefícios tais como melhorias na qualidade dos produtos ou serviços, maior controle dos custos, maior quantidade de dados processados, qualidade nas informações e maior produtividade da força de trabalho.

Segundo Alcalde (1991, p.1), informática é a ciência que estuda o tratamento automático e racional da informação.

A informática foi criada para ajudar o homem nos seus trabalhos de rotina repetitivos, de ganho de conhecimento e entre outros trabalhos que exijam rapidez e economia de tempo e de custos.

De acordo com Alcalde (1991, p.2), a informação é o elemento a ser tratado e é definida como tudo aquilo que permite adquirir qualquer tipo de conhecimento. Portanto, existirá informação sempre que se der a conhecer algo que até então se desconhecia.

Sistemas de informação podem ser definidos como sistemas que fornecem partes das necessidades gerenciais de informação para o processo de tomada de decisão.

Com base em Manãs (1999, p.52), sistemas de informação são tipicamente sistemas processadores de transações. Ou seja, são procedimentos rotineiros que servem para o processamento de informações.

A competitividade é componente do conceito de inteligência empresarial ou organizacional. Nesse sentido, dois fatores são vitais para as organizações no atual momento de competitividade e globalização: a definição de uma estratégia de posicionamento no mercado e a utilização da tecnologia da informação como valioso recurso para a definição e manutenção desse posicionamento estratégico.

A globalização ampliou significativamente os negócios mundiais, fazendo com que as organizações busquem as novidades e que seus negócios cresçam. Nesse crescimento, as estruturas, as políticas, os processos e as culturas organizacionais devem ser considerados.

Isto faz com que a tecnologia de informação se apresente como um instrumento de coordenação de processos organizacionais. Dessa forma, a necessidade do planejamento da tecnologia de informação é fundamental e pode ajudar as organizações na formulação de estratégias, atuando na configuração das atividades da cadeia de valor, nas alianças estratégicas e integração do mercado.

2.2 Qualidade em serviços

A qualidade em serviços é um tema complexo, mas que pode ser definida com cinco dimensões: confiabilidade, responsabilidade, segurança, empatia e fatos concretos. Em prestação de serviços, a avaliação da qualidade surge ao longo do processo da prestação, que geralmente ocorre no encontro entre um cliente e um funcionário. A satisfação do cliente com a qualidade do serviço pode ser definida pela comparação da percepção do serviço prestado com a expectativa do serviço desejado. (Las Casas, 1999, p. 28)

É difícil para os clientes avaliar os serviços antes de sua prestação. Como podemos observar eles são intangíveis e consumidos simultaneamente à produção. Isso nos demonstra um desafio para os gerentes dos serviços, pois a intervenção da inspeção da qualidade entre o cliente e o funcionário.

Segundo Las Casas (1999, p. 28), fazer com que uma organização realmente se preocupe com o cliente é um desafio muito grande (...) Não é barato ou fácil e não se consegue sem muito esforço. Não é uma solução fácil e simples.

De acordo com Fitzsimmons (2000, p. 252) Medir a qualidade dos serviços é um desafio, pois a satisfação dos clientes é determinada por muitos fatores intangíveis. Ao contrário de um produto com características físicas que podem ser objetivamente mensuradas (por exemplo, o ajuste e o acabamento de um carro).

2.3 Qualidade no Atendimento

As organizações não podem mais deixar perpetuar a idéia de que atendimento a clientes se resume apenas em oferecer produtos de alta qualidade. Muito menos em conceber um serviço de atendimento que seja eminentemente reativo às necessidades dos clientes. Para se oferecer um atendimento com excelência, num ambiente de negócios cada vez mais globalizados, torna-se fundamental perceber a importância dos clientes para a sobrevivência da empresa, bem como conhecer o valor que eles esperam obter dela. É preciso estar pronto para conhecê-los profundamente e, assim, poder encantá-los.

Cobra (2001, p.5) ressalta tal importância enfatizando que esse cenário exige das empresas, principalmente de serviços, acompanhar a evolução tecnológica e o novo perfil dos clientes para assim conhecê-los e atendê-los em suas necessidades, desejos e fantasias. Essa postura voltada para o cliente, deve permitir à organização, uma visão mais abrangente do atendimento a clientes e de como ele deve acontecer de forma integrada e efetiva.

Na visão de Gerson (1999, p.3) essa abrangência é demonstrada ao afirmar que:

O atendimento a clientes envolve todas as atividades da empresa e seus funcionários para satisfazê-los. Isso significa mais que atender reclamações, providenciar reembolsos ou trocas nas devoluções ou sorrir para os clientes. O atendimento a clientes também significa sair em sua busca, fazendo todo o possível para satisfazê-los e tomando decisões que os beneficiem, mesmo à custa de sua empresa.

Considerando que os clientes já não se encontram tão concentrados e próximos da empresa, como nos velhos tempos, deve-se atentar para que isso seja válido para qualquer cliente, independentemente de onde ele se encontre. Afinal, proximidade física nos dias de hoje não é mais um fator que necessariamente garante retenção e fidelidade.

A globalização tem transformado os clientes em clientes globais, com desejos, necessidades e expectativas, também globalizados. Isso torna-se perceptível à medida que são observadas as suas práticas virtuais de compras. Assim, o que se constata é que as empresas atuais não podem mais decidir por produtos e serviços apenas para clientes locais. Hoje, os clientes estão por toda parte, procurando o que há de melhor em serviços e produtos.

Dessa forma, torna-se fundamental considerar a perspectiva de Cobra (2001, p.6) ao afirmar que a globalização da economia trouxe para as empresas a oportunidade de ampliar sua base de negócios em dimensão internacional, mas, de outra parte, isso intensificou a concorrência em todos os mercados. Olhando por esse prisma, a grande preocupação nesse ambiente passa a ser, portanto, atuar estrategicamente de forma a conquistar e reter clientes.

Como diz Cobra (2001, p.16) cada serviço oferecido ao mercado deve combinar aspectos tangíveis, perfeitamente identificados e valorizados pelos consumidores, com aspectos intangíveis, que as pessoas não vêem, mas que contenham uma vasta quantidade de prêmios, visando agregar aos seus serviços um atendimento que encante os clientes levando-os, se possível, ao deslumbramento.

Shiozawa (1993, p.18) esclarece que “as grandes decisões sobre cada uma das funções na empresa global, tais como pesquisa, projeto, fabricação ou sistemas de informação, [...], são tomadas numa base mundial.” Faz questão de exemplificar o caso da Toyota que fabrica um de seus modelos de carro global nos EUA e exporta para o mundo todo, incluindo o Japão. Produção e distribuição apresentam-se dentro de uma perspectiva completamente evoluída.

Essa atuação global das empresas levam-nas a uma organização ramificada em todo o mundo, formando uma grande teia de pequenas empresas, altamente especializadas em seu negócio, sendo essa teia constituída através de parcerias, associações e terceirização. De certa forma, isso leva a uma maior proximidade com os clientes reais e potenciais que se encontram em qualquer parte do mundo.

2.4 Estratégias de Atendimento

Uma vez que as empresas decidiram colocar o cliente em primeiro lugar como estratégia para garantir o presente e o futuro da empresa é fundamental atentar que o atendimento seja um valor presente no conjunto de sentimentos do cliente. A questão que necessita de reflexão por parte das empresas é como passar dos planos à realidade diária no contato com o seu público.

Isto pode ser desenvolvido através de estratégias com base no tempo, poder e na informação. Não é possível que se consiga realizar um "atendimento excelente" se não houver um conhecimento prévio das necessidades, expectativas e ansiedades que estão na mente do cliente. O mesmo se aplica às pessoas envolvidas na empresa no atendimento ao cliente, utilizando - se do conhecimento que cada uma delas possui da empresa, do produto/serviço oferecido, do mercado e dos diversos tipos de clientes que freqüentam a sua loja ou outro tipo de negócio que esteja em foco.

A nova economia nos leva a um dilema: andamos cada vez mais depressa de forma não planejada e não sustentável ou então mudamos.

Por analogia, devemos recordar Monti (2003), a nova lógica fará com que as empresas mudem, seguindo o ciclo de todos os sistemas vivos: produzir, reciclar e regenerar. Basta extrair, produzir, vender, usar e descartar. Em alguns segmentos pode-se verificar uma nova filosofia nas mudanças - como é o caso na saúde, onde as pessoas estão buscando cada vez mais tratamentos alternativos - visível pelo surgimento de diversas correntes, especialistas e clínicas.

De acordo com Hooley et. al. (2001, p.59), os métodos para se construir o relacionamento com o consumidor podem ser agrupados em três categorias: construção de benefícios enriquecendo a lealdade; criação de laços estruturais e criação de consumidores satisfeitos.

Também é preciso criar uma relação continua de interações entre a empresa e o cliente e na empresa todos os colaboradores tem que estar preparados para interpretar e registrar todos os sentimentos do cliente, desenvolvendo assim um histórico único por cliente.

3 METODOLOGIA

A presente monografia tem como principal objetivo, identificar os fatores vinculados ao atendimento que podem gerar satisfação na prestação de serviços em informática.

O problema apresentado será estudado de forma mais completa através do uso de técnicas e métodos descritos a seguir:

3.1 Tipo de Estudo

O tipo de estudo é do tipo exploratório descritivo e pesquisa bibliográfica. Exploratório, pois o autor tem como objetivo tornar mais explícito o problema, aprofundar as idéias sobre o objeto de estudo. (ALVES, 2003, p. 52)

Para Andrade (1998, p.104) a pesquisa exploratória, proporciona maiores informações sobre determinado assunto; facilitar a delimitação de um tema de trabalho; definir os objetivos ou formular as hipóteses de uma pesquisa. Descritiva, pois descreve as características de uma população ou de um fenômeno, ou ainda estabelece relações entre fenômenos. (ALVES, 2003, p. 52). Nela fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles. Isto significa que os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não manipulados pelo pesquisador. (ANDRADE 1998, p.104)

Esta monografia é constituída por um estudo de caso que foi realizado na RC Informática Natal/RN. De acordo com (Schramm, 1971, apud Yin, Robert K., 2005), estudo de caso é definido por:

a essência de um estudo de caso, a principal tendência em todos os tipos de estudo de caso, é que ela tenta esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões: o motivo pelo qual foram tomadas, como foram implementadas e com quais resultados.

O tipo de estudo utilizado para obtenção das informações que dará suporte e fundamentará os resultados e conclusão deste trabalho que será de natureza quantitativa uma vez que os resultados apresentados serão descritos através de técnicas e ferramentas estatísticas.

3.2 Universo e Amostra

População para Roesch (1999, p.138), “É um grupo de pessoas ou empresas que interessa entrevistar para um propósito específico de um estudo”.

Para Andrade (1998, p. 124),

O universo da pesquisa é constituído por todos os elementos de uma classe, ou toda a população. População é o conjunto total e não se refere apenas a pessoas, pode abranger qualquer tipo de elementos: pessoas, pássaros e espécies vegetais etc.

O universo aqui analisado foi de 100 clientes que estão cadastrados na RC Informática.

Para Vergara (2000, p. 50), “Amostra é uma parte do universo (população) escolhida segundo algum critério de representatividade”.

A pesquisa foi realizada com a quantidade mínima de 62 clientes, pois os mesmos são os clientes que fazem um maior numero de chamados e com isso são os clientes que possuem um atendimento constante.

