

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS**  
**ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**Orientando: Victor Maschietto Moreira**

**Orientador: Prof. Msc. Irineu Gomes**

**Avaliador: Prof Msc. Marcos Pintaud**

**Avaliador: Prof. Msc. Celso Orlando**

**AVALIAÇÃO GERAL DA EMPRESA COMPUSERVICE**  
**GENERAL EVALUATION OF THE COMPANY COMPUSERVICE**

**Linha de pesquisa: Gestão estratégica**

**RESUMO**

Este trabalho teve como objetivo principal realizar avaliação geral de uma empresa goiana no ramo de serviços de tecnologia da informação. Metodologicamente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em livros, periódicos e publicações científicas que possibilitaram a elaboração da fundamentação teórica sobre gestão estratégica, gestão de pequenas empresas e gestão de serviços. Além disso, foi realizado um estudo prático, a partir de levantamento de dados, observação pessoal, avaliação qualitativa e quantitativa com gestores, clientes e funcionários sobre a gestão empresarial, os processos e o relacionamento com clientes, permitindo identificar e elaborar proposições de aperfeiçoamentos, visando o crescimento da empresa. Com base nas análises, foi possível desenvolver um diagnóstico interno e externo da empresa, identificando as questões do ponto de vista da gestão, processos e serviços que precisam ser ampliadas, melhoradas e inovadas.

Palavras-chave: Gestão estratégica; gestão de pequenas empresas; análise SWOT.

## **ABSTRACT**

This study aimed to conduct a comprehensive assessment of a Goian company in the information technology services industry. Methodologically, a bibliographic research was conducted in books, journals, and scientific publications that allowed the development of the theoretical foundation on strategic management, small business management, and service management. In addition, a practical study was conducted, based on data collection, personal observation, qualitative and quantitative evaluation with managers, customers, and employees about business management, processes, and customer relationships, allowing to identify and develop proposals for improvements, aiming at the growth of the company. Based on the analyzes, it was possible to obtain an internal and external diagnosis of the company, identifying the issues from the perspective of management, processes, and services that need to be expanded, improved, and innovated.

Keywords: Strategic management, Small business management, SWOT analysis.

## **INTRODUÇÃO**

Este trabalho teve como objetivo principal realizar uma avaliação geral da empresa goiana no ramo de tecnologia da informação e propor melhorias nos campos da gestão, processos e relacionamento com clientes, visando crescimento da empresa. É uma empresa que presta serviços na área de informatização comercial em Goiânia e em outras regiões do país. De natureza familiar e limitada que iniciou suas atividades em 1989 e emprega atualmente 10 pessoas.

Para a realização deste trabalho, foram realizadas pesquisas bibliográfica em livros, periódicos e publicações científicas que possibilitaram a elaboração da fundamentação teórica sobre gestão estratégica, gestão de pequenas empresas e gestão de serviços. Além disso, foi realizado um estudo prático sobre a gestão empresarial, os processos e o relacionamento com clientes, permitindo identificar e elaborar proposições de aperfeiçoamentos na gestão, nos processos operacionais e nos relacionamentos com os clientes, visando o crescimento da empresa. Nessa etapa, foram realizados levantamentos gerais na empresa e feitas avaliações junto aos gestores, clientes e funcionários.

Este trabalho se justifica considerando a relevância de se fazer um diagnóstico geral da empresa, identificando suas forças e fraquezas, oportunidades e ameaças e indicando sugestões de melhoria na gestão, nos processos e relacionamento com clientes, tendo em vista a necessidade se reposicionar organizacionalmente, visando o crescimento e expansão dos negócios e aperfeiçoando o relacionamento com os clientes.

Os seguintes objetivos específicos foram realizados, visando o desenvolvimento do trabalho:

- Elaborar a fundamentação teórica, com base em pesquisas bibliográficas de livros, periódicos e publicações científicas, a respeito dos temas gestão estratégia, gestão de pequenas empresas e gestão de serviços;
- Fazer levantamento geral da empresa, destacando produtos e serviços, histórico e características gerais, filosofia empresarial, e organização empresarial;
- Realizar diagnóstico da gestão, processos principais, condições de mercado e relacionamento com o cliente, indicando os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades;
- Fazer pesquisas junto aos funcionários, gestores e clientes, com o objetivo de avaliar na opinião deles, a situação da prestação de serviço;
- Analisar e discutir os dados pesquisados visando identificar proposições de aperfeiçoamentos no campo da gestão, processos e relacionamentos com os clientes.

## **METODOLOGIA**

Para realização do trabalho foi adotada a seguinte metodologia:

### **Etapa A – Pesquisa bibliográfica**

Foi feita uma revisão bibliográfica em livros, periódicos e publicações científicas a respeito dos temas gestão estratégica, gestão de pequenas empresas e gestão de serviços. Com base nessas pesquisas foi elaborada a fundamentação teórica.

### **Etapa B – Levantamentos gerais na empresa**

Nessa etapa, foram feitos levantamentos gerais na empresa, referentes ao seu histórico e características, produtos e serviços, filosofia empresarial, processos principais e organização empresarial.

