

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC**

**CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO**

**HELLEN INÁCIO RAMOS**

**UM ESTUDO DO GRAU DE SATISFAÇÃO DO ATENDIMENTO PRESTADO PELA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ**

**CRICIÚMA**

**2015**

**HELLEN INÁCIO RAMOS**

**UM ESTUDO DO GRAU DE SATISFAÇÃO DO ATENDIMENTO PRESTADO PELA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ**

Projeto de Relatório de Estágio, apresentado na disciplina Orientação do Projeto de Estágio no curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Ma. Jucélia da Silva Abel

**CRICIÚMA**

**2015**

**HELLEN INÁCIO RAMOS**

**UM ESTUDO DO GRAU DE SATISFAÇÃO DO ATENDIMENTO PRESTADO PELA  
PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ**

Projeto de Relatório de Estágio, apresentado na disciplina Orientação do Projeto de Estágio no curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 23 de Novembro de 2015.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof<sup>a</sup>. Jucélia da Silva Abel – Mestre – (Unesc) – Orientadora

Prof<sup>a</sup>. Maria Cristina Keller Frutuoso –Mestre – (UNESC)

Prof<sup>a</sup>. Nara Cristina Palácios Cechella – Especialista – (UNESC)

**“A vida é uma peça de teatro que não permite ensaios. Por isso, cante, ria, dance, chore e viva intensamente cada momento de sua vida, antes que a cortina se feche e a peça termine sem aplausos”.**

**Charles Chaplin**

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, a Deus, por permitir que eu conseguisse chegar até aqui, realizar mais um sonho, mais um objetivo em minha vida, concluir minha tão esperada graduação.

Agradeço aos meus familiares e especialmente aos meus pais, Celso e Edinéia, pelo incentivo, apoio, compreensão, pelo suporte que me deram durante estes longos anos e por estarem sempre ao meu lado em todos os momentos, acreditando sempre em meu potencial.

Agradeço, também, a todos os professores que estiveram comigo durante a graduação, especialmente à professora Jucélia e à professora Luciane, responsáveis pela realização deste trabalho.

Agradeço a todos os meus amigos e, especialmente, ao Marcelo, pelo incentivo, apoio, ajuda e força que me passa e por acreditar sempre em mim.

Obrigada, meu amigo.

## RESUMO

A satisfação no atendimento é a porta de entrada para qualquer empresa e, aquela que possuir um diferencial – não apenas em seus produtos e serviços, mas na hora de recepcionar e atender ao seu cliente –, gerará a satisfação não apenas pessoal, como também profissional, trazendo como “consequência” novos clientes. O estudo deste tema buscará a importância da realização e satisfação de seus clientes para que uma empresa mantenha a preferência no mercado atual. O objetivo proposto é identificar a satisfação dos clientes da Prefeitura Municipal de Araranguá, em relação ao atendimento prestado por seus funcionários. Para a realização deste objetivo, foi realizado um questionário com 14 perguntas, do qual foram coletadas as informações a serem analisadas para a obtenção dos resultados em relação ao atendimento prestado pela organização.

**Palavras-chave:** Atendimento, Cliente. Satisfação.

## RESUMEN

La satisfacción en el servicio es la puerta de entrada a cualquier empresa y, aquella que tiene un diferencial – no solo en sus productos y servicios, Pero con el tiempo para recibir y atender a su cliente -, generará la satisfacción no sólo personal, como también profesional, trayendo como “consecuencia“ nuevos clientes. El estudio de este tema tratará la importancia del logro y la satisfacción del cliente para la empresa mantenga la preferencia en el mercado actual. El objetivo propuesto es identificar la satisfacción de los cliente de la ayuntamiento Municipal de Araranguá, en relación con el servicio prestado por sus empleados. Para la realización de este objetivo, será realizado un cuestionario con 14 preguntas, donde serán recogidas las informaciones a ser analizado para llegar los resultados en relación con el servicio prestado por la organización.

**Palabras- llave:** Servicio; cliente, satisfacción.

## **ABSTRACT**

The satisfaction in the attendance is the gateway for any company, and the one that hold a differential – not only in its products and services, but at the time to welcome and meet your costumer – will generate the satisfaction not only personal but professional too, bringing new customers as consequence. The study of this subject would seek the importance of realization and satisfaction of its customers to some company keep the preference on the market. The proposed objective is identify the customer satisfaction of the Araranguá city hall in relation to the care provided by their employees. For realization this goal, would be applied a questionnaire with 14 questions, which will be collected the information to be analyzed to obtain the results in relation the care provided by the organization.

**Key – words:** service; customer; satisfaction.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Secretarias.....	26
Figura 2: Sexo .....	27
Figura 3: Idade.....	28
Figura 4: Estado Civil.....	29
Figura 5: Frequência .....	30
Figura 6: Horário.....	31
Figura 7: Tempo de espera.....	32
Figura 8: Resolução do problema.....	33
Figura 9: Simpatia e educação.....	34
Figura 10: Informações.....	35
Figura 11: Localização.....	36
Figura 12: Problemas.....	37
Figura 13: Falhas.....	38

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Número de pessoas atendidas nos setores da P.M.A .....	24
Tabela 2: Secretarias.....	39
Tabela 3: Sexo .....	27
Tabela 4: Idade.....	28
Tabela 5: Estado Civil.....	29
Tabela 6: Frequência .....	30
Tabela 7: Horário.....	31
Tabela 8: Tempo de espera.....	32
Tabela 9: Resolução do problema.....	33
Tabela 10: Simpatia e educação.....	34
Tabela 11: Informações.....	35
Tabela 12: Localização.....	36
Tabela 13: Problemas.....	37
Tabela 14: Falhas.....	38

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
1.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA .....	12
1.2 OBJETIVOS .....	12
<b>1.2.1 Objetivo Geral</b> .....	<b>12</b>
<b>1.2.2 Objetivos Específicos</b> .....	<b>12</b>
1.3 JUSTIFICATIVA .....	12
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>14</b>
2.1 ATENDIMENTO .....	14
2.2 TENDIMENTO TELEFÔNICO .....	14
2.3 TÉCNICAS PARA UM BOM ATENDIMENTO .....	15
2.4 ATENDIMENTO NO SETOR PÚBLICO .....	16
2.5 ATENDIMENTO AO CLIENTE .....	16
2.6 TIPOS DE CLIENTES .....	17
2.7 CONCEITO DE QUALIDADE .....	18
2.8 ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA .....	19
<b>3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA</b> .....	<b>20</b>
3.1 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE PESQUISA .....	20
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	<b>22</b>
4.1 TIPOS DE PESQUISA .....	22
4.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA .....	24
<b>4.2.1 População</b> .....	<b>24</b>
<b>4.2.2 Análise estatística</b> .....	<b>24</b>
4.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	25
4.4 PROCESSO DE COLETA DE DADOS .....	25
<b>5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS</b> .....	<b>26</b>
<b>6. CONCLUSÃO</b> .....	<b>40</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>41</b>
<b>APÊNDICE(S)</b> .....	<b>42</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem por objetivo apresentar, ressaltar e demonstrar a real importância de um bom atendimento ao público. Toda e qualquer organização deve manter seus ideais voltados aos clientes, pois uma empresa só se mantém no mercado se seus serviços e produtos alcançarem não apenas as vontades, como também as expectativas, seja de consumidores ou de contribuintes.

O cliente deve ser o foco, o objetivo principal a ser alcançado em uma organização, pois quanto mais clientes sua empresa conquistar, maior e melhor será seu desempenho e reconhecimento, não apenas no mercado, mas aos olhos daqueles que buscam um referencial tanto profissional como organizacional.

No primeiro capítulo, serão apresentados o tema, a delimitação do problema, os objetivos: geral e específicos e a justificativa.

O segundo capítulo contém a fundamentação teórica, apresentando os conceitos de um bom atendimento ao público e os fatores que auxiliarão para o alcance deste objetivo.

Já no terceiro capítulo, encontram-se a caracterização da empresa, as secretarias – que têm por finalidade atender às necessidades de seus clientes – e as atividades desenvolvidas pela estagiária.

No quarto capítulo, encontra-se a metodologia, especificando os métodos utilizados nesta pesquisa.

No quinto capítulo contém a apresentação e análise dos dados, e no sexto e último capítulo, encontra-se a conclusão deste relatório.

## 1.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA

O atendimento é a porta de entrada de qualquer empresa que, quando procurada, deve prestar serviço de qualidade e com a organização necessária para o contentamento de seus clientes.

Quando procurada, a organização deve promover com primazia os interesses e as exigências da sociedade. A necessidade de um bom atendimento no setor público é relevante, devido ao fato de que a cada ano que se passa os clientes estão se tornando cada vez mais exigentes e conhecedor de seus direitos. As falhas existentes no processo de atendimento ao cliente, principalmente nos setores públicos, são alvos de muita reclamação e insatisfação nos dias atuais.

Pelos motivos acima mencionados, e que levaram a esta pesquisa, é importante saber: Qual o grau de satisfação dos clientes em relação ao atendimento prestado pela Prefeitura Municipal de Araranguá?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o grau de satisfação do atendimento prestado na Prefeitura Municipal de Araranguá.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- Levantar os setores que prestam serviços ao cliente;
- Identificar o perfil dos clientes;
- Verificar o grau de satisfação no atendimento;
- Analisar o grau de satisfação.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

A realização deste trabalho justifica-se pela importância de conhecer o que os clientes da Prefeitura Municipal de Araranguá pensam em relação ao atendimento prestado pela organização.