3.3 Instrumento de Coleta de Dados

Para a coleta de dados foi utilizado um questionário semi estruturado com perguntas fechadas.

O instrumento foi aplicado junto aos clientes, pelo próprio pesquisador uma vez que o pesquisador tem acesso às informações, pois está participando ativamente do ambiente de trabalho onde está sendo feito.

Este tipo de instrumento na opinião de Roesch (1999, p. 142), “ é o instrumento mais utilizado na pesquisa quantitativa”.

3.4 Tratamento para Analise de Dados

Após a coleta dos dados, os mesmos foram filtrados, organizados em tabelas e apresentados na forma de gráficos, utilizando-se dos Microsoft Word e Excel. Em seguida foi realizada uma análise de cada gráfico de forma individualizada para a obtenção das conclusões e recomendações.

4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Dados avaliativos

TABELA 01 Locais onde costuma adquirir serviços de informática

LOCAIS	Nº Entrevistas	%
RC Informática	57	92
Outros	4	6
Amigos	1	2
Autônomos	0	0
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

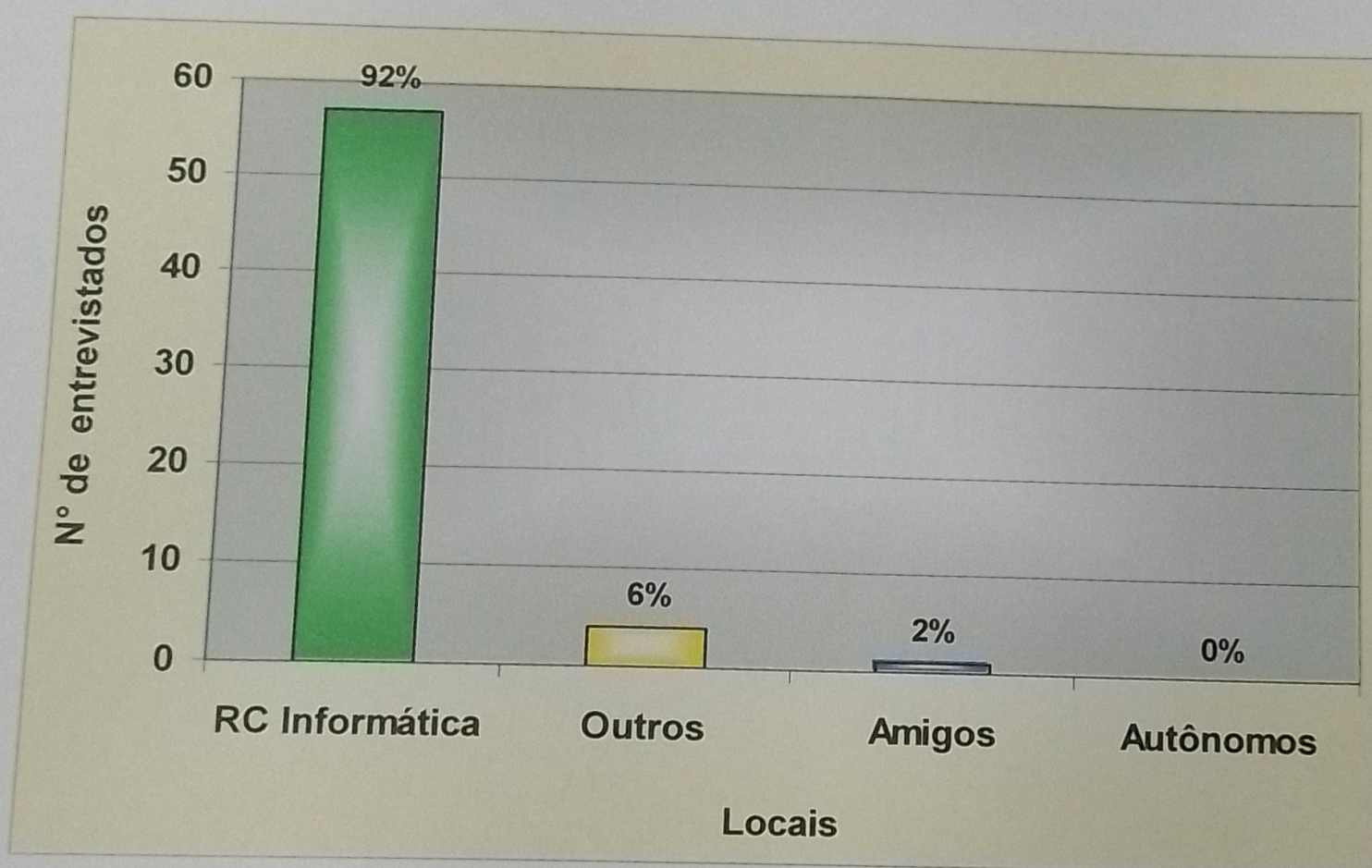


Gráfico 01 - locais onde costuma adquirir serviços de informática

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

Na pesquisa observa-se que 92% dos clientes entrevistados afirma que costumam, obter serviços técnicos da RC INFORMÁTICA. Já 6% dos entrevistados disse que fazem serviços em outras empresas, e 2% afirma que fazem os serviços com amigos. Portanto, a grande maioria dos entrevistados são clientes fiéis da empresa em estudo.

TABELA 02 Qual o fator principal que faz você decidir na escolha de um local para realizar os serviços de informática

FATOR	Nº Entrevistas	%
Atendimento	20	33
Qualidade	18	29
Preço	12	19
Localização	5	8
Prazo	4	6
Outros	3	5
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

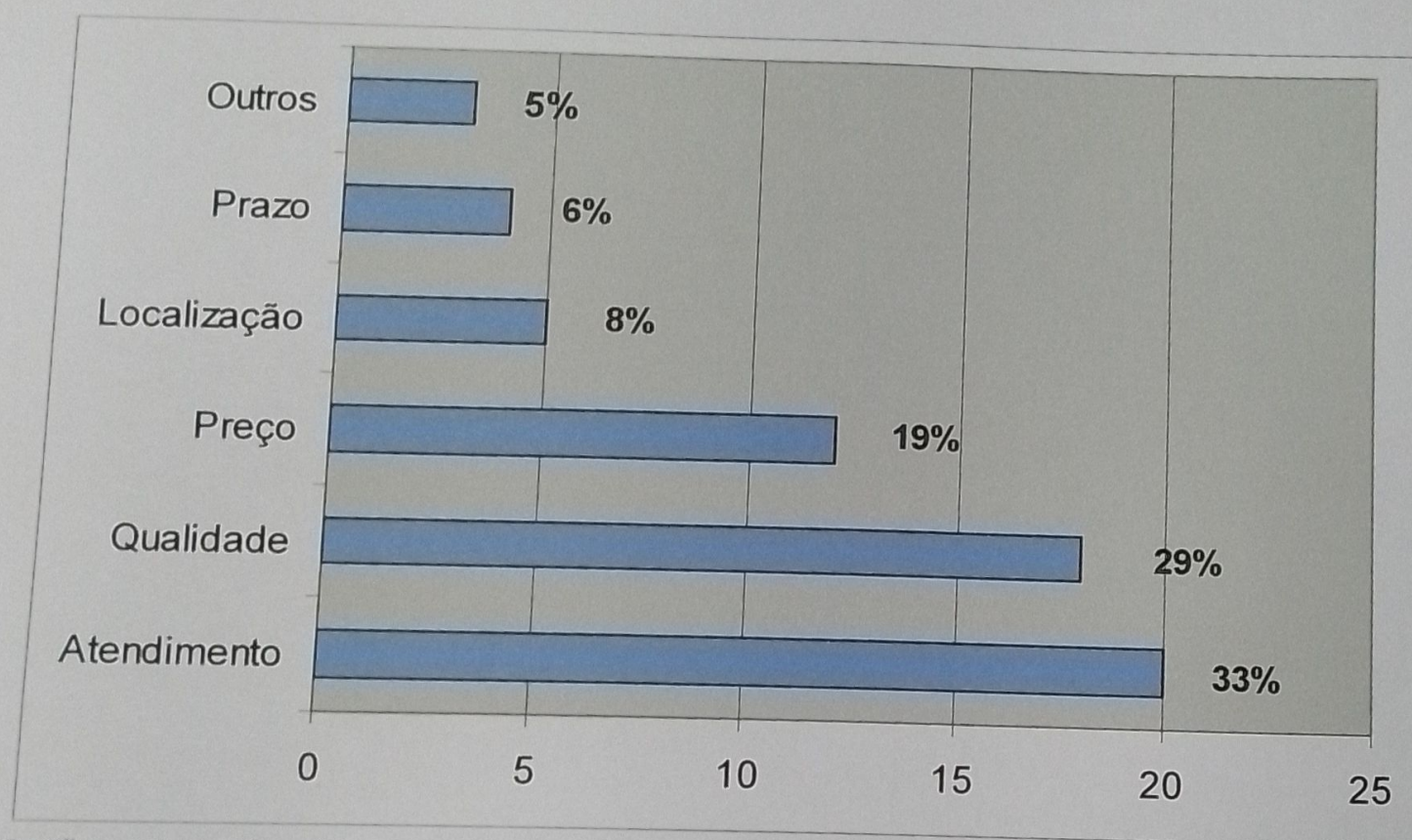


Gráfico 02- qual o fator principal que faz você decidir na escolha de um local para realizar os serviços de informática.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

Para a escolha do local de realização dos serviços de informática observa-se que 33% dos entrevistados apontam como fator chave o atendimento, já 29% deles prefere a qualidade nos serviços prestados e 19% deles opta pelo preço oferecido pela empresa. No entanto 8% prefere a localização e 6% prefere o prazo de pagamento oferecido pela empresa e apenas 5% tem outros fatores a serem levados em consideração para escolha das prestadoras de serviços. Com base nos resultados observou-se que a maioria dos entrevistados opta pelos itens de atendimento e qualidade na hora de realizar serviços técnicos de informática.

