

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO  
COORDENADORIA DE ESTÁGIOS**

**SATISFAÇÃO DO CLIENTE EM RELAÇÃO À QUALIDADE DO PRODUTO  
CONDOMÍNIO RESIDENCIAL POPULAR E O ATENDIMENTO: ESTUDO DE  
CASO NA PIRAMIDE ARTEFATOS DE CIMENTO COMÉRCIO E INDÚSTRIA  
LTDA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE ESTÁGIO**

**KRISTIANE SCHMITT**

**Florianópolis, Junho de 2000**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO  
COORDENADORIA DE ESTÁGIOS**

**SATISFAÇÃO DO CLIENTE EM RELAÇÃO À QUALIDADE DO PRODUTO  
CONDOMÍNIO RESIDENCIAL POPULAR E O ATENDIMENTO: ESTUDO DE  
CASO NA EMPRESA PIRAMIDE ARTEFATOS DE CIMENTO COMÉRCIO E  
INDÚSTRIA LTDA**

**KRISTIANE SCHMITT**

**ORIENTADOR:  
CARLOS WOLOWSKI MUSSI**

**ÁREA DE CONCENTRAÇÃO:  
PESQUISA DE MERCADO**

**Florianópolis, Julho de 2000**

Este Trabalho de Conclusão de Estágio foi apresentado e julgado perante a Banca Examinadora, que atribuiu a nota \_\_\_\_\_ à aluna Kristiane Schmitt na disciplina Estágio Supervisionado Obrigatório-CAD 5401.

**Banca Examinadora:**

Prof. Carlos wolowski Mussi  
Presidente

Prof. Paulo Maya  
Membro

Prof. Edinice Mei Silva  
Membro

**“Nunca ande pelo caminho traçado,  
pois ele conduz somente até  
onde os outros já foram.”**

**Alexander Graham Bell**

**Este trabalho é dedicado à:**

Meus pais, por me fazerem entender a importância de buscar o conhecimento para enriquecer minha vida.

Meus avós, pelo incentivo e apoio que me deram nos momentos bons e de desânimo.

Meus irmãos, que muitas vezes tomaram para eles minhas responsabilidades para que eu pudesse me dedicar a vida acadêmica.

Meus amigos, que tornaram minha vida acadêmica mais rica e prazerosa e dividiram comigo horas de estudo.

## **AGRADECIMENTOS**

Mais uma etapa da minha vida está prestes a ser concluída: a conclusão do curso universitário. Agora é hora de ir em busca de novas realizações, sem deixar de agradecer às pessoas que contribuíram para a realização de mais este sonho.

Agradeço a Deus por me fortalecer sempre que necessário.

Agradeço a minha família que sempre me incentivou e me encorajou a ir em busca dos meus ideais, agradeço o apoio e a compreensão que recebi durante todos esses anos.

Agradeço à meus amigos de faculdade, principalmente Ana Lúcia, Josiane e Jussara, que comigo formavam um time .

Agradeço à Dani, Lê, Mi E Gabi que fizeram parte de vários momentos especiais durante esses anos.

E, por fim, Ao professor Carlos Wolowski Mussi, meu orientador, pela dedicação de seu tempo para me orientar e revisar este trabalho. Aos professores da UFSC, que contribuíram para a minha formação acadêmica e compartilharam seu conhecimento.

## SUMÁRIO

<b>Resumo .....</b>	<b>x</b>
<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1 Caracterização da empresa e seu ambiente.....</b>	<b>12</b>
1.1.1 Compromissos da empresa.....	12
1.1.2 A idéia dos condomínios.....	13
<b>1.2 Tema e Problema.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3 Justificação do estudo.....</b>	<b>16</b>
<b>2 OBJETIVOS.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Objetivo geral.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2 Objetivos específicos.....</b>	<b>17</b>
<b>3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Pesquisa de mercado.....</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Satisfação do cliente.....</b>	<b>19</b>
<b>3.3 Qualidade.....</b>	<b>23</b>
<b>3.4 Qualidade de serviços.....</b>	<b>26</b>
<b>4 METODOLOGIA.....</b>	<b>28</b>
<b>4.1 Caracterização da pesquisa.....</b>	<b>28</b>
<b>4.2 Perspectiva da pesquisa.....</b>	<b>28</b>
<b>4.3 Tipo de pesquisa.....</b>	<b>28</b>
4.3.1 Quanto aos fins.....	28
4.3.2 Quanto aos meios.....	29
<b>4.4 Tipos de dados.....</b>	<b>29</b>
<b>4.5 Instrumentos de coleta.....</b>	<b>29</b>
<b>4.6 Relatório do pré-teste.....</b>	<b>30</b>
4.6.1 Perguntas sem alterações.....	30
4.6.2 Sugestões de mudanças.....	30
<b>4.7 Limitações.....</b>	<b>31</b>
<b>5 UNIVERSO E AMOSTRAGEM.....</b>	<b>32</b>
<b>6 ANÁLISE E TRATAMENTO DOS DADOS.....</b>	<b>33</b>
<b>7 CONCLUSÕES, E RECOMENDAÇÕES.....</b>	<b>85</b>
<b>7.1 Conclusões.....</b>	<b>85</b>
<b>7.2 Sugestões e recomendações.....</b>	<b>87</b>
<b>8 AÇÕES INICIADAS PELA EMPRESA.....</b>	<b>88</b>
<b>9 BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>89</b>
<b>10 ANEXOS.....</b>	<b>90</b>

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01- Sexo.....	34
Tabela 02- Estado Civil.....	35
Tabela 03- Idade do(a) chefe de família.....	36
Tabela 04- Quantas pessoas moram na casa.....	37
Tabela 05- Escolaridade do(a) chefe de família.....	38
Tabela 06- Renda familiar.....	39
Tabela 07- Você morava.....	40
Tabela 08- Tipo do imóvel anterior.....	41
Tabela 09- Material do imóvel anterior.....	42
Tabela 10- Situação do imóvel atual.....	43
Tabela 11- Satisfação-tamanho da dependências.....	44
Tabela 12- Satisfação-isolamento dos ruídos.....	45
Tabela 13- Satisfação-temperatura dentro de casa.....	46
Tabela 14- Satisfação-ventilação nos cômodos.....	47
Tabela 15- Satisfação-manuseio das portas.....	48
Tabela 16- Satisfação-manuseio das janelas.....	49
Tabela 17- Satisfação-iluminação natural.....	50
Tabela 18- Satisfação-instalação elétrica.....	51
Tabela 19- Satisfação-rede de esgoto.....	52
Tabela 20- O seu imóvel apresenta fissuras na parede.....	53
Tabela 21- O seu imóvel apresenta umidade.....	55
Tabela 22- O prazo de entrega da casa foi cumprido.....	57
Tabela 23- A casa está de acordo com o projeto.....	59
Tabela 24- Satisfação-entrega da casa.....	61
Tabela 25- Satisfação-projeto da casa.....	62
Tabela 26- Satisfação-preço da casa.....	63
Tabela 27- Satisfação-casa.....	64
Tabela 28- Satisfação-pagamento da casa.....	65
Tabela 29- Satisfação-infra-estrutura do condomínio.....	66
Tabela 30- Satisfação-localização do condomínio.....	67
Tabela 31- Empresa se colocou à disposição p/ checar possíveis problemas.....	68
Tabela 32- Empresa se colocou à disposição p/ checar problemas de ordem constru.....	70
Tabela 33- Satisfação atendimento- em reuniões.....	72
Tabela 34- Satisfação atendimento-por telefone.....	73
Tabela 35- Satisfação atendimento-no escritório.....	74
Tabela 36- Satisfação atendimento-na entrega da casa.....	75
Tabela 37- Satisfação atendimento-para esclarecer dúvidas.....	76
Tabela 38- Satisfação atendimento-para checar possíveis problemas.....	77
Tabela 39- Satisfação atendimento-para solucionar problemas efetivos.....	78
Tabela 40- Satisfação atendimento-pessoal de vendas.....	79
Tabela 41- Satisfação atendimento-pessoal de cobrança.....	80
Tabela 42- Satisfação atendimento-administração.....	81
Tabela 43- Satisfação atendimento-engenheiros.....	82
Tabela 44- Ocorreu algum desentendimento entre você e a empresa.....	83
Tabela 45- Se ocorreu, foi resolvido.....	84



## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01-	Sexo.....	34
Gráfico 02-	Estado Civil.....	35
Gráfico 03-	Idade do(a) chefe de família.....	36
Gráfico 04-	Quantas pessoas moram na casa.....	37
Gráfico 05-	Escolaridade do(a) chefe de família.....	38
Gráfico 06-	Renda familiar.....	39
Gráfico 07-	Você morava.....	40
Gráfico 08-	Tipo do imóvel anterior.....	41
Gráfico 09-	Material do imóvel anterior.....	42
Gráfico 10-	Situação do imóvel atual.....	43
Gráfico 11-	Satisfação-tamanho da dependências.....	44
Gráfico 12-	Satisfação-isolamento dos ruídos.....	45
Gráfico 13-	Satisfação-temperatura dentro de casa.....	46
Gráfico 14-	Satisfação-ventilação nos cômodos.....	47
Gráfico 15-	Satisfação-manuseio das portas.....	48
Gráfico 16-	Satisfação-manuseio das janelas.....	49
Gráfico 17-	Satisfação-iluminação natural.....	50
Gráfico 18-	Satisfação-instalação elétrica.....	51
Gráfico 19-	Satisfação-rede de esgoto.....	52
Gráfico 20-	O seu imóvel apresenta fissuras na parede.....	54
Gráfico 21-	O seu imóvel apresenta umidade.....	56
Gráfico 22-	O prazo de entrega da casa foi cumprido.....	58
Gráfico 23-	A casa está de acordo com o projeto.....	60
Gráfico 24-	Satisfação-entrega da casa.....	61
Gráfico 25-	Satisfação-projeto da casa.....	62
Gráfico 26-	Satisfação-preço da casa.....	63
Gráfico 27-	Satisfação-casa.....	64
Gráfico 28-	Satisfação-pagamento da casa.....	65
Gráfico 29-	Satisfação-infra-estrutura do condomínio.....	66
Gráfico 30-	Satisfação-localização do condomínio.....	67
Gráfico 31-	Empresa se colocou à disposição para checar possíveis problemas.....	69
Gráfico 32-	Empresa se colocou à disposição para checar problemas de ordem constru.....	71
Gráfico 33-	Satisfação atendimento- em reuniões.....	72
Gráfico 34-	Satisfação atendimento-por telefone.....	73
Gráfico 35-	Satisfação atendimento-no escritório.....	74
Gráfico 36-	Satisfação atendimento-na entrega da casa.....	75
Gráfico 37-	Satisfação atendimento-para esclarecer dúvidas.....	76
Gráfico 38-	Satisfação atendimento-para checar possíveis problemas.....	77
Gráfico 39-	Satisfação atendimento-para solucionar problemas efetivos.....	78
Gráfico 40-	Satisfação atendimento-pessoal de vendas.....	79
Gráfico 41-	Satisfação atendimento-pessoal de cobrança.....	80
Gráfico 42-	Satisfação atendimento-administração.....	81
Gráfico 43-	Satisfação atendimento-engenheiros.....	82
Gráfico 44-	Ocorreu algum desentendimento entre você e a empresa.....	83
Gráfico 45-	Se ocorreu, foi resolvido.....	84

## RESUMO

O presente trabalho foi desenvolvido na área de Pesquisa Mercadológica cujo problema foi identificar: **Qual o nível de satisfação dos compradores de residências populares nos Condomínios Residenciais feitos para a Polícia Militar na Grande Florianópolis que já foram entregues?**

Após definidos o tema e os objetivos da pesquisa, foi feito o planejamento da pesquisa onde optou-se pela pesquisa quantitativa, conclusiva e descritiva. O instrumento de coleta de dados foi o questionário auto-preenchido, não disfarçado, que foi distribuído nos três condomínios em estudo na presente pesquisa.

A análise dos dados referentes à satisfação dos clientes foi feita nos três condomínios separadamente, seguida por uma análise geral.

Na pesquisa feita junto aos compradores, identificou-se aspectos positivos, aspectos negativos, opiniões e necessidades. Com base nessa pesquisa foram apresentadas as conclusões e recomendações para a empresa.

As principais conclusões tiradas da pesquisa dizem respeito à necessidade de uma melhora significativa no atendimento aos clientes em todos os setores da empresa. Houve também, algumas insatisfações relativas ao produto, porém, observou-se que tem sido feitas melhorias a cada novo empreendimento. É possível observar uma maior satisfação dos pesquisados do último condomínio em relação ao anterior, onde já haviam sido feitas importantes mudanças para uma melhor qualidade deste tipo de empreendimento.

## 1.INTRODUÇÃO

Este trabalho teve como objetivo estudar o grau de satisfação dos clientes que adquiriram as casas populares em condomínios feitos para a polícia militar que já foram entregues pela empresa PIRAMIDE Artefatos de Cimento Comércio e Indústria Ltda, bem como a satisfação dos clientes em relação ao atendimento oferecido pela mesma. Para isso, foram definidos alguns conceitos relativos ao estudo em questão.

O interesse por esse assunto surgiu devido a grande procura que vem ocorrendo para a construção de novos condomínios desde a entrega dos primeiros na Região da Grande Florianópolis. Surgiu a necessidade da empresa buscar informações com seus clientes, afim de que a mesma pudesse vir a detectar possíveis problemas e aperfeiçoar futuros empreendimentos bem como o atendimento oferecido a seus futuros clientes.

Além de detectar o grau de satisfação dos clientes, a pesquisa buscou detectar o nível sócio-econômico e mais especificamente, detectar o grau de satisfação dos clientes em relação ao atendimento prestado pela empresa na aquisição do imóvel e na pós-venda. Também foi avaliada a satisfação dos clientes em relação ao produto condomínio popular, e a política de preços da empresa.

Realizou-se uma fundamentação teórica referente à qualidade, aos serviços e à satisfação do cliente, que foi confrontada com os dados coletados junto aos clientes para responder ao principal objetivo da pesquisa.

A empresa Pirâmide deu início à construção de condomínios populares no início de 1998, sendo que os três condomínios em estudo nesta pesquisa foram os primeiros a serem construídos. Atualmente, estão sendo entregues mais dois condomínios no Estado de Santa Catarina, cujos clientes são funcionários da Prefeitura de São José e da Prefeitura de Itajaí. O CR Areias, dos funcionários da Prefeitura de São José, é composto por vinte casas e está localizado no Bairro Potecas, assim como o primeiro condomínio construído pela empresa. O CR Itaipava é o maior de todos até o momento e é composto por 52 casas. Este condomínio está localizado no Bairro Itaipava, em Itajaí.

## **1.1 Caracterização da empresa e seu ambiente**

O trabalho de conclusão de estágio foi realizado na Empresa Piramide Artefatos de Cimento Comércio e Indústria Ltda, situada na região da grande Florianópolis, com escritório situado à Rua Campolino Alves, 723, no Bairro Capoeiras. Esta empresa atua no mercado da Grande Florianópolis desde 1980 com a fabricação e venda de artefatos de cimento. Porém, no início do ano de 1998, deu-se início à construção de condomínios populares para a Polícia Militar, produto este, objeto de nosso estudo. É uma empresa familiar de pequeno porte, porém em fase de crescimento devido ao incremento de sua linha de produtos. Ela conta com dois sócios desde a sua fundação, onde no setor destinado à construção, há um corpo de seis funcionários fixos e são contratados serviços de empreiteiros de acordo com o volume de obras. Na área administrativa, conta-se com três funcionários e na área de produção dos artefatos de cimento conta-se com mais oito funcionários. O contato comercial faz-se pelos telefones(0xx48)244-8202 ou 343-1366.

### **1.1.1 Compromissos da empresa**

A empresa Piramide tem buscado cumprir com seus compromissos dia após dia. Os principais compromissos da empresa são os que se seguem:

- ♦ Satisfazer a seus clientes, oferecendo-lhes produtos de qualidade e atendimento adequado;
- ♦ Construir uma imagem positiva junto aos fornecedores, clientes e mercado em geral;
- ♦ Aumentar sua participação no mercado;
- ♦ Minimizar custos e retrabalho para que se maximize a receita.

### 1.1.2 A idéia dos condomínios

A idéia de construir casas populares veio depois de uma tentativa da empresa Piramide de comercializar quites para construção de casas de 40 e 50 metros quadrados. A empresa venderia os materiais e o projeto das casas, e os compradores desses quites se responsabilizariam pela obra. A idéia não vingou, pois os clientes procuravam por alguém que também construísse suas casas. Depois dessa tentativa, deu-se início à construção de residências individuais populares. Com a grande procura por essas casas populares, surgiu a idéia do primeiro condomínio. A idéia foi discutida com a Caixa Econômica Federal que se mostrou muito interessada. Foi comprado o primeiro terreno e feito o primeiro projeto. Paralelamente, a empresa foi atrás de seu mercado. Houve contato com prefeituras, associações, empresas públicas, empresas privadas, e a ABEPOM, que é uma associação da polícia militar e foi a primeira a demonstrar interesse pelo condomínio. Essa mesma associação ficou responsável por levar o projeto ao conhecimento dos policiais militares e fazer uma lista dos interessados para encaminhar à Caixa Econômica Federal. A Caixa teve como papel aprovar o projeto, selecionar as famílias que receberiam o financiamento para a compra das residências de acordo com o critério de renda familiar, que podia variar de R\$600,00 até R\$1500,00, e liberar as parcelas do financiamento da obra para a empresa Piramide, de acordo com o cronograma físico-financeiro pré-estabelecido. O primeiro condomínio abrigou vinte e duas casas e veio a ser chamado Condomínio Residencial Tiradentes pois sua entrega foi marcada para 21 de abril de 1998, dia de Tiradentes. O mesmo está localizado na Rua José Antonio Pereira, 2081, no Bairro de Potecas, município de São José. O Condomínio Residencial Rio Grande, fica localizado na Avenida Geral do Rio Grande, Bairro Rio Grande, município de Palhoça e é composto de quarenta casas que foram entregues no final de 1998 também para a polícia militar. O último condomínio em estudo é o Condomínio Residencial Itajaí que foi entregue em junho de 1999 e fica localizado na Rua Cabo Antonio Rodolfo, Praia Brava, município de Itajaí e é composto por quarenta e oito casas. Todos os condomínios passaram pelo mesmo processo de aprovação pela Caixa Econômica Federal. As casas dos condomínios são geminadas duas a duas, feitas em alvenaria, sendo que cada casa possui uma área de 50,06 m<sup>2</sup>. Os condomínios possuem uma área comum com playground e churrasqueira, e são totalmente murados com alvenaria. No momento, a empresa Piramide está finalizando a construção de dois condomínios cujos clientes são funcionários da Prefeitura de São José e da Prefeitura de Itajaí. O CR Areias, dos

funcionários da Prefeitura de São José, é composto por vinte casas e está localizado no Bairro Potecas, assim como o primeiro condomínio construído pela empresa. O CR Itaipava é o maior de todos até o momento e é composto por 52 casas. Este condomínio está localizado no Bairro Itaipava, em Itajaí.

## 1.2 Problema, tema e abrangência

A satisfação dos clientes é fundamental para a sobrevivência de qualquer empresa em qualquer atividade. Com base neste contexto, foi realizado um estudo que buscou melhorar o atendimento ao cliente. Tendo em vista que a qualidade dos produtos e serviços prestados está diretamente ligada à satisfação dos clientes, foi através dela que foi medido o nível de satisfação.

O problema central da pesquisa foi responder: **Qual o nível de satisfação dos compradores de residências populares nos Condomínios Residenciais feitos para a Polícia Militar na Grande Florianópolis que já foram entregues?** Daí o tema desenvolvido na presente pesquisa sob o título: Satisfação do cliente em relação à qualidade do produto condomínio residencial popular e o atendimento: estudo de caso na empresa Pirâmide Artefatos de Cimento Comércio e Indústria Ltda.

A pesquisa abrangeu os três primeiros condomínios já entregues pela empresa, considerando o início de 1998, até o primeiro semestre de 2000.

### 1.3 Justificação do estudo

Para que uma empresa se mantenha no mercado é fundamental que esteja atenta às necessidades de inovação, melhora de seus produtos, novas tendências e necessidades do mercado consumidor. Portanto, hoje, mais do que nunca o enfoque está no cliente, é dele que vai depender o sucesso ou fracasso de uma empresa. Esse estudo foi em busca de respostas sobre o quê o cliente espera e o quê o torna satisfeito em relação a empresa.

Segundo CASTRO (1977), “Uma tese deve ser original, importante e viável”.

O tema sugerido é de suma importância, pois o mercado da construção civil está em plena expansão no que tange a atender a população de baixa renda. Segundo informações da Caixa Econômica Federal, houve um aumento significativo, ainda não apurado oficialmente, do número de financiamentos destinados à população de baixa renda para a compra da casa própria no corrente ano.

Devido a grande deficiência de empresas que atuem no mercado habitacional de baixo custo, houve um aumento de oportunidades para as empresas interessadas nesse mercado. Porém, também houve um aumento da necessidade das mesmas se estruturarem e estarem preparadas para enfrentar a competitividade e aumentar o volume de negócios. Para isso, as empresas precisam melhorar seu desempenho e buscar novas maneiras de se tornarem excelência no mercado. Tendo em vista que são os clientes que garantem a existência das empresas no mercado, o primeiro passo da busca da excelência deve ser iniciado pelos mesmos. A presente pesquisa foi original, pois foi a primeira vez que a empresa obteve respostas de seus clientes através de pesquisa, em relação à satisfação dos mesmos quanto a qualidade do produto e do atendimento prestado pela mesma.

Acredita-se que o trabalho tenha sido viável pelos seguintes fatores: As informações para realizar o estudo foram de fácil acesso, houve interesse dos proprietários da empresa pelo projeto em questão, o tempo e a complexidade do assunto foram compatíveis, houve o apoio institucional da Universidade e houve a disponibilidade do orientador.

As considerações precedentes levaram a crer que o tema do presente estudo foi importante, oportuno/original e viável, conforme CASTRO (1977).



## **2.OBJETIVOS**

### **2.1Objetivo geral:**

Avaliar o grau de satisfação dos compradores de residências populares nos Condomínios Residenciais feitos para a Polícia Militar na Grande Florianópolis, e já entregues pela empresa Piramide, considerando-se o primeiro semestre de 2000.

### **2.2Objetivos específicos:**

- ◆ Identificar o nível sócio-econômico dos residentes.
  
- ◆ Avaliar o grau de satisfação do cliente em relação ao atendimento prestado pela empresa na aquisição do imóvel.
  
- ◆ Avaliar o grau de satisfação do cliente em relação às condições do produto e política de preços praticada.
  
- ◆ Avaliar o grau de satisfação do cliente em relação ao atendimento pós-venda dado pela empresa.

### 3.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

#### 3.1 Pesquisa de mercado

A pesquisa de mercado foi a ferramenta escolhida para avaliar o grau de satisfação dos clientes da Empresa Pirâmide em relação ao atendimento em todos os setores da empresa e a qualidade dos condomínios populares que já foram entregues. Há várias definições para pesquisa de mercado ou pesquisa de marketing. KOTLER (1993, p.64) define pesquisa de mercado como “O instrumento que liga o consumidor, o cliente e o público ao profissional de marketing através da informação – informação utilizada para identificar, definir oportunidades e problemas de marketing; para gerar, refinar e avaliar atividades de marketing; para monitorar o desempenho de marketing da empresa; e para melhorar a compreensão do próprio processo de marketing”.

Para MATTAR(1996, p.53) “A pesquisa de marketing é a investigação sistemática, controlada, empírica e crítica de dados com o objetivo de descobrir e (ou) descrever fatos ou de verificar a existência de relações presumidas entre fatos referentes ao marketing de bens, serviços e idéias, e ao marketing como área de conhecimento da administração”.

A pesquisa de mercado possui várias funções. Segundo KOTLER (1993, p.64) “A pesquisa de mercado especifica a informação necessária para a resolução dos problemas de marketing, projeta o método para coletar essa informação, gerencia e implementa o processo de coleta de dados, analisa os resultados e comunica as descobertas e suas implicações”. Pode-se concluir com isso, que a pesquisa de mercado é composta de quatro etapas que são denominadas por KOTLER(1993, p.65) da seguinte maneira:

- ♦ definição do problema e dos objetivos da pesquisa,
- ♦ desenvolvimento do plano de pesquisa,
- ♦ implementação do plano de pesquisa,
- ♦ interpretação e apresentação dos resultados.

O tipo de pesquisa utilizada no presente trabalho quanto à natureza das variáveis pesquisadas foi a pesquisa quantitativa, pois buscou-se medir o grau de satisfação dos clientes em relação ao atendimento e ao produto. Segundo MATTAR (1992, p.77) “...a pesquisa quantitativa procura medir o grau em que algo está presente”.

As pesquisas de mercado se dividem em pesquisas exploratórias e conclusivas. O presente trabalho se desenvolveu através de pesquisa conclusiva, pois a mesma foi estruturada para buscar respostas que respondessem claramente aos objetivos da pesquisa. Segundo MATTAR(1992) “A pesquisa conclusiva é bastante estruturada em termos de procedimentos, as questões ou hipóteses de pesquisa estão claramente definidas e os objetivos são claros: obter respostas para as questões ou hipóteses da pesquisa”. A pesquisa foi descritiva, pois proporcionou dados sobre os pesquisados e suas características. Segundo MATTAR (1992) “A pesquisa descritiva visa prover o pesquisador de dados sobre as características de grupos, estimar as proporções de determinadas características e verificar a existência de relações entre variáveis”.