Os municípios têm como obrigação buscar a satisfação de seus clientes com os serviços prestados e oferecidos em sua gestão. Este trabalho, portanto, visa apresentar para a organização, a importância do bom atendimento.

O desenvolvimento deste trabalho será de grande importância, não apenas para os clientes, como também, para toda a organização, pois ajudará a identificar os pontos a serem melhorados no atendimento da prefeitura municipal em questão.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 ATENDIMENTO

O atendimento ao público é a porta de entrada para qualquer empresa, pois é através dela que o cliente passa a avaliar a qualificação não apenas empresarial como também profissional.

O atendimento é uma das funções que exige muito, não apenas do funcionário que atende, mas de toda a organização, desde o simples empregado até o executivo. Significa muito mais que retribuir sorrisos ou ouvir reclamações, pois é através dos funcionários que o cliente avaliará o desempenho e a qualidade dos serviços prestados e oferecidos pela empresa, ou seja, se o atendimento e o serviço oferecidos por ela forem satisfatórios, seus clientes poderão classificá-la como boa (GERSON, 2001).

O atendimento ao público não é apenas fazer produtos de qualidade, mas sim, vender os produtos com a qualidade e a excelência capazes de cativá-los e mantê-los fiéis a sua empresa (GERSON, 2001).

O mercado está cada vez mais competitivo, a concorrência maior e os clientes cada vez mais exigentes, por isso, um produto bem feito e com preço bom é essencial para adquirir a clientela. No entanto, um produto que é produzido com qualidade, com preço ótimo e com um excelente atendimento empresarial é um referencial essencial para que uma empresa se destaque diante da concorrência (ALMEIDA 2001).

Os clientes estão em todos os lugares procurando sempre por novidades, por produtos diferenciados e diversificados, por empresas que os valorizem que reconheçam sua real importância, mantendo-os sempre como o foco principal.

### 2.2 ATENDIMENTO TELEFÔNICO

O atendimento telefônico tem como objetivo transmitir uma ideia de eficácia, profissionalismo, organização, podendo ser considerada uma das ferramentas mais utilizadas nas empresas.

A comunicação por telefone, na maioria das vezes, é o primeiro contato que o cliente tem com a empresa. Por isso, é necessário prestar atenção no modo

como atender e agir ao telefone, pois a primeira impressão é a que fica guardada para o cliente (SCHUMACHER, 2013).

Por mais estranho que pareça, um telefonema requer mais concentração que uma conversa ao vivo. Por telefone, a expressão facial e a linguagem corporal se perdem. Precisa-se utilizar de uma sensibilidade para interpretar o tom de voz e as sutilezas do que está sendo dito (SCHUMACHER, 2013, p. 121).

O bom atendimento telefônico é prestado por pessoas que se responsabilizam em atender aos clientes da maneira mais educada e correta possível, tendo sempre em mente que o sucesso de uma boa empresa depende deste atendimento, pois, se os serviços prestados não forem de qualidade, os clientes não retornarão mais a procurar a empresa (FINCH 1999).

### 2.3 TÉCNICAS PARA UM BOM ATENDIMENTO

O atendimento está inteiramente ligado aos serviços que são prestados na empresa, visando sempre atender às necessidades e às expectativas de seus clientes da maneira mais satisfatória possível.

Os requisitos básicos para um bom atendimento, segundo Almeida (2001):

- Mantenha uma apresentação impecável, nunca descuide de aparência;
- Mantenha sempre a postura, cabeça erguida e a coluna reta;
- Sorria naturalmente, que seja espontâneo e não forçado;
- Tenha sensibilidade ao atender o cliente, coloque-se em seu lugar;
- Esteja sempre atento ao ouvir o cliente;
- Seja educado, gentil e atencioso com os clientes;
- Esteja sempre disposto a resolver o problema do cliente como se fosse o seu;
- Resolva os problemas na hora, não deixe nada para o outro dia;
- Efetue seu serviço sem agitação;
- Fale sempre a verdade, seja transparente;
- Comunique-se corretamente, sem a utilização de gírias, saiba ouvir e compreender a mensagem que o cliente está lhe passando;
- Seja claro e objetivo na hora de atender o cliente;



- Mantenha-se sempre compromissado como cliente.

Uma empresa nunca deve dizer que seus clientes são definitivos, pois, eles podem pular rapidamente para a concorrência se os serviços de atendimento não forem prestados com qualidade. É importante ficar sempre um passo à frente dos concorrentes para que possa manter a clientela, fazer o que for preciso para poder satisfazê-los, pois, a única maneira de ganhar a preferência com o próprio negócio é manter os clientes sempre satisfeitos (GERSON, 2001).

## 2.4 ATENDIMENTO NO SETOR PÚBLICO

O desenvolvimento tecnológico e cultural, juntamente com a globalização, trouxe como consequência a competição cada vez mais disputada entre as organizações que buscam eficiência e qualidade nos produtos e serviços oferecidos, tanto nas empresas privadas, como nas empresas públicas.

A cada ano que passa, os clientes estão se tornando cada vez mais exigentes, buscam cada vez mais a excelência nos serviços prestados nos setores públicos, ou seja, estão a cada dia conhecendo mais os seus direitos, surgindo assim, a necessidade de respeitar e entender o que cada um deseja e, assim, buscar satisfazê-los dentro dos padrões da organização. No Brasil, o atendimento dos serviços público é considerado insatisfatório e insuficiente, o setor público tem como desafio melhorar a qualidade de seu atendimento e serviços de modo que aumente a satisfação de seus contribuintes, a relação que estes clientes fazem com a empresa passa a ser o foco de preocupação, melhorias e esforços tanto profissional como organizacional, por isso, é importante que as empresas públicas estejam comprometidas com seus contribuintes, com o bom atendimento, buscando sempre a satisfação e a realização das necessidades dos seus cidadãos (CORRIJO, 2015).

## 2.5 ATENDIMENTO AO CLIENTE

O atendimento ao cliente envolve toda e qualquer pessoa que venha até à empresa em busca de serviços oferecidos ou apenas para pedir informações. Sendo assim, todos os que entrarem em contato com a empresa, de forma direta ou indireta, são considerados funcionários que se enquadram na função de atendentes.

Grande parte das empresas não entende, ou simplesmente ignora, quando um cliente se queixa de seus produtos ou de seus serviços. Não compreende que uma reclamação é relevante, e é tão importante quanto não receber nenhuma queixa, pois, quando o serviço ou o atendimento não for o esperado, as pessoas geralmente não voltam mais ao local, e acabam formando uma imagem e opinião desagradável, não somente para elas próprias, mas a outros possíveis clientes (SCHUMACHER 2013).

Os 10 mandamentos básicos para a excelência no atendimento e a manutenção de clientes são:

- 1) O cliente é a pessoa mais importante da empresa;
- 2) O cliente não depende de você – você trabalha para ele;
- 3) O cliente nunca interrompe seu trabalho. O cliente é a única razão de seu trabalho;
- 4) O cliente está lhe fazendo um favor ao telefonar ou visitar suas instalações. Você fazendo favor algum ao cliente ao atendê-lo;
- 5) O cliente é parte do negócio como qualquer outra coisa. Incluindo funcionários, inventários e instalações;
- 6) O cliente não é parte de uma fria estatística. O cliente é uma pessoa.
- 7) O cliente não é alguém com quem se deva discutir ou entrar em confronto;
- 8) Sua tarefa é satisfazer necessidades, desejos e expectativas de seus clientes e sempre que possível solucionar seus temores e reclamações;
- 9) O cliente merece melhor atenção, cortesia e tratamento profissional que você puder dispensar;
- 10) O cliente é a artéria vital de seus negócios. Lembre-se sempre que sem clientes você não tem negócios. Você trabalha para os clientes.

É sempre importante aceitar uma opinião, pois uma empresa só sobreviverá no mercado se seus produtos e serviços oferecidos forem da vontade ou do desejo do consumidor. Ou seja, se o conceito do consumidor for bom em relação à empresa, o cliente logo sairá satisfeito e, provavelmente, retornará a procurar os produtos ou os serviços por ela oferecidos.

## 2.6 TIPOS DE CLIENTES

Segundo Rabaglio (2010), para um atendimento bem sucedido, é importante ter a percepção de que tipo de cliente está atendendo, buscando sempre a melhor maneira para se comunicar, usando como ferramenta de auxílio as principais características do cliente.

Os clientes podem ser classificados como:

- Emotivo: são aquelas pessoas muito sensíveis carentes emocionalmente, sentimentais, que tentam envolver e tomar muito tempo de quem está atendendo;
- Racional: São aquelas pessoas que argumentam com critérios fortemente racionais, dados da realidade, objetividade, apresentam fatos, detalhes;
- Falador: Fala demais e se perde nos assuntos, é prolixo e vai procurar obter o máximo de atenção e do tempo de quem o atende;
- Calado: São pessoas mais introvertidas, com dificuldades de comunicação e expressão verbal, que têm medo de expor, apenas resmungam e falam monossílabos;
- Inovador: Este cliente, é aquele que acredita que o atendente tem obrigação de saber tudo e fornecer informações a respeito de coisas que nada tem a ver com o atendimento que fornece, esperando encontrar sempre uma fonte de novidades;
- Formal: São pessoas muito presas a formalidades, etiquetas, com fortes preconceitos morais (RABAGLIO, 2010, p. 1).

