

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

## **ANÁLISE DA VIABILIDADE DE APLICAÇÃO DE UM TREINAMENTO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE ATRAVÉS DO ENSINO À DISTÂNCIA NA HAAS AGENCIAMENTO E COMÉRCIO LTDA.**

Pietro Carlo Paladini Sobrinho<sup>1</sup>  
Sandra Regina Steffen<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Percebe-se que o mercado e a concorrência estão sempre mudando e se desenvolvendo, criando certa insegurança para as organizações no que se refere à retenção de clientes forçando-as a pensar seriamente na capacitação de seus colaboradores para tornar seu produto mais competitivo. A Haas Agenciamento e Comércio Ltda. possui filiais e sua grande preocupação na hora de pensar em treinamento para capacitação de pessoal é a localidade, horários e custos. Com isso surgiu a idéia de analisar qual a viabilidade da implantação de um curso de atendimento a clientes na Haas Agenciamento e Comércio Ltda., utilizando-se da metodologia de ensino a distância. A pesquisa foi realizada para investigar as ferramentas de Tecnologia da Informação necessárias para utilização do EAD no local onde os usuários irão fazer o curso de atendimento a clientes; quais os processos de atendimento a cliente devem ser abordados em um treinamento à distância e quais as formas de avaliar o desempenho dos usuários do treinamento de atendimento ao cliente, via EAD. A pesquisa aplicada foi do tipo exploratória, descritiva e qualitativa e os instrumentos de coleta de dados utilizados foram: questionário, entrevista e observação. Através dos dados apresentados, chegou-se a conclusão de que a empresa Haas está apta a executar uma implantação de um curso de atendimento a cliente utilizando-se do método de ensino a distância, desde que faça uma capacitação dos seus colaboradores no que se refere à utilização de micro computadores e sistemas oferecendo a eles curso básico de informática.

**Palavras-chave:** Atendimento a Cliente, Ensino a distância, Sistemas de Informação (SI), Tecnologias da Informação (TI), Treinamento.

### **1 INTRODUÇÃO**

Com o mercado em constante mudança e a concorrência cada dia mais competitiva, faz com que o administrador fique atento as novidades, tendências e tecnologias. O uso da tecnologia dentro de uma organização é essencial para o bom andamento da mesma, e para que essa tecnologia seja utilizada da melhor forma

---

<sup>1</sup> Instrutor Orientador. Graduado em Ciências da Computação pela FURB e Especialista em Gestão Empresarial e Marketing pelo Instituto Blumenauense de Ensino Superior - IBES.  
(pietro@ivweb.com.br)

<sup>2</sup> Graduada em administração de empresa pelo Instituto Blumenauense de Ensino Superior – IBES.  
(sandrarsteffen@gmail.com)

possível é necessário que a equipe de colaboradores esteja capacitada. Uma equipe não só capacitada para poder manusear a tecnologia, mas também para atender as expectativas da organização e dos clientes. E como se faz uma equipe capacitada para operacionalizar uma organização? Isso se faz através de investimentos em treinamentos específicos ou generalizados que sirvam para capacitar e desenvolver o indivíduo na sua formação pessoal e profissional. Como existem diversas dificuldades de reunir toda a equipe dentro de uma sala e despender de horas ou dias de treinamento, ocasionando certos desentendimentos e desconfortos para ambas as partes (empregado e empregador), a cada dia se percebe que as tendências se encaminham para a direção de um Ensino à Distância (EAD).

O EAD é um método de ensino onde o instrutor e o aprendiz não precisam estar no mesmo ambiente para troca de informações e conhecimento. Ele elimina a necessidade do aprendiz estar presente em sala de aula ou sala de treinamento em quase 100%. O EAD vem sendo utilizado em diversas universidades e organizações para eliminar as barreiras existentes para o aperfeiçoamento pessoal e profissional.

A Haas Agenciamento e Comércio Ltda., têm como produto o Plano de Assistência Familiar Boa Vida, direcionado as famílias que possuem o interesse em ter um plano que lhes dê tranquilidade e segurança na hora em que a família mais necessita, quando ocorre óbito no ceio familiar. E para atender seus associados possui uma equipe para dar atenção e esclarecimentos no que eles precisarem. Mas como esse segmento está crescendo, e existem outras empresas oferecendo planos similares, os associados descontentes com o atendimento da organização estão migrando para a concorrência.