O meio utilizado para fazer a coleta de dados foi a pesquisa de campo através de um questionário estruturado autopreenchido não disfarçado. Segundo MATTAR (1992) “Os estudos de campo trabalham com amostras de dimensões que permitem análises estatísticas, sem, no entanto, haver preocupações com a representatividade, mas que permitem profundidade maior que a dos levantamentos amostrais”. E os instrumentos de coleta de dados estruturados não disfarçados “...constituem basicamente os instrumentos utilizados em pesquisas conclusivas...neste instrumento comumente denominado questionário, as perguntas são apresentadas exatamente com as mesmas palavras, sempre na mesma ordem e com as mesmas opções de respostas a todos os respondentes”.

Através da pesquisa de mercado com as características acima citadas, foram respondidos os objetivos e o problema da pesquisa.

### **3.2 Satisfação do cliente**

O cliente é a razão de existir de qualquer empresa; é também o termômetro das empresas, pois é da sua satisfação que dependem o sucesso e fracasso das organizações. ALBRECHT (1992, p.13) conceitua o que é o cliente de diversas formas, umas delas é a seguinte: “O cliente é alguém que se dirige a uma empresa para comprar um produto ou serviço, e que espera receber um serviço ou produto de qualidade em troca do pagamento...é uma pessoa que tem necessidades e preocupações; é claro que nem sempre está com a razão,

mas é preciso estar em primeiro lugar para que uma empresa se destaque pela qualidade do serviço”.

Há uma definição de autor desconhecido em ALBRECHT (1992, p.17) que define com perfeição o que é um cliente:

- ♦ O cliente é a pessoa mais importante em qualquer tipo de negócio.
- ♦ O cliente não depende de nós. Nós é que dependemos dele.
- ♦ O cliente não interrompe nosso trabalho. Ele é o propósito do nosso trabalho.
- ♦ O cliente nos faz um favor quando entra. Nós não estamos lhe fazendo nenhum favor esperando por ele.
- ♦ O cliente é uma parte essencial do nosso negócio - não uma parte descartável.
- ♦ O cliente não significa só dinheiro na caixa registradora. É um ser humano com sentimentos, que precisa ser tratado com todo o respeito.
- ♦ O cliente merece toda a atenção e cortesia possível.
- ♦ Ele é o sangue de qualquer negócio. É ele que paga o seu salário.
- ♦ Sem ele você fecharia as suas portas.

A qualidade do produto, a qualidade dos serviços e atendimento prestados por uma empresa, estão diretamente relacionados com a satisfação do cliente. Apesar de não haver um roteiro a ser seguido para satisfazer os clientes, há um nível mínimo de expectativas a serem atendidas, que dizem respeito às necessidades básicas para as quais o produto está direcionado. Faz-se necessário que sejam feitos investimentos contínuos em pesquisa pela empresa para que a mesma esteja sempre atualizada sobre as necessidades dos clientes.

As necessidades dos clientes não são iguais, porém existem algumas necessidades básicas comuns aos clientes. Segundo PALADINI (1994, p.29) o consumidor procura quanto ao produto:

- ♦ Um produto cuja marca seja de sua confiança;
- ♦ um produto com as características mínimas necessárias às suas necessidades;
- ♦ um produto adequado para uso, que não seja complicado, caro ou lhe sugira riscos durante sua utilização;
- ♦ que o processo de fabricação atenda as especificações básicas;
- ♦ pagar um preço que lhe pareça aceitável.

Mesmo cumpridas essas necessidades básicas, é importante que a empresa conheça a fundo os seus clientes e saiba lidar com cada tipo, pois “cada cliente é motivado por diferentes valores, atitudes e crenças”. (ALBRECHT, 1992, p.180).

O cliente submisso é aquele que não gosta de reclamar e vai negociar com o concorrente. Já o cliente agressivo despeja todo seu descontentamento em auto e bom tom; o melhor a fazer nesse caso é arranjar soluções sem dar desculpas. O cliente de alta roda é aquele que paga o preço que for para obter produtos ou serviços de qualidade; ele quer soluções rápidas e exige atenção. Há também o cliente aproveitador, que busca tirar proveito da empresa tentando obter algo ao qual não teria direito; nesse caso, a melhor política é a argumentação com base em dados precisos sobre o negócio envolvendo as partes. Há ainda o cliente queixoso crônico, que é aquele que nunca está satisfeito; esse tipo de cliente busca atenção, e geralmente um sincero pedido de desculpas acompanhado de uma real tentativa de resolver o problema, faz com que ele se sinta importante.

Toda organização está sujeita a todo tipo de cliente; cabe a cada empresa aprender a lidar com cada caso para que o nível de satisfação de seus clientes seja cada vez mais positivo.

Há três elementos básicos para adequar o produto ao consumidor: o primeiro é a satisfação das necessidades, o segundo é o atendimento às expectativas e o terceiro é a atenção à conveniência do produto enquanto em uso.

O atendimento e os serviços prestados pela empresa, também seguem algumas expectativas dos clientes. Os clientes esperam por funcionários atenciosos e bem treinados, que tenham autonomia para prestar bons serviços e tomar decisões; a empresa deve estar preparada para enfrentar todos os tipos de problema e ter sempre em mãos soluções que resolvam os problemas e agradem os clientes; o ambiente da empresa deve ser agradável para que o cliente se sinta à vontade; a empresa deve ser flexível, deve dar retorno aos seus clientes, o atendimento deve ser cortês.

Todas essas regras, se usadas em conjunto, tornam a empresa um local agradável, onde os clientes criam um vínculo com a mesma por se sentirem satisfeitos pela maneira como são tratados e pela qualidade dos produtos. É de suma importância que essas regras sejam seguidas, pois é o tratamento dispensado ao cliente que vai diferenciar na hora do mesmo optar por uma empresa e outra tendo em vista que preço e garantia são negociáveis.

De acordo com ALBRECHT (1992, p.13) “Excelência de serviço é o nível de qualidade de serviço, comparado ao de seus concorrentes, que é suficientemente elevado, do ponto de vista de seus clientes, para lhe permitir cobrar um preço mais alto pelo serviço oferecido, conquistar uma participação de mercado acima do que seria considerado natural, e/ou obter uma margem de lucro maior que a de seus concorrentes”.

Para que uma empresa atinja o nível de excelência conceituado pelo autor, é necessário um esforço conjunto de toda empresa, deve-se buscar uma sincronia por parte de todos os envolvidos de modo que essa excelência não só seja alcançada, mas que perdure. A busca da excelência deve ser uma busca constante; as empresas precisam estar antenadas para a necessidade de melhorias em seus produtos, seus serviços e seus processos, ou seja, deve-se buscar sempre o que há de melhor para cada tipo de empresa; e nada melhor que o cliente para apontar o que deve ser melhorado, e até sugerir interessantes soluções. Já que toda e qualquer empresa somente sobrevive devido a seus clientes, é de suma importância que o cliente esteja em primeiro lugar.

Para ALBRECHT (1992, p.117) “As empresas que colocam seus clientes em primeiro lugar, possuem as seguintes características:

- ◆ Pensam e falam muito em seus clientes.
- ◆ Estão sempre avaliando as percepções de seus clientes.
- ◆ Tendem a resolver questões de prioridade considerando o impacto mais provável sobre o cliente como critério.
- ◆ Cedem, fazem concessões, ou acrescentam valor para o cliente em situações de disputa nas quais o valor do goodwill supera o que está em jogo em termos econômicos.
- ◆ Recuperam-se conscientemente de erros ou horas da verdade mau cumpridas; penitenciam-se com o cliente que recebeu mau tratamento.
- ◆ Adotam uma política de fazer o que é necessário para procurar remediar a situação com um cliente insatisfeito ou com necessidades especiais.
- ◆ Reprojeta sistemas, transferem recursos, e livram-se de vacas sagradas quando atrapalham esforços visando conseguir serviço de qualidade”.

A hora da verdade a qual o autor se refere é “Qualquer episódio no qual o cliente entra em contato com qualquer aspecto da organização e obtém uma impressão da qualidade de seu serviço”.

As empresas que tem a visão de considerar seus clientes como seu maior patrimônio, não medem esforços para que a qualidade que elas oferecem, seja a qualidade que eles procuram; ainda mais, fazem da satisfação de seus clientes, seu principal objetivo. Essas empresas estão sempre atentas às necessidades de seus clientes, e assumem seus erros quando não cumprem com o prometido, estão realmente comprometidas em conquistar e manter clientes e fazer deles grandes aliados para o seu crescimento.

Assim como há as empresas que primam por atender ao cliente da melhor maneira possível, há as que pecam gravemente neste quesito. Nesse caso fica difícil efetuar a venda de um produto ou serviço.

Após muito observar, ALBRECHT (1992, p.15) detectou sete principais categorias de reclamação que vem levando o cliente a se sentir insatisfeito; e chamou essas categorias de sete pecados do serviço. O primeiro pecado diz respeito à apatia, em seguida vem a dispensa, logo depois vem a frieza. Não há maior desconforto para um cliente do que ser tratado com pouco caso, ser desprezado por algum funcionário como se fosse um estorvo, ou ser tratado com impaciência. O quarto pecado é exatamente o oposto dos três primeiros, e diz respeito à condescendência ou o famoso paternalismo; o cliente de hoje quer ser tratado com respeito e não com mimos. Outro pecado bastante comum é o do automatismo, onde todos os clientes são tratados da mesma maneira, sem haver individualidade, como se todos fossem iguais e necessitassem do mesmo atendimento. O sexto pecado demonstra total falta de liberdade e mobilidade para os empregados da organização; os mesmos são obrigados a seguir as normas da empresa, mesmo que essa atitude implique em um cliente insatisfeito. Finalmente, o sétimo pecado é o do passeio; que ocorre quando o cliente é jogado de um lado para o outro na empresa, geralmente quando precisa resolver um problema. Esses sete pecados ilustram perfeitamente o cotidiano de várias empresas que não estão preparadas para a busca da excelência, e não se dão conta de que são seus clientes que as mantêm no mercado.

### **3.3 Qualidade**

Tendo em vista que os clientes são fundamentais para a sobrevivência de uma empresa, as empresas têm a obrigação de conquistarem cada vez mais clientes. Há vários fatores que levam o consumidor a optar pela compra de determinado produto. Um desses fatores pode ser preço, marca, mas não são somente esses fatores que atraem os consumidores. De uma hora pra outra, podem surgir produtos similares mais baratos, mais atrativos que podem fazer com que o consumidor opte pela compra do produto concorrente. Então, a qualidade do produto faz uma grande diferença na hora do consumidor optar pela compra de determinado produto.

Seguem-se abaixo alguns conceitos de qualidade:

“Qualidade é o total de aspectos e características de um produto ou serviço que tem a capacidade de satisfazer necessidades declaradas ou implícitas”. (LAS CASAS, 1994, p.140).

“Qualidade é característica de um produto ou serviço que atende totalmente ao consumidor”. (PALADINI, 1994, p.17).

“Qualidade é adequação ao uso”.(JURAN,1990).

“Um produto ou serviço de qualidade é aquele que atende perfeitamente, de forma confiável, de forma acessível, de forma segura, e no tempo certo às necessidades do cliente”.(FALCONI, 1992, p.2).

Atender perfeitamente significa projeto perfeito, de forma confiável significa sem defeitos, de forma acessível significa de baixo custo, de forma segura significa segurança do cliente, e no tempo certo significa entrega no prazo certo, no local certo e na quantidade certa.

Em pesquisa a várias empresas americanas, WHITELEY (1992) concluiu que as empresas que aplicam qualidade possuem algumas características que se seguem:

- ♦ Colocam o cliente em primeiro lugar.
- ♦ Promovem o objetivo.
- ♦ Investem em seu pessoal.
- ♦ Fazem com que as equipes trabalhem.
- ♦ Vivenciam o controle de qualidade.
- ♦ Nunca param de aprender.
- ♦ Nunca se dispersam.

Pode-se observar que, de acordo com essa pesquisa, colocar o cliente em primeiro lugar é o primeiro passo para alcançar a qualidade. É de suma importância que a empresa que busca a qualidade dê atenção a seus clientes, pois nem sempre aquilo que a empresa julga ser qualidade serve aos propósitos de seus clientes, então, nesse caso, estar em constante busca de informações sobre o que os clientes precisam, é o que faz com que os clientes encontrem qualidade nos produtos ou serviços.

Para MOLLER (1990, p.13) a qualidade depende da situação. Quando a qualidade do produto atende ou excede as expectativas das pessoas, elas sentem essa qualidade como sendo boa, quando se dá o oposto, as pessoas percebem a qualidade como sendo má.

Ao descrever qualidade, deve-se levar em consideração vários fatores. Um fator primordial é que as pessoas têm diferentes padrões de qualidade, por isso, um mesmo produto ou serviço é percebido de formas diversas por diferentes pessoas. O quê é bom para um consumidor, pode não ser bom para outro. Portanto, o conceito de qualidade visto pelos olhos



dos consumidores é incontável. Cabe à empresa detectar do que necessitam os consumidores para que esses se sintam satisfeitos.

A qualidade pode ser classificada em qualidade in-line, qualidade off-line e qualidade on-line. As mesmas se referem aos ambientes onde a qualidade é produzida e estão descritas a seguir:

### **Qualidade *In-line***

É a qualidade voltada para o processo de fabricação, portanto ela é obtida no nível produtivo. A qualidade in-line caracteriza-se por um conjunto bem definido de elementos básicos voltados para o processo de fabricação como campanhas de redução de custos, eliminação de desperdícios, minimização de horas extras, eliminação de retrabalho, entre outros. Busca-se eliminar os defeitos e criar bases para a otimização do processo e a melhor utilização dos recursos disponíveis para a produção. Para alcançar esses objetivos, ela enfatiza as estratégias operacionais da empresa, os métodos de trabalho, os materiais e os equipamentos utilizados, informações técnicas e o atendimento às especificações do projeto.

De acordo com PALADINI (1994, p.19) a qualidade in-line apresenta duas restrições básicas:

- ♦ Não considera o cliente, suas necessidades e conveniências, nem estratégias de mercado. Volta-se para a fábrica, em busca de otimização do processo, do produto sem defeito, do mínimo custo, do menor desperdício possível. Mas não garante um produto adequado ao cliente; apenas um produto sem qualquer defeito. O elo de ligação do modelo in-line com o mercado consumidor resume-se à identificação de defeitos detectados no produto acabado.
- ♦ O modelo não considera todas as atividades da empresa, mas apenas as mais fortes, aquelas em que a empresa apresenta maior competência. Ocorre que as atividades que a empresa sabe fazer melhor podem não ser as mais importantes para o cliente. Além disso, como se verá, pode-se gerar um desequilíbrio pernicioso para a empresa: a ênfase de algumas atividades pode criar desprezo por outras, não menos importantes, mas de maiores exigências em termos de execução, que requerem mais habilidade e aptidão hoje não disponíveis.

### **Qualidade *off-line***

A qualidade off-line é a qualidade gerada pelas áreas que não estão diretamente ligadas ao processo produtivo, porém, são áreas relevantes para a adequação do produto ao uso que dele se espera desenvolver. Essas áreas dão suporte ao processo produtivo, desenvolvendo funções indiretas. Como exemplo pode-se citar a gerência de aquisições das

matérias-primas, funções complementares ao processo produtivo, etc. Segundo TAGUCHI (1990), controle de qualidade off-line é um método sistemático para otimizar o projeto do produto e o projeto do próprio processo produtivo.

### **Qualidade *on-line***

Esse modelo de qualidade busca a viabilidade da importância conferida ao cliente no conceito de qualidade. Este modelo é definido segundo PALADINI (1994, p.20), “como o esforço feito pela empresa para captar, o mais rapidamente, possíveis alterações em preferências, hábitos ou comportamentos de consumo, e repassá-las ao processo produtivo, de forma a adaptar, no menor espaço de tempo, o processo à nova realidade no mercado. Cria-se assim, um produto sempre adequado ao consumidor”.

Nesse modelo, leva-se em consideração as frequentes mudanças de necessidades no mercado, fazendo-se necessário mudar as características do produto. Devido a essas mudanças que fazem frente à necessidade de mercado, torna-se necessário que o processo de fabricação seja flexível, para que as alterações a serem desenvolvidas no produto se tornem viáveis. Para que essa viabilidade se torne possível, é preciso que a empresa desenvolva um sistema de informações que esteja permanentemente funcionando para captar as informações do mercado.

Segundo PALADINI (1994,p.21) “A importância que a qualidade do projeto desempenha para a definição do nível da qualidade do produto final é grande, sobretudo se é considerado que é aqui que se define a faixa de mercado em que o produto vai atuar. O padrão da qualidade do produto vai determinar que tipo de consumidores se espera atingir, que nível de satisfação se pretende oferecer, além de outros aspectos relevantes a considerar, como o próprio preço do produto”.

### **3.4 Qualidade de serviços**

A qualidade dos serviços prestados por uma empresa é fator determinante para que a mesma possa mostrar um diferencial a seus clientes em relação à concorrência. O serviço de qualidade vem agregar valor ao produto, visando atingir a satisfação dos consumidores.

De acordo com PALADINI (1994, p.21) “Os produtos podem ser divididos em três categorias:

- ♦ Bens tangíveis: referem-se a produtos que existem fisicamente.

- ♦ Serviços: referem-se a bens intangíveis, representados por ações desenvolvidas por terceiros em atendimento às solicitações específicas de atividades a executar.
- ♦ Métodos: dizem respeito a procedimentos lógicos desenvolvidos por terceiros ou informações por eles organizadas, em atendimento às solicitações que se referem a questões relativas aos meios de execução de uma atividade (know how).

Os bens tangíveis são os produtos propriamente ditos. Nos produtos há pequena interação com os clientes e o número de atividades de suporte é elevado. No caso dos bens intangíveis (serviços) e métodos (softwares) a interação com o cliente é grande e é baixo o número de atividades de suporte.

No caso de serviços a qualidade se caracteriza pela interação direta entre cliente e a empresa, além disso, em serviços e métodos a produção e o consumo são simultâneos, ou seja, o produto é processo e vice-versa. Há uma realimentação tão rápida, que o cliente pode interferir no processo, pois não há uma separação nítida em produção e consumo. Por o cliente participar do processo produtivo, faz-se necessário que o processo seja flexível tendo em vista que o cliente tem expectativas muito dinâmicas. O serviço não é estocável, e também não pode ser produzido antecipadamente.

Ao avaliarmos qualidade, há dois tipos de serviços: o serviço de suporte ao produto e o serviço de suporte ao cliente. O serviço de suporte ao produto é o que diz respeito às informações básicas sobre o uso do produto. São os manuais, instalação, assistência técnica, etc. O serviço de suporte ao cliente diz respeito às facilidades diretas que a empresa oferece a seus clientes, em termos de atendimento às ações por eles requisitadas ou pelos consumidores. Essas ações referem-se à qualidade dos serviços e a maneira com que os clientes são atendidos pela empresa.

De acordo com LOBO (1993, p.15) “A qualidade de um serviço, avaliada pelo cliente, é determinada por três fatores: desempenho atendimento e custo”. O desempenho está relacionado com a realização do serviço propriamente dito, o atendimento diz respeito aos aspectos referentes ao ato da prestação de serviços e o custo do serviço serve de base para comparar a qualidade. Dependendo do custo do serviço, o cliente vai avaliar se valeu ou não à pena pedir por determinado serviço.

Como fica claro no que vem sendo exposto, a qualidade muda de enfoque quando trata de serviços e de produtos, porém, a busca pela satisfação do cliente é incessante para ambos.

## **4. METODOLOGIA**

### **4.1 Caracterização da pesquisa**

A pesquisa que se segue foi quantitativa. Segundo MATTAR (1992) "A pesquisa quantitativa procura medir o grau em que algo está presente ...os dados são obtidos de um grande número de respondentes, usando-se escalas, geralmente numéricas, e são submetidos à análises estatísticas formais".

### **4.2 Perspectiva da pesquisa**

A pesquisa foi ocasional, pois não foi considerada a evolução do tempo ao analisar o fenômeno. Segundo MATTAR (1992) "O projeto ocasional proporciona uma visão das variáveis em estudo em determinado momento".

### **4.3 Tipo de pesquisa**

#### **4.3.1 Quanto aos fins**

A pesquisa foi conclusiva, descritiva. Segundo MATTAR (1992) "A pesquisa conclusiva é bastante estruturada em termos de procedimentos, as questões ou hipóteses de pesquisa estão claramente definidas e os objetivos são claros: obter respostas para as questões ou hipóteses da pesquisa". E mais: "A pesquisa descritiva visa prover o pesquisador de dados sobre as características de grupos, estimar as proporções de determinadas características e verificar a existência de relações entre variáveis".

### **4.3.2 Quanto aos meios**

A pesquisa foi de campo, pois coletou dados sobre a qualidade dos serviços prestados pela empresa em estudo. Segundo MATTAR (1992) “Os estudos de campo trabalham com amostras de dimensões que permitem análises estatísticas, sem, no entanto, haver preocupações com a representatividade, mas que permitem profundidade maior que a dos levantamentos amostrais”.

### **4.4 Tipos de dados**

As fontes de dados utilizadas para a pesquisa foram fontes de dados primários e secundários. Segundo MATTAR (1992) “Dados secundários são aqueles que já foram coletados, tabulados, ordenados e, às vezes, até analisados, com propósitos outros ao de atender às necessidades da pesquisa em andamento e que estão catalogados à disposição dos interessados...dados primários são aqueles que não foram antes coletados, estando ainda em posse dos pesquisados, e que são coletados com o propósito de atender às necessidades específicas da pesquisa em andamento”.

### **4.5 Instrumentos de coleta**

O instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário estruturado autopreenchido não disfarçado. O questionário foi respondido e preenchido diretamente pelo entrevistado. De acordo com MATTAR (1992) os instrumentos de coleta de dados estruturados não disfarçados “...constituem basicamente os instrumentos utilizados em pesquisas conclusivas...neste instrumento comumente denominado questionário, as perguntas são apresentadas exatamente com as mesmas palavras, sempre na mesma ordem e com as mesmas opções de respostas a todos os respondentes”.

## 4.6 Relatório do pré-teste

Após o término do instrumento de coleta de dados, foi feito o pré-teste do questionário, com o intuito de averiguar a necessidade de possíveis mudanças.

Com o pré-teste testamos, no período de 11/04 a 13/04, dez questionários submetendo-os a 5 pessoas da empresa, 3 moradores do CR Rio Grande e 2 pessoas escolhidas aleatoriamente.

Estes testes permitiram descobrir os inconvenientes, eliminar equívocos e escolher a formulação mais adequada das perguntas para a finalidade da pesquisa.

### 4.6.1 Perguntas sem alterações

As perguntas que não sofreram alterações foram as de número 1, 2, 3, 4,5,6, 7, 8, 10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36,37,38,39, 40,41,42,43,44,45,46 e 47. As questões dizem respeito ao perfil sócio-econômico do pesquisado (sexo, idade, grau de escolaridade, renda familiar,etc), ao grau de satisfação dos clientes, ao atendimento e a qualidade dos condomínios.

### 4.6.2 Sugestões de mudanças

O quadro abaixo refere-se às questões que receberam sugestões de mudanças:

Questão	Sugestão	Aval
9	Alterar a última alternativa para: em imóvel emprestado/em imóvel de familiares/amigos	Sim

Justificativa: Levou-se em consideração, que as três alternativas colocadas em uma única opção, respondem que o pesquisado não era o responsável pelo imóvel que morava.

#### **4.7 Limitações**

Houve apenas uma limitação na pesquisa, que foi a demora na devolução dos questionários, sendo que 22% dos questionários não foram respondidos.

## 5 UNIVERSO E AMOSTRAGEM

O universo da pesquisa foi os compradores das casas feitas em condomínios para a Polícia Militar, casas estas construídas pela empresa Pirâmide. O tipo de amostragem utilizada foi a não probabilística por acessibilidade.

Segundo VERGARA (1997) “amostra por acessibilidade é aquela que longe de qualquer procedimento estatístico seleciona elementos pela facilidade de acesso a eles”.

A pesquisa foi realizada em três condomínios entregues pela Empresa Pirâmide para a Polícia Militar. O Condomínio Residencial Itajaí é o maior condomínio, composto por 48 casas onde seis estavam desocupadas. Foram aplicados questionários em 35 casas deste condomínio. O Condomínio Residencial Rio Grande é composto por 40 casas, sendo que três estavam desocupadas, e 26 questionários foram respondidos. O Condomínio Residencial Tiradentes é o menor e mais antigo. Ele é composto por 22 casas, sendo que uma estava desocupada e foram respondidos 17 questionários.



## **6 ANÁLISE E TRATAMENTO DOS DADOS**

No que diz respeito às questões relativas ao grau de satisfação dos pesquisados, foi feita a análise de cada Condomínio separadamente, e a análise total das respostas acompanhada por gráficos. Nas questões relativas aos dados sócio-econômicos, foi feita uma análise geral dos pesquisados. Foram aplicados 78 questionários nos três condomínios em estudo.