## 2.7 CONCEITO DE QUALIDADE

Para identificar e entender o conceito de qualidade, é preciso que as pessoas, inicialmente, acreditem que ela seja fundamental dentro dos padrões de qualquer organização. A qualidade de um bom atendimento é uma das bases fundamentais para se garantir a permanência e a preferência dos clientes com a empresa.

Qualidade é tudo o que se faz ao longo de um processo para garantir que seu cliente obtenha exatamente aquilo que deseja. A qualificação, tanto profissional quanto empresarial, não é gerada de um dia para o outro, mas sim, gerada através de anos de pesquisa, de estudos sobre os diversos gostos e perfil dos clientes (ARAÚJO, 1997).

A qualidade dos serviços é medida através da percepção e da satisfação dos seus clientes; quando um atendimento não é bem feito, gera a insatisfação e a insuficiência por parte dos clientes. Uma dica ou um conselho são sempre bem-vindos àqueles que buscam prestar serviços com suficiência profissional, ou seja, muitos receberão conselhos, mas somente os sábios aproveitarão (ARAÚJO, 1997).

A avaliação que o cliente faz durante o processo de atendimento é realizada através da comparação entre o atendimento esperado e o recebido, ou seja, os clientes baseiam-se em suas expectativas para avaliar a qualidade do atendimento e do serviço prestado pelo servidor.

## 2.8 ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

A Administração é planejar, organizar, controlar, dirigir o uso de recursos a fim de alcançar os seus objetivos.

A organização pública deve promover os interesses públicos com primazia e qualificação da equipe que terá às mãos, equipamentos adequados para utilizar e desenvolver as tarefas públicas com agilidade e competência (CORRIJO, 2015).

Administração é uma ciência que, por meio de suas técnicas, permite planejar, organizar, dirigir, coordenar e controlar os recursos visando atingir aos objetivos propostos. Sendo a administração pública uma ramificação da administração, utiliza-se de suas técnicas, porém de uma forma mais adequada às suas peculiaridades (BACHTOLD, 2008, p. 35).

A administração pública é a organização, o planejamento, direção e controle dos serviços prestados dentro das conformidades morais e legais, visando ao bem comum de toda a sociedade (BACHTOLD, 2008).

O comportamento dos indivíduos dentro das organizações assim como o comportamento das próprias organizações, independente de qual seja são muito semelhantes, pois os interesses básicos da administração são os mesmos, sendo ela uma empresa pública ou privada. Isto é, em ambos os casos, o administrador terá que lidar com questões de poder, autoridade, comunicação e assim por diante (DOS PASSOS, 2015).

### 3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A Prefeitura Municipal de Araranguá existe há 127 anos, com data de emancipação política e administrativa a partir de 03 de abril de 1880. No início, o gabinete do prefeito municipal funcionou onde atualmente localiza-se a biblioteca pública, situada no centro da Praça Hercílio Luz.

Por volta do ano de 1920, o prédio da Prefeitura Municipal passou a funcionar em um casarão, localizado na Avenida Sete de Setembro, ao lado da igreja Nossa Senhora Mãe dos Homens, que foi demolido na década de 80.

Em setembro de 1976, durante a gestão do prefeito Lino Jovelino Costa, inaugurou-se o novo prédio da Prefeitura Municipal, na Rua Dr. Virgulino de Queiroz, nº200, onde está localizada até hoje.

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE PESQUISA

A pesquisa está sendo realizada na Prefeitura Municipal de Araranguá, Região Sul de Santa Catarina, no Município de Araranguá.

**Prefeito:** Sandro Roberto Maciel

**Vice-prefeito:** Rodrigo da Silva Turatti

**Rua:** Dr. Virgulino de Queiroz, 200

**Telefone:** (48) 3521-0900

**E-mail:** ararangua.sc.gov.br

Atualmente, a Prefeitura Municipal de Araranguá possui a seguinte estrutura organizacional de atendimento aos clientes:

- Secretaria Municipal de Administração;
- Secretaria Municipal de Finanças;
- Secretaria Municipal de Obras;
- Secretaria Municipal de Agricultura;
- Secretaria Municipal de Educação, Cultura e Esportes;
- Secretaria Municipal de Saúde;
- Secretaria Municipal do Bem-Estar Social e Habitação.

Dentre as atribuições da estagiária, estavam:

- a) Atender ao público e ao telefone;

- b) Auxiliar na organização de arquivos;
- c) Receber, liquidar e fazer o encaminhamento das notas fiscais;
- d) Auxiliar nos processos de licitação.

## 4 METODOLOGIA

Neste capítulo, serão apresentados os processos metodológicos utilizados na pesquisa com os clientes da Prefeitura Municipal de Araranguá, com objetivo de identificar os métodos que serão utilizados para o alcance do objetivo da pesquisa.

A metodologia pode ser entendida como a ciência e a arte do como desencadear ações de forma a atingir os objetivos propostos para as ações que devem ser definidas com pertinência, objetividade e fidedignidade. (VIANNA, 2001, p. 95).

Este capítulo tem como objetivo demonstrar a metodologia que foi utilizada para a conclusão dos dados de pesquisa, onde e como foi desenvolvida.

### 4.1 TIPOS DE PESQUISA

A pesquisa tem como objetivo apresentar soluções para seu problema, através do processo científico.

A pesquisa é uma atividade voltada para a investigação de problemas teóricos ou práticos por meio do emprego de processos científicos. Ela parte, pois de uma dúvida ou problema e, com o uso do método científico, busca uma proposta ou solução. (CERVO, 2007, p. 57)

Para a realização de uma pesquisa, existe um processo, uma série de conhecimentos, tanto teóricos como práticos, os quais devem ser utilizados, pois é através destes conhecimentos adquiridos que se alcançarão as respostas e os resultados para as questões e perguntas elaboradas. Toda pesquisa deve ser constituída nos padrões da metodologia científica.

A natureza desta pesquisa foi de forma aplicada, pois teve como objetivo utilizar os resultados obtidos através dos estudos para gerar o conhecimento necessário, a fim de melhorar o atendimento e satisfazer seus clientes. Segundo Vianna (2001 p. 119), “É uma pesquisa com fins práticos, de aplicação geralmente imediata dos resultados obtidos para a resolução de problemas da realidade”.

A abordagem quantitativa porque se expressar-se-á em números as respostas, opiniões, informações os dados que posteriormente serão classificados e analisados.

Neste tipo de trabalho científico você deverá envolver dados numéricos, trabalhados através de procedimentos estatísticos variados e adequados a cada situação específica. Trabalhará com propostas de investigação detalhadas nos objetivos e procedimentos de pesquisa, hipóteses, variáveis, significância estatística, plano estruturado e detalhado dos procedimentos de trabalho, contagens, medidas. (VIANNA 2001, p. 122)

Os objetivos descritivos pelo fato de que serão explicadas as características dos contribuintes, a relação entre as variáveis, utilizando técnicas como o questionário.

Este tipo de pesquisa deverá prever estudo detalhado de uma determinada situação-problema ou fato, para elencar e relacionar as variáveis que interferem em suas relações, sem manipulá-las ou sobre elas emitir juízos de valor. (...) deverá utilizar técnicas padronizadas como questionários, entrevistas, observações sistemática e outras, que possibilitem uma efetiva coleta dos dados necessários à descrição. (VIANNA, 2001, p. 131)

Os métodos de pesquisa utilizados, bibliográficos e de levantamento.

As pesquisas bibliográficas são feitas através do levantamento de referências teóricas já analisadas, estudadas e publicadas em revistas, *websites*, livros e etc.

Pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas em artigos, livros, dissertações e teses. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva e experimental. Em ambos os casos, busca-se conhecer e analisar as contribuições culturais ou específicas do passado sobre determinado assunto, tema ou problema. (CERVO, 2007, p. 60)

As pesquisas de levantamento são utilizadas quando envolvem uma interrogação em que se deseja conhecer o comportamento de um grupo. Pode ser feita ao se coletar informações, as quais são passíveis de análise e, assim, possíveis de se chegar a algumas conclusões.



## 4.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Serão apresentados neste capítulo, os métodos e a análise da população que servirá para o apanhamento dos dados da pesquisa a ser desenvolvida.

### 4.2.1 População

A população a ser estudada não se refere a todos os habitantes do município de Araranguá, mas sim, em relação aos 45.518 eleitores. Isso se deve ao fato de que nem todos os habitantes procuram os serviços da organização. Sendo assim, a amostra não será de 100% da população, mas sim, da quantidade de cidadãos que procuram, diariamente, os setores envolvidos na pesquisa (Tabela 1), os quais somam 256 clientes, sendo a margem de erro de 5%.

Tabela 1 – Número de pessoas atendidas nos setores da PMA

Setor	Nº de Pessoas Atendidas por dia	%	n
Secretaria da Saúde	150	21,1	54
Secretaria da Educação	40	5,6	14
Secretaria do Bem-estar social	30	4,2	11
Secretaria de Obras	50	7,0	18
Secretaria do Interior	30	4,2	11
Secretaria de Administração	410	57,7	148
Total	710	100,0	256

Fonte: da autora (2015).

### 4.2.2 Análise estatística

A análise estatística será realizada com o auxílio do *software IBM Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*, versão 22.0. O nível de significância adotado será  $\alpha = 0,05$  e o intervalo de confiança de 95%.

As variáveis quantitativas serão expressas por meio de médias e desvio de padrão ou mediana e amplitude interquartil. As variáveis quantitativas serão apresentadas em frequências e porcentagens. As variáveis quantitativas serão investigadas quanto à normalidade de sua distribuição por meio do teste Shapirowilk.