### **Etapa C - Diagnóstico geral**

Foi realizado diagnóstico geral na empresa em estudos do ponto de vista interno e externo, adotando como metodologia as ferramentas da análise SWOT, que possibilitou identificar os pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades e indicar proposições de melhorias e crescimento para empresa.

### **Etapa D – Avaliação do gestor**

Foi feita uma entrevista estruturada com o gestor principal da empresa que buscou a sua compreensão e avaliação da gestão da empresa, dos serviços prestados e do relacionamento com o cliente.

### **Etapa E – Avaliação dos funcionários**

Foi realizada uma pesquisa com todos os funcionários, num total de 8, via questionário estruturado com sete perguntas, com respostas de múltipla escolha, com o objetivo de avaliar sob a ótica do funcionário os serviços prestados pela empresa e as questões relacionadas com a gestão. As respostas foram registradas pela ferramenta google forms, a partir da disponibilização do questionário para respostas.

## **Etapa F – Pesquisa com os clientes**

Com os clientes foi feita uma pesquisa, com o objetivo de avaliar a prestação de serviços relativo ao atendimento, qualidade e diversificação dos serviços, além de solicitar sugestões de melhorias no relacionamento empresa-cliente. A pesquisa foi feita durante o período de 15/9/2023 à 15/10/2023, via questionário estruturado com seis perguntas e respostas usando a ferramenta google forms.

## **Etapa G - Análise dos resultados e proposições**

Com base no diagnóstico geral, nas avaliações do gestor e dos funcionários e nos resultados das pesquisas com os clientes, foram indicadas proposições para melhorar os serviços prestados, visando o crescimento da empresa.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **Gestão estratégica**

"A gestão estratégica envolve o desenvolvimento e a implementação de estratégias para atingir os objetivos da empresa, levando em consideração as condições do ambiente externo e as capacidades internas da organização" (HITT, IRELAND & HOSKISSON, 2017, p. 3).

A gestão estratégica é fundamental para o sucesso de qualquer organização. Ela envolve o desenvolvimento e implementação de estratégias que levam em consideração as condições do ambiente externo e as capacidades internas da empresa. Para alcançar esses objetivos, é necessário que a empresa realize uma análise do ambiente interno e externo. A análise externa inclui a avaliação das oportunidades e ameaças presentes no mercado, enquanto a análise interna se concentra nas forças e fraquezas da organização. Com base nessas análises, a empresa pode definir suas metas e objetivos estratégicos, e criar planos para alcançá-los.

Para Mintzberg (2005, p.18) "A estratégia é um processo contínuo e interativo que ocorre em todos os níveis da organização, e não apenas no topo da hierarquia".

A implementação da estratégia é outro aspecto crucial da gestão estratégica, como ressalta Hill e Jones (2018, p.129). A implementação envolve a alocação de recursos, a comunicação clara dos objetivos estratégicos e a criação de uma cultura organizacional que apoie a estratégia. Além disso, é importante que a empresa monitore e avalie regularmente a implementação da estratégia, a fim de fazer ajustes necessários e garantir que a empresa esteja progredindo em direção aos seus objetivos.

Há diferentes modelos e teorias aplicáveis à gestão estratégica, como o modelo de Porter (Porter, 1986, p. 11), que enfatiza a escolha de uma estratégia competitiva de liderança em custos ou diferenciação, e a definição do mercado ou segmento de mercado em que a empresa atuará. Outra abordagem popular é a teoria da visão baseada em recursos, que sugere que a empresa deve identificar seus recursos e capacidades únicas para criar uma vantagem competitiva sustentável.

Concluindo, a gestão estratégica é um processo crítico para o sucesso de qualquer organização. Para desenvolver e implementar uma estratégia eficaz, é necessário realizar uma análise cuidadosa do ambiente interno e externo, definir objetivos claros e criar um plano de ação bem definido. A implementação da estratégia requer a alocação adequada de recursos, uma comunicação clara dos objetivos e uma cultura organizacional que apoie a estratégia. Diversos modelos e teorias podem ser aplicados à gestão estratégica, incluindo o modelo de Porter, a teoria da visão baseada em recursos, planejamento estratégico, análise SWOT e análise de desempenho por intermédio de indicadores de desempenho operacionais.

## **Gestão de pequenas empresas**

"As pequenas empresas são como famílias, onde cada indivíduo desempenha um papel fundamental. Uma liderança eficaz é aquela que valoriza e capacita sua equipe, promovendo um ambiente de colaboração e crescimento mútuo" (COVEY, 1989).

A gestão de pequenas empresas desempenha um papel crucial no desenvolvimento econômico de um país, impulsionando a inovação, a criação de empregos e o crescimento sustentável. No entanto, gerir uma pequena empresa apresenta desafios únicos, devido a recursos limitados, estruturas organizacionais simplificadas e ambientes de negócios dinâmicos.

Um dos desafios enfrentados pelas pequenas empresas no Brasil é a falta de planejamento inicial adequado. Estudos realizados destacam a importância do planejamento estratégico e operacional como base para o sucesso empresarial.