Percebe-se que é necessário investir no desenvolvimento do potencial dos colaboradores, aprimorando o atendimento e conhecimento dos mesmos. Além disso, existem outros fatores determinantes que leva a empresa a pensar seriamente na capacitação de sua equipe, principalmente no que se refere a vantagem competitiva.

Este estudo foi destinado a verificar como o EAD pode ser utilizado na organização para capacitação de pessoas, no que se refere ao atendimento ao cliente, identificando vantagens e desvantagens para a empresa, verificando tecnologias disponíveis para o uso e de necessidade básica para o bom

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

funcionamento do EAD descobrindo a forma de avaliar sua aplicação nos integrantes do aprendizado.

## 2 TREINAMENTO VIA ENSINO A DISTÂNCIA

O treinamento realizado por intermédio do ensino a distância utiliza-se de recursos tecnológicos, por isso primeiramente é importante saber e entender alguns conceitos pertinentes à tecnologia.

Sistemas de informação (SI) segundo Foina (2001, p. 21) é a “integração de todos os recursos tecnológicos e organizacionais que manipulem (capturem, processem e distribuam) as informações em uma organização”. E para Laudon e Laudon (2004, p. 07) é um “conjunto de componentes inter-relacionados que coleta, processa, armazena e distribui informações destinadas a apoiar a tomada de decisões, a coordenação e o controle de uma organização”. Um sistema de informação que funciona corretamente gera informações valiosas para o desenvolvimento da organização. Pode-se aplicar o programa de sistemas de informação nas áreas de: Vendas, *Marketing*, Projetos, Atendimento ao Cliente/Serviços, Logística, Recursos Humanos e Sistemas Integrados.

A tecnologia da informação (TI) para muitos, está aplicada a tudo e suas fronteiras ficam difíceis de definir, pois a tecnologia está ligada à informação. Segundo Laurindo (2006), tecnologia de informação é mais do que um processamento de dados, sistemas de informação ou engenharia de *software*, ele envolve capital intelectual, administrativos e organizacionais. Pode-se dizer que tecnologia de informação viabiliza a “economia globalizada”. Ximenes (2005) ressalta que é importante utilizar a TI, pois melhora controles internos, reduz custos, agrega valor aos serviços e produtos ofertados, facilita o acesso melhora a qualidade e a disponibilidade das informações.

A seguir comentam-se alguns tipos de TI disponíveis para o uso no EAD.

*Internet* – é uma gigantesca rede mundial de computadores interligados através de linhas telefônicas comuns, comunicação privada, cabos submarinos, canais de satélites e outros meios, na qual trafega informações contidas em textos, sons e imagens, acessíveis em qualquer computador conectado a rede. Essa tecnologia surgiu nos anos 60 e introduzida no meio acadêmico em meados dos

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031  
anos 80. (SOBREIRA, 2006).

WWW (*World Wide Web*) – o *www* é a *interface* gráfica da *internet* e funciona da seguinte forma: a informação na *internet* é disponibilizada em documentos (*sites*) que são constituídas por arquivos que estão em computadores espalhados por todo o mundo, designados por servidores da WEB, esses servidores são responsáveis pelo armazenamento das páginas e permitem acesso ao conteúdo da rede, ao conectar o computador a *internet* este recebe um endereço IP (*Internet Protocol*), cuja numeração é única, exclusiva, que identifica cada computador à rede. (ICMC – INSTITUTO DE CIÊNCIAS MATEMÁTICAS E DE COMPUTAÇÃO, 2006)

Correio eletrônico – conhecido por todos como *e-mail*, é um dos recursos mais importantes e indispensáveis nos tempos de hoje, pois é através dele que os usuários trocam mensagens com outros usuários. As mensagens eletrônicas devem ser um arquivo com caracteres ASCII, arquivos fora dessa codificação devem se anexadas a mensagem, como tabelas e imagens. (SOBREIRA, 2006).