## Análise sócio-econômica

**Tabela 1- Sexo**

	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Masculino	55	55	71%	71%
Feminino	23	78	29%	100%
<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

A maioria dos respondentes é do sexo masculino, o que equivale a 71% dos 78 respondentes.

**Gráfico 1-Sexo:**

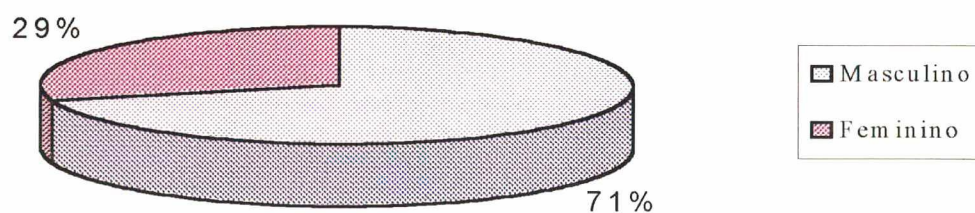
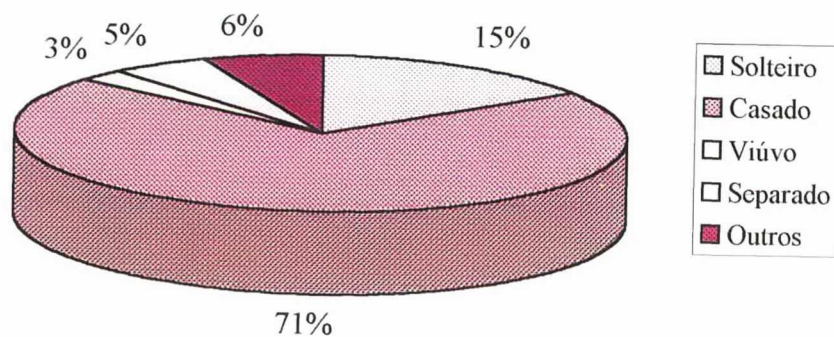


Tabela 2- Estado Civil

	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Solteiro	12	12	15%	15%
Casado	55	67	71%	86%
Viúvo	2	69	3%	89%
Separado	4	73	5%	94%
Outros	5	78	6%	100%
<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

A maioria de 71% dos pesquisados é casada, sendo que 15% dos pesquisados são solteiros.

Gráfico 2-Estado Civil:



**Tabela 3- Idade do(a) chefe de família:**

	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
até 20 anos	0	0	0%	0%
de 21 à 30 anos	34	34	44%	44%
de 31 à 40 anos	28	62	36%	80%
de 41 à 50 anos	13	75	17%	97%
acima de 50 anos	3	78	4%	100%
Total	78		100%	

Um total de 44% dos pesquisados tem idade entre 21 e 30 anos, e 36% dos pesquisados tem idade entre 31 à 40 anos.

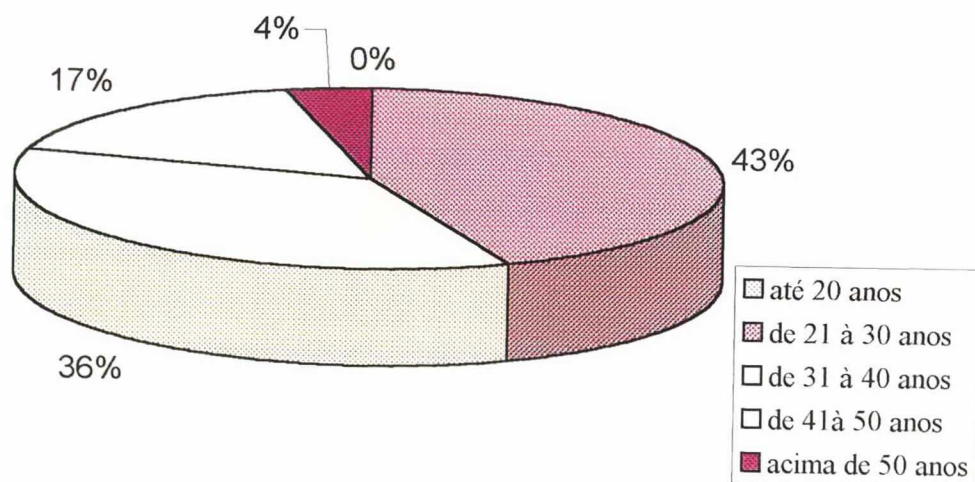
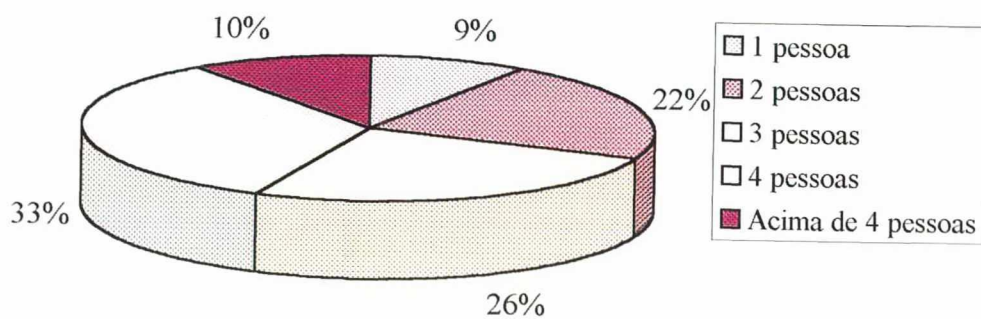
**Gráfico 3-Idade do chefe de família:**

Tabela 4-Quantas pessoas moram na casa?

	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
1 pessoa	7	7	9%	95%
2 pessoas	17	24	22%	31%
3 pessoas	20	44	26%	57%
4 pessoas	26	70	33%	90%
Acima de 4 pessoas	8	78	10%	100%
<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

Um total de 33% dos pesquisados respondeu que moram quatro pessoas na casa, e 26% responderam que moram três pessoas na casa.

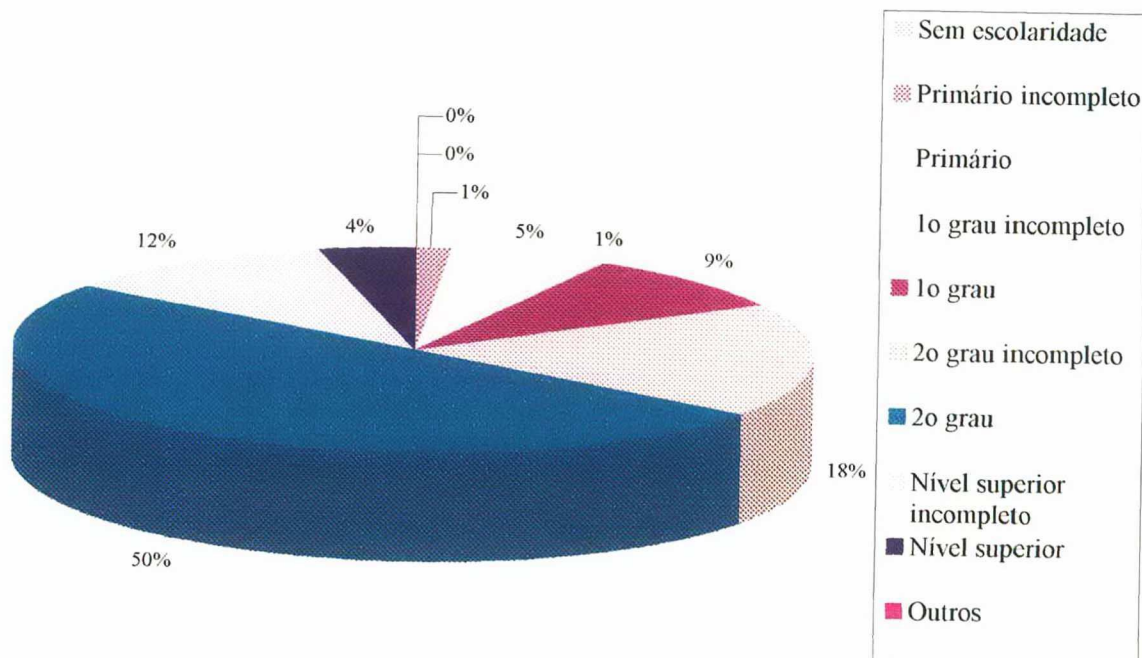
Gráfico 4-Quantas pessoas moram na casa?



**Tabela 5-Escolaridade do(a) chefe de família:**

	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sem escolaridade	0	0	0%	0%
Primário incompleto	1	1	1%	1%
Primário	4	5	5%	6%
1o grau incompleto	1	6	1%	7%
1o grau	7	13	10%	17%
2o grau incompleto	14	27	18%	35%
2o grau	39	66	49%	84%
Nível superior incompleto	9	75	12%	96%
Nível superior	3	78	4%	100%
Outros	0	78	0%	100%
<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

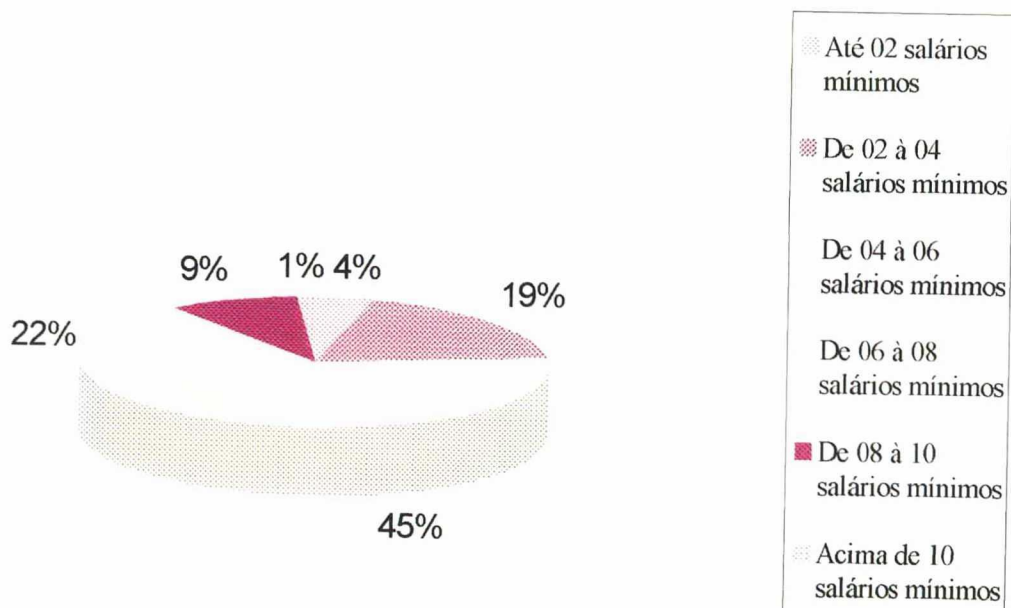
Um total de 49% dos pesquisados respondeu que a escolaridade do chefe de família é de 2º grau completo, seguidos de 18% que responderam possuir 2º grau incompleto.

**Gráfico 5-Escolaridade do(a) chefe de família:**

**Tabela 6-Renda Familiar:**

	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Até 02 salários mínimos	3	3	4%	4%
De 02 à 04 salários mínimos	15	18	19%	23%
De 04 à 06 salários mínimos	35	53	45%	68%
De 06 à 08 salários mínimos	17	70	22%	90%
De 08 à 10 salários mínimos	7	77	9%	99%
Acima de 10 salários mínimos	1	78	1%	100%
<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

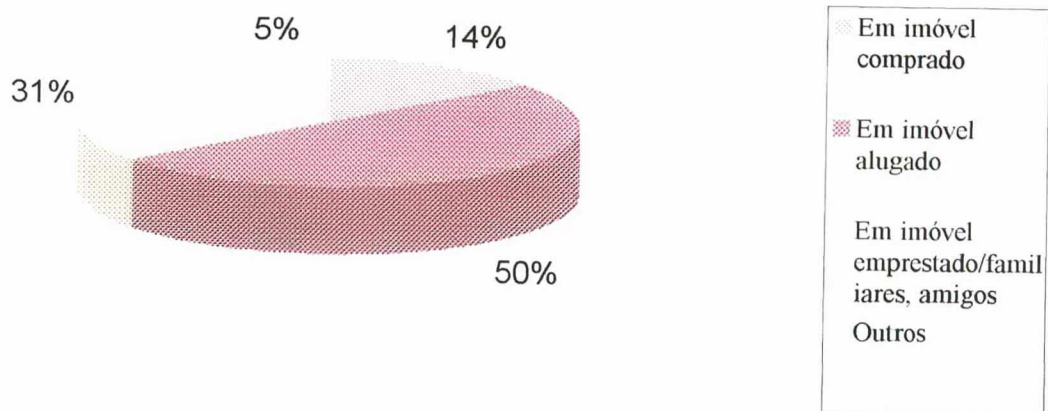
A renda familiar de 45% dos pesquisados varia de 04 à 06 salários mínimos, e a renda de 22% dos pesquisados varia de 06 à 08 salários mínimos.

**Gráfico 6- Renda familiar:**

**Tabela 7-Você morava:**

	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Em imóvel comprado	11	11	14%	14%
Em imóvel alugado	39	50	50%	64%
Em imóvel emprestado/familiares, amigos	24	74	31%	95%
Outros	4	78	5%	100%
<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

Um total de 50% dos pesquisados morava em imóvel alugado, e 31% morava em imóvel emprestado ou de familiares ou de amigos.

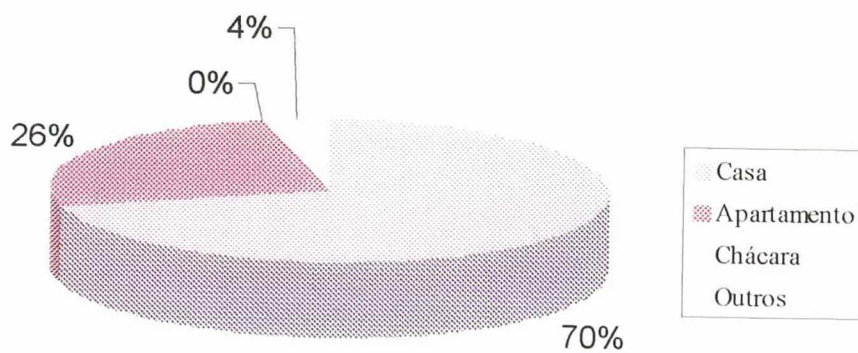
**Gráfico 7-Você morava:**



**Tabela 8-Tipo do imóvel anterior:**

	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Casa	55	55	71%	71%
Apartamento	20	75	26%	97%
Chácara	0	75	0%	97%
Outros	3	78	4%	100%
<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

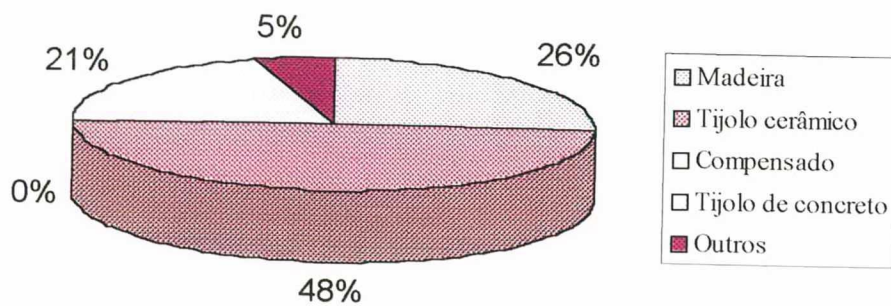
Um total de 71% dos pesquisados morava em casa, e 26% moravam em apartamento.

**Gráfico 8-Tipo de imóvel anterior:**

**Tabela 9-Material do imóvel anterior:**

	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Madeira	20	20	26%	26%
Tijolo cerâmico	38	58	49%	75%
Compensado	0	58	0%	75%
Tijolo de concreto	16	74	21%	96%
Outros	4	78	5%	100%
<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

O imóvel anterior de 49% dos pesquisados era de tijolo cerâmico, e 26% era de madeira.

**Gráfico 9-Material do imóvel anterior:**

**Tabela 10-Situação do imóvel atual:**

	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Comprado/financiado	73	73	94%	94%
Alugado	5	78	6%	100%
Emprestado	0	78	0%	100%
Outros	0	78	0%	100%
<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

A situação do imóvel atual de 94% dos pesquisados é comprado ou financiado, e apenas 6% moram em imóvel alugado.

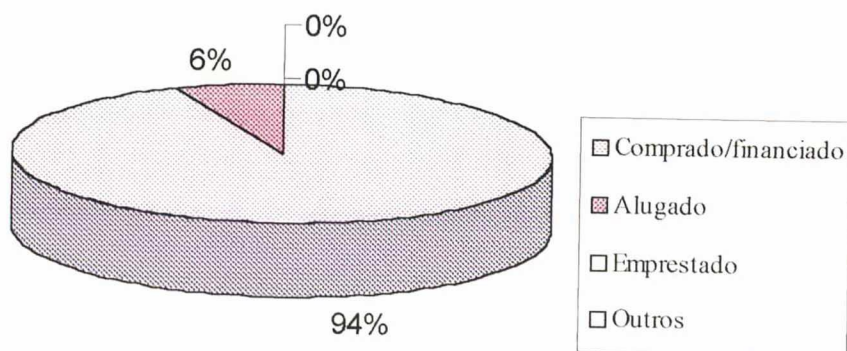
**Gráfico 10-Situação do imóvel atual:**

Tabela 11- Qual o seu nível de satisfação sobre o tamanho das dependências?

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	1	1	4%	4%
Satisfeito	16	16	46%	46%	Satisfeito	12	13	46%	50%
Mais ou menos	15	31	43%	89%	Mais ou menos	10	23	38%	88%
Insatisfeito	2	33	6%	95%	Insatisfeito	3	26	12%	100%
Muito Insatisfeito	0	33	0%	95%	Muito Insatisfeito	0	26	0%	100%
Não sabe/ñ q opinar	2	35	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	0	26	0%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	1	1	6%	6%	Muito satisfeito	2	2	3%	3%
Satisfeito	7	8	41%	47%	Satisfeito	35	37	44%	47%
Mais ou menos	6	14	35%	82%	Mais ou menos	31	68	40%	87%
Insatisfeito	3	17	18%	100%	Insatisfeito	8	76	10%	97%
Muito Insatisfeito	0	17	0%	100%	Muito Insatisfeito	0	76	0%	97%
Não sabe/ñ q opinar	0	17	0%	100%	Não sabe/ñ q opinar	2	78	3%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

O tamanho das dependências deixou satisfeitos 46% dos pesquisados do C R Itajaí, porém, 43% estão mais ou menos satisfeitos. No C R Rio Grande, 46% dos pesquisados estão satisfeitos com o tamanho das dependências, porém 38% estão mais ou menos satisfeitos. No C R Tiradentes, 41% dos pesquisados também estão satisfeitos, porém, 35% estão mais ou menos satisfeitos, e 18% estão insatisfeitos. No total, 44% dos pesquisados estão satisfeitos e 40% estão mais ou menos satisfeitos.

Gráfico11- Qual o seu nível de satisfação sobre o tamanho das dependências?

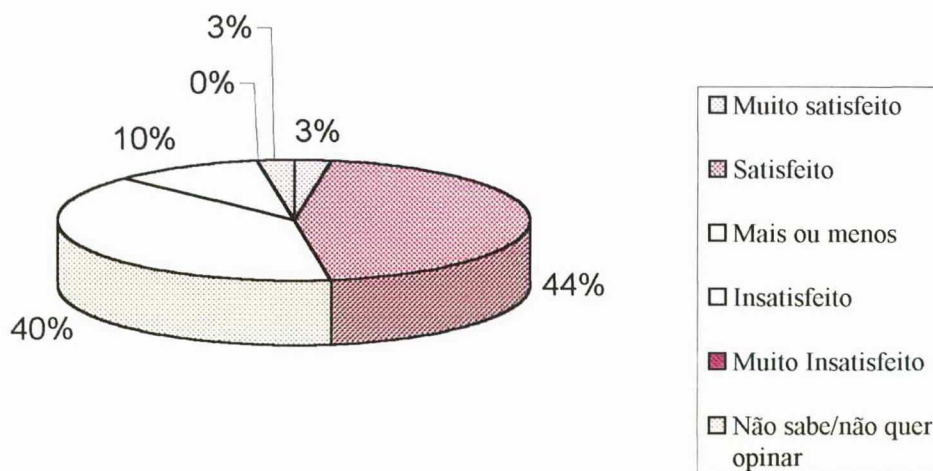


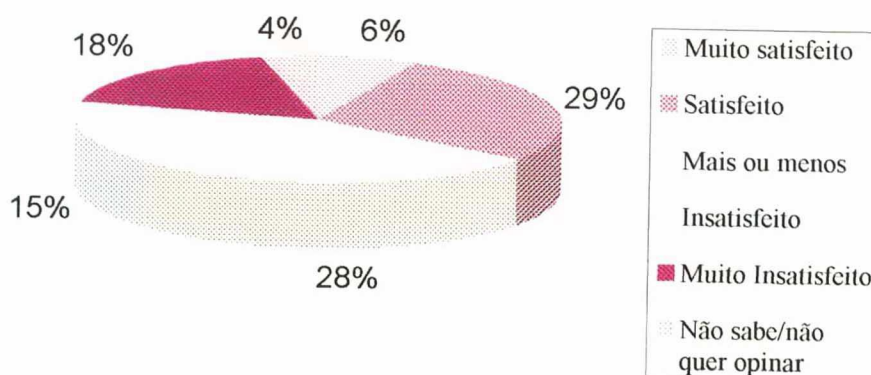
Tabela 12-Qual o seu nível de satisfação sobre o isolamento de ruídos?

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	4	4	11%	11%	Muito satisfeito	1	1	4%	4%
Satisfeito	14	18	40%	51%	Satisfeito	7	8	27%	31%
Mais ou menos	9	27	26%	77%	Mais ou menos	7	15	27%	58%
Insatisfeito	3	30	9%	86%	Insatisfeito	6	21	23%	81%
Muito Insatisfeito	3	33	9%	95%	Muito Insatisfeito	5	26	19%	100%
Não sabe/não q opinar	2	35	6%	100%	Não sabe/não q opinar	0	26	0%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	5	5	6%	6%
Satisfeito	1	1	6%	6%	Satisfeito	22	27	28%	34%
Mais ou menos	6	7	35%	41%	Mais ou menos	22	49	28%	62%
Insatisfeito	3	10	18%	59%	Insatisfeito	12	61	15%	77%
Muito Insatisfeito	6	16	35%	94%	Muito Insatisfeito	14	75	18%	95%
Não sabe/não q opinar	1	17	6%	100%	Não sabe/não q opinar	3	78	4%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No C R Itajaí, o isolamento de ruídos deixou satisfeitos 40% dos pesquisados. Já no CR Rio Grande, 27% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos, 23% estão insatisfeitos e 19% estão muito insatisfeitos. No CR Tiradentes, apenas 6% dos pesquisados estão satisfeitos. No total, o isolamento de ruídos satisfaz a 28% dos pesquisados, porém, 15% ficaram insatisfeitos e 18 % muito insatisfeitos.

Gráfico12-Qual o seu nível de satisfação sobre o isolamento de ruídos?



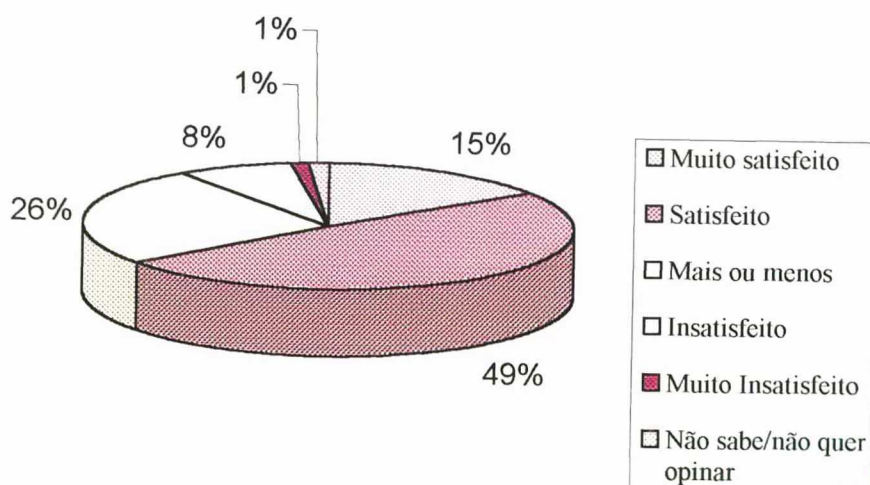
**Tabela 13-Qual o seu nível de satisfação sobre a temperatura dentro de casa?**

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	10	10	29%	29%	Muito satisfeito	2	2	8%	8%
Satisfeito	17	27	49%	78%	Satisfeito	13	15	50%	58%
Mais ou menos	5	32	14%	92%	Mais ou menos	7	22	27%	85%
Insatisfeito	2	34	6%	98%	Insatisfeito	3	25	12%	97%
Muito Insatisfeito	0	34	0%	98%	Muito Insatisfeito	1	26	4%	100%
Não sabe/ñ q opinar	1	35	3%	100%	Não sabe/ñ q opinar	0	26	0%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	12	12	15%	15%
Satisfeito	8	8	47%	47%	Satisfeito	38	50	49%	64%
Mais ou menos	8	16	47%	94%	Mais ou menos	20	70	26%	90%
Insatisfeito	1	17	6%	100%	Insatisfeito	6	76	8%	98%
Muito Insatisfeito	0	17	0%	100%	Muito Insatisfeito	1	77	1%	99%
Não sabe/ñ q opinar	0	17	0%	100%	Não sabe/ñ q opinar	1	78	1%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

A temperatura dentro de casa no CR Itajaí deixou satisfeitos 49% dos pesquisados e muito satisfeitos outros 29%. No CR Rio Grande, 50% dos pesquisados estão satisfeitos e 8% muito satisfeitos. No CR Tiradentes, 47% estão satisfeitos e 47% estão mais ou menos satisfeitos. No total, 49% dos pesquisados estão satisfeitos e 15% estão muito satisfeitos.