TABELA 03 - Qual a frequência de adquirir serviços de informática

Frequência	Nº de entrevistados	%
Mensalmente	19	31
Semanalmente	12	19
Não tem uma frequência certa	11	18
Semestralmente	9	15
Anualmente	7	11
Quinzenalmente	4	6
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

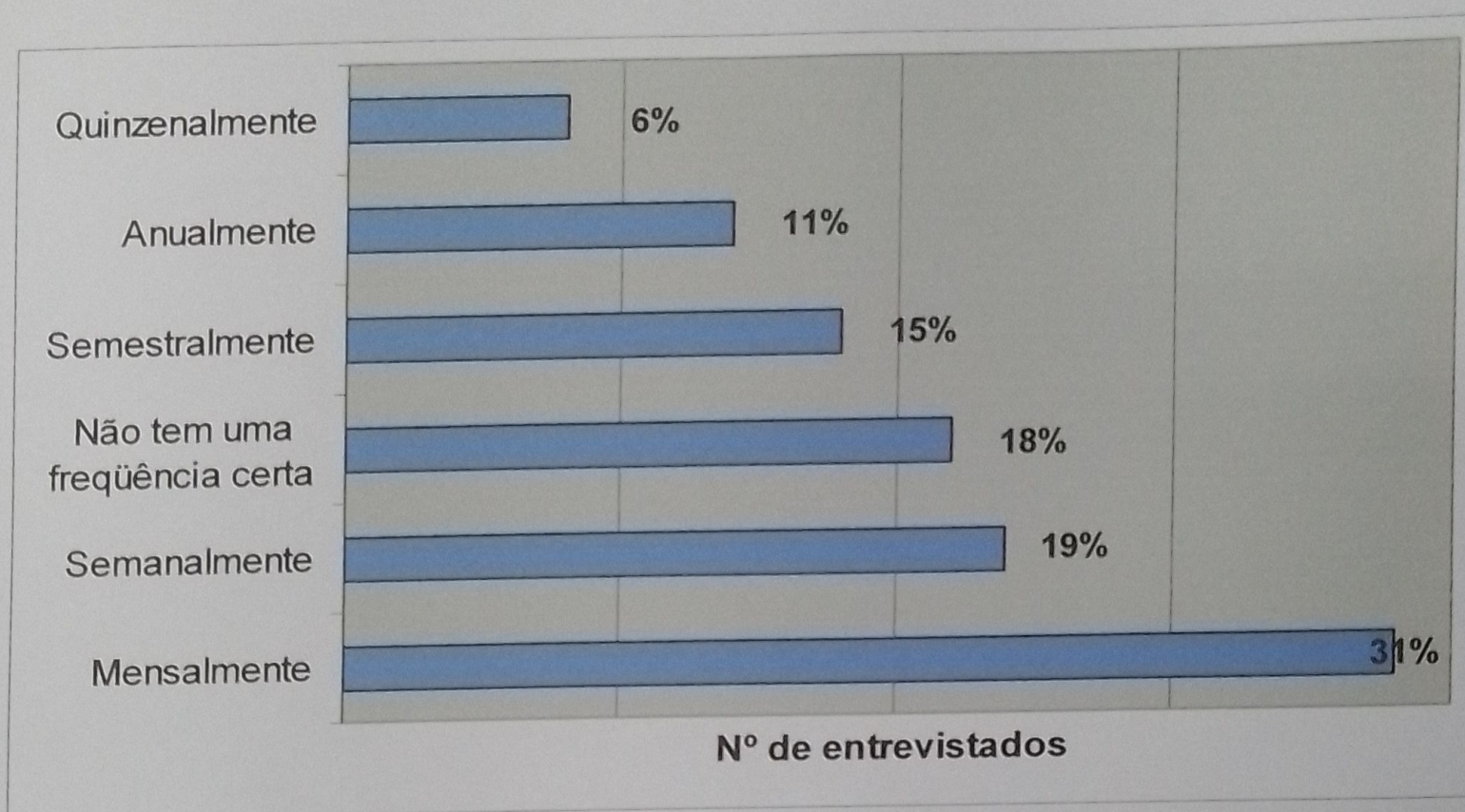


Gráfico 03 - Qual a frequência de adquirir serviços de informática

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

Em relação à frequência em adquirir serviços de informática, os entrevistados informaram que 31% utiliza os serviços mensalmente, 19% afirma que semanalmente, 18% não tem uma frequência certa, já 15% utiliza semestralmente, 11% anualmente e 6% quinzenalmente. Com base nos dados obtidos podemos analisar que a maior parte dos entrevistados necessitam de serviços técnicos de informática mensalmente e semanalmente.

TABELA 04 - Quanto você paga em média pelos serviços de informática

Valor	Nº de entrevistador	%
R\$ 101,00 a 300,00	34	55
Até R\$100,00	14	22
De 301,00 a 500,00	11	17
De 501,00 a 700,00	1	2
De 701,00 a 900,00	1	2
De 901,00 a 1.100,00	1	2
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

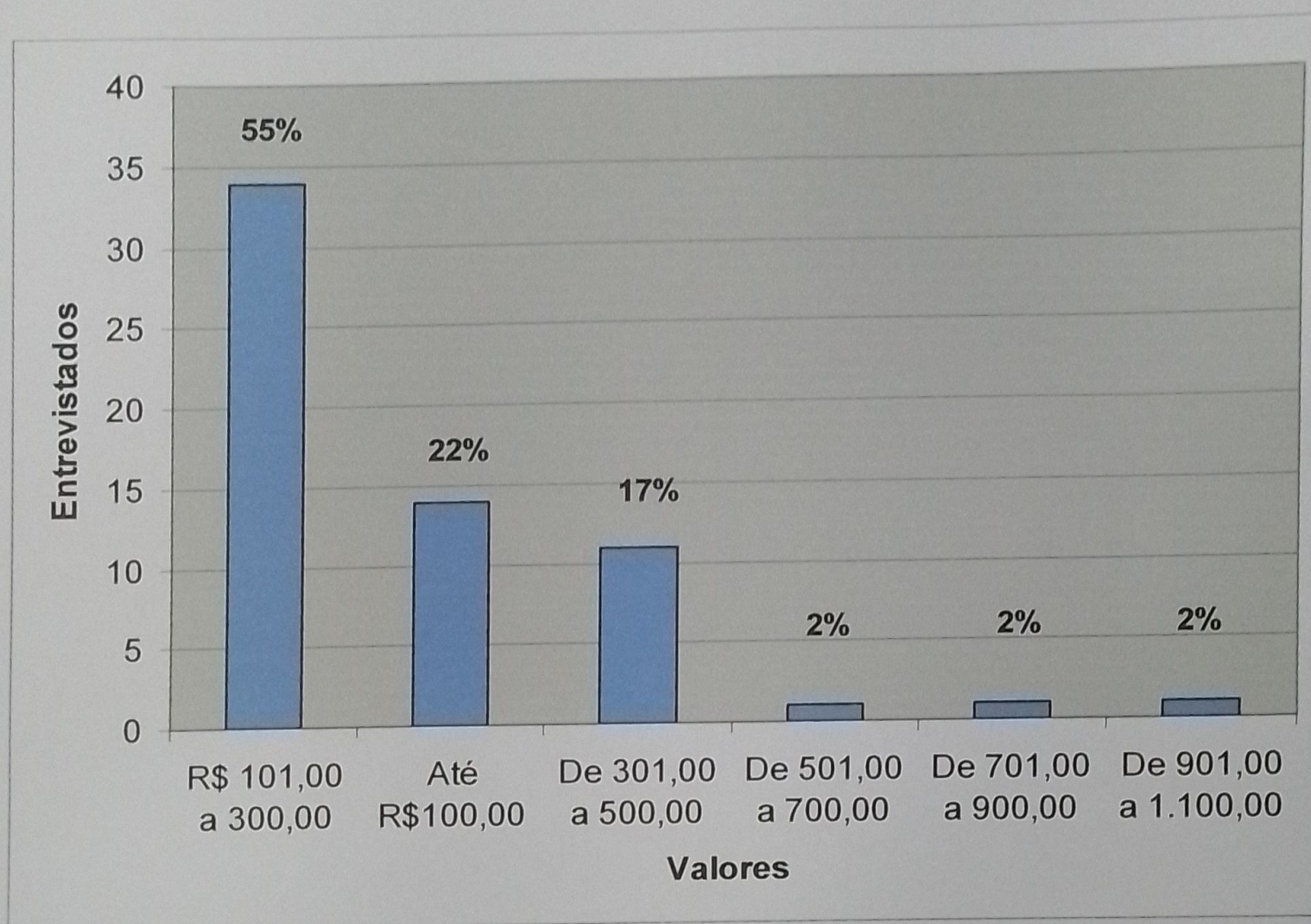


Gráfico 04 - Quanto você paga em média pelos serviços de informática.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

No gráfico 04 pode-se analisar o quanto os clientes em média pagam pelos serviços prestados, onde 55% paga entre R\$101,00 a 300,00, 22% paga até R\$ 100,00 e 17% paga de R\$ 301,00 a 500,00, empatados com 2% estão os valores de R\$ 501,00 a 700,00 e de R\$ 701,00 a 900,00 e de R\$ 901,00 a 1.100,00.

TABELA 05 - Qual a sua opinião em relação as empresas prestadoras de serviços técnicos de informática da cidade

Opinião	Nº de entrevistados	%
Boa	42	68
Regular	11	18
Ótima	9	14
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

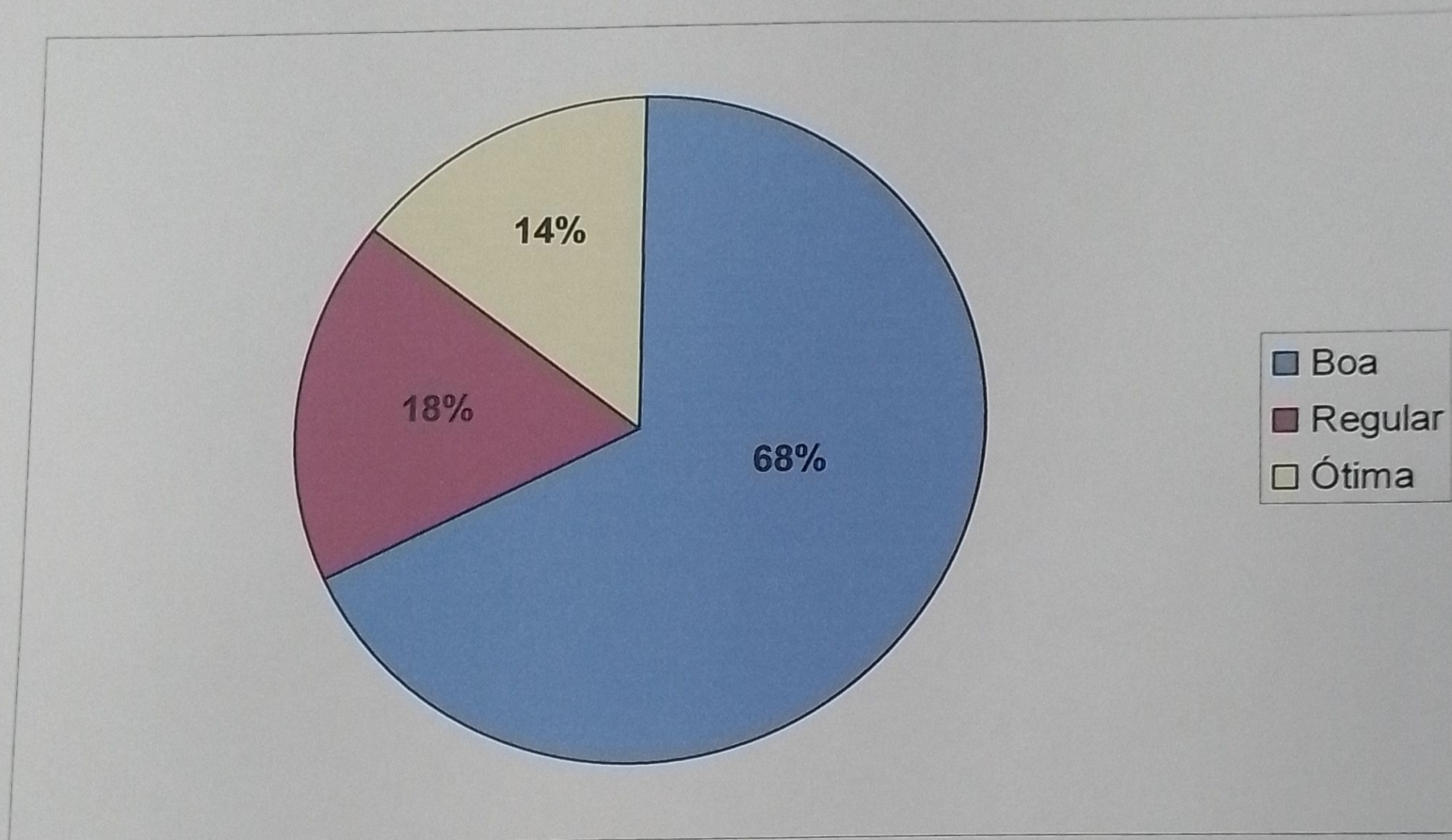


Gráfico 05 - Qual a sua opinião em relação as empresas prestadoras de serviços técnicos de informática da cidade.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

O gráfico acima apresenta qual a opinião dos entrevistados sobre as empresas prestadoras de serviços em informática em Natal. Observa-se que 68% afirma que é boa. Já 18% afirma que é regular e apenas 14% disse que as empresas prestadoras de serviços são ótimas. De acordo com os resultados obtidos pode-se analisar que a maioria dos entrevistados afirma que as empresas prestadoras de serviços técnicos em informática são boas.