FTP (*File Transfer Protocol*) – o FTP é o protocolo usado na *Internet* para transferência de arquivos entre computadores. Responsável por grande volume de tráfego na *internet* e também um dos recursos mais importantes. Ele é feito para transferir arquivos de um computador, conectado a *Internet*, na qual o usuário deve ter uma conta (*login*) e uma senha (*password*) para entrar. Depois de adquirida a conta, pode-se navegar entre os diretórios dessa conta e transferir os arquivos dela para seu computador local, ou vice-versa. Um fato muito interessante é que muitos computadores permitirem que os acesse remotamente (embora de forma restrita) mesmo sem ter uma conta ou senha - o chamado FTP anônimo (*Anonymous FTP*). (SOBREIRA, 2006).

*Intranet* – a *intranet* é uma rede privativa de computadores que aproveita as mesmas tecnologias utilizadas na *Internet*, que surgiu nos anos 90. Seu protocolo de transmissão de dados é o TCP/IP. A *Intranet* pode ou não ser conectada a *Internet* ou a outras redes e é comum uma *Intranet* de uma empresa ter acesso a *Internet* e permitir que seus usuários usem os serviços da mesma, mas é necessário que exista um serviço e ou dispositivo de segurança como um *firewall* para impedir que dados indevidos tentem transitar entre a rede pública e a rede privativa. (WIKIPEDIA, 2006)

VoIP – a VoIP (*Voice over Internet Protocol*) segundo Bordim (2006) é a voz

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

sobre IP que usa a rede de dados para trafegar a voz ao invés do sistema de comutação de circuito. Sua conexão é considerada mais eficiente por que economiza recurso e largura de banda. Tem como vantagens segundo Spagnuolo e Schlemper (2006): Custo zero para ligações dentro da empresa (entre matriz e filiais); Custo zero para ligações de telefone IP para telefone IP; Redução drástica das contas de telefone; Eficiência em comunicação com custo acessível; Integração com o PABX da empresa; Fácil instalação dos equipamentos; Segurança e Privacidade; Escalonável: permite ampliação conforme suas necessidades; Versatilidade, pois o serviço pode ser utilizado em qualquer lugar desde que tenha um ponto de *Internet* de banda larga.

## 2.1 ENSINO A DISTÂNCIA (EAD)

Conceituando o EAD, Sarramona (1991 apud LANDIM 1997, p. 30) diz que é “uma metodologia de ensino em que as tarefas docentes acontecem em um contexto distinto das discentes, de modo que estas são, em relação as primeiras, diferentes no tempo, no espaço ou em ambas as dimensões ao mesmo tempo”.

Segundo o Decreto nº. 2494/98 é uma:

forma de ensino que possibilita a auto-aprendizagem, com a mediação de recursos didáticos sistematicamente organizados, apresentados em diferentes suportes de informação, utilizados isoladamente ou combinados, e veiculados pelos diversos meios de comunicação.<sup>3</sup>

Cinelli (2003) comenta que o EAD atinge todos que têm acesso aos meios de comunicação disponíveis atualmente, como correspondência, televisão, rádio, *internet*. Neste último a disponibilidades de materiais de ensino é por período ilimitado. Retzel (1998, apud CINELLI, 2003) diz que a exigência de treinamento contínuo e reciclagem de conhecimentos levam os interessados a buscar o EAD, juntamente com outros critérios como: falta de tempo, distância, financeiro, possibilidade de contato com outras pessoas de diferentes classes sociais, culturais e econômicas.

---

<sup>3</sup> **DECRETO Nº 2.494, de 10 de fevereiro de 1998** Disponível em:< <http://www.lei.adv.br/2494-98.htm>> Acesso em: 09 set 2006.