A investigação da diferença entre as proporções das variáveis qualitativas encontradas em relação ao atendimento aos clientes será realizada por meio do teste qui-quadrado de Pearson.

A comparação da média de gênero, idade e estado civil entre os eleitores será realizada por meio do teste t de *student* para amostras independentes, precedido dos testes de Shapiro-Wilk e Levene.

#### 4.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Foi utilizado um questionário com perguntas relacionadas ao atendimento prestado na prefeitura Municipal de Araranguá, totalizando 14 perguntas fechadas e 1 aberta, com intuito de identificar os clientes e avaliar o grau de satisfação dos mesmos e, responder, assim, aos objetivos da pesquisa.

#### 4.4 PROCESSO DE COLETA DE DADOS

O processo de coleta de dados foi aplicado no mês de agosto de 2015. A pesquisa deu-se por contato pessoal, realizada através dos questionários que foram respondidos pelos colaboradores da Prefeitura Municipal de Araranguá.

## 5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

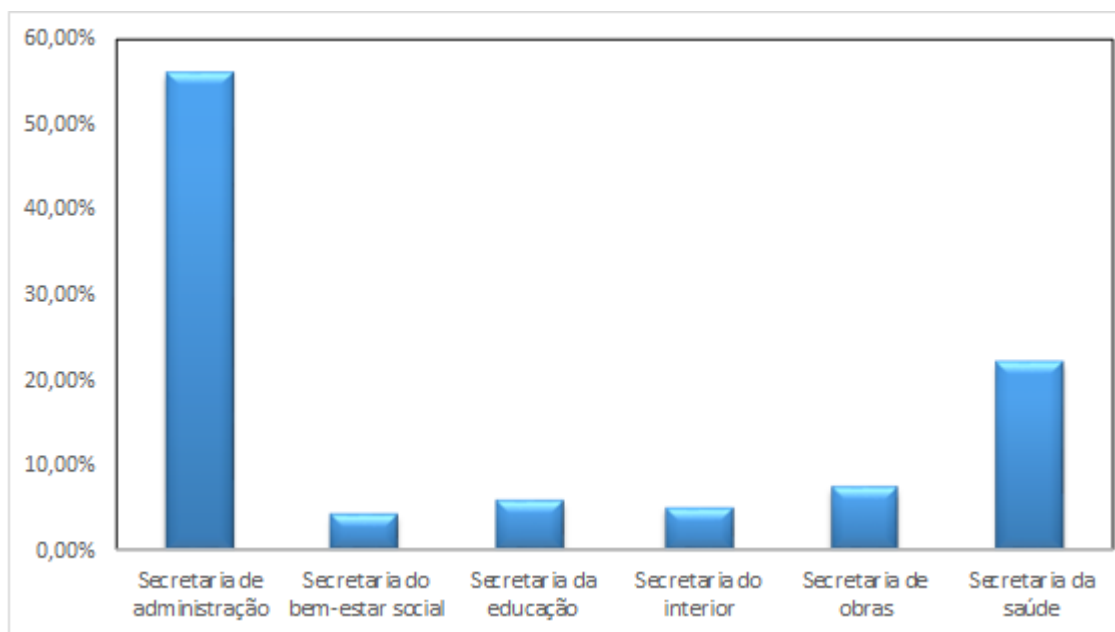
Neste capítulo, serão apresentados os dados colhidos pela pesquisadora, por meio de um questionário aplicado, seguindo com a análise do mesmo, para melhor compreensão e entendimento da proposta.

### 5.1 SECRETARIAS DE ATENDIMENTO

Tabela 2 – Secretarias

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
Secretaria de Administração	138	56,1 %
Secretaria do Bem-Estar Social	10	4,1 %
Secretaria de Educação	14	5,7 %
Secretaria do Interior	12	4,9 %
Secretaria de Obras	18	7,3 %
Secretaria da Saúde	54	22 %
Total	246	100 %

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

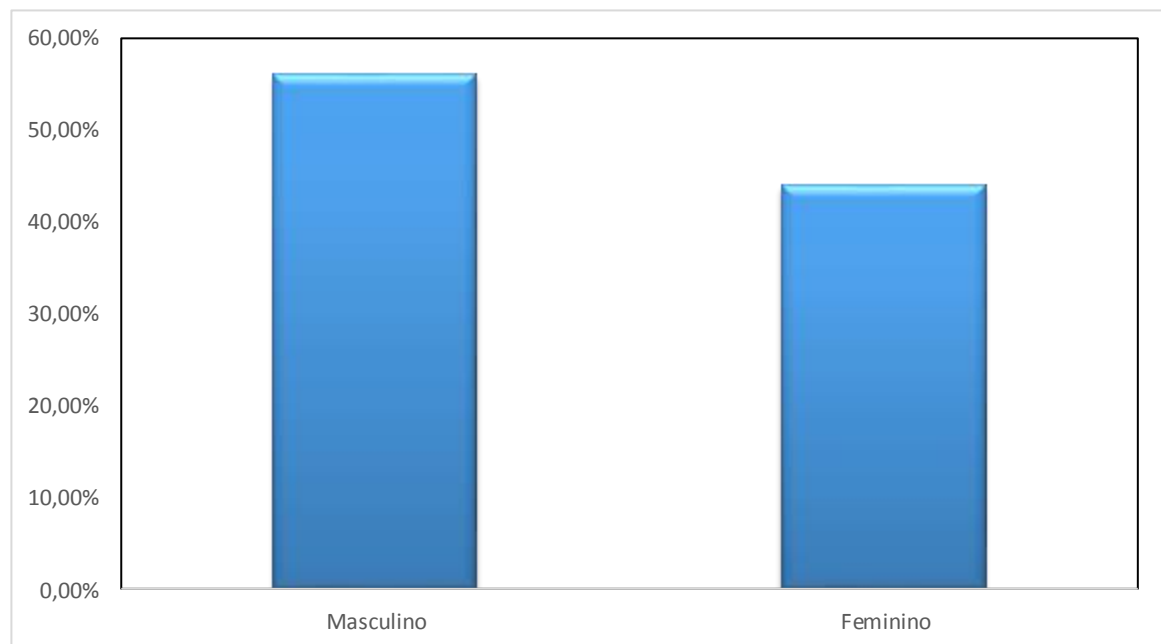
Segundo o gráfico, 56,1% das pesquisas foram realizadas na Secretaria de Administração; 4,1% na Secretaria do Bem-Estar Social; 5,7% na Secretaria da Educação; 4,9% na Secretaria do Interior; 7,3% na Secretaria de Obras e 22% na Secretaria da Saúde.

## 5.2 PERFIL

Tabela 3 – Sexo

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
Masculino	138	56,1%
Feminino	108	43,9%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



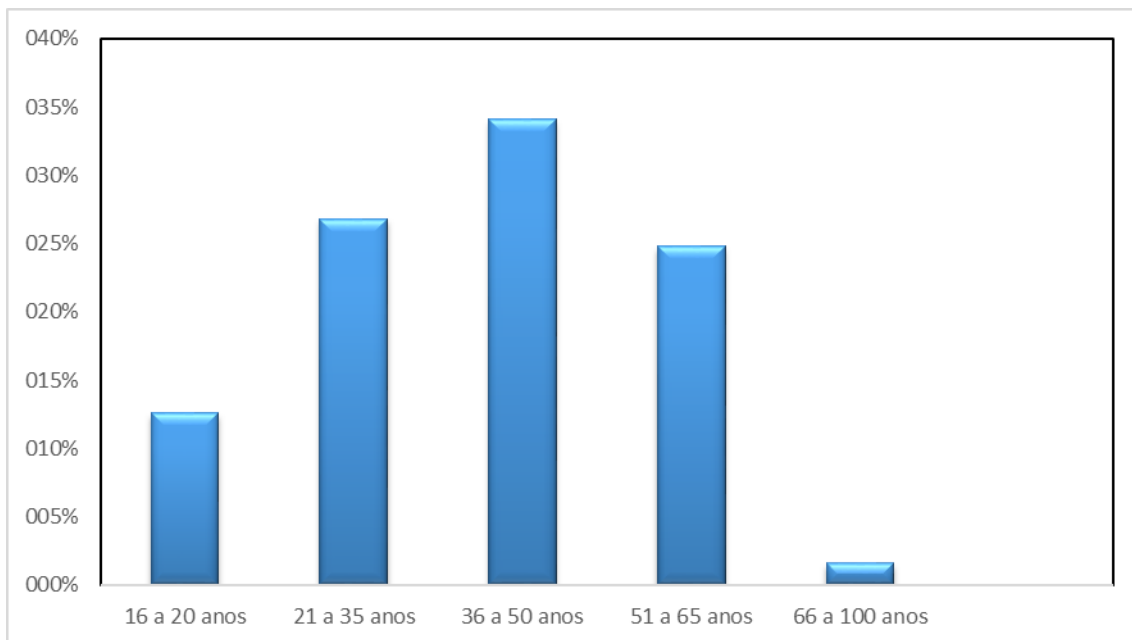
Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

De acordo com o gráfico, dos 246 clientes entrevistados, pode-se observar que 56,1% são do sexo masculino e 43,9% do sexo feminino. Portanto, a frequência masculina é maior que a feminina.