TABELA 06 -Qual a sua opinião com respeito ao atendimento das empresas prestadoras de serviços técnicos em informática.

Nível de atendimento	Nº entrevistados	%
Ótimo	14	23
Bom	36	58
Regular	12	19
Ruim	0	0
Péssimo	0	0
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

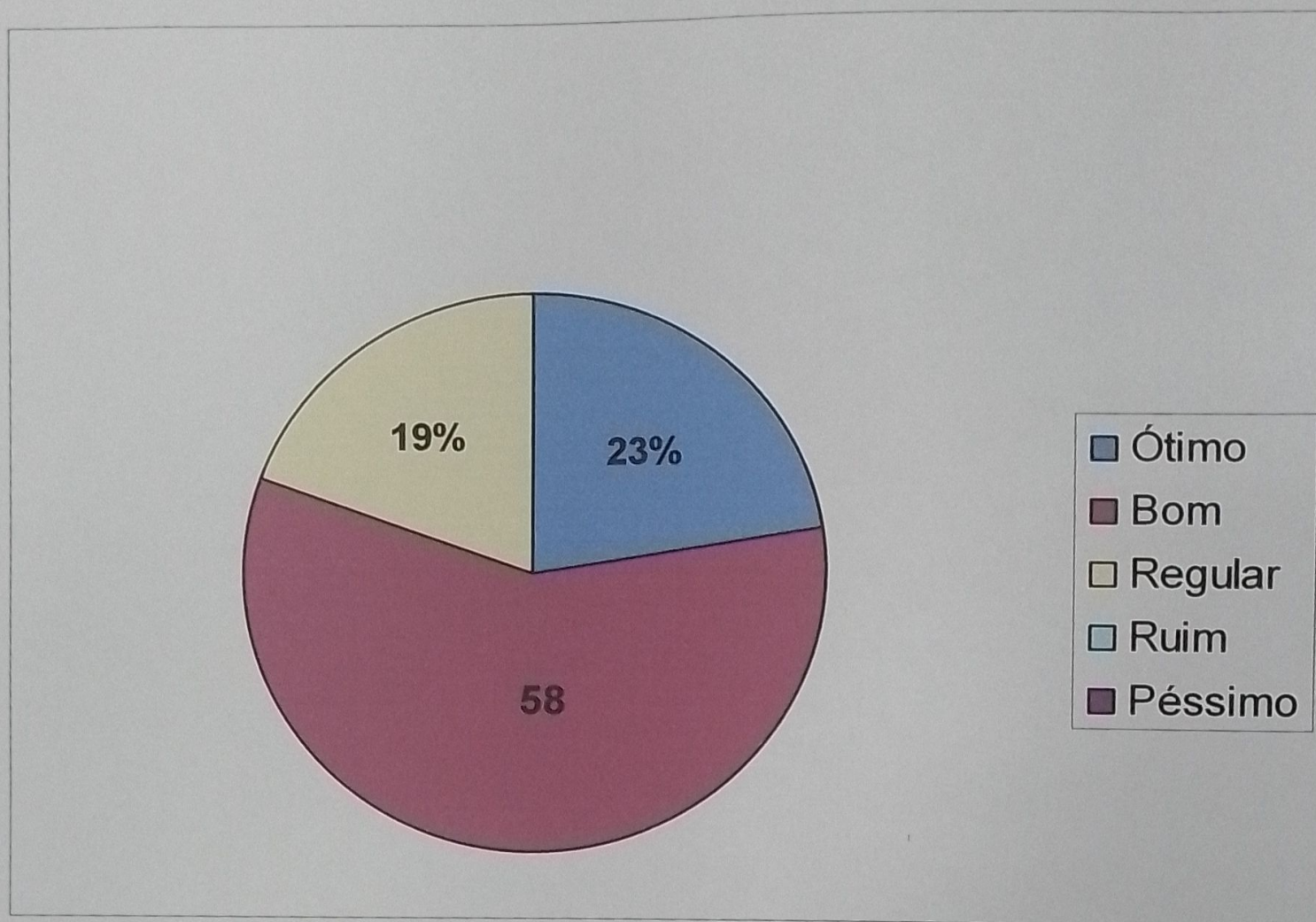


Gráfico 06 -Qual a sua opinião a respeito ao atendimento das empresas prestadoras de serviços técnicos em informática.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

Com base no gráfico acima, pode-se observar que 58% dos clientes entrevistados afirma que o atendimento das empresas é bom, 23% diz que é ótimo e 19% que é regular. De acordo com os resultados obtidos pode-se analisar que a maioria dos entrevistados afirma que o atendimento das empresas prestadoras de serviços técnicos em informática é de boa qualidade.

TABELA 07 - Qual a sua opinião a respeito do preço cobrado pelas empresas prestadoras de serviços técnicos em informática

Preço	Nº entrevistados	%
Ótimo	10	16
Bom	36	58
Regular	16	26
Ruim	0	0
Péssimo	0	0
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

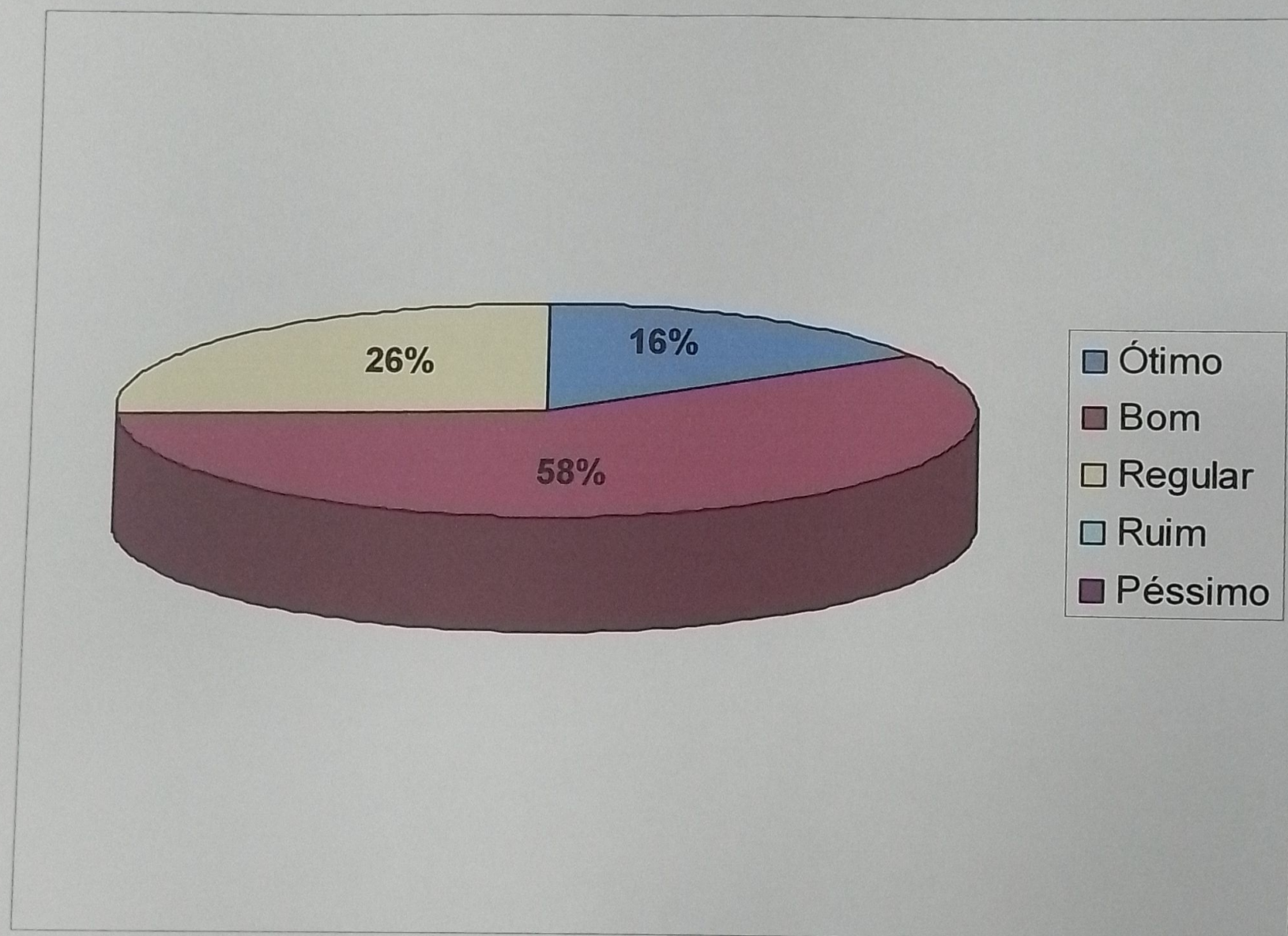


Gráfico 07 - Qual a sua opinião a respeito ao preço cobrado pelas empresas prestadoras de serviços técnicos em informática.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

Pode-se observar que 58% dos entrevistados disse que o preço cobrado é bom. 26% afirma que é regular e 16% acha ótimo o preço cobrado pelas empresas prestadoras de serviços. De acordo com os resultados obtidos podemos verificar que a maioria dos entrevistados afirma que o preço cobrado pelas empresas prestadoras de serviços de informática é bom.

TABELA 08 -Qual a sua opinião a respeito do prazo das empresas prestadoras de serviços técnicos em informática.