Para Kotler (2010), "O planejamento estratégico é essencial para o sucesso das pequenas empresas. Elas devem ter uma visão clara de seus objetivos de longo prazo, desenvolver estratégias adaptáveis e acompanhar regularmente seu desempenho para ajustar as ações conforme necessário".

De acordo com a pesquisa de Larentis e Trevisan (2019), a falta de planejamento inicial pode levar a problemas como falta de direcionamento estratégico, dificuldades financeiras, baixa eficiência operacional e falta de competitividade. Esses problemas podem impactar negativamente o desempenho da empresa e comprometer sua sobrevivência a longo prazo.

Neto Amado (2003) destaca a relevância do planejamento estratégico nas pequenas empresas. Ele argumenta que o planejamento estratégico permite aos gestores definirem metas claras, identificarem oportunidades de mercado, avaliarem os recursos disponíveis e estabelecerem as ações necessárias para alcançar o sucesso empresarial.

Nesse sentido, um plano de negócios bem estruturado desempenha um papel crucial no sucesso das pequenas empresas desde o seu estágio inicial. Ele serve como um guia abrangente que estabelece metas, define estratégias e delinea as ações necessárias para alcançar o crescimento e a rentabilidade desejados.

Além disso, um plano de negócios bem elaborado também ajuda a atrair investidores, parceiros de negócios e financiamento, pois demonstra a capacidade de planejamento e a solidez da estratégia da empresa. Ao adotar um plano de negócios abrangente e bem

estruturado, as pequenas empresas podem minimizar riscos, tomar decisões informadas e adaptar suas estratégias à medida que o negócio evolui.

Outro desafio comum enfrentado pelas pequenas empresas no Brasil é a falta de separação adequada entre as finanças pessoais e empresariais. A mistura entre essas duas esferas pode levar a problemas financeiros graves e dificultar a gestão eficiente dos recursos disponíveis.

De acordo com o SEBRAE (2016), 25% das pequenas e médias empresas deixam de funcionar nos primeiros dois anos de existência por problemas financeiros.

Estudos realizados por autores brasileiros enfatizam a importância de separar as finanças pessoais das empresariais como uma prática fundamental de gestão financeira (COSTA e LAGO, 2020). A mistura das finanças pode dificultar a análise dos resultados da empresa, a identificação de lucros e prejuízos, a obtenção de crédito e a tomada de decisões financeiras adequadas.

Além disso, a falta de separação das finanças pessoais e empresariais pode levar a problemas legais e fiscais, afetando a credibilidade da empresa junto a fornecedores, parceiros e instituições financeiras. Assim, é de extrema importância que as pequenas empresas adotem práticas de contabilidade separadas, mantenham registros financeiros claros e utilizem contas bancárias distintas para as operações pessoais e empresariais.

Se faz necessário, também, combater o centralismo, um fenômeno comum em pequenas empresas, no qual o poder de decisão e controle está concentrado nas mãos do empreendedor ou do proprietário. Embora essa abordagem possa parecer eficiente, ela pode trazer desafios para o crescimento e a eficácia organizacional.

Estudos sobre centralismo em pequenas empresas destacam que a centralização excessiva pode limitar o desenvolvimento de talentos e dificultar a delegação de responsabilidades (CARVALHO e FISCHMANN, 2016, p.7). A sobrecarga de trabalho do empreendedor e a falta de autonomia dos funcionários podem impactar negativamente a motivação e o engajamento da equipe, bem como a capacidade de adaptação da empresa às mudanças do mercado.

É essencial que os empreendedores estejam cientes dos desafios associados ao centralismo e busquem promover uma cultura de participação, delegação e empoderamento nas pequenas empresas. A descentralização da tomada de decisões e o estímulo à autonomia dos colaboradores podem fortalecer a capacidade de adaptação, a eficiência e a competitividade da empresa no longo prazo.

## **Gestão de serviços**

A gestão de serviços é uma abordagem estratégica e prática para o planejamento, implementação, operação e controle de serviços em uma organização. Envolve o gerenciamento eficiente e eficaz de todos os aspectos relacionados aos serviços oferecidos, desde a concepção até a entrega e o suporte contínuo, buscando entregar valor aos clientes.

"A gestão de serviços é uma abordagem estratégica para a entrega de valor aos clientes por meio do planejamento, implementação, operação e controle eficazes de serviços." (FITZSIMMONS e FITZSIMMONS, 2013)

Nesse contexto, a estratégia de serviços ganha relevância como a definição de como a organização irá posicionar seus serviços no mercado, alinhando-os com os objetivos e necessidades dos clientes. Kotler e Keller (2016) afirmam que a estratégia de serviços deve levar em consideração fatores como segmentação de mercado, diferenciação, posicionamento e definição de proposta de valor.

A qualidade também é um elemento-chave na gestão de serviços. Para garantir a satisfação dos clientes, é essencial adotar abordagens de gestão da qualidade. Segundo Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), a qualidade percebida pelos clientes é composta por cinco dimensões: confiabilidade, capacidade de resposta, segurança, empatia e tangibilidade.