Tabela 4 – Idade

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
16 a 20 anos	31	12,6%
21 a 35 anos	66	26,8%
36 a 50 anos	84	34,1%
51 a 65 anos	61	24,8%
Acima de 66 anos	4	1,6%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



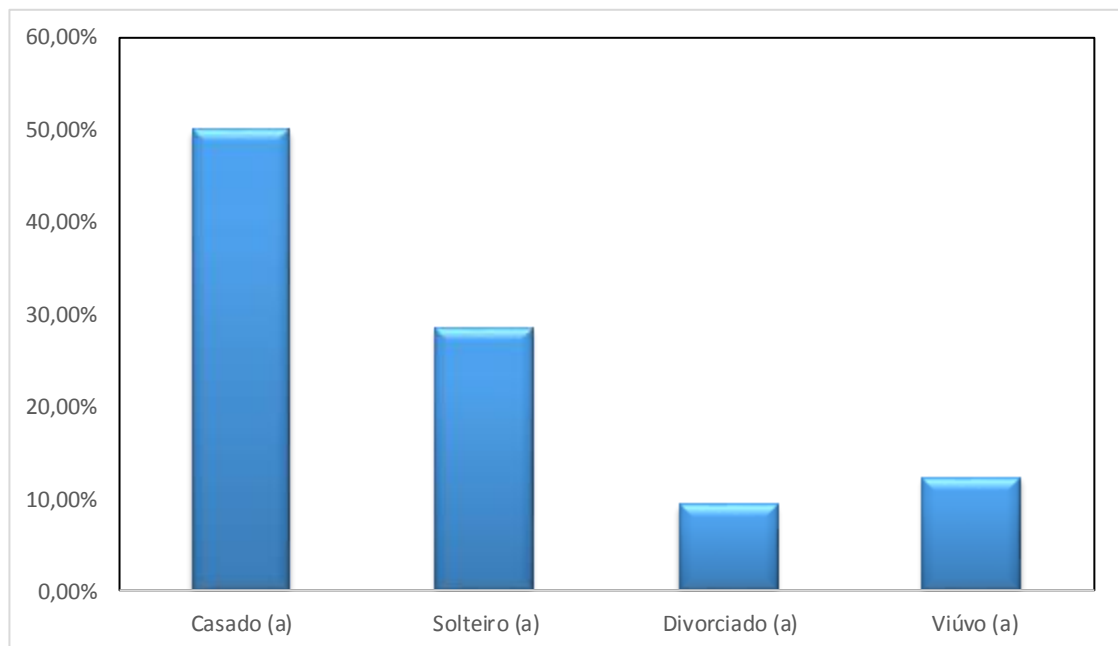
Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

Segundo o gráfico, observa-se que 34,1% dos clientes têm idade entre 36 a 50 anos; seguido de 26,8% com idade entre 21 a 35 anos. Com idade entre 51 a 65 anos, chegou a 24,8% entre os entrevistados, seguidos de 12,6% entre 16 a 20 anos e 1,6% com idade acima de 66 anos. Por estes dados, é possível afirmar que o público é mais maduro, ou seja, não é tão jovem nem tão idoso.

Tabela 5 – Estado civil

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
Casado (a)	123	50%
Solteiro (a)	70	28,5%
Divorciado (a)	23	9,3%
Viúvo (a)	30	12,2%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

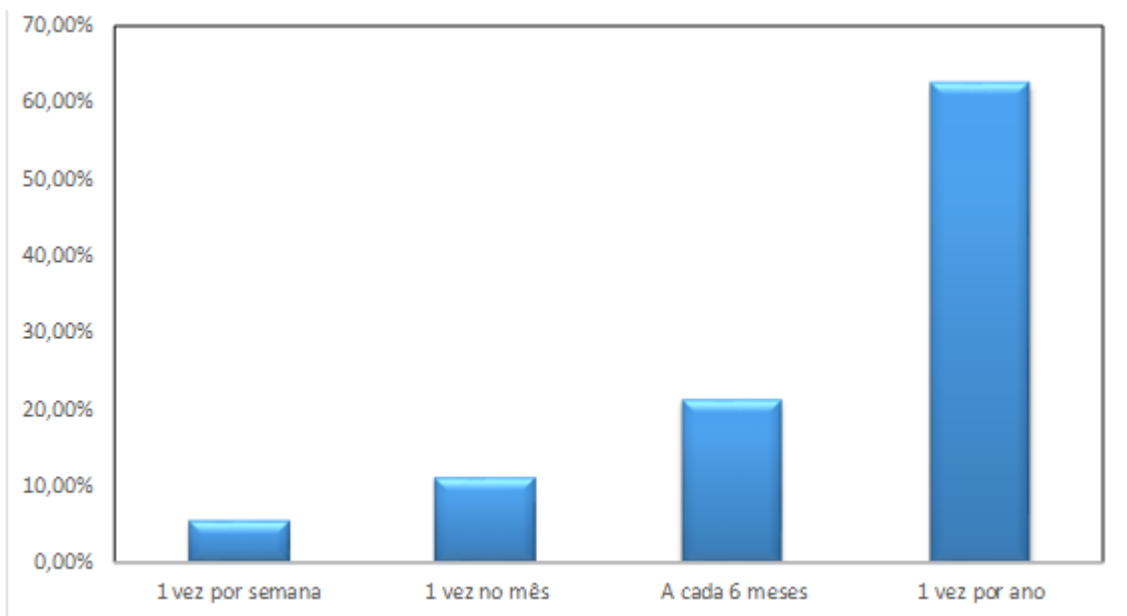
Com base no gráfico, em relação ao estado civil, pode-se observar que 50% dos clientes são casados (as); 28,5% são solteiros (as); 12,2% são viúvos (as) e apenas 9,3% são divorciados (as).

### 5.3 FREQUÊNCIA DE BUSCA PELOS SERVIÇOS DA PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ

Tabela 6 – Frequência

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
1 Vez por semana	13	5,3%
1 Vez no mês	27	11%
A cada 6 meses	52	21,1%
1 Vez por ano	154	62,6%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



Fonte: dados elaborados pela pesquisadora (2015).

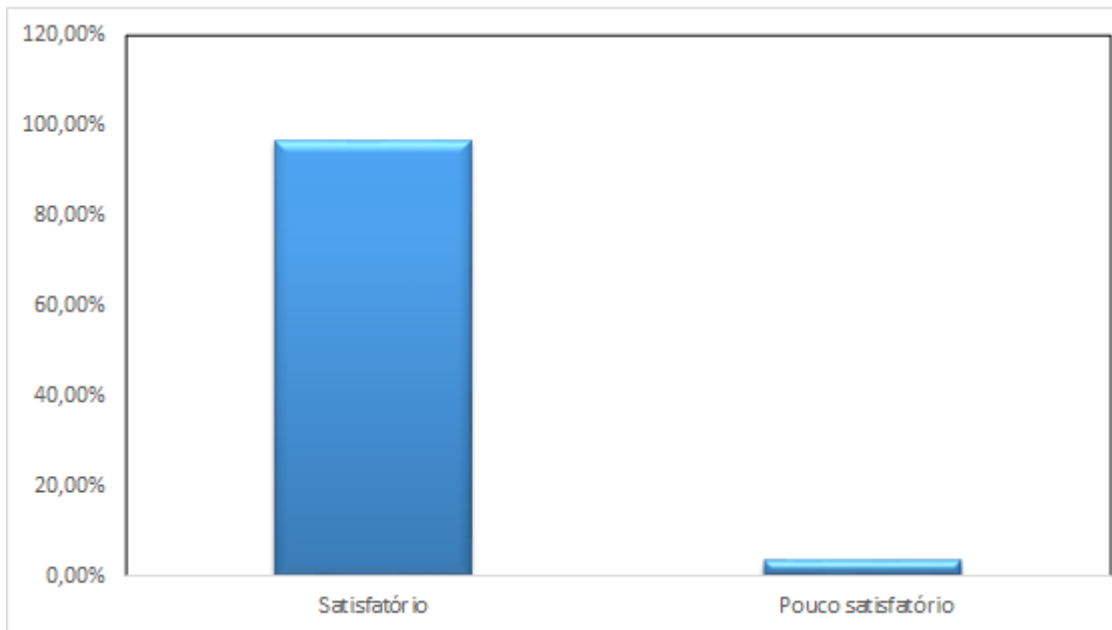
Segundo os dados da Tabela 5, apresentados no gráfico acima, em relação à busca por serviços na Prefeitura Municipal de Araranguá, foi possível observar que 62,6% dos clientes vão até ela apenas 1 vez por ano; 21,1% vão a cada 6 meses; 11% vai 1 vez por mês e apenas 5,3% 1 vez por semana. Estes dados mostram, portanto, que as pessoas pouco procuram pelos serviços, portanto, quando o fazem, precisam de um atendimento qualificado, que sane suas dúvidas e necessidades.

## 5.4 HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Tabela 7 – Horário

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
Satisfatório	238	96,7%
Pouco satisfatório	6	3,3%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

Conforme o gráfico, pode-se observar quase todos os entrevistados têm uma visão positiva quanto ao horário de atendimento. Um total de 96,7% dos clientes classificaram o horário de atendimento da Prefeitura como satisfatório e apenas 3,3% classificaram como pouco satisfatório.

O horário de atendimento da Prefeitura em questão foi classificado como satisfatório devido ao fato de ser em horário comercial, e também alguns setores serem abertos no horário de almoço, onde é feito o revezamento entre os funcionários.