**Gráfico13-Qual o seu nível de satisfação sobre a temperatura dentro de casa?**



**Tabela 14- Qual o seu nível de satisfação em relação à ventilação nos cômodos?**

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	9	9	26%	26%	Muito satisfeito	2	2	8%	8%
Satisfeito	17	26	49%	75%	Satisfeito	15	17	58%	66%
Mais ou menos	5	31	14%	89%	Mais ou menos	3	20	12%	78%
Insatisfeito	1	32	3%	92%	Insatisfeito	3	23	12%	90%
Muito Insatisfeito	1	33	3%	95%	Muito Insatisfeito	3	26	12%	100%
Não sabe/ñ q opinar	2	35	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	0	26	0%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	11	11	14%	14%
Satisfeito	12	12	71%	71%	Satisfeito	44	55	56%	70%
Mais ou menos	2	14	12%	83%	Mais ou menos	10	65	13%	83%
Insatisfeito	1	15	6%	89%	Insatisfeito	5	70	6%	89%
Muito Insatisfeito	1	16	6%	95%	Muito Insatisfeito	5	75	6%	95%
Não sabe/ñ q opinar	1	17	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	3	78	4%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

A ventilação nos cômodos do CR Itajaí deixou satisfeitos 49% dos pesquisados e deixou 26% muito satisfeitos. No C R Rio Grande, 58% dos entrevistados estão satisfeitos, e no C R Tiradentes, 71% estão satisfeitos. No total, 57% dos entrevistados estão satisfeitos com a ventilação.

**Gráfico14- Qual o seu nível de satisfação em relação à ventilação nos cômodos?**

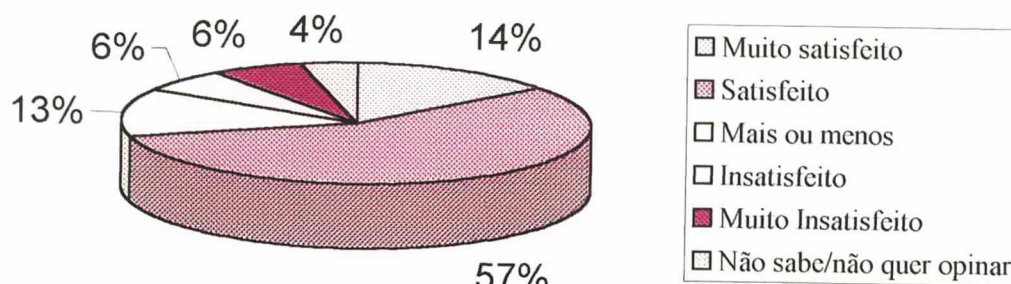


Tabela 15- Qual o seu nível de satisfação em relação ao manuseio das portas?

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	10	10	29%	29%	Satisfeito	7	7	27%	27%
Mais ou menos	6	16	17%	46%	Mais ou menos	3	10	12%	39%
Insatisfeito	8	24	23%	69%	Insatisfeito	9	19	35%	74%
Muito Insatisfeito	11	35	31%	100%	Muito Insatisfeito	7	26	27%	100%
Não sabe/ñ q opinar	0	35	0%	100%	Não sabe/ñ q opinar	0	26	0%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	1	1	6%	6%	Satisfeito	18	18	23%	23%
Mais ou menos	3	4	18%	24%	Mais ou menos	12	30	15%	38%
Insatisfeito	5	9	29%	53%	Insatisfeito	22	52	28%	66%
Muito Insatisfeito	7	16	41%	94%	Muito Insatisfeito	25	77	32%	98%
Não sabe/ñ q opinar	1	17	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	1	78	1%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

O manuseio das portas,deixou 31% dos pesquisados do CR Itajaí muito insatisfeitos e 23% insatisfeitos. No C R Rio Grande, 35% dos pesquisados estão insatisfeitos e 27% muito insatisfeitos. No CR Tiradentes, 41% estão muito insatisfeitos e 29% estão insatisfeitos. No total, 33% dos pesquisados estão muito insatisfeitos e 28% estão insatisfeitos com o manuseio das portas.

Gráfico15- Qual o seu nível de satisfação em relação ao manuseio das portas?

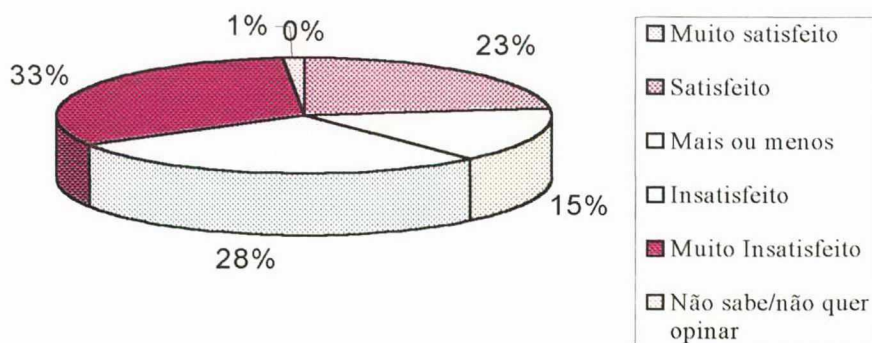




Tabela 16-Qual o seu nível de satisfação em relação ao manuseio de janelas?

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	7	7	20%	20%	Muito satisfeito	3	3	8%	8%
Satisfeito	27	34	77%	97%	Satisfeito	18	21	69%	78%
Mais ou menos	0	34	0%	97%	Mais ou menos	4	25	12%	90%
Insatisfeito	1	35	3%	100%	Insatisfeito	0	25	8%	98%
Muito Insatisfeito	0	35	0%	100%	Muito Insatisfeito	1	26	0%	98%
Não sabe/ñ q opinar	0	35	0%	100%	Não sabe/ñ q opinar	0	26	4%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	10	10	13%	13%
Satisfeito	0	0	0%	0%	Satisfeito	45	55	58%	71%
Mais ou menos	6	6	35%	35%	Mais ou menos	10	65	13%	84%
Insatisfeito	6	12	35%	70%	Insatisfeito	7	72	9%	93%
Muito Insatisfeito	4	16	24%	94%	Muito Insatisfeito	5	77	6%	99%
Não sabe/ñ q opinar	1	17	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	1	78	1%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

O manuseio de janelas do CR Itajaí deixou satisfeitos 77% dos pesquisados e deixou 20% muito satisfeitos. No CR Rio Grande, 69% estão satisfeitos e no CR Tiradentes, 35% dos pesquisados estão insatisfeitos e 24% muito insatisfeitos. No total, 58% dos pesquisados estão satisfeitos com o manuseio das janelas.

Gráfico16-Qual o seu nível de satisfação em relação ao manuseio de janelas?

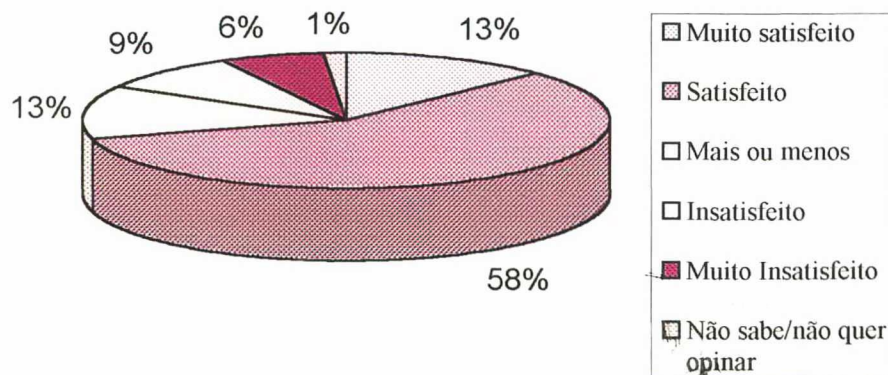


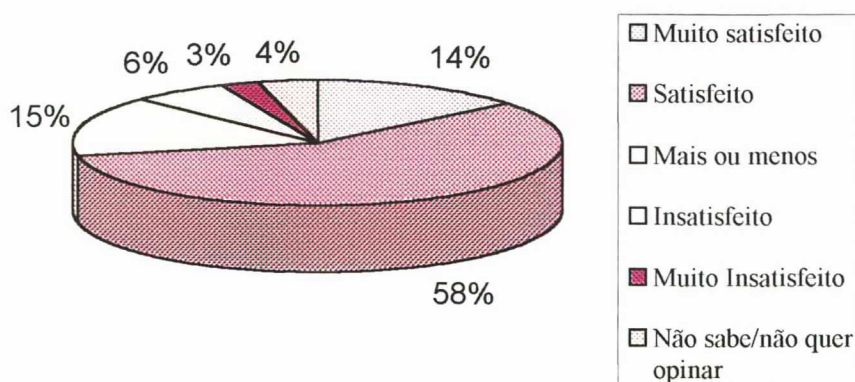
Tabela 17- Qual o seu nível de satisfação em relação à iluminação natural?

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	9	9	26%	26%	Muito satisfeito	2	2	8%	8%
Satisfeito	19	28	54%	80%	Satisfeito	18	20	69%	77%
Mais ou menos	4	32	11%	91%	Mais ou menos	3	23	12%	89%
Insatisfeito	2	34	6%	97%	Insatisfeito	2	25	8%	97%
Muito Insatisfeito	0	34	0%	97%	Muito Insatisfeito	0	25	0%	97%
Não sabe/ñ q opinar	1	35	3%	100%	Não sabe/ñ q opinar	1	26	4%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	11	11	14%	14%
Satisfeito	8	8	47%	47%	Satisfeito	45	56	58%	72%
Mais ou menos	5	13	29%	76%	Mais ou menos	12	68	15%	87%
Insatisfeito	1	14	6%	82%	Insatisfeito	5	73	6%	93%
Muito Insatisfeito	2	16	12%	94%	Muito Insatisfeito	2	75	3%	96%
Não sabe/ñ q opinar	1	17	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	3	78	4%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 54% dos pesquisados estão satisfeitos com a iluminação natural e 26% estão muito satisfeitos. No CR Rio Grande, 69% estão satisfeitos e no CR Tiradentes, 47% estão satisfeitos. No total, 58% dos pesquisados estão satisfeitos com a iluminação natural e 14% estão muito satisfeitos.

Gráfico17- Qual o seu nível de satisfação em relação à iluminação natural?

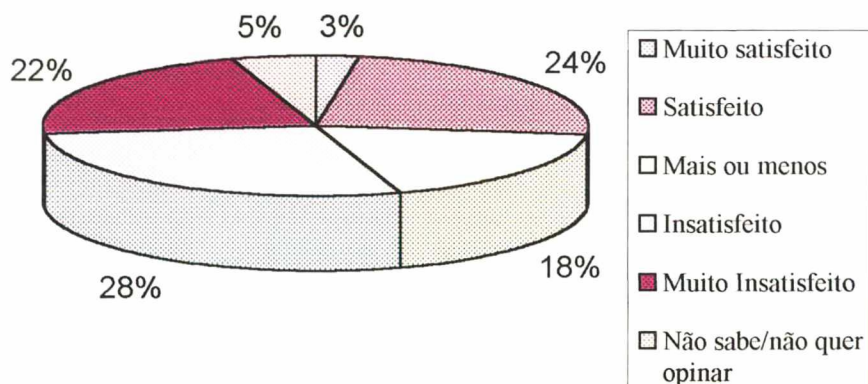


**Tabela 18- Qual o seu nível de satisfação em relação à iluminação elétrica?**

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	2	2	6%	6%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	10	12	29%	35%	Satisfeito	9	9	35%	35%
Mais ou menos	8	20	23%	58%	Mais ou menos	4	13	15%	50%
Insatisfeito	5	25	14%	72%	Insatisfeito	8	21	31%	81%
Muito Insatisfeito	7	32	20%	92%	Muito Insatisfeito	5	26	19%	100%
Não sabe/ñ q opinar	3	35	9%	100%	Não sabe/ñ q opinar	0	26	0%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	2	2	0%	0%
Satisfeito	0	0	0%	0%	Satisfeito	19	21	35%	35%
Mais ou menos	2	2	12%	12%	Mais ou menos	14	35	15%	50%
Insatisfeito	9	11	53%	65%	Insatisfeito	22	57	31%	81%
Muito Insatisfeito	5	16	29%	94%	Muito Insatisfeito	17	74	19%	100%
Não sabe/ñ q opinar	1	17	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	4	78	0%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 29% dos entrevistados estão satisfeitos com a instalação elétrica, porém, 20% estão muito insatisfeitos. No CR Rio Grande, 35% estão satisfeitos, porém, 31% estão insatisfeitos. No CR Tiradentes, 53% dos entrevistados estão insatisfeitos e 29% estão muito insatisfeitos. No total, 28% dos pesquisados estão insatisfeitos e 22% estão muito insatisfeitos.

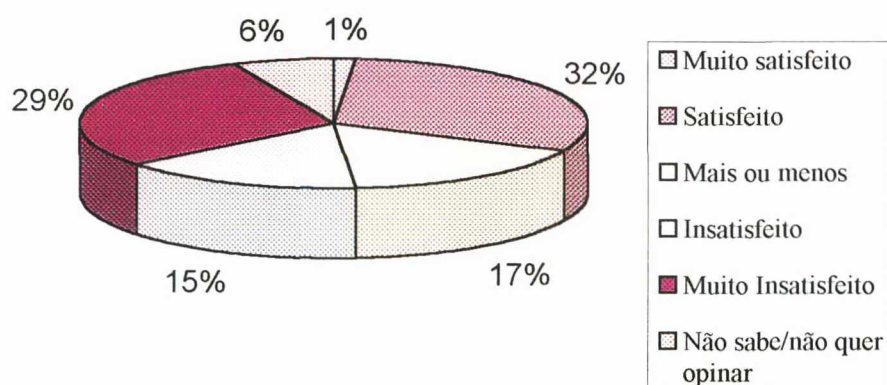
**Gráfico18- Qual o seu nível de satisfação em relação à iluminação elétrica?**

**Tabela 19-Qual o seu nível de satisfação em relação à rede de esgoto?**

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	1	1	4%	4%
Satisfeito	11	11	31%	31%	Satisfeito	10	11	38%	42%
Mais ou menos	7	18	20%	51%	Mais ou menos	4	15	15%	57%
Insatisfeito	2	20	6%	57%	Insatisfeito	6	21	23%	80%
Muito Insatisfeito	11	31	31%	88%	Muito Insatisfeito	5	26	19%	100%
Não sabe/ñ q opinar	4	35	11%	100%	Não sabe/ñ q opinar	0	26	0%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	1	1	1%	1%
Satisfeito	3	3	18%	18%	Satisfeito	24	25	31%	32%
Mais ou menos	2	5	12%	30%	Mais ou menos	13	38	17%	49%
Insatisfeito	4	9	24%	54%	Insatisfeito	12	50	15%	64%
Muito Insatisfeito	7	16	41%	95%	Muito Insatisfeito	23	73	29%	93%
Não sabe/ñ q opinar	1	17	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	5	78	6%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 31% dos respondentes estão satisfeitos com a rede de esgoto, porém, 31% estão muito insatisfeitos. No CR Rio Grande, 38% estão satisfeitos, porém, 23% estão insatisfeitos. No CR Tiradentes, 41% estão muito insatisfeitos. No total, 31% dos respondentes estão satisfeitos e 29% estão muito insatisfeitos.

**Gráfico19-Qual o seu nível de satisfação em relação à rede de esgoto?**

**Tabela 20-O seu imóvel apresenta fissuras na parede?**

<b>C.R. Itajaí</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Apresenta em grande quantidade	8	8	23%	23%
Apresenta em pouca quantidade	21	29	60%	83%
Não apresenta	6	35	17%	100%
Não sabe/não quer opinar	0	35	0%	100%
<b>Total</b>	35		100%	

<b>C.R. Rio Grande</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Apresenta em grande quantidade	8	8	31%	31%
Apresenta em pouca quantidade	18	26	69%	100%
Não apresenta	0	26	0%	100%
Não sabe/não quer opinar	0	26	0%	100%
<b>Total</b>	26		100%	

<b>C.R. Tiradentes</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Apresenta em grande quantidade	8	8	47%	47%
Apresenta em pouca quantidade	9	17	53%	100%
Não apresenta	0	17	0%	100%
Não sabe/não quer opinar	0	17	0%	100%
<b>Total</b>	17		100%	

<b>Análise Total</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Apresenta em grande quantidade	24	24	31%	31%
Apresenta em pouca quantidade	48	72	62%	92%
Não apresenta	6	78	8%	100%
Não sabe/não quer opinar	0	78	0%	100%
<b>Total</b>	78		100%	

No CR Itajaí, 60% das casas dos pesquisados apresentam fissuras em pouca quantidade e 23 % apresentam em grande quantidade. No CR Rio Grande, 69% apresentam em pouca quantidade, e 31% em grande quantidade. No CR Tiradentes, 53% das residências pesquisadas apresentam fissuras em pouca quantidade e 47% apresentam em grande quantidade. No total, 61% das residências pesquisadas apresentam fissuras em pouca quantidade e 31% apresentam em grande quantidade.

**Gráfico 20-O seu imóvel apresenta fissuras na parede?**

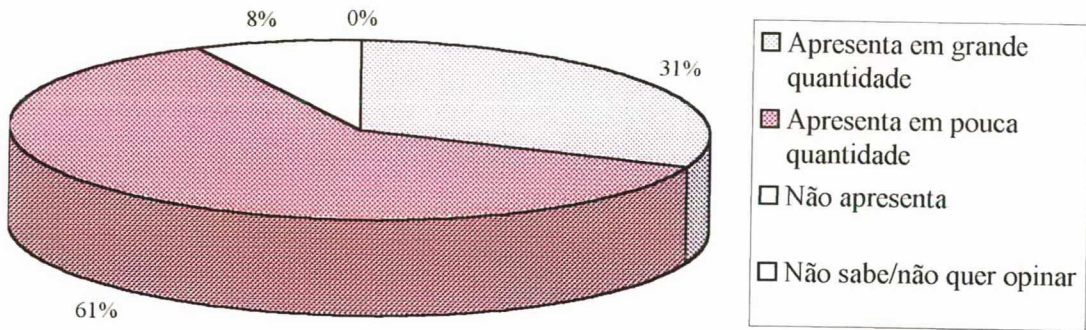


Tabela 21-O seu imóvel apresenta umidade?

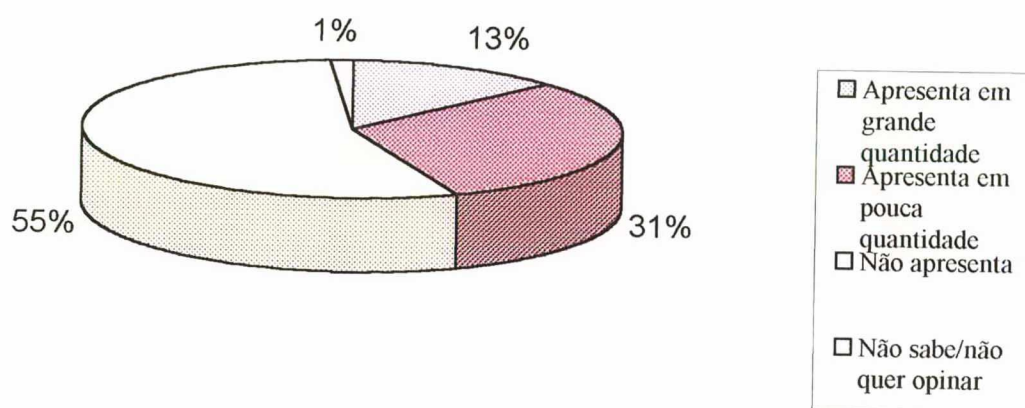
<b>C.R. Itajaí</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Apresenta em grande quantidade	3	3	9%	9%
Apresenta em pouca quantidade	7	10	20%	29%
Não apresenta	25	35	71%	100%
Não sabe/não quer opinar	0	35	0%	100%
<b>Total</b>	35		100%	

<b>C.R. Rio Grande</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Apresenta em grande quantidade	3	3	12%	12%
Apresenta em pouca quantidade	12	15	46%	58%
Não apresenta	11	26	42%	100%
Não sabe/não quer opinar	0	26	0%	100%
<b>Total</b>	26		100%	

<b>C.R. Tiradentes</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Apresenta em grande quantidade	4	4	24%	24%
Apresenta em pouca quantidade	5	9	29%	53%
Não apresenta	7	16	41%	94%
Não sabe/não quer opinar	1	17	6%	100%
<b>Total</b>	17		100%	

<b>Análise Total</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Apresenta em grande quantidade	10	10	13%	13%
Apresenta em pouca quantidade	24	34	31%	44%
Não apresenta	43	77	55%	99%
Não sabe/não quer opinar	1	78	1%	100%
<b>Total</b>	78		100%	

No CR Itajaí, 71% das casas não apresentam umidade. No CR Rio Grande, 46% das casas pesquisadas apresentam umidade em pouca quantidade. No CR Tiradentes, 29% apresentam em pouca quantidade e 24% em grande quantidade. No total, 55% das casas não apresentam umidade.

**Gráfico 21-O seu imóvel apresenta umidade?**



**Tabela 22-O prazo de entrega da casa foi cumprido?**

<b>C.R. Itajaí</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	25	25	71%	71%
Não	1	26	3%	74%
Não sabe/não quer opinar	9	35	26%	100%
<b>Total</b>	35		100%	

<b>C.R. Rio Grande</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	13	13	50%	50%
Não	7	20	27%	77%
Não sabe/não quer opinar	6	26	23%	100%
<b>Total</b>	26		100%	

<b>C.R. Tiradentes</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	6	6	35%	35%
Não	6	12	35%	70%
Não sabe/não quer opinar	5	17	29%	100%
<b>Total</b>	17		100%	

<b>Análise Total</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	44	44	56%	56%
Não	14	58	18%	74%
Não sabe/não quer opinar	20	78	26%	100%
<b>Total</b>	78		100%	

No CR Itajaí, 71% dos pesquisados responderam que a casa foi entregue no prazo. No CR Rio Grande, 50% responderam que o prazo foi cumprido. No CR Tiradentes, 35% responderam que o prazo foi cumprido e 35% responderam que não. No total, 56% dos pesquisados responderam que o prazo de entrega da casa foi cumprido e 18% responderam que passou do prazo.

Gráfico 22-O prazo de entrega da casa foi cumprido?

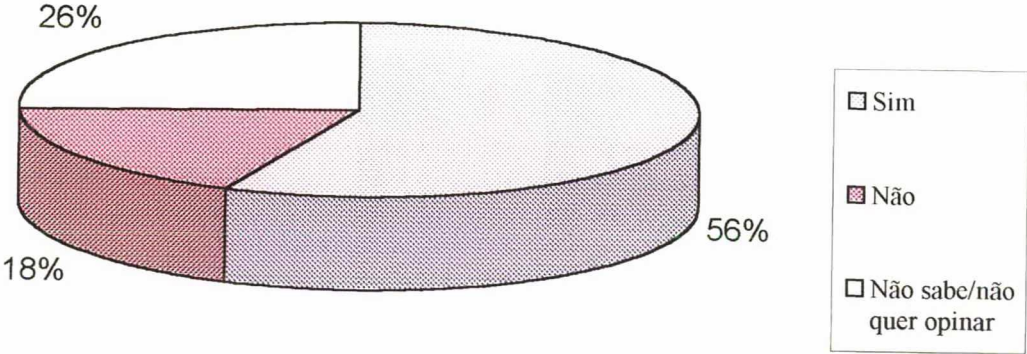


Tabela 23-A casa está de acordo com o projeto?