Prazo	Nº entrevistados	%
Ótimo	18	29
Bom	26	42
Regular	16	26
Ruim	2	3
Péssimo	0	0
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

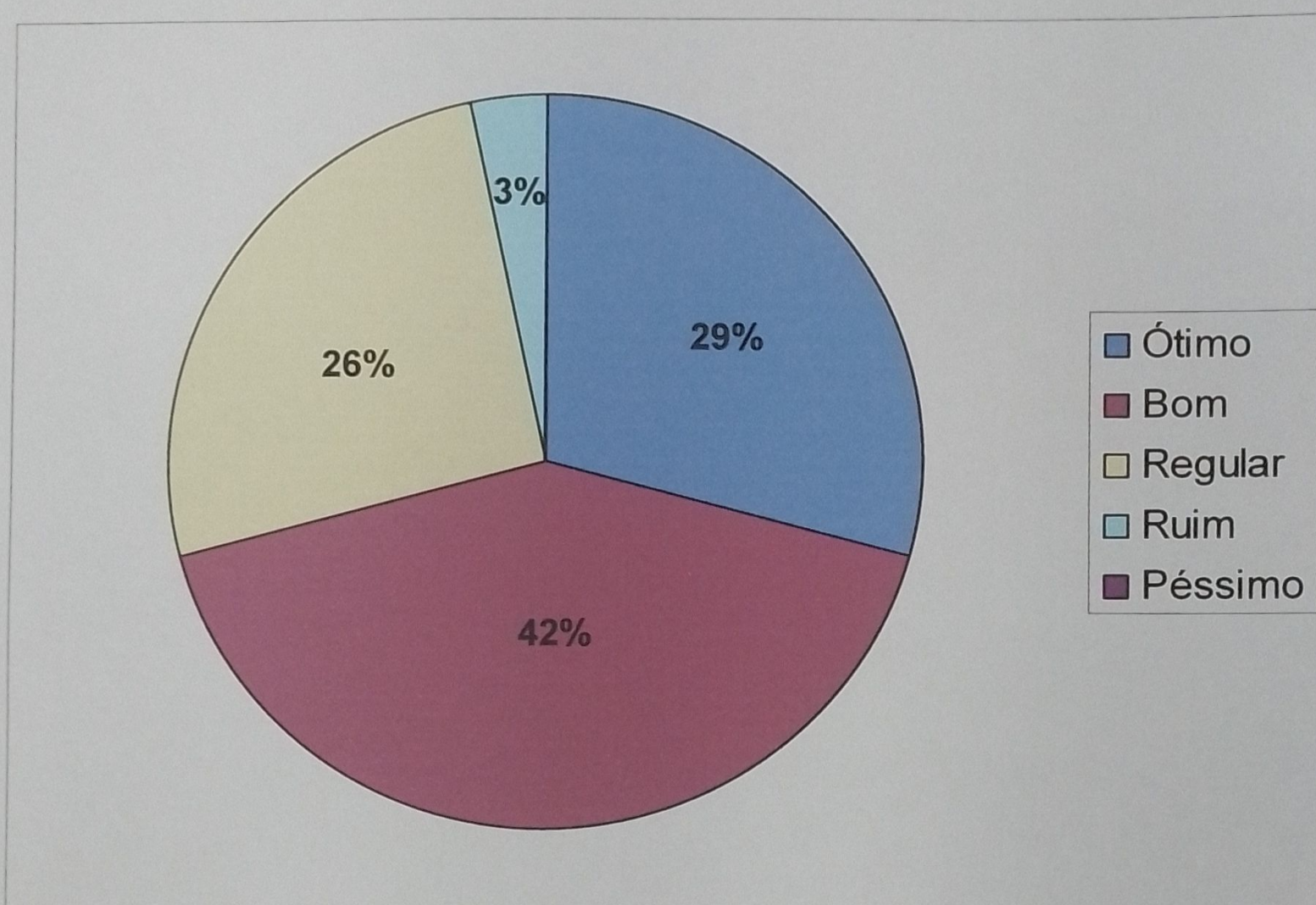


Gráfico 08 -Qual a sua opinião a respeito ao prazo das empresas prestadoras de serviços técnicos em informática.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

Na pesquisa observa-se que 42% dos entrevistados disse que o prazo das empresas é bom. 29% afirma que é ótimo, 26% considera regular o tempo e apenas 3% afirmaram que é ruim o prazo das empresas. De acordo com os dados obtidos pode-se analisar que a maioria dos entrevistados afirma que o prazo praticado pelas empresas prestadoras de serviços técnicos em informática varia entre bom e ótimo.

TABELA 09 -Qual a sua opinião quanto a garantia das empresas prestadoras de serviços técnicos em informática.

Garantia	Nº entrevistados	%
Ótimo	14	23
Bom	37	59
Regular	10	16
Ruim	1	2
Péssimo	0	0
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

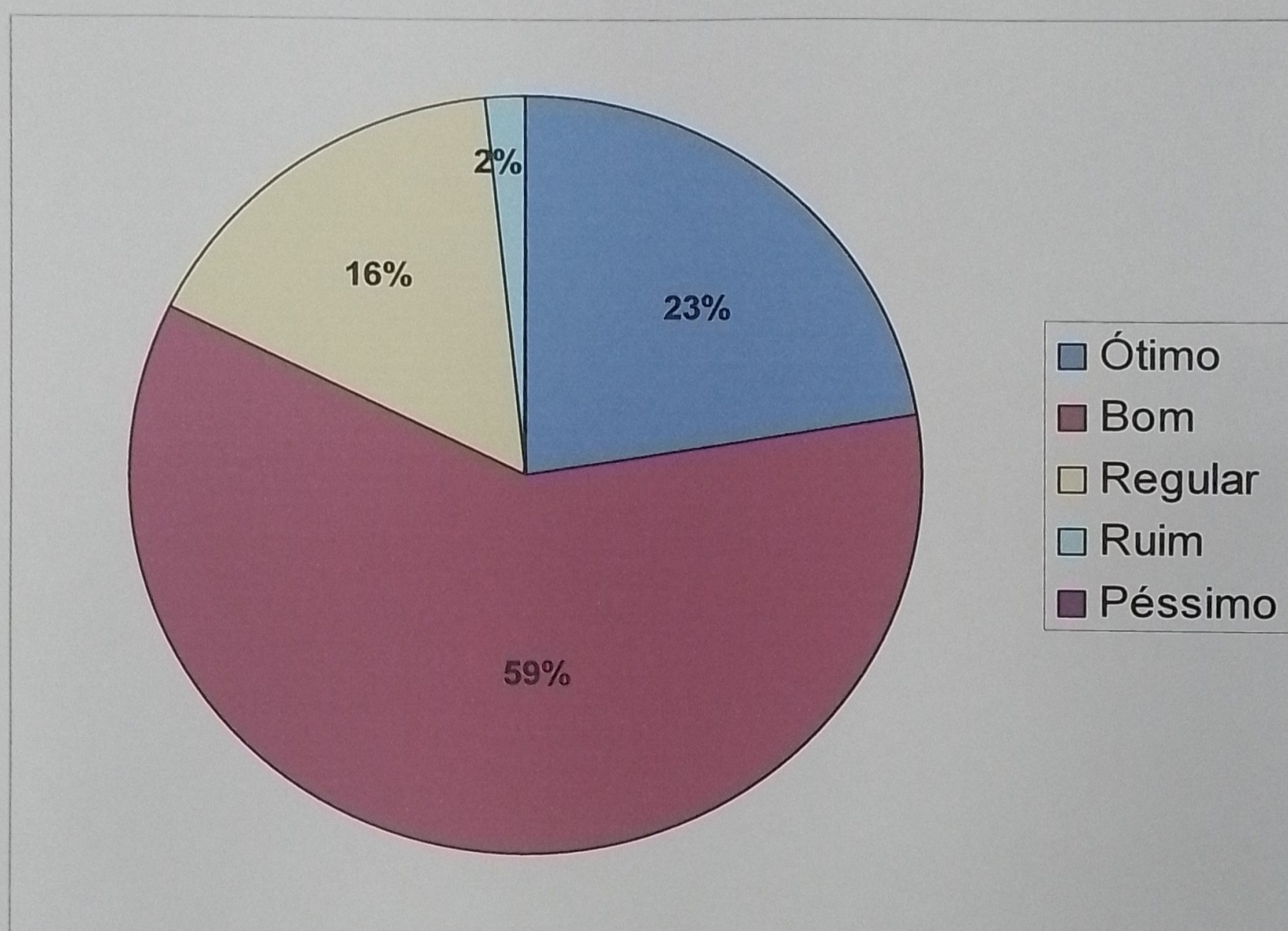


Gráfico 09 - Opinião quanto a garantia das empresas prestadoras de serviços técnicos em informática

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

De acordo com o gráfico 59% dos entrevistados afirma que a garantia oferecida pelas empresa é bom, 23% considera que é ótimo, 16% disse que era regular e apenas 2% acha que é péssimo. De acordo com os dados obtidos podemos verificar que a maioria dos entrevistados afirma que a garantia oferecida é boa.

TABELA 10 - Qual a sua opinião a respeito a confiabilidade das empresas prestadoras de serviços técnicos de informática

Confiabilidade	Nº entrevistados	%
Ótimo	17	27
Bom	37	60
Regular	8	13
Ruim	0	0
Péssimo	0	0
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

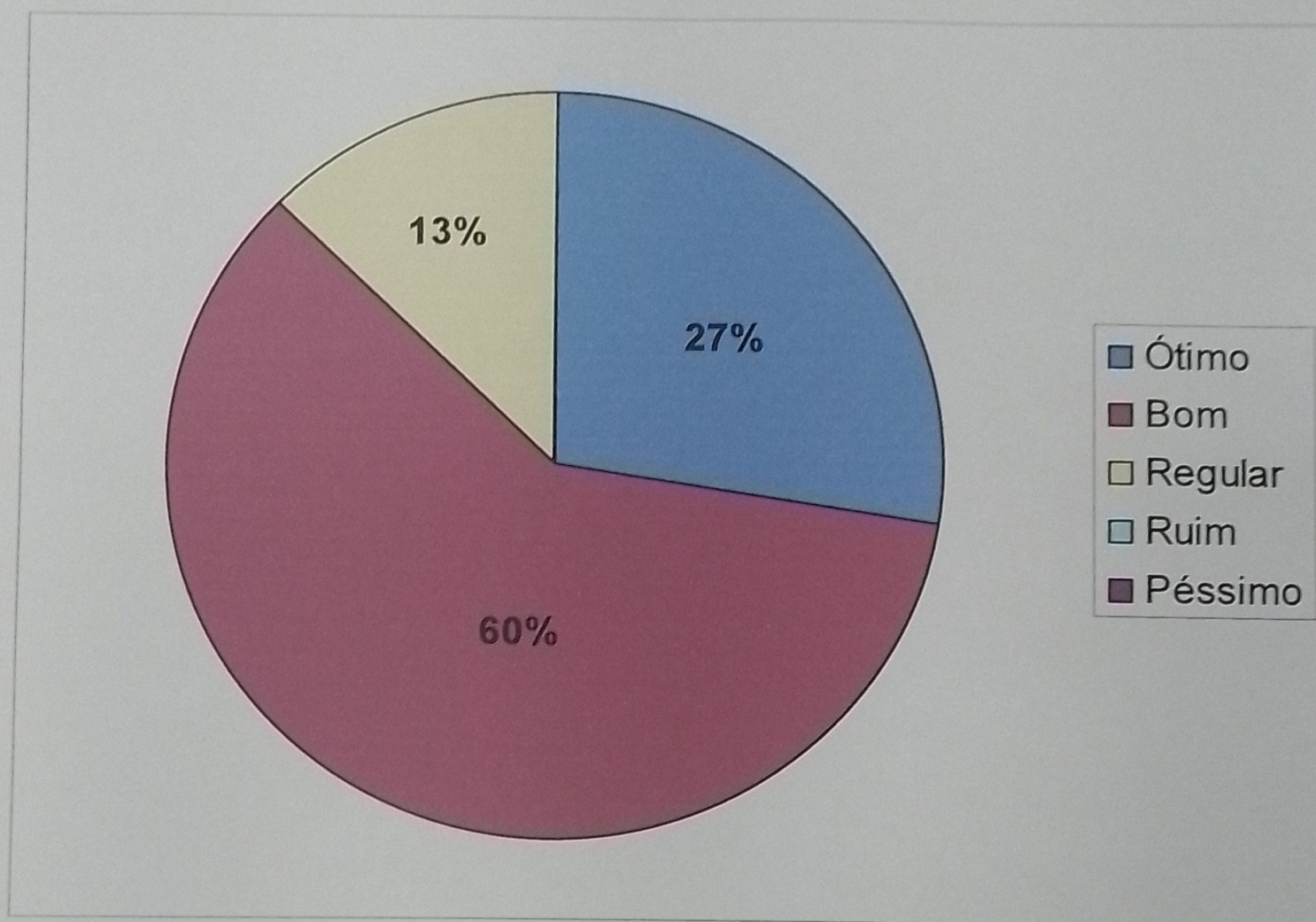


Gráfico 10 - Qual a sua opinião a respeito a confiabilidade das empresas prestadoras de serviços técnicos de informática.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

Quanto a confiabilidade das empresas prestadoras de serviços técnicos em informática, 60% considera boa, 27% ótimo e apenas 13% acha regular a confiabilidade das empresas. Podemos analisar que a maioria dos entrevistados afirma que a confiabilidade das empresas prestadoras de serviços técnicos em informática é boa.