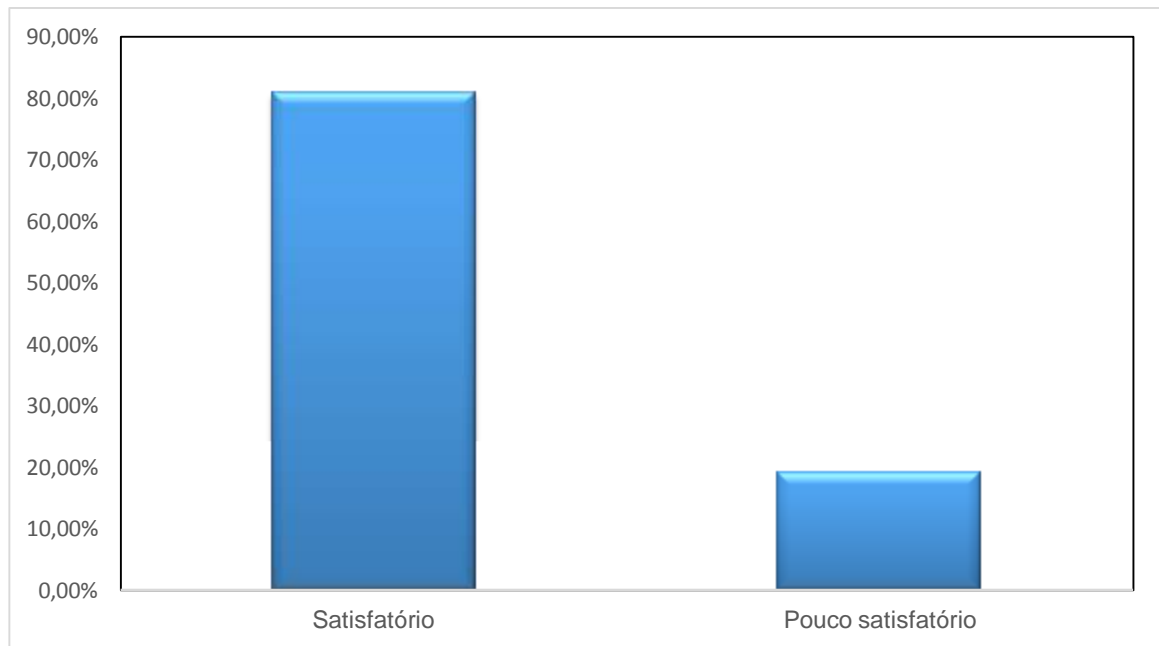


## 5.5 TEMPO DE ESPERA PARA SER ATENDIDO

Tabela 8 – Tempo de espera

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
Satisfatório	199	80,9%
Pouco satisfatório	47	19,1%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

Com base no gráfico, observa-se que o tempo de espera para ser atendido foi avaliado por 80,9% dos clientes como satisfatório e apenas 19,1% como pouco satisfatório.

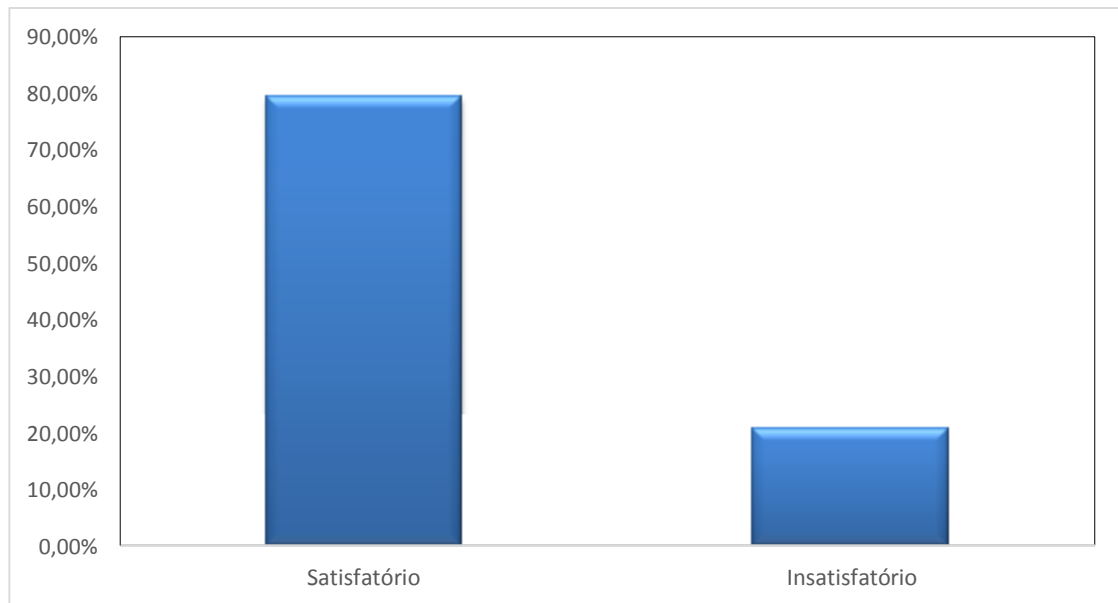
De acordo com os dados, pode-se observar que grande parte dos contribuintes está satisfeito com o tempo de espera que levam para ser atendidos, mas existe ainda muito o que melhorar, a fim de que o município possa, assim, conquistar a satisfação de todos os seus clientes.

## 5.6 INTERESSE DO FUNCIONÁRIO EM RESOLVER SEU PROBLEMA

Tabela 9 – Resolução do problema

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCETUAL
Satisfatório	195	79,3%
Insatisfatório	51	20,7%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

De acordo com o gráfico, pode-se observar que 79,3% dos clientes classificaram a dedicação e o interesse do funcionário como satisfatório e 20,7% como insatisfatório.

Segundo a pesquisa realizada, mais que metade dos pesquisados constataram que os funcionários demonstram interesse ao atender e resolver o problema dos clientes.

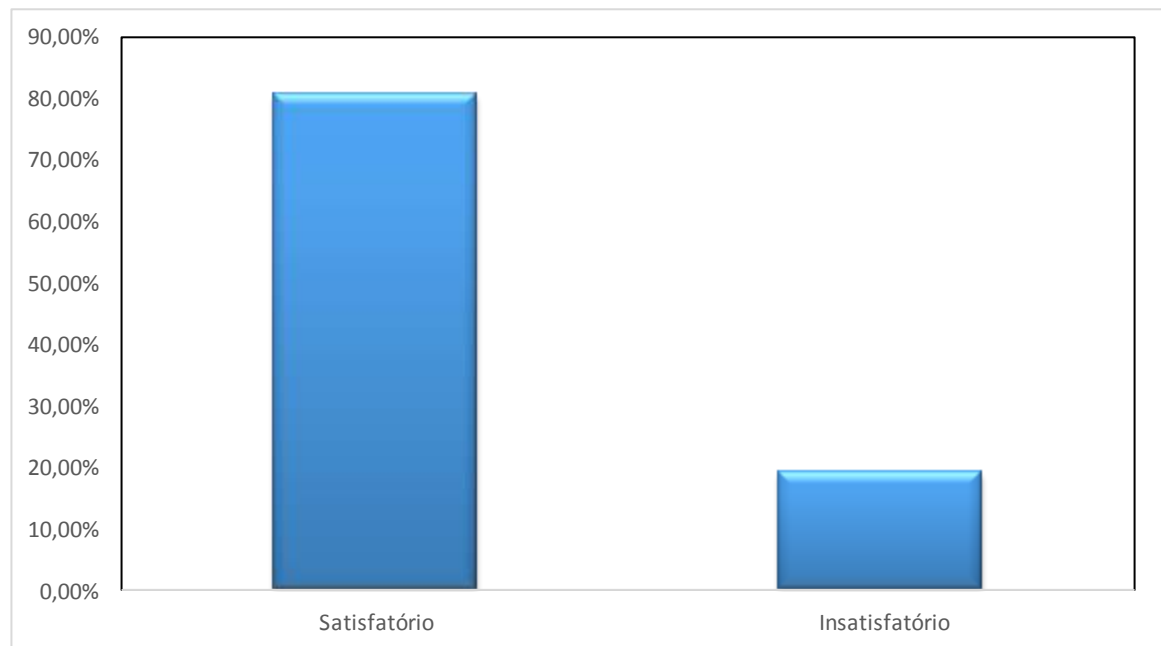
O atendimento é uma das funções que exige muito, não apenas de todos os funcionários, como também de toda a organização, desde o funcionário ao executivo, ou seja, se o atendimento e o serviço oferecidos pela organização forem satisfatórios, logo será classificada como boa.

## 5.7 SIMPATIA E EDUCAÇÃO DO FUNCIONÁRIO

Tabela 10 – Simpatia e educação

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
Satisfatório	99	80,9%
Insatisfatório	47	19,1%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

Segundo o gráfico, pode-se observar que 80,9% avaliaram o atendimento como satisfatório e 19,1% como pouco satisfatório.