"A gestão de serviços busca o equilíbrio entre a eficiência operacional e a qualidade do serviço, fornecendo uma experiência positiva para o cliente e criando valor para a organização" (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1988).

Os processos de serviços são fundamentais para garantir a eficiência e a eficácia na entrega dos serviços. Na gestão de serviços, é necessário mapear, analisar e melhorar continuamente os processos para eliminar desperdícios e aumentar a produtividade. Fitzsimmons e Fitzsimmons (2018) destacam a importância de adotar abordagens como a melhoria de processos, o design de serviços e a gestão da cadeia de suprimentos.

O marketing de serviços, outro ponto-chave, desempenha um papel crucial na gestão estratégica de serviços. Zeithaml, Bitner e Gremler (2018) enfatizam a necessidade de adaptar as estratégias de marketing tradicionais para atender às peculiaridades dos serviços, como a intangibilidade, a inseparabilidade, a heterogeneidade e a perecibilidade.

A gestão de serviços desempenha um papel essencial na administração estratégica, pois aborda a entrega de valor aos clientes por meio de serviços de qualidade. É possível compreender a importância de elementos como estratégia de serviços, gestão da qualidade, gerenciamento de processos, marketing de serviços na gestão estratégica de serviços.

## **ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **Apresentação da empresa**

As atividades da empresa iniciaram em 01/11/1989, quando dois colaboradores abrem a empresa focada em montagem de microcomputadores.

A empresa depois de 5 anos e especializações, passou a prestar serviço em outras áreas, assistência em impressoras lasers e matriciais para pessoas físicas e jurídicas.

Mais na frente, cerca de 10 anos, após mais alguns treinamentos e estágios, atendendo a demanda do mercado, aumentou seu portfólio incluindo nos seus serviços assistência em

impressoras térmicas de etiquetas, coletores de dados, leitores de etiquetas e projetores.

Hoje, com mais experiência no campo de serviço a empresa incluiu a comercialização desses equipamentos. (representantes) Zebra technologies/ honeywell/ Elgin/Argox

### **Características gerais**

É uma microempresa. Atualmente trabalha com 9 funcionários. A empresa está no mercado há 34 anos, possui sede única, situada em Goiânia e atualmente possui 3.200 clientes cadastrados.

A empresa não trabalha com estoque, logo não utiliza sistema para gerenciar o processamento dos equipamentos. Para gerenciar o conserto dos equipamentos, é usado uma tabela no excel, compartilhada entre os computadores da empresa, onde são colocados dados do equipamento que deu entrada, como, defeito, data de entrada, data de saída, técnico responsável, nome do dono, número de série do equipamento e número da ordem de serviço.

### **Serviços que presta**

Em geral, a empresa apresenta uma posição sólida no mercado de assistência técnica em tecnologia, venda e conserto de equipamentos de automação comercial e assistência técnica em projetores.

### **Organização empresarial**

A empresa está organizada em três áreas-chave: área técnica, área de atendimento e área de gestão.

### **Filosofia empresarial**

#### **Missão**

Ser a melhor empresa do ramo de automação comercial, em atendimento, agilidade, preços e qualidade, com o comprometimento de toda a equipe para tornar a vida do cliente mais fácil.

#### **Visão**

Buscar reconhecimento como referência regional na área de assistência técnica, desenvolvendo suas atividades com retidão e ética, alicerçada no conhecimento e no saber, respeitando os limites do homem e tendo como objetivo maior o próprio homem.

#### **Valores**

Ética, transparência, responsabilidade social, resultados com excelência e melhoria contínua.

#### **Processos principais**



Os principais processos na empresa são o recebimento, o conserto, o envio e a venda de equipamentos.

### **Análise SWOT**

A análise geral da empresa foi realizada utilizando a metodologia SWOT. De forma resumida, a seguir as questões pontuais são mostradas.

#### **Forças**

- Experiência de longa data no mercado de tecnologia e informática;
- Diversificação dos serviços prestados, oferecendo assistência técnica em diversas áreas;
- Inclusão de novos produtos em seu portfólio de serviços, incluindo equipamentos de marcas renomadas.

#### **Fraquezas**

- Pouca informação fornecida sobre a empresa, como sua localização e tamanho da equipe;
- Possível falta de recursos financeiros para investimentos em marketing e expansão dos serviços;
- Dependência de fornecedores específicos para a comercialização de equipamentos;
- Compra de componentes eletrônicos é feita em dólar.

#### **Oportunidades**

- Crescente demanda por serviços de assistência técnica em tecnologia;
- Expansão do mercado de impressoras térmicas de etiquetas e coletores de dados;
- Possibilidade de expansão dos serviços para outras áreas de tecnologia;
- Avanço tecnológico.

#### **Ameaças**

- Concorrência forte de empresas já estabelecidas no mercado de assistência técnica em tecnologia;
- Flutuações no mercado de tecnologia, que podem afetar a demanda por serviços e produtos oferecidos pela empresa;
- Possíveis problemas de sazonalidade, com períodos de alta e baixa demanda pelos serviços e produtos oferecidos.