TABELA 11 -Na sua opinião existe a necessidade de instalação de mais lojas prestadoras de serviços técnico de informática em Natal

Opinião	Nº de entrevistados	%
Sim	45	73
Não	17	27
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

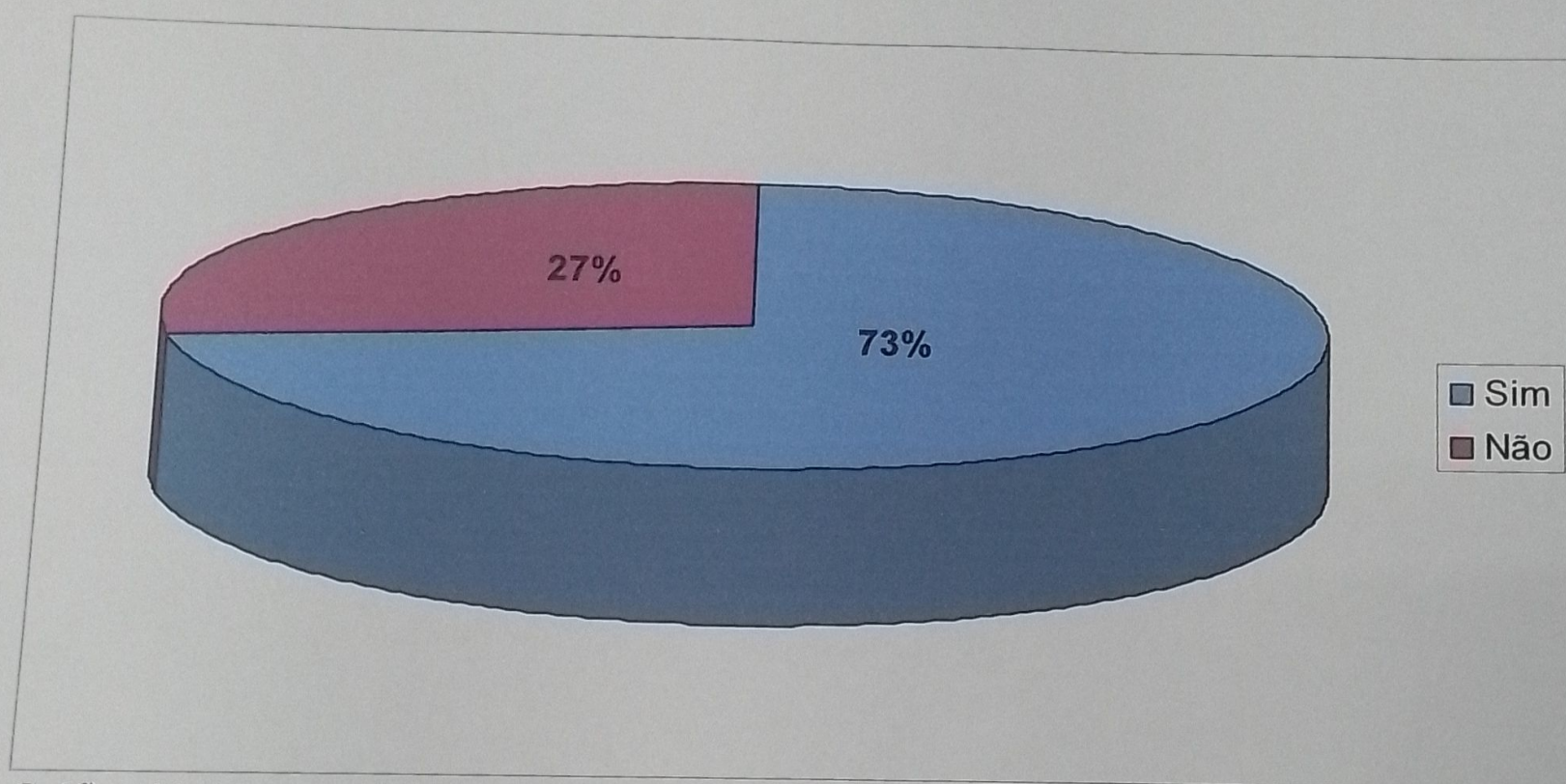


Gráfico 11 -Na sua opinião existe a necessidade de instalação de mais lojas prestadoras de serviços técnico de informática em Natal.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

Neste gráfico observa-se a opinião dos entrevistados quanto a necessidade de mais lojas prestadoras de serviços técnicos na cidade. Unifica-se que 73% deles afirma que é necessário novas empresas do ramo em nossa cidade e 27% afirma que não há necessidade de novas empresas. Observa-se que a maioria dos entrevistados afirma que em Natal ainda existe a necessidade de novas empresas prestadoras de serviços técnicos em informática.

4.2 Perfil

TABELA 12 - Classificação dos entrevistados em relação ao sexo

Sexo	Nº de entrevistados	%
Masc.	37	60
Fem.	25	40
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

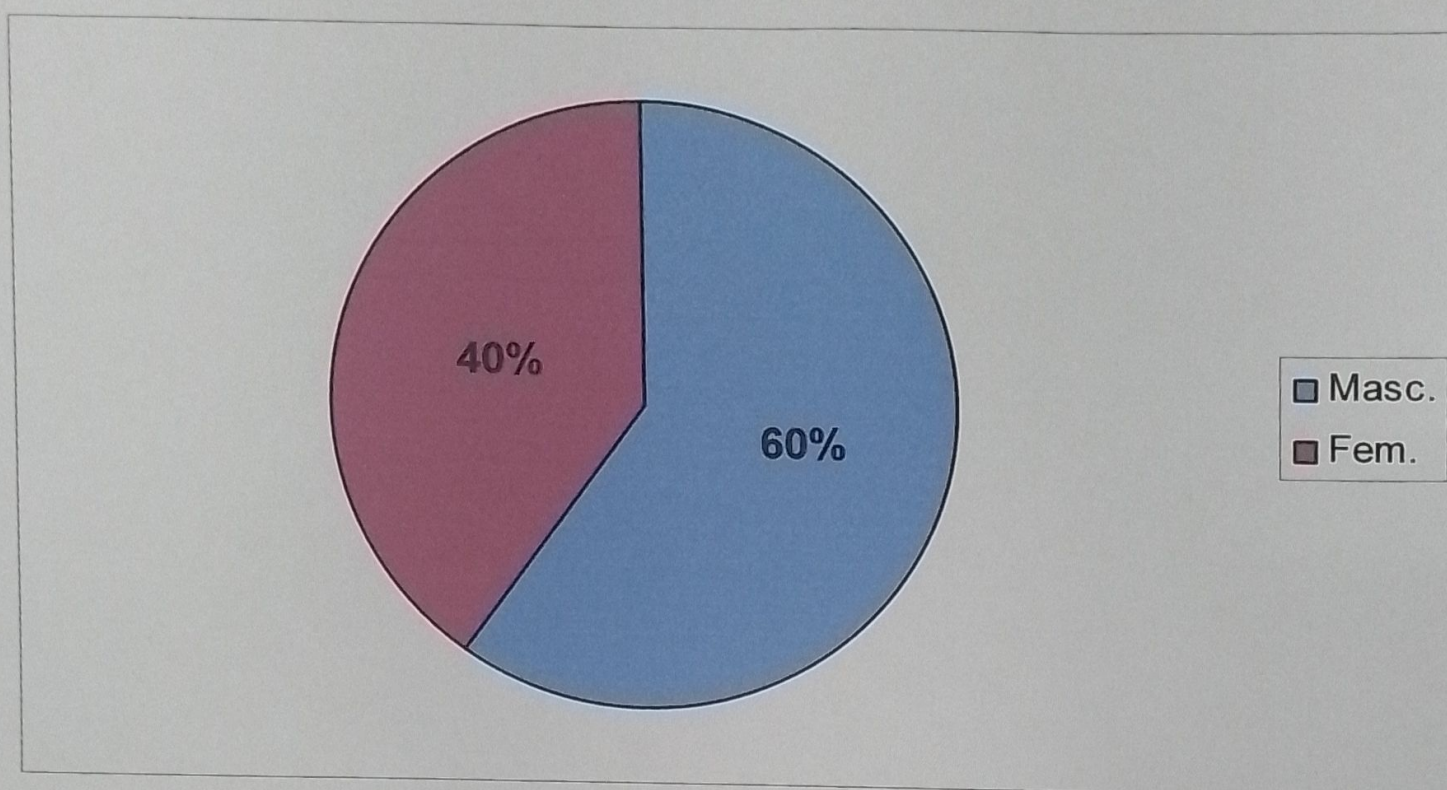


Gráfico 12 - Classificação dos entrevistados em relação ao sexo.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

Neste gráfico verifica-se o perfil dos entrevistados quanto ao sexo. 60% é masculino e 40% é do sexo feminino.