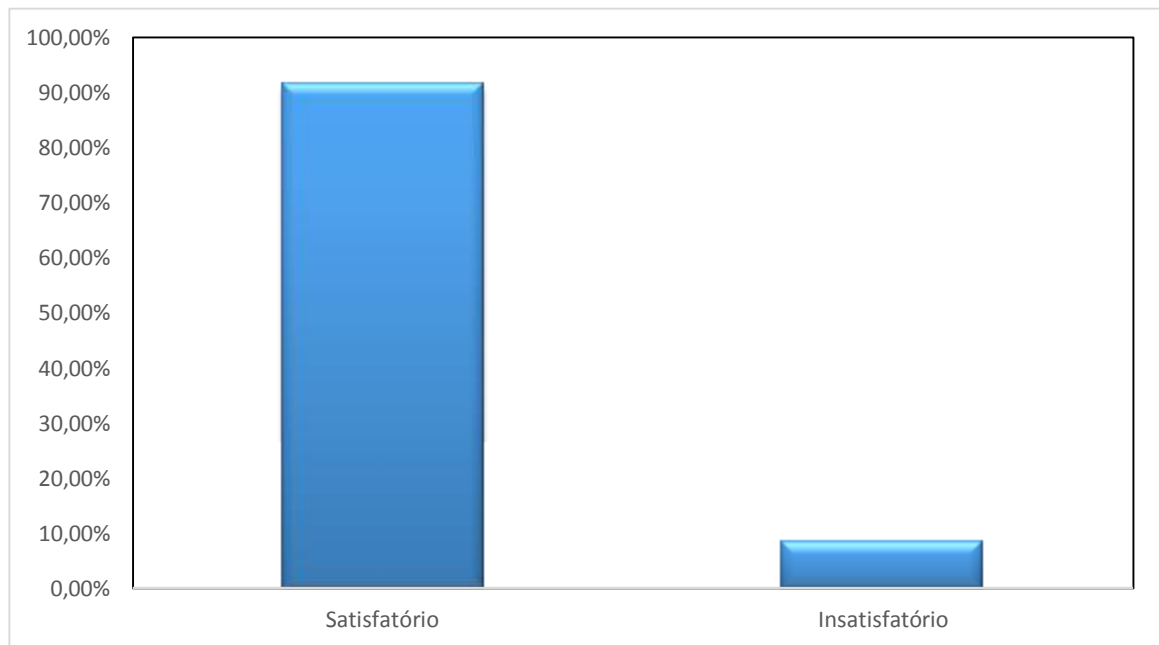
Em relação à educação e simpatia dos funcionários, a maioria dos clientes avaliou como satisfatório, pois percebe-se que o atendimento oferecido por eles é bom, mas que deixa ainda um pouco a desejar.

## 5.8 CLAREZA DAS INFORMAÇÕES

Tabela 11 – Informações

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
Satisfatório	225	91,5%
Insatisfatório	21	8,5%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

Conforme o gráfico, pode-se observar que 91,5% dos entrevistados classificaram a clareza das informações como satisfatório e 8,5% como pouco satisfatório.

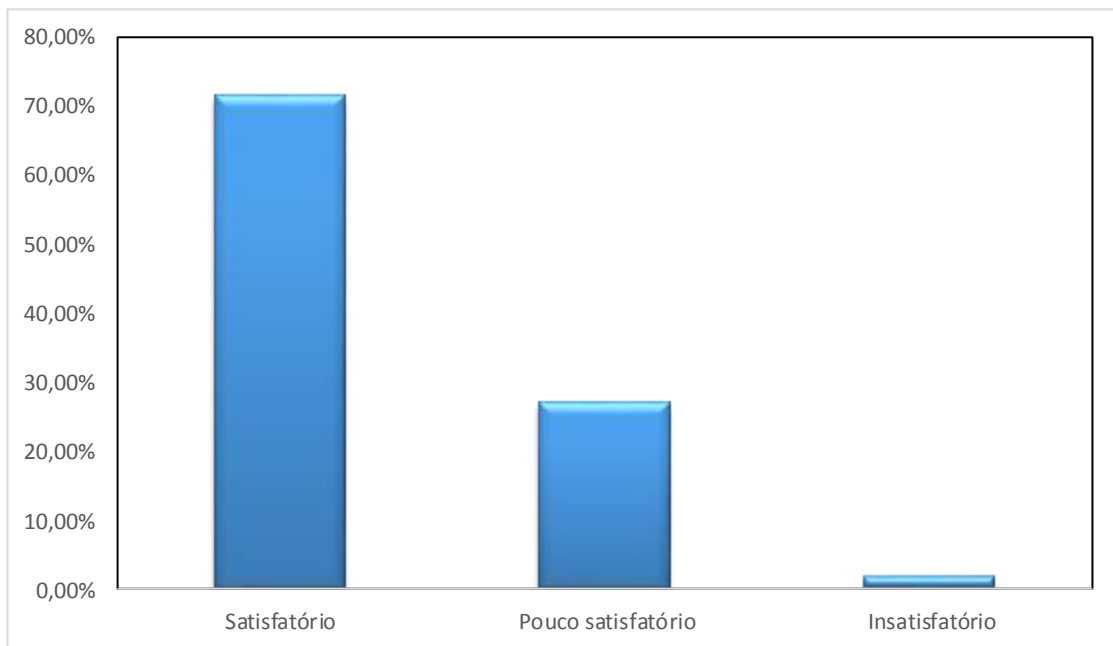
Analisando os dados, percebeu-se que a maioria dos clientes está satisfeito em relação à clareza das informações demonstradas pelos contribuintes, ou seja, o funcionário demonstra identificar e analisar o que o cliente procura.

## 5.9 FACILIDADE DE LOCALIZAÇÃO DO SETOR

Tabela 12 – Localização

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
Satisfatório	176	71,5%
Pouco satisfatório	66	26,8%
Insatisfatório	4	1,6%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

Conforme o gráfico, pode-se observar que a facilidade de localização do setor foi avaliada como satisfatória por 71,5% dos respondentes; seguida da variável pouco satisfatório por 26,8% dos entrevistados e avaliada como insatisfatório por apenas 1,6%.

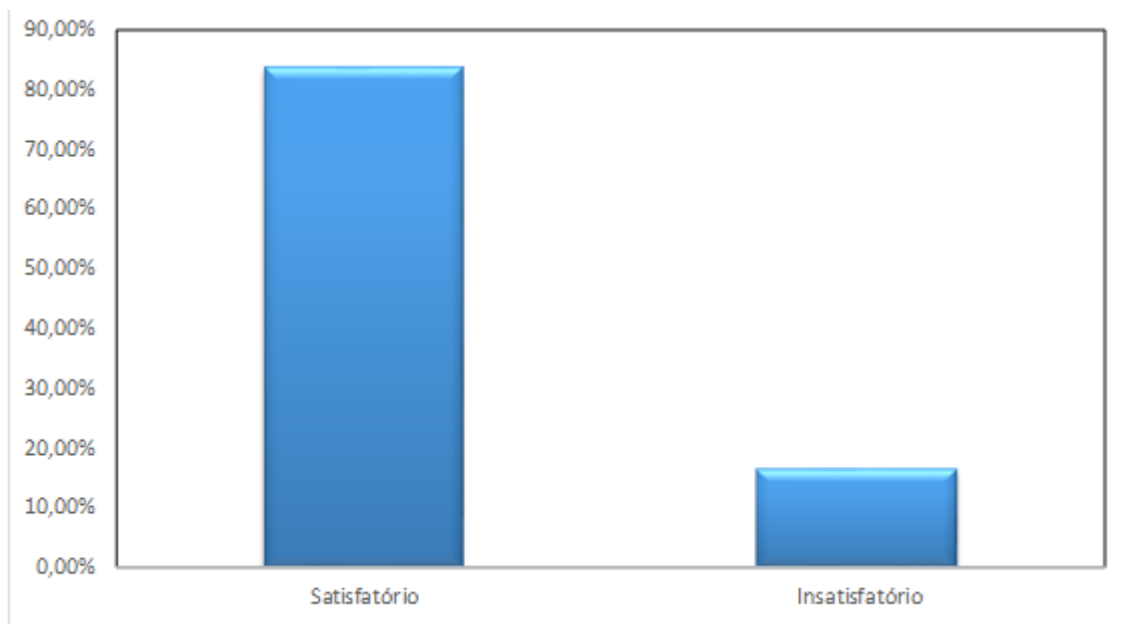
A localização dos setores que prestam serviços aos contribuintes não foi avaliada como muito satisfatória, pois, muitos clientes reclamam da falta de identificação dos setores. Isso se dá por ser um local mal sinalizado. O local onde se encontram as secretarias não há nada que identifique ou sinalize qual e onde é cada uma, cada setor de atendimento da prefeitura.

## 5.10 RESOLUÇÃO DOS PROBLEMAS

Tabela 13 – Problemas

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
Satisfatório	206	83,7%
Insatisfatório	40	16,3%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

Pode-se notar que 83,7% dos clientes avaliaram a resolução dos problemas como satisfatório e 16,3% como pouco satisfatório.