### **Avaliação com o gestor da empresa**

Na sua expectativa quais as questões têm que ser melhoradas ou ampliadas na empresa?

“Como gestor da empresa acredito que o treinamento dos colaboradores precisa ser melhorado, uma vez que é importante que os esses estejam sempre atualizados sobre as últimas tendências e tecnologias, e que sejam capazes de realizar suas tarefas com excelência. Outro ponto de melhoria seria a divulgação na mídia, visto que é importante que a empresa divulgue seus trabalhos para aumentar a visibilidade e atrair novos clientes”.

Como você avalia a prestação de serviço junto ao cliente da empresa?

“Acreditamos que a prestação de serviço junto ao cliente é um dos nossos principais diferenciais. Somos reconhecidos como referência na nossa área no estado de Goiás por oferecermos um atendimento de alta qualidade, personalizado e focado na satisfação do cliente. No entanto, entendemos que sempre há espaço para melhorias. Uma das áreas que podemos trabalhar é a ampliação da nossa grade de produtos e serviços”.

Quais os pontos fortes e fracos relativos à gestão da empresa?

“Nossos pontos fortes são:

Relacionamento empresa-cliente: somos reconhecidos por oferecer um atendimento de alta qualidade, personalizado e focado na satisfação do cliente.

Visão estratégica: temos uma visão clara de onde queremos chegar e estamos sempre buscando novas oportunidades de crescimento.

Inovação: estamos sempre investindo em novas tecnologias e processos para nos mantermos competitivos no mercado.

Os nossos pontos fracos são:

Relacionamento gestor-empregado: precisamos melhorar a comunicação e a colaboração entre gestores e colaboradores.

Processos internos: alguns processos internos são burocráticos e podem ser otimizados.

Clima organizacional: precisamos criar um ambiente de trabalho mais motivador estimulando um melhor convívio entre os funcionários e gestores”.

Qual a sua avaliação sobre os tipos de serviços que deveriam ser incluídos no portfólio da empresa?

“Pensamos que o desenvolvimento e treinamento na área de software e aplicativos são áreas promissoras para a diversificação do nosso portfólio. Atualmente, a demanda por software e aplicativos está crescendo a uma taxa acelerada. Isso ocorre devido à crescente digitalização da sociedade e à popularização de dispositivos móveis e a relação desses com nossos serviços e produtos oferecidos. Acreditamos que a diversificação do portfólio para incluir o desenvolvimento e treinamento na área de software e aplicativos nos permitirá atender a uma gama mais ampla de clientes e suas necessidades”.

Quais suas expectativas de crescimento no mercado relativo aos serviços?

“O crescimento no mercado relativo aos serviços continuará positivo nos próximos anos, visto que o crescimento da empresa no ano de 2022 foi de 40%. Isso demonstra que estamos no caminho certo e que temos um potencial de crescimento significativo”.

Que propostas de melhoria a empresa tem para expandir e melhorar os serviços?

“Para expandir nossos serviços, estamos considerando a possibilidade de oferecer serviços de fornecimento de insumos para equipamentos geradores e leitores de códigos de barras”.

### Avaliação dos funcionários

Como você avalia a qualidade dos serviços e produtos da empresa?

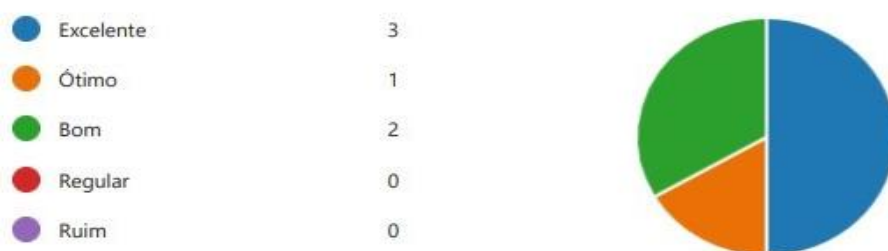


Figura 1: Avaliação da qualidade dos serviços e produtos.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Dos entrevistados, 50 % dos funcionários consideram a qualidade dos serviços e produtos como excelente, 17% avaliam como ótimo e 33% avaliam como bom.

Como você avalia a diversificação dos serviços e produtos?



Figura 2: Avaliação da diversificação dos serviços e produtos.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Entre os 6 funcionários da empresa, 100% funcionários avaliaram a diversificação de

serviços e produtos como excelente, um funcionário considera a diversificação ótima e 2 funcionários consideram regular.

Na sua opinião, quais questões devem ser melhoradas na empresa? Responder até três quesitos.