TABELA 13 - Faixa etária dos entrevistados

Faixa	Nº de entrevistados	%
18 a 25	14	23
26 a 35	18	29
36 a 45	19	31
46 a 55	10	16
Acima de 55	1	1
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

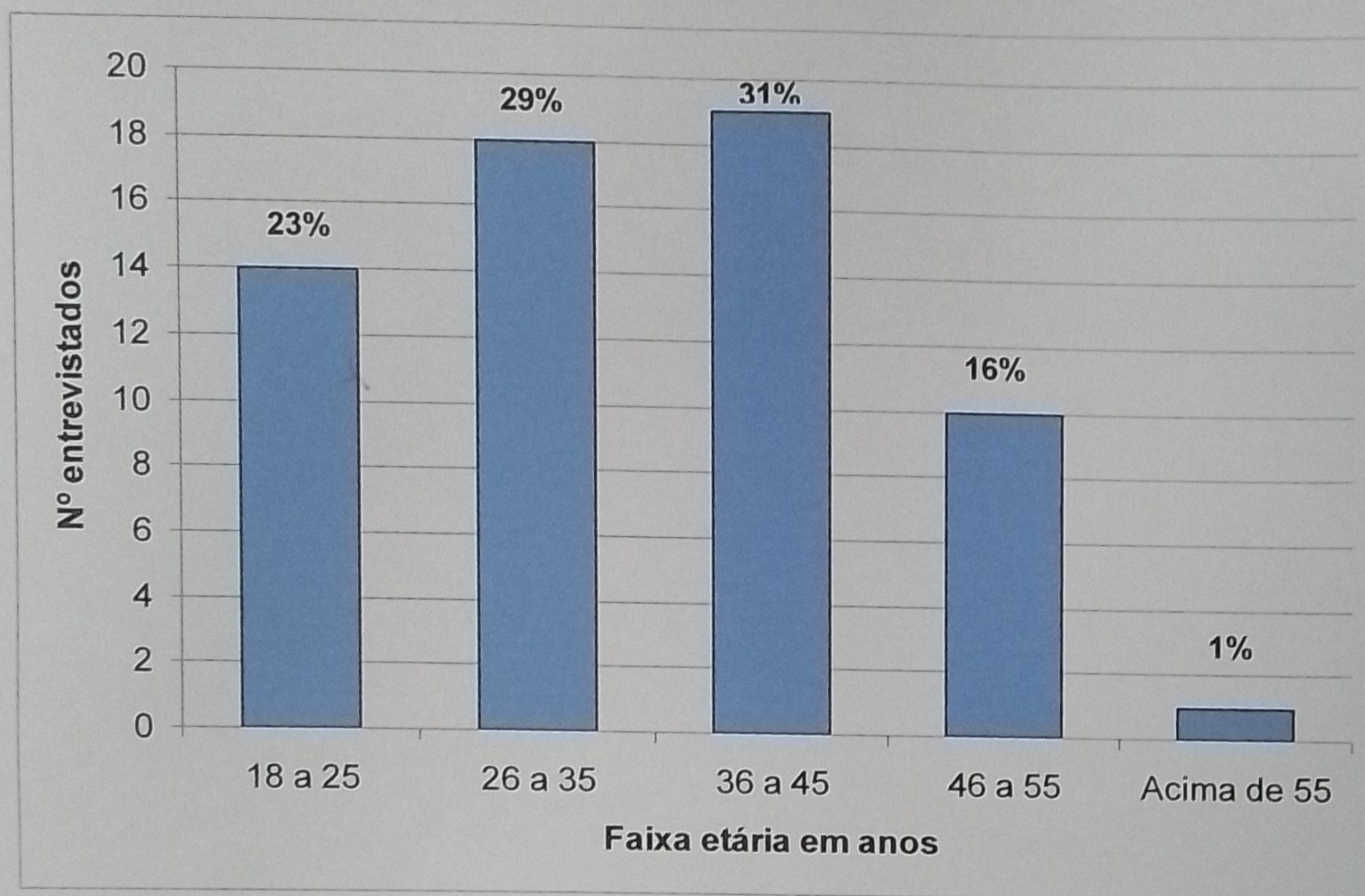


Gráfico 13 - Faixa etária dos entrevistados

Pode-se observar no gráfico acima qual a faixa etária dos clientes entrevistados, 31% está na faixa entre 36 a 45 anos, 29% entre os 26 e 35 anos e 23% entre 18 e 25 anos. Já 16% tem entre 46 e 55 anos de idade e apenas 1% está acima de 55 anos.

TABELA 14 - Estado civil dos entrevistados

Estado	Nº de entrevistados	%
Casado	32	52
Solteiro	26	42
Divorciado	2	3
Viuvo(a)	2	3
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

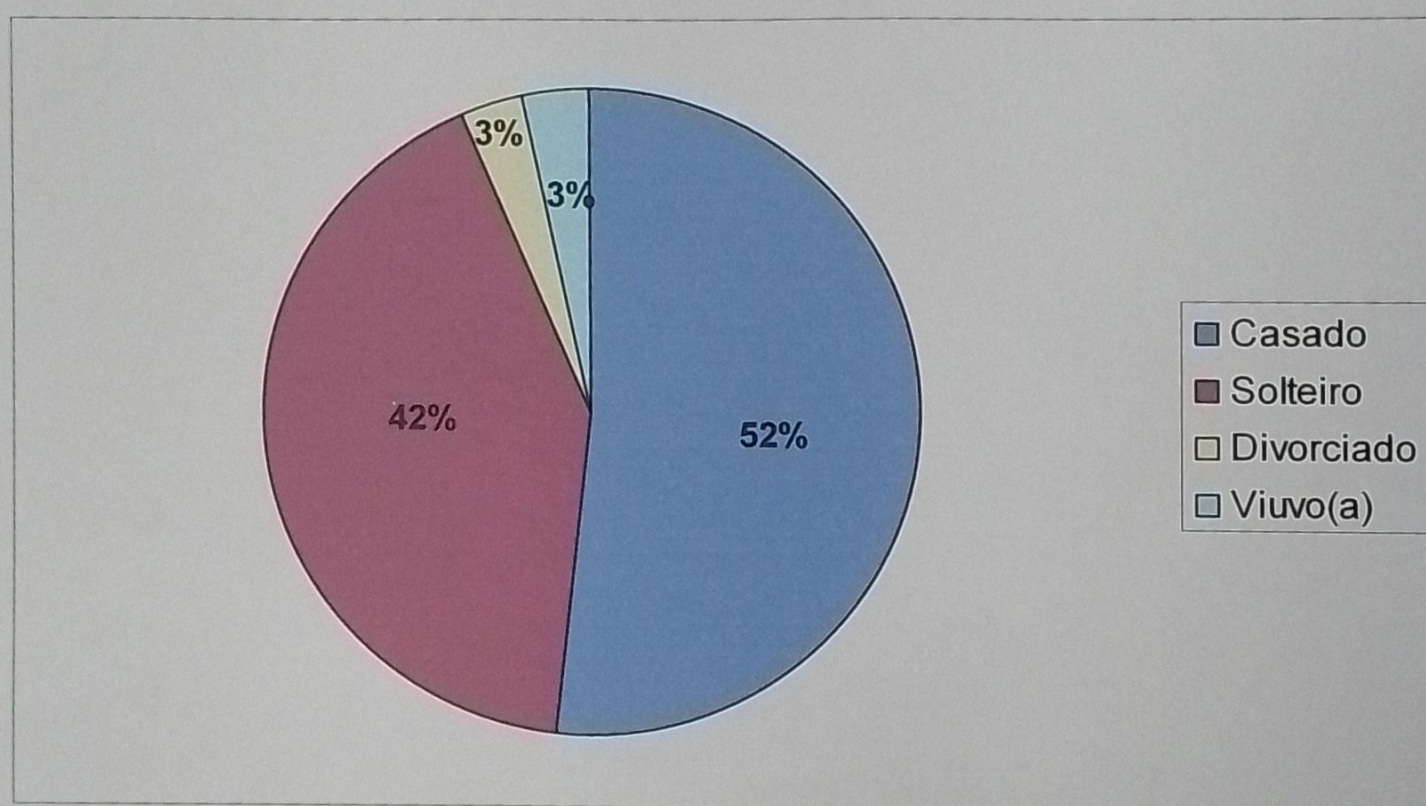


Gráfico 14 - Estado civil dos entrevistados.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

Quanto ao estado civil obteve-se, 52% de casados, 42% solteiros e apenas 3% divorciados ou viúvo(a).

TABELA 15 – Grau de instrução dos entrevistados

Grau	Nº de entrevistados	%
Sup. Incompleto	25	40
Sup. Completo	18	29
2º Grau Completo	11	18
Pós graduação	8	13
1º Grau Incompleto	0	0
1º Grau Completo	0	0
2º Grau Incompleto	0	0
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

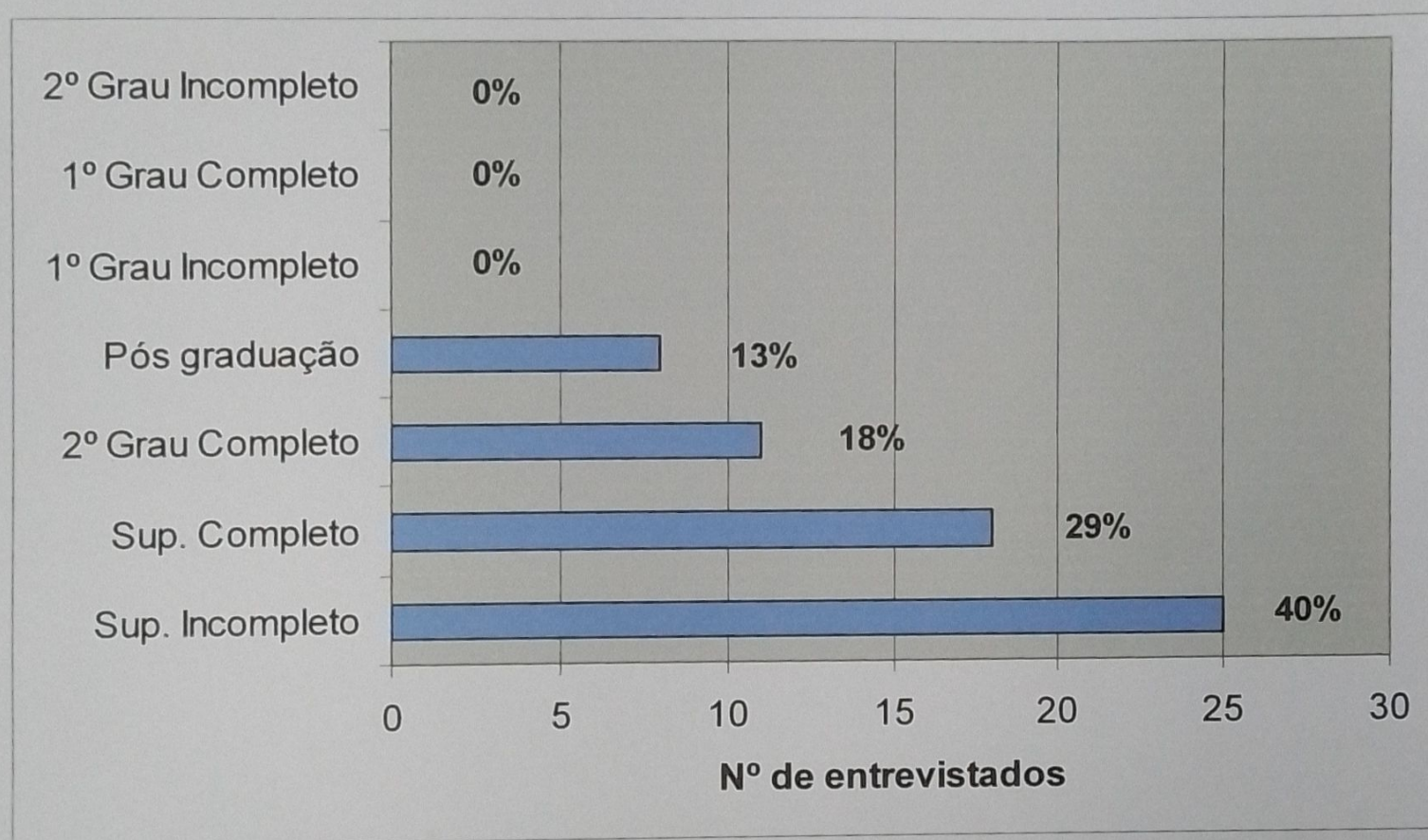


Gráfico 15 – Grau de instrução dos entrevistados.