<b>C.R. Itajaí</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	15	15	43%	43%
Praticamente sim	5	20	14%	57%
Mais ou menos	8	28	23%	80%
Praticamente não	0	28	0%	80%
Não	1	29	3%	83%
Não sabe/não quer opinar	6	35	17%	100%
<b>Total</b>	35		100%	

<b>C.R. Rio Grande</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	4	4	15%	15%
Praticamente sim	5	9	19%	34%
Mais ou menos	6	15	23%	57%
Praticamente não	1	16	4%	61%
Não	4	20	15%	76%
Não sabe/não quer opinar	6	26	23%	100%
<b>Total</b>	26		100%	

<b>C.R. Tiradentes</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	0	0	0%	0%
Praticamente sim	0	0	0%	0%
Mais ou menos	4	4	24%	24%
Praticamente não	3	7	18%	42%
Não	6	13	35%	77%
Não sabe/não quer opinar	4	17	24%	100%
<b>Total</b>	17		100%	

<b>Análise Total</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	19	19	24%	24%
Praticamente sim	10	29	13%	37%
Mais ou menos	18	47	23%	60%
Praticamente não	4	51	5%	65%
Não	11	62	14%	79%
Não sabe/não quer opinar	16	78	21%	100%
<b>Total</b>	78		100%	

No CR Itajaí, 43% dos pesquisados responderam que a casa está de acordo com o projeto. No CR Rio Grande, 23% responderam que a casa está mais ou menos de acordo com o projeto. No CR Tiradentes, 35% dos pesquisados responderam que a casa não está de acordo com o projeto. No total, 24% dos pesquisados responderam que a casa está de acordo com o projeto, 23% responderam que está mais ou menos de acordo e 14% responderam que não está de acordo.

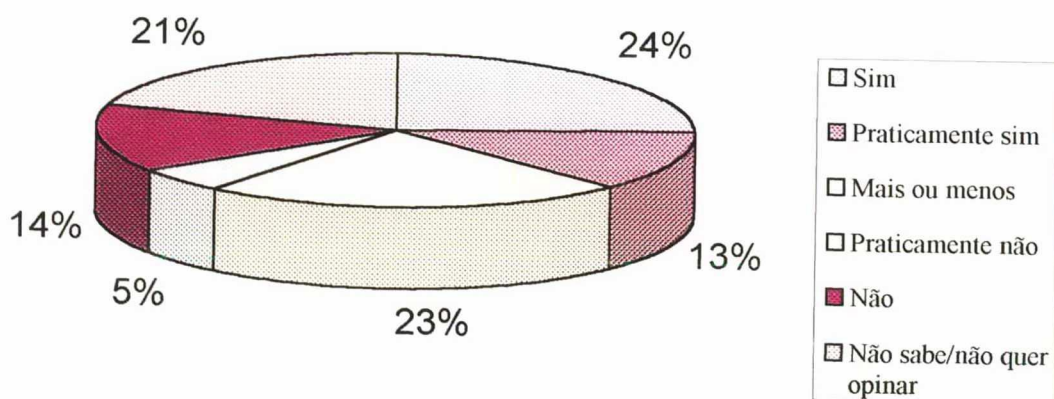
**Gráfico 23-A casa está de acordo com o projeto?**

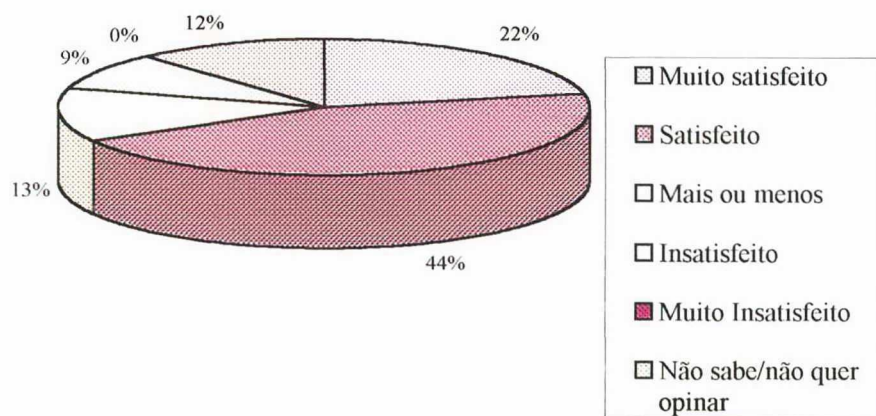
Tabela 24- Qual o seu nível e satisfação em relação à entrega da casa?

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	13	13	37%	37%	Muito satisfeito	4	4	15%	15%
Satisfeito	17	30	49%	86%	Satisfeito	9	13	35%	50%
Mais ou menos	2	32	6%	91%	Mais ou menos	6	19	23%	73%
Insatisfeito	0	32	0%	91%	Insatisfeito	4	23	15%	88%
Muito Insatisfeito	0	32	0%	91%	Muito Insatisfeito	0	23	0%	88%
Não sabe/ñ q opinar	3	35	9%	100%	Não sabe/ñ q opinar	3	26	12%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	17	17	22%	22%
Satisfeito	9	9	53%	53%	Satisfeito	35	52	45%	67%
Mais ou menos	2	11	12%	65%	Mais ou menos	10	62	13%	80%
Insatisfeito	3	14	18%	82%	Insatisfeito	7	69	9%	88%
Muito Insatisfeito	0	14	0%	82%	Muito Insatisfeito	0	69	0%	88%
Não sabe/ñ q opinar	3	17	18%	100%	Não sabe/ñ q opinar	9	78	12%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 49% dos pesquisados estão satisfeitos com o prazo de entrega da casa e 37% estão muito satisfeitos. No CR Rio Grande, 35% estão satisfeitos com o prazo e 15% estão muito satisfeitos. No CR Tiradentes, 53% dos pesquisados estão satisfeitos. No total, 45% dos pesquisados estão satisfeitos com o prazo de entrega e 22% estão muito satisfeitos.

Gráfico24- Qual o seu nível e satisfação em relação à entrega da casa?



**Tabela 25-Qual o seu nível de satisfação em relação ao projeto da casa?**

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	2	2	6%	6%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	14	16	40%	46%	Satisfeito	3	3	12%	12%
Mais ou menos	13	29	37%	83%	Mais ou menos	10	13	38%	0%
Insatisfeito	2	31	6%	89%	Insatisfeito	8	21	31%	81%
Muito Insatisfeito	1	32	3%	91%	Muito Insatisfeito	0	21	0%	81%
Não sabe/ñ q opinar	3	35	9%	100%	Não sabe/ñ q opinar	5	26	19%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	2	2	3%	3%
Satisfeito	1	1	6%	6%	Satisfeito	18	20	23%	26%
Mais ou menos	3	4	18%	24%	Mais ou menos	26	46	33%	59%
Insatisfeito	6	10	35%	59%	Insatisfeito	16	62	21%	80%
Muito Insatisfeito	4	14	24%	82%	Muito Insatisfeito	5	67	6%	86%
Não sabe/ñ q opinar	3	17	18%	100%	Não sabe/ñ q opinar	11	78	14%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 40% dos pesquisados estão satisfeitos com o projeto da casa, porém, 37% estão mais ou menos satisfeitos. No CR Rio Grande, 38% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos com o projeto e 31% estão insatisfeitos. No CR Tiradentes, 35% estão insatisfeitos e 24% estão muito insatisfeitos. No total, 33% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos.

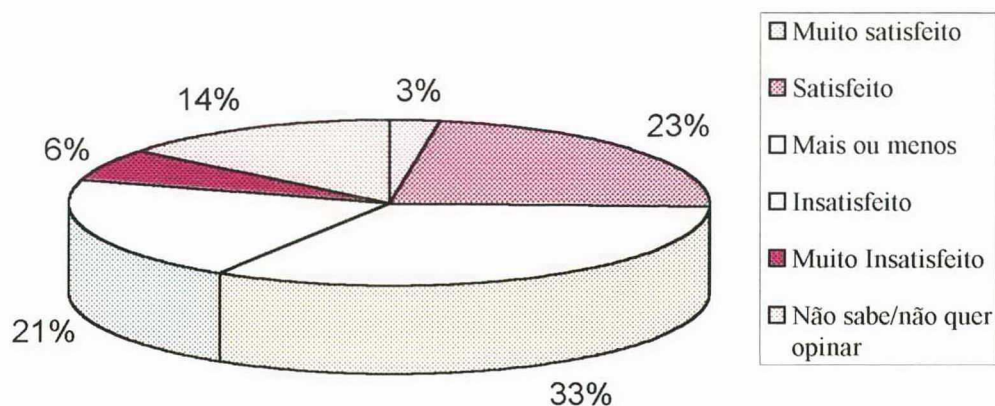
**Gráfico25-Qual o seu nível de satisfação em relação ao projeto da casa?**

Tabela 26-Qual o seu nível de satisfação em relação ao preço da casa?

C.R.Itajai					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	3	3	9%	9%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	14	17	40%	49%	Satisfeito	8	8	31%	31%
Mais ou menos	9	26	26%	75%	Mais ou menos	3	11	11%	42%
Insatisfeito	5	31	14%	89%	Insatisfeito	8	19	31%	73%
Muito Insatisfeito	1	32	3%	91%	Muito Insatisfeito	4	23	16%	89%
Não sabe/ñ q opinar	3	35	9%	100%	Não sabe/ñ q opinar	3	26	11%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	1	1	6%	6%	Muito satisfeito	4	4	5%	5%
Satisfeito	2	3	12%	18%	Satisfeito	24	28	31%	36%
Mais ou menos	6	9	35%	53%	Mais ou menos	18	46	23%	59%
Insatisfeito	5	14	29%	82%	Insatisfeito	18	64	23%	82%
Muito Insatisfeito	1	15	6%	88%	Muito Insatisfeito	6	70	8%	90%
Não sabe/ñ q opinar	2	17	12%	100%	Não sabe/ñ q opinar	8	78	10%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

O preço da casa deixou satisfeitos 40% dos pesquisados do CR Itajai. No CR Rio Grande, 31% estão satisfeitos, porém, 31% estão insatisfeitos. No CR Tiradentes, 35% estão mais ou menos satisfeitos com o preço e 29% estão insatisfeitos. No total, 31% dos pesquisados estão satisfeitos com o preço, porém, 23% estão insatisfeitos.

Gráfico26-Qual o seu nível de satisfação em relação ao preço da casa?

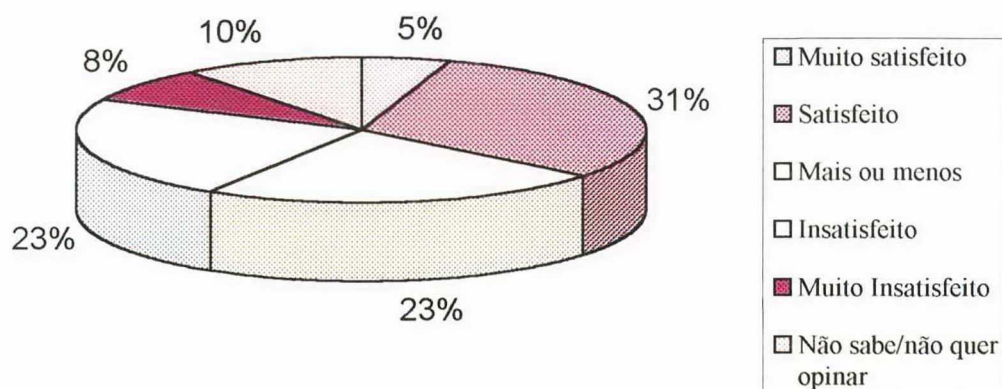


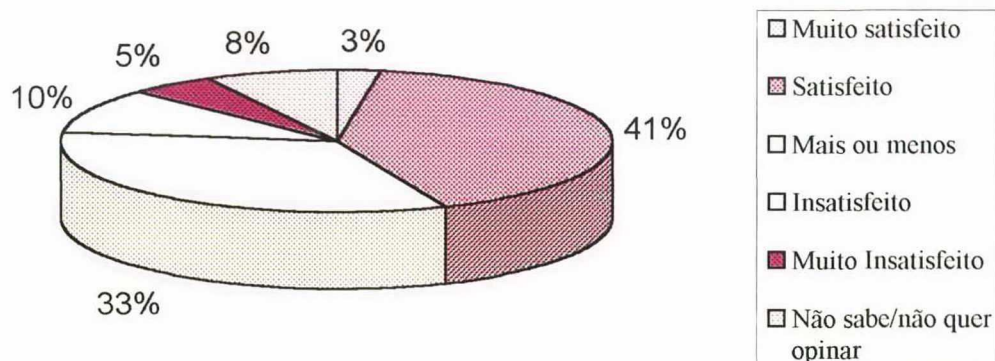
Tabela 27-Qual o seu nível de satisfação em relação à casa?

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	2	2	6%	6%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	14	16	40%	46%	Satisfeito	12	12	46%	46%
Mais ou menos	15	31	43%	89%	Mais ou menos	6	18	23%	69%
Insatisfeito	0	31	0%	89%	Insatisfeito	4	22	15%	84%
Muito Insatisfeito	0	31	0%	89%	Muito Insatisfeito	2	24	8%	92%
Não sabe/ñ q opinar	4	35	11%	100%	Não sabe/ñ q opinar	2	26	8%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	2	2	3%	3%
Satisfeito	6	6	35%	35%	Satisfeito	32	34	41%	44%
Mais ou menos	5	11	29%	64%	Mais ou menos	26	60	33%	77%
Insatisfeito	4	15	24%	88%	Insatisfeito	8	68	10%	87%
Muito Insatisfeito	2	17	12%	100%	Muito Insatisfeito	4	72	5%	92%
Não sabe/ñ q opinar	0	17	0%	100%	Não sabe/ñ q opinar	6	78	8%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 40% dos pesquisados estão satisfeitos com a casa, porém, 43% estão mais ou menos satisfeitos. No CR Rio Grande, 46% estão satisfeitos com a casa. No CR Tiradentes, 35% estão satisfeitos com a casa, porém, 24% estão insatisfeitos. No total, 41% dos pesquisados estão satisfeitos com a casa e 33% estão mais ou menos satisfeitos.

Gráfico27-Qual o seu nível de satisfação em relação à casa?





**Tabela 28-Qual o seu nível de satisfação em relação à forma de pagamento da casa?**

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	19	19	54%	54%	Satisfeito	13	13	50%	50%
Mais ou menos	10	29	29%	83%	Mais ou menos	3	16	12%	62%
Insatisfeito	3	32	9%	91%	Insatisfeito	5	21	19%	81%
Muito Insatisfeito	1	33	3%	94%	Muito Insatisfeito	3	24	12%	92%
Não sabe/ñ q opinar	2	35	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	2	26	8%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	8	8	47%	47%	Satisfeito	40	40	51%	51%
Mais ou menos	5	13	29%	76%	Mais ou menos	18	58	23%	74%
Insatisfeito	2	15	12%	88%	Insatisfeito	10	68	13%	87%
Muito Insatisfeito	1	16	6%	94%	Muito Insatisfeito	5	73	6%	94%
Não sabe/ñ q opinar	1	17	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	5	78	6%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 54% dos pesquisados estão satisfeitos com a forma de pagamento da casa. No CR Rio Grande, 50% estão satisfeitos e no CR Tiradentes, 47% estão satisfeitos. No total, 51% dos pesquisados estão satisfeitos com a forma de pagamento.

**Gráfico28-Qual o seu nível de satisfação em relação à forma de pagamento da casa?**

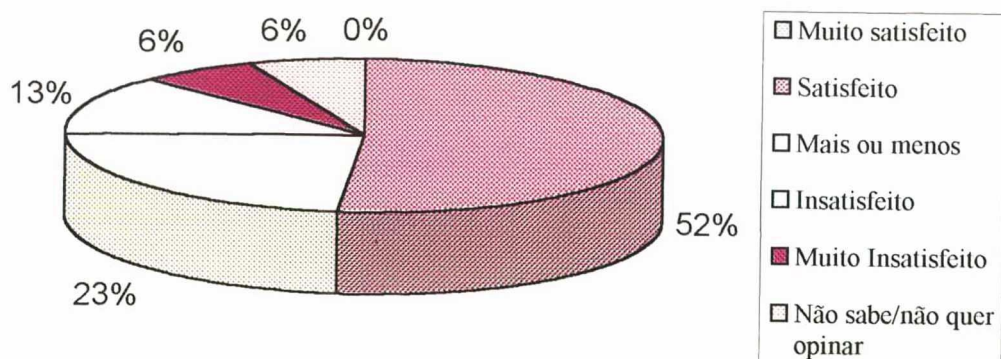


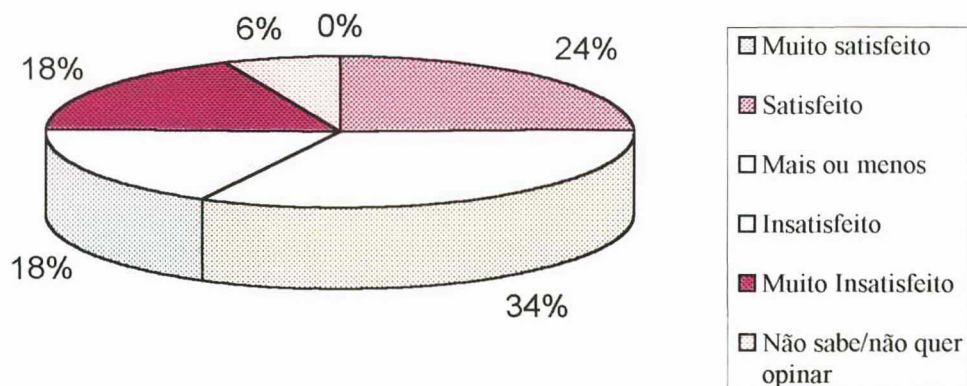
Tabela 29- Qual o seu nível de satisfação em relação à infra-estrutura do Condomínio?

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	10	10	29%	29%	Satisfeito	7	7	27%	27%
Mais ou menos	15	25	43%	72%	Mais ou menos	7	14	27%	54%
Insatisfeito	3	28	9%	81%	Insatisfeito	7	21	27%	81%
Muito Insatisfeito	5	33	14%	94%	Muito Insatisfeito	3	24	12%	92%
Não sabe/ñ q opinar	2	35	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	2	26	8%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	2	2	12%	12%	Satisfeito	19	19	24%	24%
Mais ou menos	4	6	24%	36%	Mais ou menos	26	45	33%	57%
Insatisfeito	4	10	24%	60%	Insatisfeito	14	59	18%	75%
Muito Insatisfeito	6	16	35%	94%	Muito Insatisfeito	14	73	18%	94%
Não sabe/ñ q opinar	1	17	6%	100%	Não sabe/ñ q opinar	5	78	6%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 43% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos com a infra-estrutura do condomínio. No CR Rio Grande, 27% estão mais ou menos satisfeitos e 27% estão insatisfeitos. No CR Tiradentes, 35% estão muito insatisfeitos com a infra-estrutura do condomínio. No total, 34% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos com a infra-estrutura.

Gráfico29- Qual o seu nível de satisfação em relação à infra-estrutura do Condomínio?



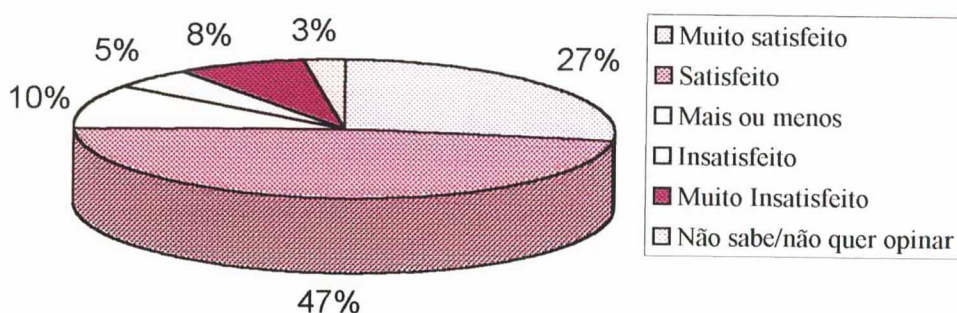
**Tabela 30-Qual o seu nível de satisfação em relação à localização do Condomínio?**

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	17	17	49%	49%	Muito satisfeito	4	4	15%	15%
Satisfeito	17	34	49%	97%	Satisfeito	13	17	50%	65%
Mais ou menos	0	34	0%	97%	Mais ou menos	4	21	15%	80%
Insatisfeito	0	34	0%	97%	Insatisfeito	3	24	12%	92%
Muito Insatisfeito	0	34	0%	97%	Muito Insatisfeito	1	25	4%	96%
Não sabe/ñ q opinar	1	35	3%	100%	Não sabe/ñ q opinar	1	26	4%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	21	21	27%	27%
Satisfeito	7	7	41%	41%	Satisfeito	37	58	47%	74%
Mais ou menos	4	11	24%	65%	Mais ou menos	8	66	10%	84%
Insatisfeito	1	12	6%	71%	Insatisfeito	4	70	5%	89%
Muito Insatisfeito	5	17	29%	100%	Muito Insatisfeito	6	76	8%	97%
Não sabe/ñ q opinar	0	17	0%	100%	Não sabe/ñ q opinar	2	78	3%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 49% dos pesquisados estão muito satisfeitos com a localização do Condomínio e 49% estão satisfeitos. No CR Rio Grande, 50% estão satisfeitos e 15% estão muito satisfeitos. No CR Tiradentes, 41% dos pesquisados estão satisfeitos com a localização. No total, 47% dos pesquisados estão satisfeitos com a localização dos condomínios e 27% estão muito satisfeitos.

**Gráfico30-Qual o seu nível de satisfação em relação à localização do Condomínio?**



**Tabela 31-A empresa se colocou à disposição para checar possíveis problemas?**

<b>C.R. Itajaí</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sempre	5	5	14%	14%
Quase sempre	8	13	23%	37%
Mais ou Menos	8	21	23%	60%
Raramente	5	26	14%	74%
Nunca	4	30	11%	85%
Não sabe/não quer opinar	5	35	14%	100%
<b>Total</b>	35		100%	

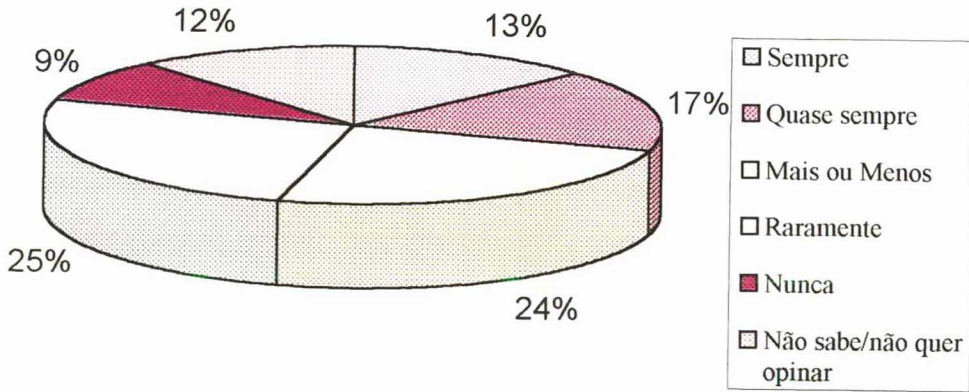
<b>C.R. Rio Grande</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sempre	4	4	15%	15%
Quase sempre	3	7	12%	27%
Mais ou Menos	7	14	27%	54%
Raramente	9	23	35%	89%
Nunca	1	24	4%	93%
Não sabe/não quer opinar	2	26	8%	100%
<b>Total</b>	26		100%	

<b>C.R. Tiradentes</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sempre	1	1	6%	6%
Quase sempre	2	3	12%	18%
Mais ou Menos	4	7	24%	42%
Raramente	6	13	35%	77%
Nunca	2	15	12%	89%
Não sabe/não quer opinar	2	17	12%	100%
<b>Total</b>	17		100%	

<b>Análise Total</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sempre	10	10	13%	13%
Quase sempre	13	23	17%	30%
Mais ou Menos	19	42	24%	54%
Raramente	20	62	26%	80%
Nunca	7	69	9%	88%
Não sabe/não quer opinar	9	78	12%	100%
<b>Total</b>	78		100%	

No CR Itajaí, 23% dos pesquisados responderam que a empresa quase sempre se colocou à disposição para checar possíveis problemas e 23% responderam que mais ou menos. No CR Rio Grande, 27% dos pesquisados responderam mais ou menos e 35% responderam que foi raramente. No CR Tiradentes, 35% responderam que foi raramente. No total, 24% responderam que foi mais ou menos e 26% responderam que foi raramente.

Gráfico 31-A empresa se colocou à disposição para checar possíveis problemas?



**Tabela 32-A empresa se colocou à disposição para checar possíveis problemas de ordem construtiva?**

<b>C.R. Itajaí</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sempre	6	6	17%	17%
Quase sempre	8	14	23%	40%
Mais ou Menos	6	20	17%	57%
Raramente	5	25	14%	71%
Nunca	4	29	11%	83%
Não sabe/não quer opinar	6	35	17%	100%
<b>Total</b>	35		100%	

<b>C.R. Rio Grande</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sempre	3	3	12%	12%
Quase sempre	6	9	23%	35%
Mais ou Menos	4	13	15%	50%
Raramente	6	19	23%	73%
Nunca	5	24	19%	92%
Não sabe/não quer opinar	2	26	8%	100%
<b>Total</b>	26		100%	

<b>C.R. Tiradentes</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sempre	0	0	0%	0%
Quase sempre	2	2	12%	12%
Mais ou Menos	3	5	18%	30%
Raramente	5	10	29%	59%
Nunca	4	14	24%	82%
Não sabe/não quer opinar	3	17	18%	100%
<b>Total</b>	17		100%	

<b>Análise Total</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sempre	9	9	12%	12%
Quase sempre	16	25	21%	33%
Mais ou Menos	13	38	17%	50%
Raramente	16	54	21%	71%
Nunca	13	67	17%	86%
Não sabe/não quer opinar	11	78	14%	100%
<b>Total</b>	78		100%	

No CR Itajaí, 23% dos pesquisados responderam que a empresa quase sempre se colocou à disposição para solucionar problemas de ordem construtiva e 17% responderam que foi sempre. No CR Rio Grande, 23% responderam que foi quase sempre, porém, 23% responderam que foi raramente. No CR Tiradentes, 29% dos pesquisados responderam que a empresa raramente se colocou à disposição para solucionar problemas de ordem construtiva. No total, 20% responderam que foi quase sempre e 20% responderam que foi raramente.