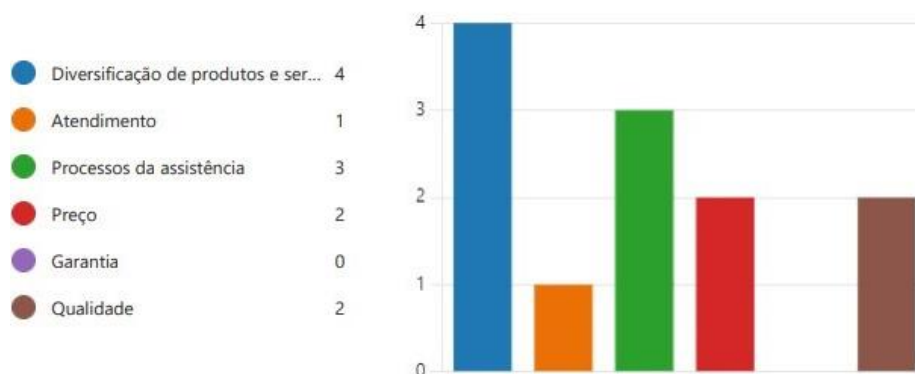


Figura 3: Questões a serem melhoradas.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Entre as questões que os funcionários consideram que devem ser melhoradas dentro da empresa, a diversificação de produtos e serviços lidera com 4 respostas, em segundo, com 3 respostas, os processos utilizados na assistência técnica das máquinas e em terceiro, empatados com 2 respostas cada, os preços realizados e a qualidade dos serviços e produtos.

Como você avalia a experiência de trabalhar nesta empresa?



Figura 4: Avaliação da experiência de trabalhar na empresa.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Na questão de satisfação, 50% dos funcionários afirmaram estar satisfeitos com a experiência de trabalhar na empresa. Nenhum funcionário respondeu que está insatisfeito.

Como você avalia o oferecimento ou incentivo de palestras, cursos ou outros benefícios para o seu desenvolvimento profissional por parte da empresa?



Figura 5: Oferecimento de palestras.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Dos entrevistados, 50% funcionários estão satisfeitos com o oferecimento ou incentivo de palestras, cursos ou outros benefícios para o desenvolvimento profissional por parte da empresa, um está muito satisfeito e dois estão insatisfeitos.

Como você avalia os feedbacks que recebe pela empresa? São produtivos e te ajudam a crescer como profissional?



Figura 6: Avaliação dos feedbacks.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

A figura 6 mostra que 50% dos funcionários avaliaram que estão satisfeitos com os feedbacks recebidos pela empresa, somente 17% avaliaram que estão poucos satisfeitos. Nenhum funcionário está insatisfeito.

Ainda em relação aos feedbacks, como você avalia a frequência em que os recebe?



Figura 7: Frequência dos feedbacks.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Com relação a frequência dos feedbacks recebidos, 66% estão satisfeitos e 33% acham que deveria ter feedbacks com mais frequência.

Em relação a empresa, quais questões poderiam receber atenção para lhe oferecer uma melhor experiência de trabalho? Responder até dois quesitos.



Figura 8: Questões para melhor experiência no trabalho.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Sobre as questões que poderiam receber atenção para existir uma melhor experiência de trabalho, o quesito benefício recebeu 5 respostas e em segundo o horário de funcionamento da empresa com 3 respostas.

## Pesquisa com os clientes

Como você avalia a qualidade dos serviços prestados e dos produtos?



Figura 9: Avaliação da qualidade dos serviços e produtos.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Resultados: Sobre a qualidade dos serviços prestados, 67% dos clientes avaliaram a qualidade dos serviços prestados e dos produtos como excelente, 13% avaliaram como ótimo e 20% como bom.

Como você avalia a qualidade do atendimento?



Figura 10: Avaliação da qualidade dos atendimentos.  
 Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Quanto ao atendimento prestado, 66,7% responderam que é excelente, 6,6% responderam que o atendimento é ótimo e 26,7% responderam que é bom.

Na sua opinião, qual avaliação você faz quanto à diversificação dos serviços e produtos oferecidos?



Figura 11: Avaliação da diversificação dos serviços e produtos.  
 Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Quanto a diversificação dos produtos oferecidos e dos serviços prestados 40% responderam excelente, 40% responderam ótimo. Somente 6,7% responderam ruim.

Na sua opinião, quais questões devem ser melhoradas na empresa? Responder até três quesitos.

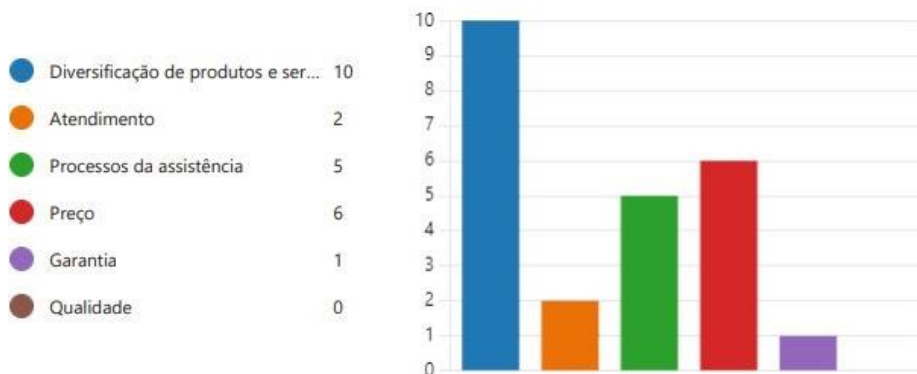


Figura 12: Questões a serem melhoradas.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Quando perguntados sobre quais questões deveriam ser melhoradas na empresa, os entrevistados poderiam escolher até 3 quesitos. O quesito mais indicado foi diversificação dos produtos e serviços com 10 respostas, em segundo foi preço com 6 respostas, e em terceiro, os processos da assistência com 5 respostas. A qualidade do serviço não recebeu nenhuma indicação nessa pergunta.