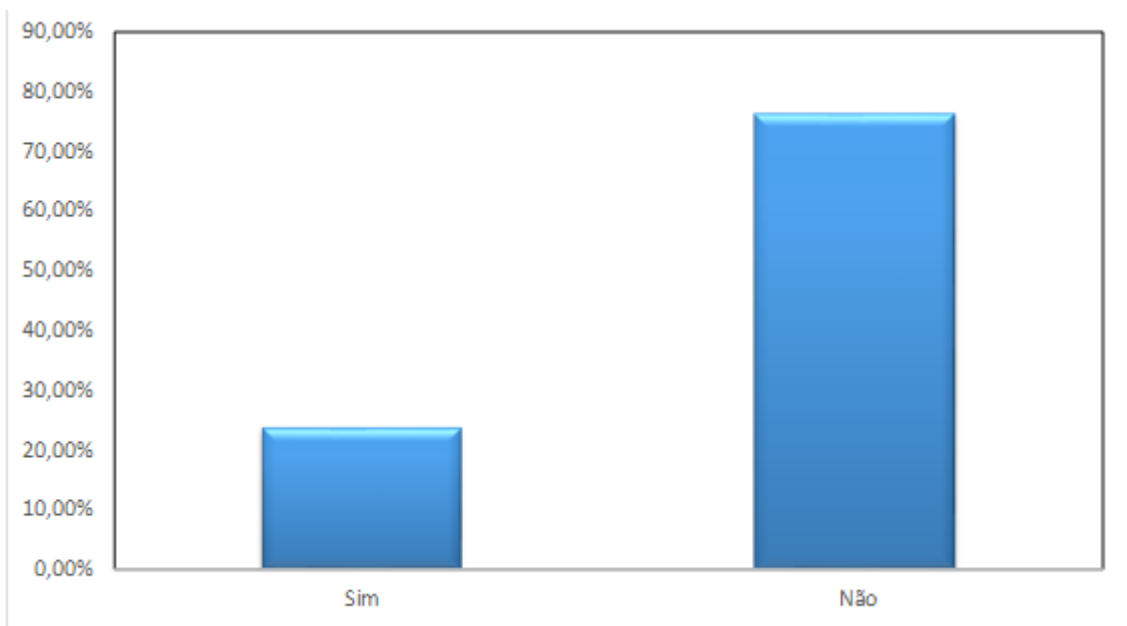
Conforme os dados apresentados, grande parte dos clientes, ao procurarem os serviços da Prefeitura, encontrou a solução para sua questão, conseguiu resolver seu problema, por meio do serviço oferecido por ela.

## 5.10 FALHAS NO ATENDIMENTO

Tabela 14 – Falhas

ALTERNATIVAS	CLIENTES	PERCENTUAL
Sim	58	23,6%
Não	188	76,4%
Total	246	100%

Fonte: Dados obtidos através da pesquisa (2015).



Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

Como se pode observar, 76,4% dos clientes avaliaram o atendimento como satisfatório e 23,6% como pouco satisfatório.

Segundo os dados, o atendimento da Prefeitura Municipal foi classificado por mais da metade dos respondentes como satisfatório, mas existe ainda muito o que melhorar para se conquistar a satisfação de todos. O cliente é a pessoa mais importante para a organização, por isso, é necessário satisfazê-lo e atendê-lo da melhor maneira possível, ou seja, os clientes estão se tornando cada vez mais conscientes de sua importância e mais exigentes quanto à excelência dos serviços prestados nos setores públicos.

Na questão aberta, nem todos os 246 entrevistados registraram suas sugestões de melhorias. Alguns deles não leram adequadamente a questão ou não compreenderam sobre o tipo de sugestão relacionada ao atendimento deveriam registrar. Em função disso, houve respostas que foram ignoradas pela acadêmica pesquisadora, já que se referiam a sugestões de outras áreas, como obras, falta de

limpeza nas ruas, ou ainda, respondiam como se estivessem avaliando os atendentes, os quais também não eram objeto desta pesquisa.

Dentre as 256 pesquisas, apenas 58 pessoas deram sugestões para melhorar o atendimento aos clientes da Prefeitura Municipal de Araranguá.

Separando as entrevistas e levantando-as em “padrões de resposta”, foi possível chegar a um consenso referente às sugestões de melhorias para o atendimento da Prefeitura Municipal de Araranguá, das quais foram destacadas 3 sugestões relevantes:

1. A criação de uma recepção na Prefeitura;
2. Treinamento e qualificação dos funcionários;
3. A necessidade de pôr no Hall de entrada um mapa ou placas, auxiliando assim, a identificação e localização de cada setor.



## 6. CONCLUSÃO

O atendimento ao público é a porta de entrada para qualquer empresa e organização que busca a excelência e qualidade nos seus serviços. Os clientes, a cada ano que passa, estão se tornando cada vez mais exigentes e conhecendo mais seus direitos, surgindo assim, a necessidade de respeitá-los e satisfazê-los com seus serviços prestados.

Ao final do trabalho e de posse da análise dos resultados obtidos através da pesquisa, pode-se definir que os contribuintes da Prefeitura Municipal de Araranguá estão parcialmente satisfeitos com o atendimento prestado pelos funcionários. Comprovou-se com a pesquisa de campo que o órgão público em questão deve buscar continuamente a qualidade e a excelência nos serviços prestados pela Prefeitura. Além disso, é necessário investir na qualidade e no treinamento de seus funcionários para que se possa obter uma melhora no atendimento, satisfazendo assim às necessidades de seus clientes.

Faz-se necessário reforçar que a organização necessita de uma recepção no *hall* de entrada, de sinalizações para auxiliar seus clientes e cursos de capacitação e qualificação de seus funcionários, para que possam prestar o atendimento da melhor maneira possível.

Por meio dos resultados alcançados, averiguou-se que o estudo proposto foi alcançado, respondendo às questões levantadas e atingindo, assim, aos objetivos propostos.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!**: como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. Salvador: Casa da Qualidade, 2001. 142 p.

ARAÚJO, Paulo Henrique de; REDI, Renata. **Qualidade ao alcance de todos: acesso rápido e fácil às técnicas da qualidade total**. São Paulo: Gente, 1997. 153 p.

BACHTOLD, Ciro. **Noções de administração pública**. Publicado em 2008. Disponível em: [ftp.comprasnet.se.gov.br/.../Nocoos\\_de\\_Administracao\\_Publica.pdf](ftp.comprasnet.se.gov.br/.../Nocoos_de_Administracao_Publica.pdf). Acesso em: 16 maio 2015.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007. 162 p.

CORRIJO, Carmen Vânia; ALVARENGA Lúcio Ismael de. **Qualidade do atendimento prestado ao cliente-cidadão da secretaria municipal de regulação urbana de Aparecida de Goiânia**: um estudo exploratório e propositivo. Disponível em: [http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm\\_3104.pdf](http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_3104.pdf). Acesso em: 15 maio 2015.

DOS PASSOS, Fernanda. **Toria geral da administração pública**. Disponível em: [http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/resumo\\_do\\_livro\\_administracao\\_publica.pdf](http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/resumo_do_livro_administracao_publica.pdf). Acesso em: 14 outubro 2015.

FINCH, Lloyd C. **Cortesia ao telefone atendimento ao cliente**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

GERSON, Richard F. **A excelência no atendimento a clientes**: mantendo seus clientes por toda a vida. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. 83 p.

RABAGLIO, Maria Odete. **Foco no cliente**: satisfação em ter clientes felizes. Disponível em: <http://www.guiarh.com.br/o3.htm>. Acesso em 16 maio 2015.

SCHUMACHER, Alexandre José; PORTELA, Keyla Christina Almeida; BORTH, Marcelo Rafael. **Ferramentas do secretário executivo**. 2.ed. Cuiabá (MT): Ed. dos Autores, 2013. 428 p.

VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. **Metodologia do trabalho científico**: um enfoque didático da produção científica. São Paulo: EPU, 2001. 288 p.

**APÊNDICE(S)**

Questionário para avaliação da satisfação do atendimento nos serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Araranguá, para desenvolvimento do relatório de estágio para obtenção do grau de Bacharel em Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, pela acadêmica Hellen Inácio Ramos. Suas informações serão mantidas em absoluto sigilo.

**1) Gênero:**

Masculino                       Feminino

**2) Idade:**

- 16 a 20 anos  
 21 a 35 anos  
 36 a 50 anos  
 51 a 65 anos  
 Acima de 66 anos

**3) Estado Civil:**

Casado(a)    Solteiro(a)    Divorciado(a)    Viúvo(a)    Outros

---

**4) Com qual frequência você vai a Prefeitura?**

- 1 à 3 vezes por semana;  
 1 vez no mês;  
 a cada 6 meses;  
 1 vez por ano

**5) Indique seu nível de satisfação quanto ao (a):**

➤ **Horário de atendimento da Prefeitura?**

- Satisfatório  
 Pouco satisfatório  
 Insatisfatório

➤ **Tempo de espera para ser atendido?**

- ( ) Satisfatório
- ( ) Pouco satisfatório
- ( ) Insatisfatório

➤ **Interesse do funcionário em resolver seu problema?**

- ( ) Satisfatório
- ( ) Pouco satisfatório
- ( ) Insatisfatório

➤ **Simpatia e educação do funcionário?**

- ( ) Satisfatório
- ( ) Pouco satisfatório
- ( ) Insatisfatório

➤ **Clareza das informações prestadas?**

- ( ) Satisfatório
- ( ) Pouco satisfatório
- ( ) Insatisfatório

➤ **Facilidade de localização e identificação do setor desejado?**

- ( ) Satisfatório
- ( ) Pouco satisfatório
- ( ) Insatisfatório

➤ **Resolução dos problemas e necessidades?**

- ( ) Satisfatório
- ( ) Pouco satisfatório
- ( ) Insatisfatório

**6) Há problemas ou falhas no atendimento?**

- ( ) Sim
- ( ) Não

**7) Você daria sugestões para melhorar o atendimento aos clientes da Prefeitura Municipal de Araranguá?**

Quais as sugestões?

---

---

---

**8. Assinale o serviço onde se dirigiu.**

- ( ) Secretaria da Saúde
- ( ) Secretaria da Educação
- ( ) Secretaria do Bem-estar social
- ( ) Secretaria de Obras
- ( ) Secretaria do Interior
- ( ) Secretaria de Administração – ( IPTU- Compras- Gabinete do Prefeito- Tesouraria)

**Obrigada Pela Atenção! Sua colaboração foi muito importante para nós!**