**Gráfico 32-A empresa se colocou à disposição para checar possíveis problemas de ordem construtiva?**

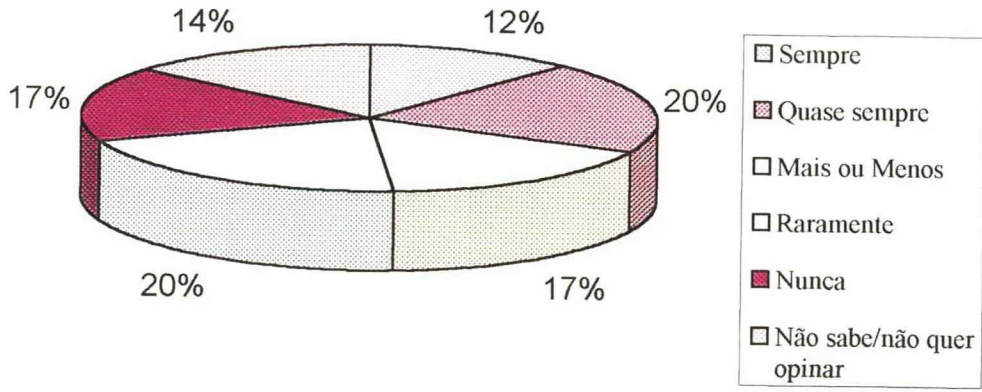


Tabela 33- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento em reuniões?

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	1	1	3%	3%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	10	11	29%	32%	Satisfeito	6	6	23%	23%
Mais ou menos	10	21	29%	61%	Mais ou menos	4	10	15%	38%
Insatisfeito	1	22	3%	64%	Insatisfeito	5	15	19%	57%
Muito Insatisfeito	3	25	9%	73%	Muito Insatisfeito	2	17	8%	65%
Não sabe/ñ q opinar	10	35	29%	100%	Não sabe/ñ q opinar	9	26	35%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	1	1	1%	1%
Satisfeito	1	1	6%	6%	Satisfeito	17	18	22%	23%
Mais ou menos	4	5	24%	30%	Mais ou menos	18	36	23%	46%
Insatisfeito	4	9	24%	54%	Insatisfeito	10	46	13%	59%
Muito Insatisfeito	2	11	12%	65%	Muito Insatisfeito	7	53	9%	68%
Não sabe/ñ q opinar	6	17	35%	100%	Não sabe/ñ q opinar	25	78	32%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 29% dos pesquisados responderam estar satisfeitos com o atendimento em reuniões e 29% responderam estar mais ou menos satisfeitos. No CR Rio Grande, 23% estão satisfeitos, porém, 19% estão insatisfeitos. No CR Tiradentes, 23% estão mais ou menos satisfeitos com o atendimento em reuniões, porém, 23% estão insatisfeitos. No total, 32% dos pesquisados não sabe ou não quer opinar sobre o atendimento em reuniões.

Gráfico33- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento em reuniões?

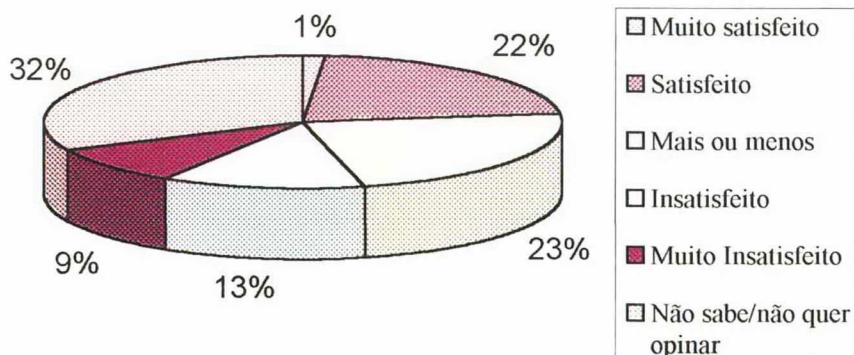




Tabela 34- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento por telefone?

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	1	1	3%	1%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	9	10	26%	27%	Satisfeito	6	6	23%	23%
Mais ou menos	5	15	14%	41%	Mais ou menos	6	12	23%	46%
Insatisfeito	2	17	6%	47%	Insatisfeito	2	14	8%	54%
Muito Insatisfeito	3	20	9%	56%	Muito Insatisfeito	1	15	4%	58%
Não sabe/ñ q opinar	15	35	43%	100%	Não sabe/ñ q opinar	11	26	42%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	%Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	1	1	1%	1%
Satisfeito	3	3	18%	18%	Satisfeito	18	19	23%	24%
Mais ou menos	5	8	29%	47%	Mais ou menos	16	35	21%	45%
Insatisfeito	3	11	18%	65%	Insatisfeito	7	42	9%	54%
Muito Insatisfeito	2	13	12%	77%	Muito Insatisfeito	6	48	8%	62%
Não sabe/ñ q opinar	4	17	24%	100%	Não sabe/ñ q opinar	30	78	38%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 26% dos pesquisados estão satisfeitos com o atendimento por telefone e 43% não sabem ou não querem opinar. No CR Rio Grande, 23% estão satisfeitos, 23% estão mais ou menos satisfeitos e 42% não sabem ou não querem opinar. No CR Tiradentes, 29% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos e 23% não sabem ou não querem opinar. No total, 23% dos pesquisados estão satisfeitos e 21% estão mais ou menos satisfeitos.

Gráfico34- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento por telefone?

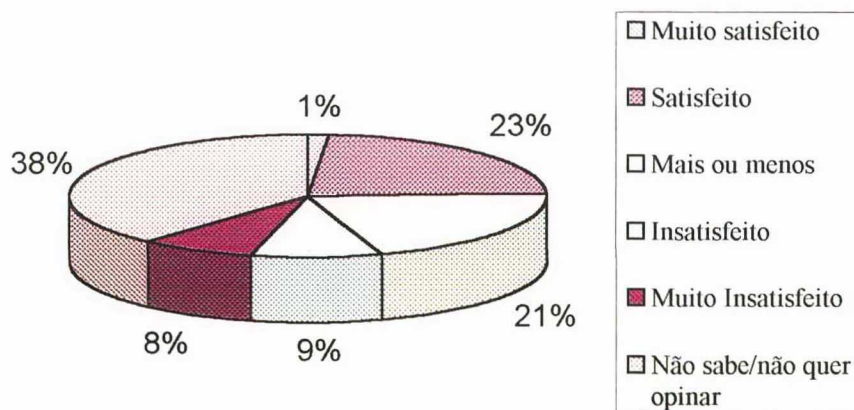


Tabela 35- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento no escritório?

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	2	2	6%	6%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	4	6	11%	17%	Satisfeito	10	10	38%	38%
Mais ou menos	7	13	20%	37%	Mais ou menos	5	15	19%	57%
Insatisfeito	0	13	0%	37%	Insatisfeito	2	17	8%	65%
Muito Insatisfeito	3	16	9%	46%	Muito Insatisfeito	1	18	4%	69%
Não sabe/ñ q opinar	19	35	54%	100%	Não sabe/ñ q opinar	8	26	31%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	2	2	3%	3%
Satisfeito	4	4	24%	24%	Satisfeito	18	20	23%	26%
Mais ou menos	3	7	18%	42%	Mais ou menos	15	35	19%	45%
Insatisfeito	4	11	24%	66%	Insatisfeito	6	41	8%	53%
Muito Insatisfeito	1	12	6%	71%	Muito Insatisfeito	5	46	6%	59%
Não sabe/ñ q opinar	5	17	29%	100%	Não sabe/ñ q opinar	32	78	41%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 54% dos pesquisados não sabem ou não querem opinar sobre o atendimento no escritório e 20% estão mais ou menos satisfeitos. No CR Rio Grande, 38% dos pesquisados estão satisfeitos com o atendimento no escritório, porém, 31% não sabem ou não querem opinar. No CR Tiradentes, 24% dos pesquisados estão satisfeitos, porém, 24% dos pesquisados estão insatisfeitos e 29% não sabem ou não querem opinar. No total, 41% dos pesquisados não sabem ou não querem opinar sobre o atendimento no escritório.

Gráfico35- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento no escritório?

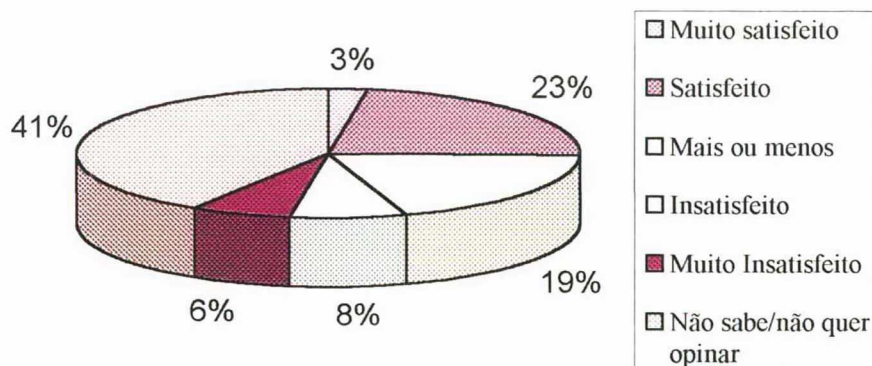


Tabela 36- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento na entrega da casa?

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	4	4	11%	11%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	16	20	46%	57%	Satisfeito	12	12	46%	46%
Mais ou menos	3	23	9%	66%	Mais ou menos	4	16	15%	61%
Insatisfeito	1	24	3%	69%	Insatisfeito	2	18	8%	69%
Muito Insatisfeito	1	25	3%	71%	Muito Insatisfeito	1	19	4%	73%
Não sabe/ñ q opinar	10	35	29%	100%	Não sabe/ñ q opinar	7	26	27%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	4	4	5%	5%
Satisfeito	5	5	29%	29%	Satisfeito	33	37	42%	47%
Mais ou menos	4	9	24%	53%	Mais ou menos	11	48	14%	61%
Insatisfeito	2	11	12%	65%	Insatisfeito	5	53	6%	67%
Muito Insatisfeito	2	13	12%	77%	Muito Insatisfeito	4	57	5%	72%
Não sabe/ñ q opinar	4	17	24%	100%	Não sabe/ñ q opinar	21	78	27%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 46% dos pesquisados estão satisfeitos com o atendimento recebido na entrega da casa. No CR Rio Grande, 46% estão satisfeitos. No CR Tiradentes, 29% estão satisfeitos e 24% estão mais ou menos satisfeitos. No total, 43% dos pesquisados estão satisfeitos com o atendimento na entrega da casa.

Gráfico36- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento na entrega da casa?

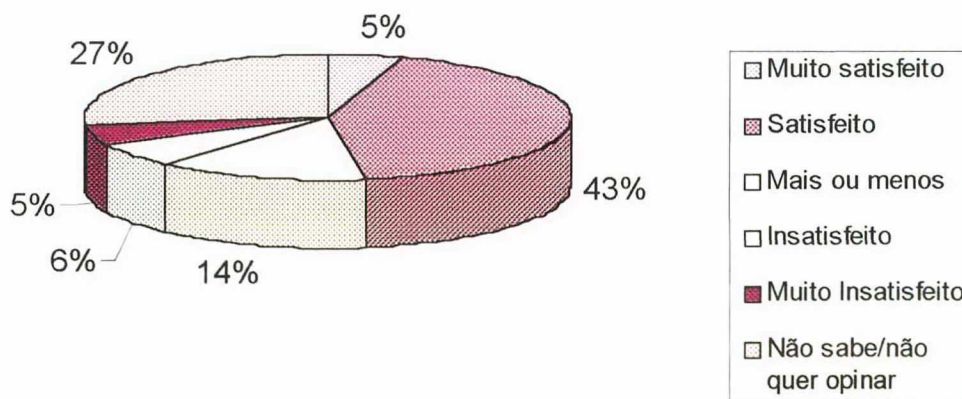


Tabela 37- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento para esclarecer dúvidas?

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	1	1	3%	3%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	9	10	26%	29%	Satisfeito	9	9	35%	35%
Mais ou menos	7	17	20%	49%	Mais ou menos	6	15	23%	58%
Insatisfeito	2	19	6%	55%	Insatisfeito	4	19	15%	73%
Muito Insatisfeito	4	23	11%	66%	Muito Insatisfeito	1	20	4%	77%
Não sabe/ñ q opinar	12	35	34%	100%	Não sabe/ñ q opinar	6	26	23%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	1	1	1%	1%
Satisfeito	0	0	0%	0%	Satisfeito	18	19	23%	24%
Mais ou menos	5	5	29%	29%	Mais ou menos	18	37	23%	47%
Insatisfeito	2	7	12%	41%	Insatisfeito	8	45	10%	57%
Muito Insatisfeito	3	10	18%	59%	Muito Insatisfeito	8	53	10%	68%
Não sabe/ñ q opinar	7	17	41%	100%	Não sabe/ñ q opinar	25	78	32%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 34% dos pesquisados não sabem ou não querem opinar à respeito do atendimento para esclarecer dúvidas e 26% estão satisfeitos. No CR Rio Grande, 35% estão satisfeitos e 23% não sabem ou não querem opinar. No CR Tiradentes, 29% estão mais ou menos satisfeitos e 41% não sabem ou não querem opinar. No total, 32% dos pesquisados não sabem ou não querem opinar sobre o atendimento para esclarecer dúvidas.

Gráfico37- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento para esclarecer dúvidas?

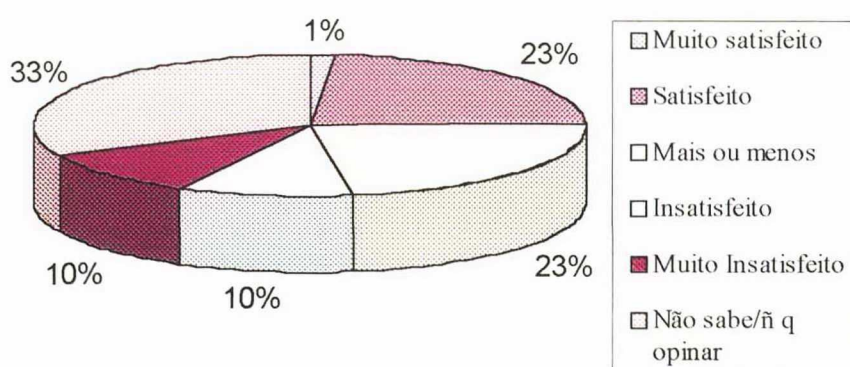


Tabela 38-Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento para checar possíveis problemas?

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	1	1	3%	3%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	6	7	17%	20%	Satisfeito	9	9	35%	35%
Mais ou menos	11	18	31%	51%	Mais ou menos	7	16	27%	62%
Insatisfeito	3	21	9%	60%	Insatisfeito	3	19	12%	74%
Muito Insatisfeito	5	26	14%	74%	Muito Insatisfeito	2	21	8%	81%
Não sabe/ñ q opinar	9	35	26%	100%	Não sabe/ñ q opinar	5	26	19%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	1	1	1%	1%
Satisfeito	1	1	6%	6%	Satisfeito	16	17	21%	22%
Mais ou menos	6	7	35%	41%	Mais ou menos	24	41	31%	53%
Insatisfeito	3	10	18%	59%	Insatisfeito	9	50	12%	65%
Muito Insatisfeito	2	12	12%	71%	Muito Insatisfeito	9	59	12%	77%
Não sabe/ñ q opinar	5	17	29%	100%	Não sabe/ñ q opinar	19	78	24%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 31% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos em relação ao atendimento para checar possíveis problemas. No CR Rio Grande, 35% estão satisfeitos. No CR Tiradentes, somente 6% estão satisfeitos. No total, apenas 21% dos pesquisados estão satisfeitos.

Gráfico38-Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento para checar possíveis problemas?

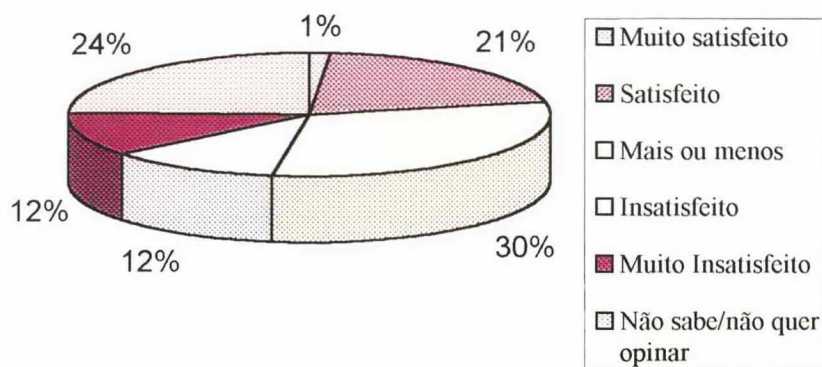


Tabela 39- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento para solucionar problemas efetivos?

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	1	1	3%	3%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	6	7	17%	20%	Satisfeito	5	5	19%	19%
Mais ou menos	8	15	23%	43%	Mais ou menos	9	14	35%	54%
Insatisfeito	4	19	11%	54%	Insatisfeito	4	18	15%	69%
Muito Insatisfeito	6	25	17%	71%	Muito Insatisfeito	2	20	8%	77%
Não sabe/ñ q opinar	10	35	29%	100%	Não sabe/ñ q opinar	6	26	23%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	1	1	1%	1%
Satisfeito	0	0	0%	0%	Satisfeito	11	12	14%	15%
Mais ou menos	6	6	35%	35%	Mais ou menos	23	35	29%	44%
Insatisfeito	6	12	35%	70%	Insatisfeito	14	49	18%	62%
Muito Insatisfeito	2	14	12%	82%	Muito Insatisfeito	10	59	13%	76%
Não sabe/ñ q opinar	3	17	18%	100%	Não sabe/ñ q opinar	19	78	24%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 23% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos com o atendimento para solucionar problemas efetivos e 29% não sabem ou não querem opinar. No CR Rio Grande, 35% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos. No CR Tiradentes, 35% dos pesquisados estão insatisfeitos com o atendimento para solucionar problemas efetivos. No total, 30% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos, e 29% não sabem ou não querem opinar.

Gráfico39- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento para solucionar problemas efetivos?

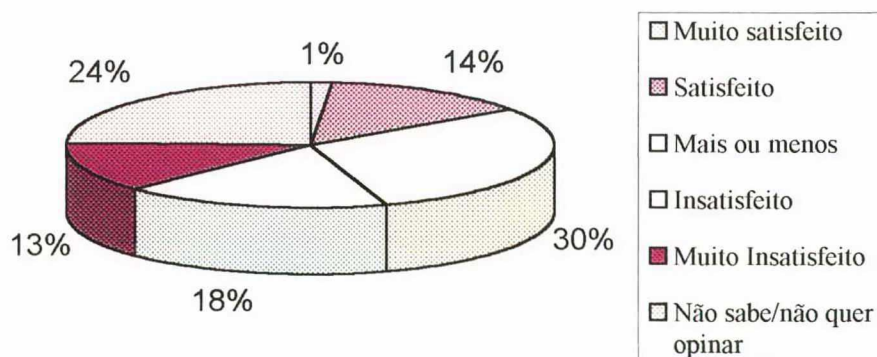


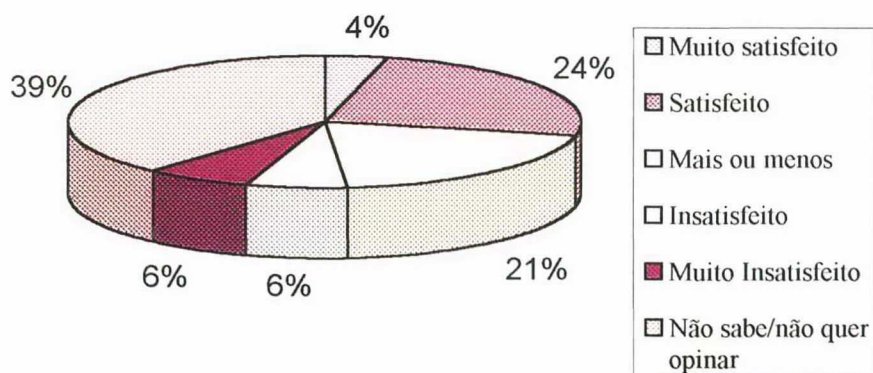
Tabela 40- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento do pessoal de vendas?

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	3	3	9%	9%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	8	11	23%	32%	Satisfeito	11	11	42%	42%
Mais ou menos	5	16	14%	46%	Mais ou menos	4	15	15%	57%
Insatisfeito	1	17	3%	49%	Insatisfeito	2	17	8%	65%
Muito Insatisfeito	2	19	6%	54%	Muito Insatisfeito	1	18	4%	69%
Não sabe/ñ q opinar	16	35	46%	100%	Não sabe/ñ q opinar	8	26	31%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	3	3	4%	4%
Satisfeito	0	0	0%	0%	Satisfeito	19	22	24%	28%
Mais ou menos	7	7	41%	41%	Mais ou menos	16	38	21%	49%
Insatisfeito	2	9	12%	53%	Insatisfeito	5	43	6%	55%
Muito Insatisfeito	2	11	12%	65%	Muito Insatisfeito	5	48	6%	62%
Não sabe/ñ q opinar	6	17	35%	100%	Não sabe/ñ q opinar	30	78	38%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 23% dos pesquisados estão satisfeitos com o atendimento do pessoal de vendas. No CR Rio Grande, 42% dos pesquisados estão satisfeitos. No CR Tiradentes, 0% dos pesquisados estão satisfeitos com o atendimento do pessoal de vendas. No total, 39% dos pesquisados não sabem ou não querem opinar.

Gráfico40- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento do pessoal de vendas?



**Tabela 41-Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento do pessoal de cobrança?**

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	2	2	6%	6%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	9	11	26%	32%	Satisfeito	10	10	38%	38%
Mais ou menos	5	16	14%	46%	Mais ou menos	4	14	15%	53%
Insatisfeito	1	17	3%	49%	Insatisfeito	2	16	8%	61%
Muito Insatisfeito	2	19	6%	54%	Muito Insatisfeito	1	17	4%	65%
Não sabe/ñ q opinar	16	35	46%	100%	Não sabe/ñ q opinar	9	26	35%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	2	2	3%	3%
Satisfeito	1	1	6%	6%	Satisfeito	20	22	26%	29%
Mais ou menos	6	7	35%	41%	Mais ou menos	15	37	19%	48%
Insatisfeito	2	9	12%	53%	Insatisfeito	5	42	6%	54%
Muito Insatisfeito	1	10	6%	59%	Muito Insatisfeito	4	46	5%	59%
Não sabe/ñ q opinar	7	17	41%	100%	Não sabe/ñ q opinar	32	78	41%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 26% dos pesquisados estão satisfeitos com o atendimento do pessoal de cobrança. No CR Rio Grande, 38% estão satisfeitos. No CR Tiradentes, 35% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos com o atendimento do pessoal de cobrança. No total, 41% dos pesquisados não sabe ou não quer opinar.

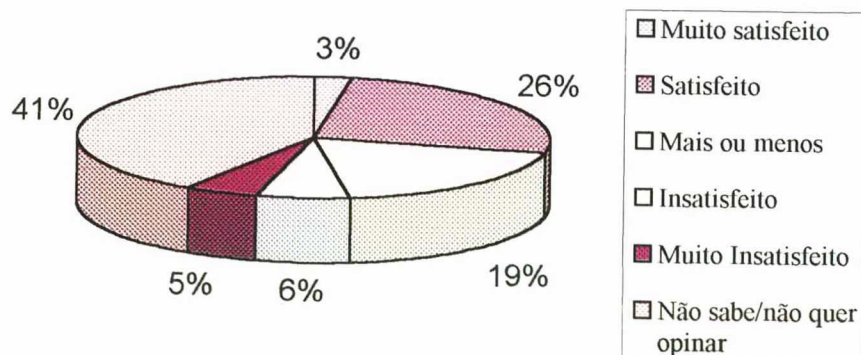
**Gráfico41-Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento do pessoal de cobrança?**



Tabela 42- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento da administração?