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

No gráfico acima apresenta-se o grau de instrução dos entrevistados, sendo com curso superior incompleto encontra-se 40%, com curso superior completo está 29% e 18% possui o segundo grau completo, apenas 13% afirma ter pós-graduação.

TABELA 16 - Renda familiar mensal (em salários mínimos)

Renda	Nº de entrevistados	%
5,1 a 7 SM	22	37
9,1 a 11 SM	9	15
3,1 a 5 SM	8	13
11,1 a 13 SM	7	11
1 a 3 SM	4	6
7,1 a 9 SM	4	6
13,1 a 15 SM	4	6
Acima de 15 SM	4	6
Total	62	100%

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

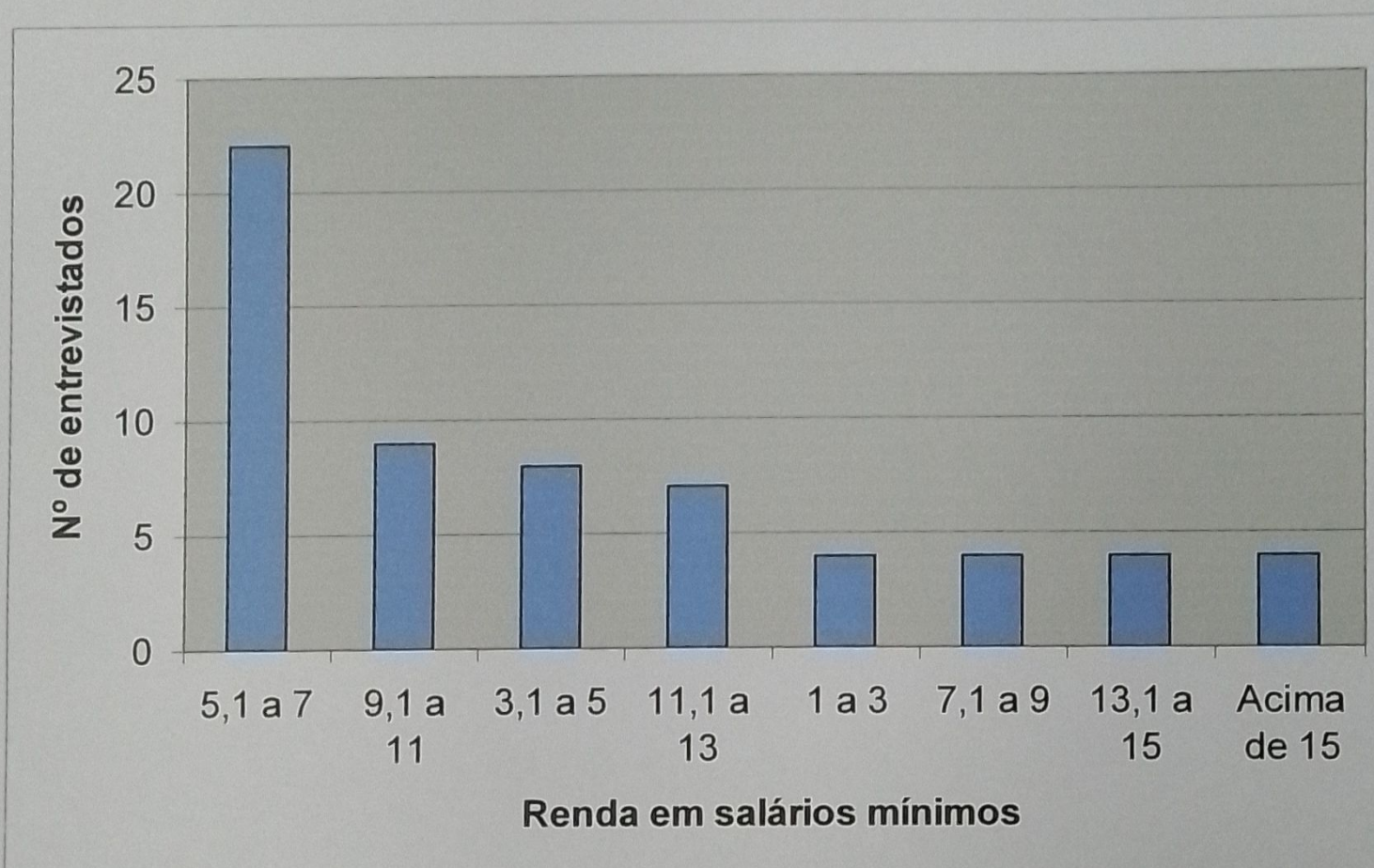


Gráfico 16 - Renda familiar mensal (em salários mínimos).

Fonte: Pesquisa de campo, outubro/2006

No gráfico acima observa-se qual a renda familiar em salários mínimos que os entrevistados em média ganham, 37% ganha entre 5,1 a 7 salários mês, 15% ganha entre 9,1 a 11 salários e 6% ganha de 1 a 3 salários, ou 7,1 a 9 salários, e 13,1 a 15 salários, acima de 15 salários.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Com base nas informações obtidas pelo pesquisador, sobre os dados avaliativos colhidos junto dos clientes da empresa estudada, pode-se inferir que 92% dos clientes aprovam e realizam serviços na RC Informática. No tocante aos principais fatores de escolha do local para realização dos serviços de informática unificou-se que atendimento e qualidade foram os mais representativos. Com relação a frequência em que os clientes adquirem os serviços de informática, foi constatado que 31% adquire os serviços mensalmente e que 19% semanalmente.

Quanto ao aspecto dos preços pagos pelos clientes 55% deles afirma que pagam em media de R\$ 101,00 a 300,00 e 58% dos entrevistados afirma que o preço cobrado pelas empresas de prestação de serviços é bom. Com relação ao prazo praticado pelas empresas 42% dos entrevistados afirma que é bom, 29% diz que é ótimo e 26% diz que é regular, sendo o fator prazo um ponto a ser analisado estrategicamente pelas empresas dado a variação de respostas obtidas. Com relação a garantia 59% dos entrevistados afirma que é bom a garantia oferecida pelas empresas prestadoras de serviços. Quanto a empresa RC Informática, conclui-se que o atendimento é o fator mais expressivo ou de maior destaque na opinião dos clientes, provavelmente o que gera a fidelização dos seus serviços. Outro fator que gera a satisfação na prestação de serviços técnicos em informática é a confiabilidade da empresa, o que na opinião dos entrevistados está variando entre boa e ótima.

Conclui-se portanto que os fatores atendimento, qualidade no serviço são primordiais para a fidelização, além da confiabilidade. Tratando-se de preço e prazo verificou-se que o quesito prazo ainda dá a desejar, e que apesar do grande número de empresas prestadoras de serviços em informática na cidade do Natal, na opinião dos entrevistados, ainda há necessidade de novas empresas.

Com relação ao perfil dos clientes entrevistados pode-se concluir que 60% é do sexo masculino e possui uma faixa etária entre 36 a 45 anos de idade, sendo a maioria deles são casados e têm um grau de escolaridade com nível superior incompleto, uma renda familiar mensal de 5,1 a 7,5 salários.

Para tanto os objetivos propostos por este estudo foi atingido, pois identificou-se o perfil dos clientes e analisou-se os fatores que geram satisfação nos serviços para a prestação de serviços de informática.

REFERÊNCIAS

ALCALDE, Lancharro, Eduardo. **Informática básica**. São Paulo: Makron Books, 1991.

ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós graduação**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

CERVO, Amado Luiz. **Metodologia científica**. 4. ed. – São Paulo: Makron Books, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

COBRA, Marcos. **Vendas: Como ampliar seu negocio**. 2. ed. São Paulo: Marcos cobra, 2001.

FITZSIMMONS, James A. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GERSON, Richard F. **A excelência no atendimento a clientes: Mantendo seus clientes por toda a vida**. Qualitymark, 1997.

HEREDIA, Marco Antonio Viveros. **Administração Geral e estratégia**. Natal Editora, 2001.

HOOLEY, G. J., SAUNDERS, J. A. e PIERCY, N. F. – **Estratégia de marketing** MONTI, Roberto. **Uma estratégia no atendimento: Qualidade e posicionamento competitivo**. Disponível em: < <http://www.acesa.com/negocios/arquivo/dicas/2003/8-Roberto/> >. Acesso em 07 jun. 2006.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade total em serviços**. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBBINS, Stephen Paul. **Administração: Mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio de pesquisa em administração**. Guia para Estágios, Trabalho de Conclusão, Dissertações e Estudo de Caso. 2 ed. Atlas, 1999.

SHIOZAWA, Ruy Sérgio Cocese. **Qualidade no atendimento e tecnologia de informação**. São Paulo: Atlas, 1993.

VICO MANÃS, Antonio. **Gestão de tecnologia e inovação**. São Paulo: Érica, 1999.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO

1 – Locais que costuma adquirir/realizar os serviços técnicos de informática.

- () Autônomos () Empresas Especializadas, Qual? _____
 () Amigos () OUTROS _____

2 – Qual o fator principal que faz você decidir na escolha de um local/loja para realizar os serviços de informática?

- () Preço () Atendimento () Prazo () Qualidade () Localização
 () Outros, qual? _____.

3 – Qual a frequência de adquirir serviços de informática.

- () semanalmente () quinzenal () mensalmente () semestralmente
 () anualmente () Não tem uma frequência certa () outros, qual? _____.

4 – Em média, quanto você paga pela aquisição de serviços de informática? (em reais)

- () até 100,00 () 101,00 a 300,00 () 301,00 a 500,00 () 501,00 a 700,00
 () 701,00 a 900,00 () 901,00 a 1.100 () Acima de 1100

5 – Qual a sua opinião com relação às empresas prestadoras de serviços técnicos da cidade?

- () Ótima () Boa () Regular () Ruim () Péssima () Não sabe

6 – Qual a sua opinião a respeito dos itens listados abaixo sobre as Empresas Prestadoras de Serviços Técnicos em Informática?

ITENS	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo
Atendimento					
Preços Cobrados					
Prazos para a execução dos serviços					
Garantia oferecida pelas empresas					
Confiabilidade das empresas					

7 – Na sua opinião, existe a necessidade de instalação de mais uma loja prestadora de Serviços Técnicos em Natal?

- () Sim () Não

8 – Sexo () MASCULINO () FEMININO

9 – Faixa etária (em anos)

- () 18 À 25 () 26 À 35 () 36 À 45 () 46 À 55 () ACIMA DE 55 ANOS

10 – Estado Civil:

- () Solteiro () Casado () Divorciado () Viúvo

11 – Grau de instrução:

- () 1º grau incompleto () 1º grau completo () 2º grau incompleto
 () 2º grau completo () Superior incompleto () Superior completo

() Pós-graduação

12 – Renda familiar mensal (em salários mínimos):

() 1 a 3

() 3,1 a 5

() 5,1 a 7

() 7,1 a 9

() 9,1 a 11

() 11,1 a 13

() 13,1 a 15

() Acima de 15 salários