Na sua avaliação como pode ser considerado o nível de transparência da empresa em relação às informações sobre seus produtos ou serviços?



Figura 13: Avaliação do nível de transparência da empresa.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Sobre o nível de transparência da empresa em relação às informações sobre os produtos e serviços, 60% dos entrevistados julgaram ser excelente, 20% julgaram como ótimo e somente 6,7% julgaram como ruim.

Você já teve algum problema com a prestação de serviço? Caso sim, como foi tratado o seu problema?



Figura 14: Problemas com a prestação de serviço.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Quando perguntados se já tiveram algum tipo de problema com a prestação de serviço, 73,4% responderam que nunca tiveram problemas, 13,4% responderam que tiveram e que foi resolvido rapidamente. Somente 1 entrevistado afirmou que teve problema e que não foi resolvido satisfatoriamente.



Você recomendaria os serviços e produtos desta empresa para outras pessoas?



Figura 15: Avaliação sobre recomendação da empresa.

Fonte: Dados da pesquisa 15/09 a 15/10 de 2023

Os entrevistados foram questionados se recomendariam os serviços e produtos da empresa para outras pessoas. A resposta foi: 12 entrevistados responderam sim, com certeza; 2 responderam que sim, talvez; 1 respondeu que não, com certeza não.

### Análise dos resultados

Os resultados da pesquisa com os clientes mostraram que a satisfação dos clientes é alta, com 100% das avaliações feitas como bom ótimo ou excelente. Os aspectos mais bem avaliados foram a qualidade dos serviços prestados, a transparência na realização do serviço e o atendimento ao cliente.

No entanto, também foram identificados alguns pontos de melhoria. Um dos principais é a necessidade de ampliar o portfólio de serviços oferecidos pela empresa. Atualmente, a empresa oferece serviços de manutenção de impressoras de etiquetas, leitores de códigos de barras, suporte técnico em computadores e a venda desses equipamentos. A ampliação do portfólio poderá atender às necessidades dos clientes de forma mais abrangente, por exemplo, oferecendo serviços de produção de softwares e treinamento dos clientes para utilização dos produtos.

Outro ponto de melhoria é a importância de se investir em treinamentos para os funcionários, a fim de melhorar o atendimento ao cliente. Os resultados da pesquisa mostraram que os clientes estão satisfeitos com o atendimento, mas há oportunidades de melhoria, especialmente em relação à resolução de problemas e à satisfação das expectativas dos clientes.

Na pesquisa com os funcionários, ficou evidenciado a satisfação de trabalhar na empresa, com 50% dos funcionários se dizendo estarem muito satisfeitos e nenhum funcionário insatisfeito.

De acordo com a pesquisa, aproximadamente 83% dos funcionários estão satisfeitos ou muito satisfeitos com a quantidade dos feedbacks recebidos, enquanto 66% afirmam estar satisfeitos com a frequência recebida dos feedbacks.

Os resultados sugerem que a empresa precisa melhorar a frequência e a especificidade dos feedbacks que oferece aos seus funcionários. Isso pode ser feito através de um programa

de feedback estruturado, que inclua feedbacks regulares e específicos de gestores, colegas e clientes.

Um ponto a se destacar é a melhora nos benefícios oferecidos pela empresa e os horários dos funcionários. Esses foram os pontos que mais receberam atenção dos gestores de acordo com os funcionários.

Os benefícios oferecidos pela empresa são uma forma de atrair e reter os colaboradores. Hoje a empresa oferece somente o vale transporte.

O horário de trabalho também é um fator importante para a satisfação dos funcionários. Horário flexível, possibilitando os funcionários conciliarem o trabalho com a vida pessoal, é uma tendência que vem ganhando cada vez mais espaço.

A avaliação feita com o gestor mostra que a empresa tem uma visão estratégica e está sempre investindo em novas tecnologias e processos para se manter competitivos no mercado.

Outro ponto importante é que o gestor entende que existem novas áreas para expansão do seu portfólio de serviços e que esta é um ponto fraco da empresa.

A partir dos resultados das pesquisas, uma síntese das melhorias que foram identificadas são as seguintes:

### **Proposições de melhoria**

Com base no diagnóstico geral, nas avaliações do gestor e dos funcionários e nas pesquisas com os clientes foi possível identificar as proposições de melhoria, conforme segue.

#### **Desenvolvimento de talentos**

O estabelecimento de um programa de treinamento anual obrigatório para todos os colaboradores, incluindo treinamentos técnicos, burocráticos e comportamentais, contribuiria para o desenvolvimento das habilidades e competências dos colaboradores, o que levará a um aumento da produtividade e da qualidade do trabalho.