C.R. Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	2	2	6%	6%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	7	9	20%	26%	Satisfeito	10	10	38%	38%
Mais ou menos	7	16	20%	46%	Mais ou menos	3	13	12%	50%
Insatisfeito	1	17	3%	49%	Insatisfeito	4	17	15%	65%
Muito Insatisfeito	2	19	6%	54%	Muito Insatisfeito	1	18	4%	69%
Não sabe/ñ q opinar	16	35	46%	100%	Não sabe/ñ q opinar	8	26	31%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	2	2	3%	3%
Satisfeito	1	1	6%	6%	Satisfeito	18	20	23%	26%
Mais ou menos	4	5	24%	30%	Mais ou menos	14	34	18%	44%
Insatisfeito	4	9	24%	54%	Insatisfeito	9	43	12%	56%
Muito Insatisfeito	2	11	12%	66%	Muito Insatisfeito	5	48	6%	62%
Não sabe/ñ q opinar	6	17	35%	100%	Não sabe/ñ q opinar	30	78	38%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 46% dos pesquisados não sabem ou não querem opinar a respeito do atendimento da administração. No CR Rio Grande, 38% dos pesquisados estão satisfeitos. No CR Tiradentes, 24% dos pesquisados estão insatisfeitos com a administração. No total, 23% dos pesquisados estão satisfeitos e 38% não sabem ou não querem opinar.

Gráfico42- Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento da administração?

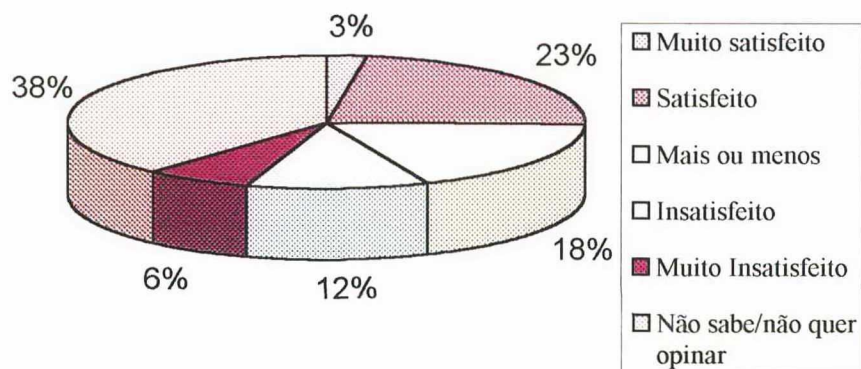


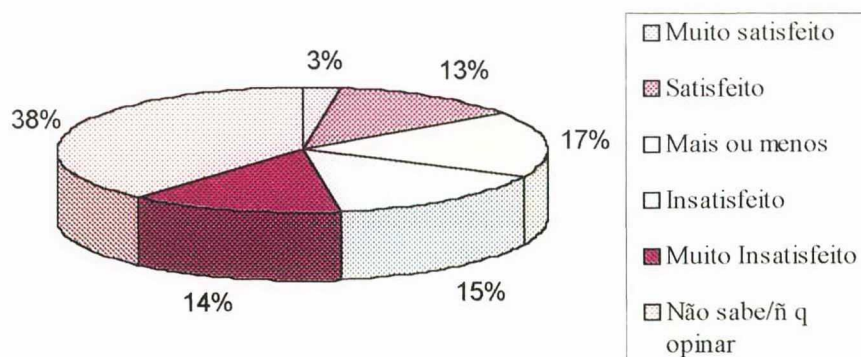
Tabela 43-Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento dos engenheiros?

C.R.Itajaí					C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	2	2	6%	6%	Muito satisfeito	0	0	0%	0%
Satisfeito	6	8	17%	23%	Satisfeito	4	4	15%	15%
Mais ou menos	7	15	20%	43%	Mais ou menos	4	8	15%	30%
Insatisfeito	1	16	3%	46%	Insatisfeito	5	13	19%	49%
Muito Insatisfeito	3	19	9%	54%	Muito Insatisfeito	4	17	15%	65%
Não sabe/ñ q opinar	16	35	46%	100%	Não sabe/ñ q opinar	9	26	35%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes					Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.		Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Muito satisfeito	0	0	0%	0%	Muito satisfeito	2	2	3%	3%
Satisfeito	0	0	0%	0%	Satisfeito	10	12	13%	16%
Mais ou menos	2	2	12%	12%	Mais ou menos	13	25	17%	33%
Insatisfeito	6	8	35%	47%	Insatisfeito	12	37	15%	48%
Muito Insatisfeito	4	12	24%	71%	Muito Insatisfeito	11	48	14%	62%
Não sabe/ñ q opinar	5	17	29%	100%	Não sabe/ñ q opinar	30	78	38%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>		<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

No CR Itajaí, 20% dos pesquisados estão mais ou menos satisfeitos com o atendimento dos engenheiros. No CR Rio Grande, 19% dos pesquisados estão insatisfeitos. No CR Tiradentes, 35% dos pesquisados estão insatisfeitos com os engenheiros. No total, 38% dos pesquisados não sabem ou não querem opinar.

Gráfico43-Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento dos engenheiros?



**Tabela 44-Ocorreu algum desentendimento entre você e a empresa?**

<b>C.R. Itajaí</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	1	1	3%	3%
Não	34	35	97%	100%
<b>Total</b>	35		100%	

<b>C.R. Rio Grande</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	0	0	0%	0%
Não	26	26	100%	100%
<b>Total</b>	26		100%	

<b>C.R. Tiradentes</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	4	4	24%	24%
Não	13	17	76%	100%
<b>Total</b>	17		100%	

<b>Análise Total</b>				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	5	5	6%	6%
Não	73	78	94%	100%
<b>Total</b>	78		100%	

No CR Itajaí, 97% dos pesquisados responderam que não tiveram desentendimento com a empresa. No CR Rio Grande, 100% dos pesquisados responderam que não tiveram desentendimento com a empresa. No CR Tiradentes, 24% dos pesquisados se desentenderam com a empresa. No total, 94% dos pesquisados não se desentenderam com a empresa.

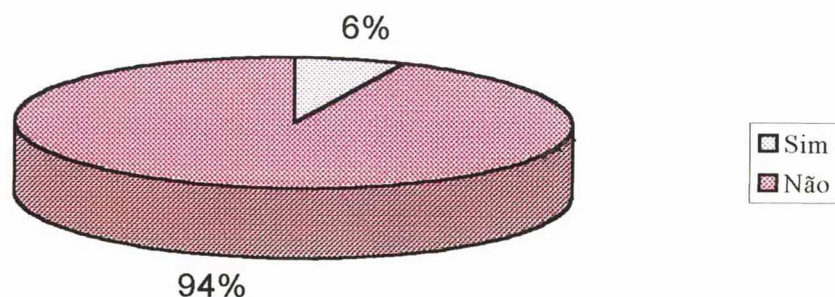
**Gráfico44-Ocorreu algum desentendimento entre você e a empresa?**

Tabela 45-Se ocorreu, já foi resolvido?

C.R. Itajaí				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	0	0	0%	0%
Não	1	1	3%	3%
Não ocorreu	34	35	97%	100%
<b>Total</b>	<b>35</b>		<b>100%</b>	

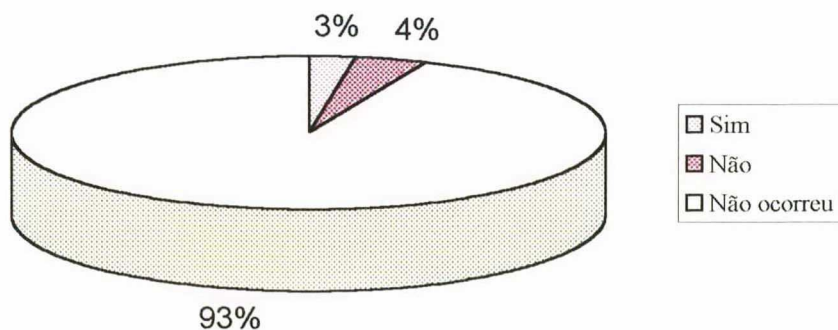
C.R. Rio Grande				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	0	0	0%	0%
Não	0	0	0%	0%
Não ocorreu	26	26	100%	100%
<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>100%</b>	

C.R. Tiradentes				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	2	2	12%	12%
Não	2	4	12%	24%
Não ocorreu	13	17	76%	100%
<b>Total</b>	<b>17</b>		<b>100%</b>	

Análise Total				
	Qtd.	Qtd. Acum.	%	% Acum.
Sim	2	2	3%	3%
Não	3	5	4%	7%
Não ocorreu	73	78	93%	100%
<b>Total</b>	<b>78</b>		<b>100%</b>	

Um total de 3% dos pesquisados já resolveu seus desentendimentos com a empresa e 4% ainda não resolveram.

Gráfico45-Se ocorreu, já foi resolvido?



## 7 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

### 7.1 Conclusões

A partir dos dados coletados para esta pesquisa, foi possível chegar a algumas conclusões a respeito do nível de satisfação dos pesquisados, bem como a necessidade de melhorias neste tipo de empreendimento.

Um dos primeiros problemas detectados na pesquisa, diz respeito ao isolamento de ruídos, que não agradou a maioria dos pesquisados do CR Tiradentes e do CR Rio Grande. Ao construir o CR Itajaí, a empresa alterou as divisórias das casas geminadas, substituindo a parede anterior, por uma parede de espessura mais grossa, satisfazendo assim aos moradores deste último condomínio.

O manuseio das portas, foi um grande problema para a maioria dos pesquisados. A reclamação é de que as mesmas empenam. Em recente visita do fornecedor das portas e de um representante da Empresa em algumas casas, foi detectado um problema comum à quase todas elas. Quando os moradores colocaram os pisos em suas casas, as portas foram retiradas e recolocadas com os mesmos parafusos, porém, o correto a fazer seria colocar parafusos maiores, pois na retirada do parafuso anterior, os buracos se alargam e as portas cedem e empenam.

Os pesquisados do CR Tiradentes não estão satisfeitos com o manuseio de janelas, que são de madeira. As mesmas foram substituídas por janelas de alumínio nos outros condomínios em estudo, havendo assim uma melhora de qualidade e maior satisfação dos pesquisados.

A instalação elétrica foi alvo de insatisfação, sendo que foi sugerida por vários pesquisados a colocação de mais tomadas, principalmente na cozinha.

No CRTiradentes, grande parte dos pesquisados está insatisfeita com a rede de esgotos. Um dos principais motivos é o de ter sido colocada apenas uma caixa de gordura para cada bloco de casas geminadas, sendo que quando um dos vizinhos não faz o uso correto da rede, o morador ao lado é prejudicado. Foi sugerida por pesquisados dos três condomínios, a colocação da rede de esgoto na frente das casas, para que os mesmos possam construir na parte de trás, sem obstruir a rede.

Com relação às casas, os pesquisados sugeriram que fossem separadas em futuros empreendimentos, e também sugeriram garagens individuais cobertas.

A maioria dos pesquisados está satisfeita com o preço das casas, porém, algumas pessoas consideram a casa cara, pois a mesma é financiada pela Caixa Econômica Federal, onde tem havido aumento no valor das parcelas, que só serão quitadas em vinte anos. O motivo deste aumento não é de conhecimento dos moradores e alguns chegaram a comentar que achavam que as parcelas cobradas seriam fixas.

Quanto à infra-estrutura dos Condomínios, os pesquisados sugeriram muros mais altos ao redor do condomínio e entre as casas, o calçamento das ruas, as garagens individuais já citadas e as mudanças já citadas na rede de esgoto.

O atendimento no geral, deixou a desejar, sendo que um grande número dos pesquisados não teve contato com a empresa.

## 7.2 Recomendações

Resultado do trabalho, cabe à empresa, conforme parecer técnico, a adoção de ações que, se consideradas, otimizarão os resultados da empresa, tais como:

- ◆ Marcar reuniões com os compradores para esclarecimento de dúvidas de projeto, de infraestrutura, materiais, para que os mesmos tenham pleno conhecimento do produto que estão adquirindo.
- ◆ Fazer um manual de instruções a ser entregue junto com a entrega da casa, que explique detalhadamente como fazer a manutenção da casa, das áreas comuns, que explique os direitos e deveres dos moradores e as responsabilidades da empresa.
- ◆ Marcar vistorias periódicas e previamente marcadas nas residências durante período a determinar, com a presença de um responsável técnico para que o mesmo esclareça dúvidas e procedimentos a serem tomados em caso de necessidade.
- ◆ Junto às vistorias, enviar um formulário, onde o cliente possa avaliar o atendimento na vistoria e a satisfação em relação ao produto.
- ◆ Dar mais opções de projetos aos compradores para que seja acatado o que escolher a maioria.
- ◆ Entregar a casa com piso.
- ◆ Oferecer projetos de casas individuais.
- ◆ Negociar direto com os compradores, sem a intervenção da Polícia Militar.
- ◆ Incluir garagens individuais cobertas.
- ◆ Incluir calçamento das ruas.
- ◆ Fazer mais visitas aos condomínios após a entrega.
- ◆ Fazer muros mais altos.
- ◆ Esclarecer o que compete à empresa e o que compete aos moradores na manutenção e correção de problemas, assim como explicar como proceder.

Essas recomendações, se adotadas pela empresa, tornarão a mesma e seus produtos mais atrativos no mercado.

## **8 AÇÕES INICIADAS PELA EMPRESA**

A Empresa Pirâmide, buscando melhorar seu atendimento e qualidade dos produtos, já adotou algumas recomendações sugeridas no presente trabalho, as quais estão citadas abaixo:

◆ Manual explicativo e de manutenção concluído.

Neste manual, constam as manutenções que devem ser feitas nas casas e no condomínio, instruções para a conservação do imóvel, telefones de fornecedores e responsabilidades da empresa e dos moradores.

◆ Colocação de pisos nos novos condomínios.

Verificou-se a viabilidade da colocação de pisos e os mesmos foram colocados no banheiro, sala e cozinha de cada residência.

◆ Calendário de visitas periódicas aos novos condomínios.

Foi estabelecido calendário de visitas de dois em dois meses a partir da entrega dos novos condomínios durante os seis primeiros meses. Após esse período, haverá uma reunião com os condôminos, para estabelecer novas datas.



## 9 BIBLIOGRAFIA

1. ALBRECHT, Karl. **Revolução nos serviços: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar seus clientes..** 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1992.
2. ALBRECHT, Karl. **Serviços com qualidade: a vantagem competitiva.** São Paulo: Pioneira, 1992.
3. CAMPOS, Vicente Falconi. **TQC: controle de qualidade total (no estilo japonês).** Rio de Janeiro: Bloch, 1992.
4. CASTRO, Cláudio de M. **A prática da pesquisa.** São Paulo: Mc Graw-Hill, 1977, cap. 3.
5. JURAN, J.M. **Planejando para a qualidade.** São Paulo: Pioneira, 1990.
6. KOTLER, Philip ; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing.** 5.ed. Rio de Janeiro: Prentice/Hall do Brasil, 1993.
7. LAS CASAS, Alexandre L. **Qualidade total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos.** São Paulo: Atlas, 1994.
8. MATTAR, Fauzi Nagib. **Pesquisa de marketing.** São Paulo: Atlas, 1992, V1.
9. PALADINI, Edson Pacheco. **Qualidade total na prática: implantação e avaliação de qualidade total.** São Paulo: Atlas, 1994.
10. TAGUCHI, G. **Engenharia da qualidade em sistemas de produção.** São Paulo: McGraw-Hill, 1990.
11. VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 1997.

## **10 ANEXOS**

**10.1 Questionário**

**10.2 Modelo do cronograma físico-financeiro**

**10.3 Planta casa CR Tiradentes**

**10.4 Planta casa CR Rio Grande**

**10.5 Planta casa CR Itajaí**

**10.6 Fotos do CR Tiradentes**

**10.7 Fotos do CR Rio Grande**

**10.8 Fotos do CR Itajaí**

## 10.1 Questionário

## **Prezado Cliente:**

Está sendo aplicada essa pesquisa para avaliarmos sua opinião sobre a empresa Piramide artefatos de cimento comércio e indústria ltda, no que diz respeito à sua satisfação referente ao atendimento dado pela empresa e a qualidade do imóvel que você adquiriu. As informações coletadas serão utilizadas para um Trabalho de Conclusão de Estágio do curso de Administração da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. A sua contribuição é de fundamental importância para o sucesso da pesquisa. Vale ressaltar que não há necessidade que você se identifique. Qualquer dúvida, entrar em contato com Kristiane no telefone: 48- 244-8202 em horário comercial.

**Obrigado.**

## **QUESTIONÁRIO**

**Instrução:** Para as questões de 1 à 12, de 22 à 25 , 33, 34, 46 e 47; assinale apenas uma alternativa.

1-Sexo:

- feminino
- masculino

2- Estado civil:

- solteiro
- casado
- viúvo
- separado
- outros \_\_\_\_\_

3- Idade do(a) chefe de família:

- até 20 anos
- de 21 à 30 anos
- de 31 à 40 anos
- de 41 à 50 anos
- acima de 50 anos

4-Quantas pessoas moram na casa?

- 1 pessoa
- 2 pessoas
- 3 pessoas
- 4 pessoas
- acima de 4 pessoas

5-Escolaridade do chefe de família:

- sem escolaridade
- primário incompleto
- Primário
- 1º grau incompleto
- 1º grau
- 2º grau incompleto
- 2º grau
- nível superior incompleto
- nível superior
- outros \_\_\_\_\_

6-Profissão: \_\_\_\_\_

7-Renda Familiar:

- Até 02 salários mínimos
- de 02 à 04 salários mínimos
- de 04 à 06 salários mínimos
- de 06 à 08 salários mínimos
- de 08 à 10 salários mínimos
- acima de 10 salários mínimos

8-Tempo de residência no condomínio: \_\_\_\_\_

9-Você morava:

- em imóvel comprado
- em imóvel alugado
- em imóvel emprestado
- em imóvel de familiares/amigos
- outros: \_\_\_\_\_

10-Tipo do imóvel anterior:

- casa
- apartamento
- chácara
- outros: \_\_\_\_\_

11-Material do imóvel anterior:

- madeira
- tijolo cerâmico
- compensado
- tijolo de concreto
- outros: \_\_\_\_\_

12-Situação do imóvel atual:

- comprado
- alugado
- emprestado
- outros: \_\_\_\_\_

**Instrução:** Para as questões 13 até 18, assinale uma opção no quadrado correspondente à resposta escolhida, para cada pergunta.

Qual o seu nível de satisfação sobre:	Muito satisfeito	Satisfeito	Mais ou menos	insatisfeito	Muito insatisfeito	Não sabe/não quer opinar
13-O tamanho das dependências:						
14-O isolamento de ruídos:						
15-A temperatura dentro de casa:						
16-A ventilação nos cômodos:						
17-O manuseio de portas:						
18-O manuseio de janelas:						
19-A iluminação natural:						
20-A instalação elétrica:						
21-A rede de esgoto:						

22- O seu imóvel apresenta fissuras na parede?

- apresenta em grande quantidade
- apresenta em pouca quantidade
- não apresenta
- não sabe/não quer opinar

23- O seu imóvel apresenta umidade?

- apresenta em grande quantidade
- apresenta em pouca quantidade
- não apresenta
- não sabe/ não quer opinar

24- O prazo de entrega da casa foi cumprido?

- sim
- não
- não sabe/ não quer opinar

25- A casa está de acordo com o projeto?

- sim
- praticamente sim
- mais ou menos
- praticamente não
- não
- não sabe/ não quer opinar

**Instrução:** Para as questões 26 até 32, assinale uma opção no quadrado correspondente à resposta escolhida, para cada pergunta.

Qual o seu nível de satisfação sobre:	Muito satisfeito	Satisfeito	Mais ou menos	Insatisfeito	Muito insatisfeito	Não sabe/não quer opinar
26-O prazo de entrega da casa:						
27-O projeto da casa:						
28-O preço da casa:						
29-A casa:						
30-A forma de pagamento da casa:						
31-A infra-estrutura do condomínio:						
32-A localização do condomínio:						

33- A empresa se colocou a disposição para checar possíveis problemas?

- sempre
- quase sempre
- mais ou menos
- raramente
- nunca
- não sabe/ não quer opinar

34- A empresa se colocou a disposição para resolver possíveis problemas de ordem construtiva?

- sempre
- quase sempre
- mais ou menos
- raramente
- nunca
- não sabe/ não quer opinar

**Instrução:** Para as questões 35 até 45, assinale uma opção no quadrado correspondente à resposta escolhida, para cada pergunta.

-Qual o seu nível de satisfação em relação ao atendimento:	Muito satisfeito	Satisfeito	Mais ou menos	Insatisfeito	Muito insatisfeito	Não sabe/não quer opinar
35-Em reuniões:						
36-Por telefone:						
37-No escritório:						
38-Na entrega da casa:						
39-Para esclarecer dúvidas:						
40-Para checar possíveis problemas:						
41-Para solucionar problemas efetivos:						
42-Do pessoal de vendas:						
43-Do pessoal de cobrança:						
44-Da administração:						
45-Dos engenheiros:						

46- Já ocorreu algum desentendimento entre você e a empresa?

- sim  
 não

47- Se já ocorreu, foi resolvido?

- sim  
 não  
 não ocorreu

**Instrução:** Para a questão 48, dê até 3 sugestões.

48- Que sugestões você daria para a melhoria deste tipo de empreendimento?



## **10.2 Modelo do cronograma físico-financeiro**

**ORÇAMENTO CONSTRUÇÃO**

**PROF. RESP.:**

**EMPREENDIMENTO:**

**CREA**

**LOCAL:**

**DATA-BASE**

SERVIÇO		Unid.	Quant.	Custo Unitário	Custo Total	% Item	% Total		
1 SER- VIÇOS PRE- LIMI- NARES E GE- RAIS	1.1	Serviços técnicos (levantamento topográfico, especificações, orçamento, cronograma)		Vb					
	1.2	Despesas iniciais (cópias, licenças, taxas e impostos).		Vb					
	1.3	Instalações provisórias (tapumes, barracão, água, luz, esgoto e placas).		Vb, e					
	1.4	Máquinas e ferramentas (betoneira, vibrador, serra, bomba, carrinho, guincho).		Vb					
	1.5	Consumos		Vb					
	1.6	Limpeza da Obra		Vb					
	1.7	Transportes		Vb					
	CUSTO TOTAL DO ÍTEM								
2  INFRA ESTRU- TURA	2.1	Trabalhos em Terra	2.1.1	Demolições	m²				
			2.1.2	Limpeza do terreno	m²				
			2.1.3	Escavações mecânicas	m³				
			2.1.4	Escavações manuais	m³				
			2.1.5	Aterro e apiloamento	m²				
			2.1.6	Locação da Obra	m²				
			2.1.7	Desmonte em Rocha	m³				
			2.1.8	Boca de Lobo	Vb				
	2.2	Fundações e Outros Serviços	2.2.1	Escoramento do Terreno vizinho	Vb				
			2.2.2	Reb. Lençol Freático/Drenagem	Vb				
			2.2.3	Fundações Profundas	Vb				
			2.2.4	Fundações Superficiais	Vb				
			2.2.5	Vigas, Baldrame e Alavancas	m³				
			2.2.6	Impermeabilização	m²				
CUSTO TOTAL DO ÍTEM									
3  SUPRA ESTRU- TURA	3.1	Concreto		m³					
	3.2	Pré-moldados		m²					
	3.3	Ferro		Kg					
	CUSTO TOTAL DO ÍTEM								
4  PAREDES  E  PAINÉIS	4.1	Alvenarias	4.1.1	Tijolo furado	m²				
			4.1.2	Tijolo maciço	m²				
			4.1.3	Bloco de vedação	m²				
			4.1.4	Paredes de Concreto	m²				
			4.1.5	Vergas de Concreto	m³				
			4.1.6	Arremates e Cunhas	Vb				
			4.1.7						
	SUBTOTAL								
	4.2	4.2.1	Alumínio	4.2.1.1	Janelas	m²			
				4.2.1.2	Portas	m²			
				4.2.1.3	Basculantes	m²			
				4.2.1.4	Gradis	m²			
				4.2.1.5	Portões	m²			
				4.2.1.6					
		4.2.2	Ferro	4.2.2.1	Janelas	m²			
				4.2.2.2	Portas	un			
				4.2.2.3	Basculantes	m²			
4.2.2.4				Gradis	m²				
4.2.2.5	Portões	m²							
4.2.2.6	Porta corta-fogo	un							
4.2.2.7	Escada Marinh	un							
4.2.2.8	Alçapão	m²							
4.2.2.9									
SUBTOTAL									