#### **Comunicação**

Sugere-se definir um plano de comunicação que estabeleça os objetivos e estratégias de divulgação. Isso contribuirá para a melhoria da comunicação interna e externa da empresa, o que levará a um aumento da transparência e da confiança entre os gestores e os colaboradores.

#### **Portfólio de produtos e serviços**

A inserção de novos produtos e serviços que complementem os atuais e a expansão para novos mercados contribuirá para o crescimento da empresa e para a diversificação dos seus negócios.

#### **Parcerias**

A busca de parcerias com outras empresas para oferecer um portfólio mais completo contribuirá para a expansão da empresa, criando novas oportunidades de negócios.

#### Descentralização das decisões

Isso pode ser feito dando mais autonomia às unidades e equipes da empresa, permitindo que se tomem decisões de forma mais rápida e flexível.

#### Planejamento de longo prazo

O planejamento de longo prazo é um suporte importante para viabilizar o crescimento e a expansão da empresa.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A avaliação geral mostrou que a Compuservice apresenta uma boa performance e desempenho. A empresa oferece serviços de qualidade, que atendem às necessidades dos clientes, e é competitiva no mercado. No entanto, algumas melhorias são recomendáveis conforme especificado no item anterior.

Dentre essas questões, destaca-se a importância de a empresa aumentar o portfólio de serviços, para atender a uma demanda cada vez mais diversificada. A flexibilização dos horários também é importante para atender às necessidades dos clientes, que buscam maior flexibilidade e comodidade.

Para a realização das proposições indicadas, é recomendável que a empresa desenvolva um processo de planejamento em curto, médio e longo prazo, com visão estratégica, com o estabelecimento de objetivos e metas visando o aperfeiçoamento gerencial e expansão dos negócios.

O planejamento é um processo contínuo, que deve ser revisto e atualizado periodicamente, de acordo com os resultados e mudanças do mercado.

### REFERÊNCIAS

AURÉLIO, M. B. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. – Brasília : Sebrae, 2016. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/0050ortal%20Sebrae/Anexos/sobrevivenciadas-empresas-no-brasil-102016.pdf>. Acesso em: 20 de maio. 2023.

Barney, J. B., & Hesterly, W. S.. **Administração estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos**. Pearson, São Paulo, 2015.

Carvalho, L. N. G., & Fischmann, A. A.. **Sucessão em empresas familiares e centralização decisória: estudo de caso**. Revista de Administração FACES Journal, 15(2), 7-29, 2016.

Costa, C. M., & Lago, S. M. S.. **Finanças pessoais e empresariais: A importância da separar as finanças pessoais e da empresa**; 2020.

Covey, S. R.. **The 7 Habits of Highly Effective People**. Simon & Schuster, 1989.

Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J.. **Service management: Operations, strategy, information technology** (8th ed.). McGraw-Hill Education, 2013.

Hill, C. W., & Jones, G. R.. **Teoria estratégica: conceitos, debates e práticas**. São Paulo, 2018.

Hitt, M.A.; Ireland, R.D.; Hoskisson, K.R. **Strategic Management: Competitiveness and Globalization**. 10. ed. Boston: Cengage Learning, 2017. p.3

Kotler, P.. **Principles of Marketing**. Pearson, São Paulo, 2010.

Kotler, P., & Keller, K. L.. **Marketing management** (15th ed.). Pearson, São Paulo, 2016.

Larentis, F., & Trevisan, M.. **Planejamento estratégico: Conceitos, metodologia e práticas**. Editora Atlas, São Paulo, 2019.

Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J.. **Safari de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Bookman, Porto Alegre, 2005.

Neto Amado, J.. **Gestão estratégica na pequena empresa**. Atlas, São Paulo, 2003.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L.. **A conceptual model of service quality and its implications for future research**. Journal of Marketing, 49(4), 41-50, 1985.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L.. **SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality**. Journal of Retailing, 64(1), 12-40, 1988.

Sebrae. **Panorama de Empreendedorismo 2016**. Brasília: Sebrae, 2016. P.104 Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/0050ortal%20Sebrae/Anexos/sobrevivenciadas-empresas-no-brasil-102016.pdf>. Acesso em: 20 de maio. 2023.

Silveira, J. M. F., & Müller, A. C.. **Estratégia empresarial: teoria e prática no contexto brasileiro**. Editora Atlas, São Paulo, 2015.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D.. **Services marketing: Integrating customer focus across the firm** (7th ed.). McGraw-Hill Education, 2018.

**RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE**

**ANEXO IV**

**APÊNDICE ao TCC**

**Termo de autorização de publicação de produção acadêmica**

O(A) estudante Victor Marchetto Moreira  
do Curso de Administração, matrícula 20203002305539,  
telefone: (62) 99655-0343 e-mail VIMASMO@GMAIL.COM, na  
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos  
do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o  
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado  
Avaliação Geral da Empresa CompuServe

gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões  
do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado  
(Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG,  
MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a  
título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 09 de dezembro de 2023.

Assinatura do(s) autor(es): Victor Marchetto Moreira

Nome completo do autor: Victor Marchetto Moreira

Assinatura do professor-orientador: Francisco Gomes

Nome completo do professor-orientador: FRANCISCO GOMES