**ORÇAMENTO CONSTRUÇÃO**

**PROF. RESP.:**

**EMPREENDIMENTO:**

**CREA**

**LOCAL:**

**DATA-BASE**

		SERVIÇO	Unid.	Quant.	Custo Unitário	Custo Total	% Item	% Total	
<b>4</b>	<b>4.3 Esquadrias de madeira</b>	4.3.1 Porta entr. Social 80x210cm	un						
		4.3.2 Porta entr. Serv. 80x210cm	un						
		4.3.3 Portas internas 70x210cm	un						
		4.3.4 Portas internas 60x210cm	un						
		4.3.5 Batentes	ml						
		4.3.6 Guarnições/alizares	ml						
		4.3.7 Janelas	un						
		4.3.8							
		SUBTOTAL							
	<b>4.4 Ferragens</b>	4.4.1 Conj. para porta social	cj						
		4.4.2 Conj. para porta de serviço	cj						
		4.4.3 Conj. para porta interna	cj						
		4.4.4 Conj. para porta banheiro	cj						
		4.4.5 Conj. porta de garagem	cj						
		4.4.6 Dobradiças	un						
		4.4.7							
		SUBTOTAL							
	<b>4.5 Vidros e Plásticos</b>	4.5.1 Lisos	m²						
		4.5.2 Fantasia	m²						
		4.5.3 Temperado/Laminado	m²						
		4.5.4 Tijolo de vidro	m²						
4.5.5 Plásticos e Acrílicos		m²							
4.5.6									
	SUBTOTAL								
<b>CUSTO TOTAL DO ITEM</b>									
<b>5</b>	<b>5.1 Telhados</b>	5.1.1 Estrutura para telhado	m²						
		5.1.2 Telhas fibrocimento	m²						
		5.1.3 Calhas, Rufos e Condutores	ml						
		5.1.4 Cumeeira	ml						
			SUBTOTAL						
	<b>5.2 Impermeabilizações</b>	5.2.1 Laje de Cobertura	m²						
		5.2.2 Calhas	m²						
		5.2.3 Caixa D'água	un						
		5.2.4 Pisos e paredes de Sub-solo	m²						
		5.2.5 Poço Elevador	m²						
		5.2.6 Jardineiras	m²						
		5.2.7 Varandas	m²						
		5.2.8 Boxes Banheiros	m²						
		5.2.9							
		SUBTOTAL							
	<b>5.3 Tratamentos</b>	5.3.1 Isolamento Térmico	m²						
		5.3.2 Isolamento Acústico	m²						
		5.3.3							
			SUBTOTAL						
	<b>CUSTO TOTAL DO ITEM</b>								
	<b>6</b>	<b>6.1 Revestimentos Internos</b>	6.1.1 Chapisco (forro)	m²					
6.1.2 Emboço			m²						
6.1.3 Reboco			m²						
6.1.4 Emboço Paulista			m²						
6.1.5 Reboco pronto			m²						
6.1.6 Gesso			m²						
6.1.7									
		SUBTOTAL							

**ORÇAMENTO CONSTRUÇÃO**

**PROF. RESP.:**

**EMPREENDIMENTO:**

**CREA**

**LOCAL:**

**DATA-BASE**

		SERVIÇO	Unid.	Quant.	Custo Unitário	Custo Total	% Item	% Total	
6	6.2 Azulejos	6.2.1 Azulejo Branco	m <sup>2</sup>						
		6.2.2 Azulejo em cor	m <sup>2</sup>						
		6.2.3 Azulejo Decorado	m <sup>2</sup>						
		6.2.4 Cantoneiras	ml						
		6.2.5 Rejuntamento	m <sup>2</sup>						
		6.2.6							
			SUBTOTAL						
	REVESTIMENTOS	6.3 Revestimentos Externos	6.2.1 Chapisco	m <sup>2</sup>					
			6.2.2 Emboço	m <sup>2</sup>					
			6.2.3 Reboco	m <sup>2</sup>					
			6.2.4 Emboço Paulista	m <sup>2</sup>					
			6.2.5 Reboco pronto	m <sup>2</sup>					
			6.2.6						
			SUBTOTAL						
	ELEMENTOS DECORATIVOS	6.4 Forros	6.4.1 Gesso	m <sup>2</sup>					
			6.4.2 Madeira Pinus	m <sup>2</sup>					
			6.4.3 Especial	m <sup>2</sup>					
			6.4.4 PVC	m <sup>2</sup>					
			SUBTOTAL						
	E PINTURA	6.5 Pinturas	6.5.1 Tinta PVA	m <sup>2</sup>					
			6.5.2 Latéx/PVA sobre massa corrida	m <sup>2</sup>					
			6.5.3 Latéx/PVA sem massa corrida	m <sup>2</sup>					
			6.5.4 Caiacão	m <sup>2</sup>					
			6.5.5 Quantil	m <sup>2</sup>					
			6.5.6 Verniz sobre madeira	m <sup>2</sup>					
			6.5.7 Verniz sobre concreto	m <sup>2</sup>					
			6.5.8 Esquadria de madeira (porta)	m <sup>2</sup>					
6.5.9 Esquadria de ferro			m <sup>2</sup>						
6.5.10 Rodapés de madeira			m <sup>2</sup>						
6.5.11 Demarcação de vagas de garage			m <sup>2</sup>						
6.5.12 Liquibrilho			m <sup>2</sup>						
6.5.13 Texturizada			m <sup>2</sup>						
6.5.14									
		SUBTOTAL							
	6.6 Revestimentos Especiais	6.6.1 Massa Pronta	m <sup>2</sup>						
		6.6.2 Pastilhas Cerâmicas	m <sup>2</sup>						
		6.6.3 Mármore	m <sup>2</sup>						
		6.6.4 Pedras Decorativas	m <sup>2</sup>						
		6.6.5 Papel de parede	m <sup>2</sup>						
		6.6.6 Lambris	m <sup>2</sup>						
		6.6.7							
		SUBTOTAL							
CUSTO TOTAL DO ITEM									
7	7.1 Madeira	7.1.1 Tacos	m <sup>2</sup>						
		7.1.2 Tábua Corrida	m <sup>2</sup>						
		7.1.3 Parquet	m <sup>2</sup>						
		7.1.4							
				SUBTOTAL					
	7.2 Cerâmica	7.2.1 Lisa	m <sup>2</sup>						
		7.2.2 Decorada	m <sup>2</sup>						
		7.2.3 Rejuntamento	m <sup>2</sup>						
		7.2.4							
				SUBTOTAL					

**ORÇAMENTO CONSTRUÇÃO**

**PROF. RESP.:**

**CREA**

**DATA-BASE**

**EMPREENDIMENTO:**

**LOCAL:**

SERVIÇO			Unid.	Quant.	Custo Unitário	Custo Total	% Item	% Total	
7	7.3 Carpete	7.3.1 Carpete	m <sup>2</sup>						
		7.3.2 Contrapiso	m <sup>2</sup>						
		7.3.3							
		SUBTOTAL							
	7.4 Cimentado	7.4.1 Liso	m <sup>2</sup>						
		7.4.2 Aspero	m <sup>2</sup>						
		7.4.3 Lastro de Brita	m <sup>3</sup>						
		SUBTOTAL							
	7.5 Rodapés Soleiras e Peitoris	7.5.1 Rodapé	7.5.1.1 Madeira	ml					
			7.5.1.2 Mármore	ml					
			7.5.1.3 Marmorite	ml					
			7.5.1.4 Cerâmica	ml					
			7.5.1.5 Cordão de Nylon	ml					
			7.5.1.6						
		7.5.2 Soleiras	7.5.2.1 Mármore	ml					
			7.5.2.2 Marmorite	ml					
			7.5.2.3 Concreto pré-f	ml					
			7.5.2.4						
		7.5.3 Peitoris	7.5.3.1 Mármore	ml					
			7.5.3.2 Marmorite	ml					
			7.5.3.3 Concreto pré-f	ml					
			7.5.3.4						
	SUBTOTAL								
7.6 Pavimentações Especiais	7.6.1 Mármore	m <sup>2</sup>							
	7.6.2 Granito	m <sup>2</sup>							
	7.6.3 Ardósia	m <sup>2</sup>							
	7.6.4 Marmorite	m <sup>2</sup>							
	7.6.5 Passeio	m <sup>2</sup>							
	SUBTOTAL								
7.7		m							
<b>CUSTO TOTAL DO ITEM</b>									
8	8.1 Elétricas e Telefônicas	8.1.1 Tubulação nas Lajes	Vb						
		8.1.2 Tubulação nas Alvenarias	Vb						
		8.1.3 Quadros	Vb						
		8.1.4 Prumadas gerais	Vb						
		8.1.5 Enfiacão	Vb						
		8.1.6 Tomadas, Interruptores e disjunt	Vb						
		8.1.7 Substação Transformadora	Vb						
		8.1.8 Para-raios	Vb						
		8.1.9 Luminárias (partes comuns)	Vb						
		8.1.10 Antena Coletiva	Vb						
		8.1.11 Interfone	Vb						
		8.1.12 Porteiro Eletrônico	Vb						
		8.1.13 Iluminação de Emergência	Vb						
		8.1.14 Quadro de medição	Vb						
		8.1.15							
SUBTOTAL									

**ORÇAMENTO CONSTRUÇÃO**

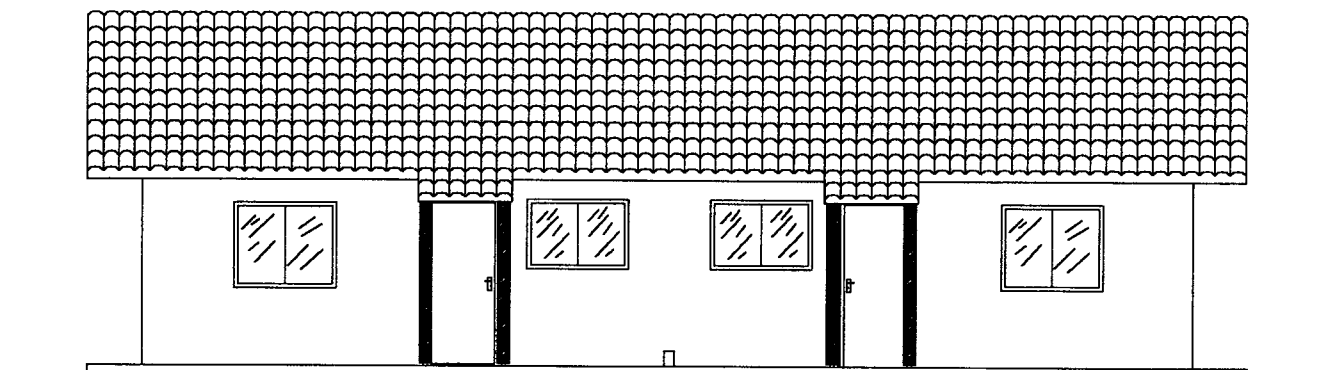
**EMPREENDIMENTO:**  
**LOCAL:**

**PROF. RESP.:**  
**CREA**  
**DATA-BASE**

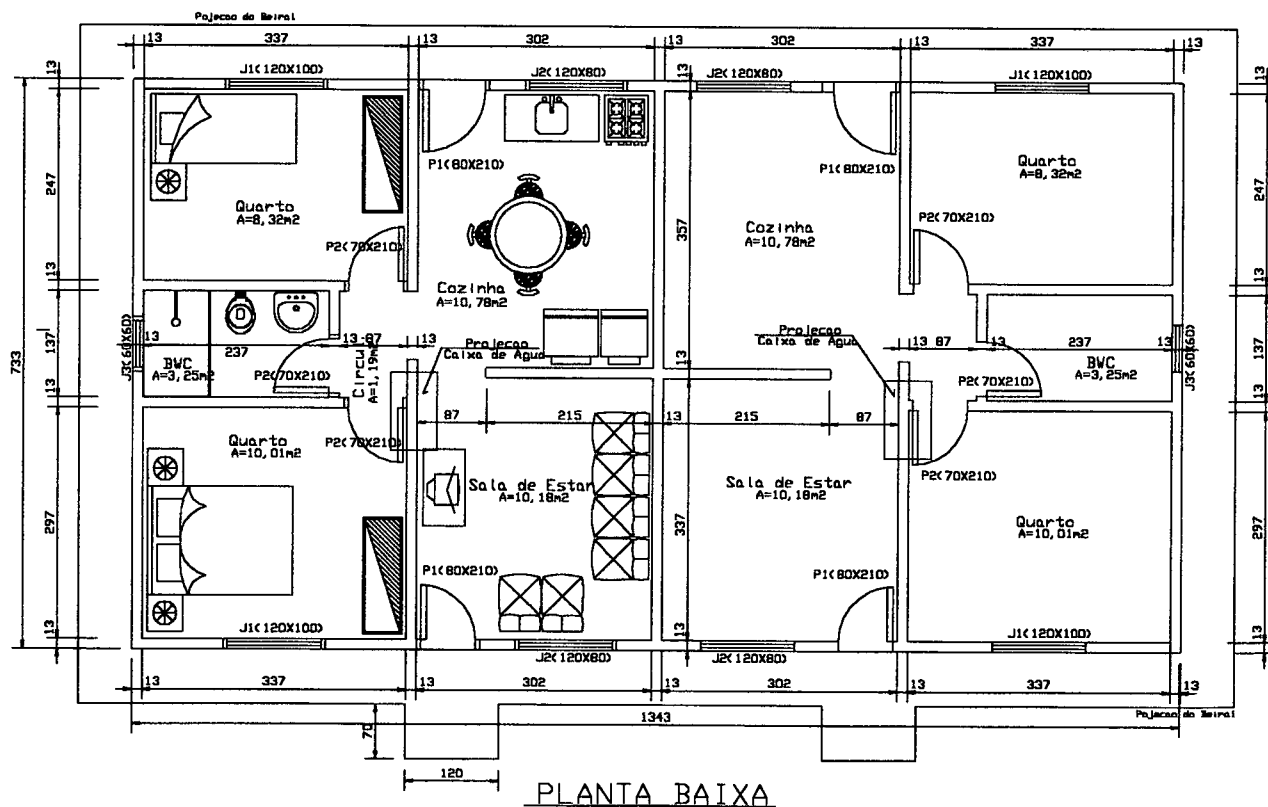
SERVIÇO		Unid.	Quant.	Custo Unitário	Custo Total	% Item	% Total	
8	8.2 Hidráulicas Gás Incêndio	8.2.1 Água Fria	8.2.1.1 Cavalete/Hidro	Vb				
			8.2.1.2 Prumadas	Vb				
			8.2.1.3 Distribuição	Vb				
			8.2.1.4 Barriletes	Vb				
			8.2.1.5	Vb				
		8.2.2 Água Quente	8.2.2.1 Prumadas	Vb				
			8.2.2.2 Distribuição	Vb				
			8.2.2.3	Vb				
		8.2.3 Gás	8.2.3.1 Prumadas	Vb				
			8.2.3.2 Distribuição	Vb				
			8.2.3.3	Vb				
		8.2.4 Incêndio	8.2.4.1 Rede Hidrante	Vb				
	8.2.4.2 Extintores		Vb					
	8.2.4.3 Registros		Vb					
	8.2.4.4 Mangueiras		Vb					
	SUBTOTAL							
	8.3 Esgoto e Águas Pluviais	8.3.1 Colunas		Vb				
		8.3.2 Distribuição		Vb				
		8.3.3 Rede Térreo		Vb				
		8.3.4 Caixas, Calhas e Ralos		Vb				
8.3.5 Coletores gerais		Vb						
8.3.6 Fossa e Sumidouro		Vb						
SUBTOTAL								
8.4 Instalações Mecânicas	8.4.1 Elevadores		Vb					
	8.4.2 Exaustores		Vb					
	8.4.3 Bombas D'água		Vb					
	SUBTOTAL							
8.5 Aparelhos	8.5.1 Louças e Metais	8.6.1.1 Vaso Sanitário	Un					
		8.6.1.2 Lavatório	Un					
		8.6.1.3 Tanque	Un					
		8.6.1.4 Chuveiro	Un					
		8.6.1.5						
	SUBTOTAL							
	8.5.2 Complemento	8.6.2.1 Porta papel	un					
		8.6.2.2 Porta toalha	un					
		8.6.2.3 Cabides	un					
		8.6.2.4 Saboneterias	un					
8.6.2.5 Lixeira		un						
SUBTOTAL								
CUSTO TOTAL DO ÍTEM								
9	9.1 Serviço de calafate e limpeza		Vb					
	9.2 Play Ground		Vb					
	9.3 Ligações e "Habite-se"		Vb					
	9.4 Muros		Vb					
	CUSTO TOTAL DO ÍTEM							
<b>CUSTO DIRETO DA CONSTRUÇÃO</b>								
<b>BDI</b>								
<b>CUSTO TOTAL DA CONSTRUÇÃO</b>								

### **10.3 Planta casa CR Tiradentes**

# CONDOMÍNIO RESIDENCIAL TIRADENTES



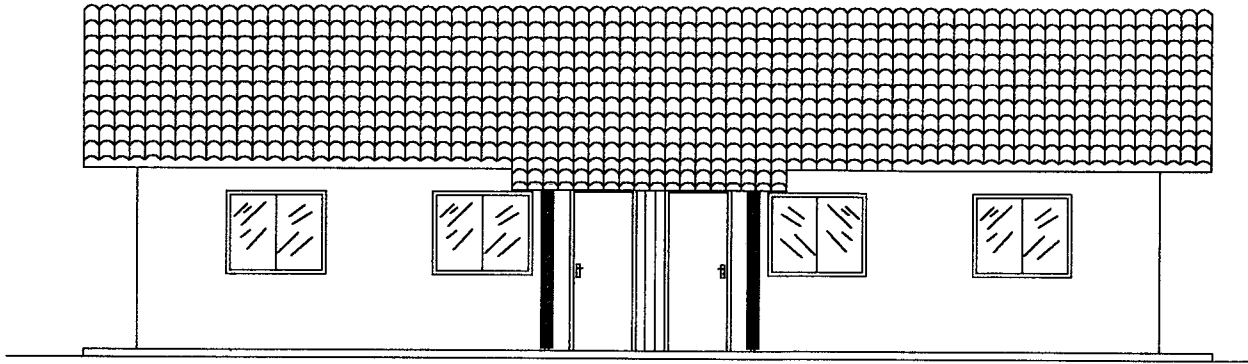
FACHADA PRINCIPAL



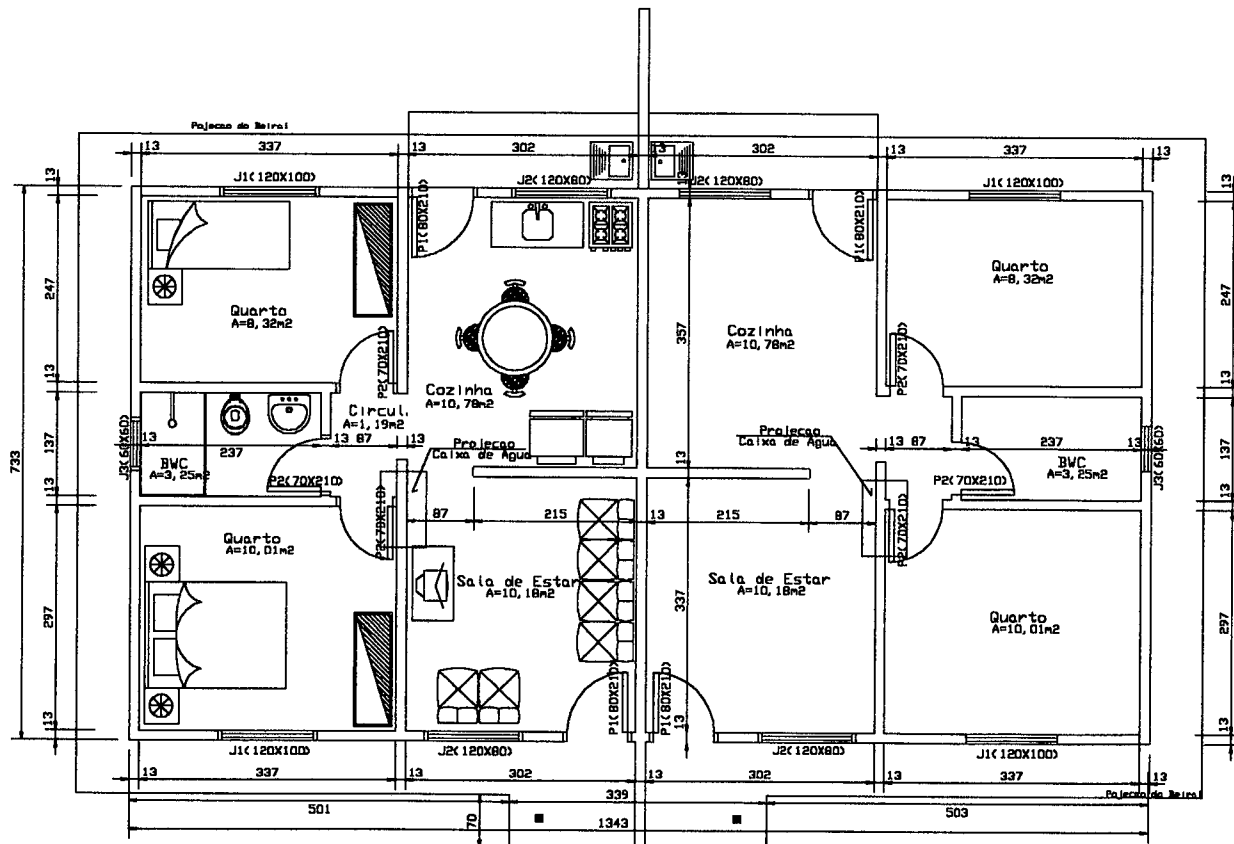


## **10.4 Planta casa CR Rio Grande**

# CONDOMINIO RESIDENCIAL RIO GRANDE



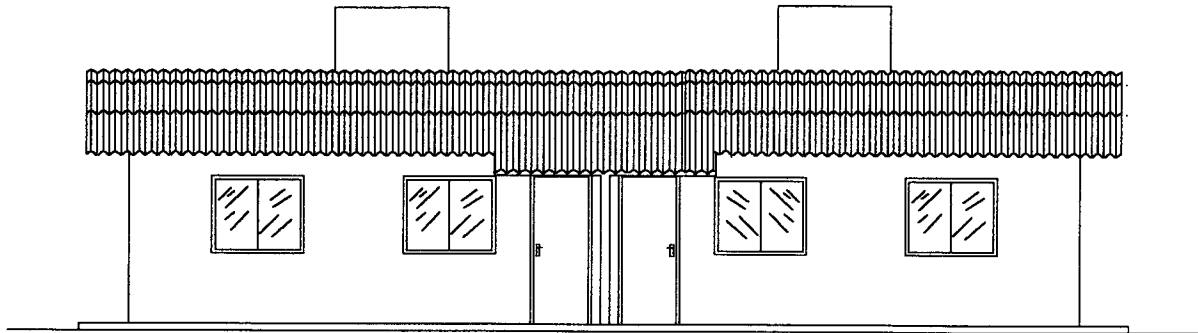
FACHADA PRINCIPAL



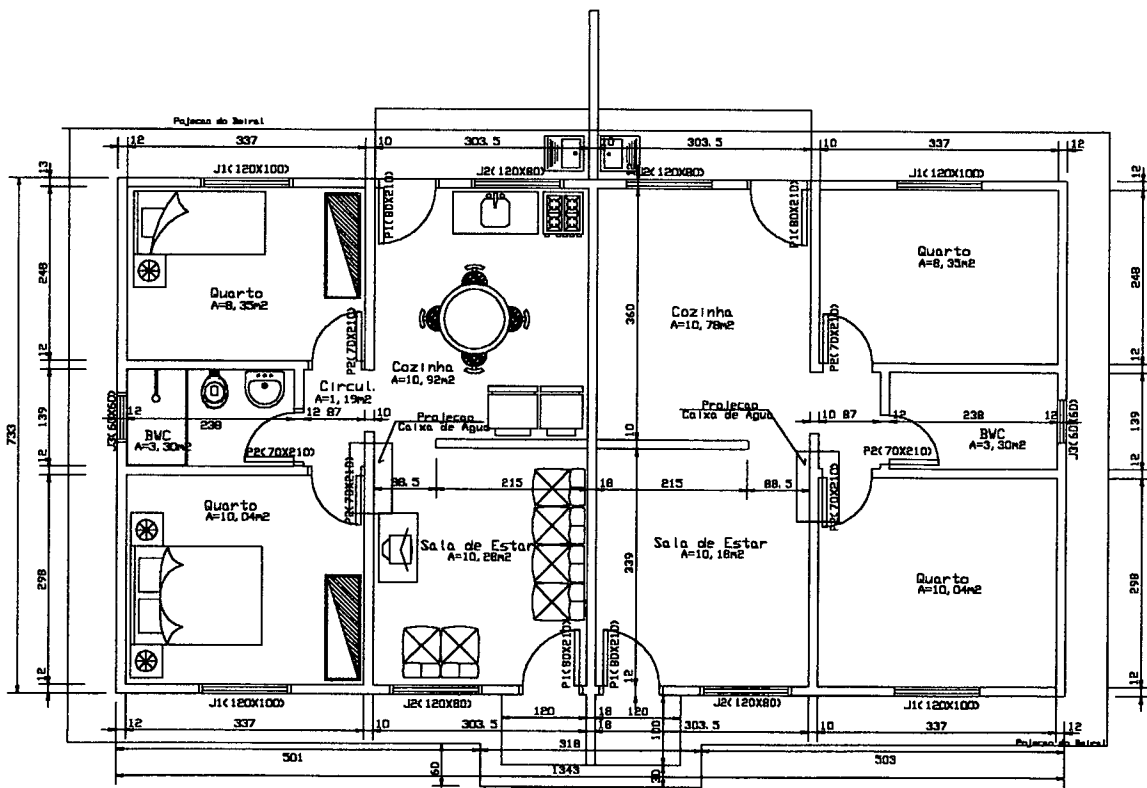
PLANTA BAIXA

## **10.5 Planta casa CR Itajaí**

# CONDOMÍNIO RESIDENCIAL ITAJAI



FACHADA PRINCIPAL



PLANTA BAIXA

## **10.6 Fotos do CR Tiradentes**



## 10.7 Fotos do CR Rio Grande





## **10.8 Fotos do CR Itajaí**