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

Conforme Komineck (2001)<sup>4</sup> a “informação e os meios de acessá-la constituem a base para o crescimento da empresa”. A incorporação dos meios tecnológicos no ambiente de aprendizado faz com que as informações se tornem mais ágeis, democráticos e desafiadores, mas para isso a organização precisa ser mais flexível e menos formal. O EAD vem sendo identificado como um agente inovador no ambiente empresarial, mas só o uso da tecnologia não significa inovação, muito menos garante qualidade do ensino. Segundo Moresco (2004) as empresas privadas que investiam em EAD na década de 80, hoje tem suas próprias universidades corporativas, mesclando entre cursos presenciais e à distância. Utiliza como estratégia de desenvolvimento e educação de funcionários, consumidores e fornecedores para atender as necessidades do negócio de uma organização cujo foco principal não é a educação. A *internet* é vista como um dos canais mais importantes pra obtenção de informações e conhecimentos.

O EAD possui como características: a separação entre instrutor e aprendiz; meios técnicos (impressos, áudios, vídeos, informáticos); aprendizagem independente, comunicação bidirecional, enfoque tecnológico. (LANDIM, 1997, p. 30)

Já Komineck (2001) vislumbra os seguintes itens como sendo os principais aspectos do EAD: resposta a demandas sociais; flexibilidade; ampla difusão; aprendizagem individual e autônoma; qualidade do material didático; economia; aplicação de recursos tecnológicos; comunicação bidirecional; separação aprendiz/instrutor.

Como todo método de ensino o EAD proporciona vantagens e desvantagens para seus usuários. Cinelli (2003) comenta que os benefícios gerados pelo EAD são: profissionalização, socialização e individualização (indivíduo em sua área de desenvolvimento). O autor informa que o fator que gera maior satisfação é a interação entre instrutor e aprendiz, onde, o instrutor precisa dar resposta rápida ao aprendiz.

Segundo Ghedine (2003), uma pesquisa realizada com 250 profissionais nos EUA para identificar os benefícios do EAD para a organização apresentou o seguinte resultado:

---

<sup>4</sup> KOMINEK, Nilson Bruno. **Estudo Comparativo de Modelos de Ensino à Distância como Subsídio para Tomada de Decisão em Instituições Públicas**. 2001. Disponível em: <<http://www.ppgte.cefetpr.br/dissertacoes/2001/nkominek.pdf>> Acesso em 05 ago 2006.

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

- Redução de custos com viagens;
- Maior conveniência e melhores serviços;
- Melhor aproveitamento sobre produtos e procedimentos;
- Melhor acesso as informações;
- Treinamento de melhor qualidade
- Novos clientes.

Conforme Viapiana (2002) as desvantagens do EAD são caracterizadas pelo empobrecimento da troca de experiências entre o aprendiz e o instrutor assim como aprendiz e aprendiz; sem contar que a retificação de erros possa ser de caráter demorado e os serviços administrativos complexos. Segundo Hara (1999, apud CINELLI, 2003) os fatores que causam frustração no usuário são as necessidades que precisam ser monitoradas como: falhas técnicas, instrução ambígua e falta de retorno imediato do instrutor.

Cabe ainda acrescentar que a falta de um computador com acesso a *internet*, falta de acessórios e programas específicos para utilização no método, limitação de bandas, são consideradas também uma desvantagem apesar de que as novas gerações já estão mais familiarizadas com a tecnologia. (GHEDINE, 2003),

Portanto, as vantagens diagnosticadas suprem as desvantagens, ocasionando uma boa aceitação do método principalmente pelos usuários que não possuem disponibilidade de horários fixos.

Importante ressaltar que Canuto (2007)<sup>5</sup> comenta que os sistemas operacionais da Microsoft estão presentes em 90% dos computadores no mundo, levando engenheiros e economistas a escolher tecnologias a partir de potenciais técnicos de acordo com as necessidades em termos de processos e que a falta de compatibilidade acarretam custos e riscos no processo. Assim, verifica-se que devesse ter uma especial atenção na utilização do EAD para identificar se os sistemas são compatíveis com os disponíveis para uso.

Existem várias ferramentas desenvolvidas e que estão em andamento que auxiliam o instrutor a ter melhor aproveitamento e qualidade no EAD. Cinelli (2003) divide essas ferramentas em síncronas (tempo real) e assíncronas (tempo diferente).

*Chat* – é uma ferramenta síncrona, que consiste em uma sala virtual que

---

<sup>5</sup> CANUTO, Otaviano. **Sistemas Operacionais Serão Exercitados em Combate Entre o Linux e a Microsoft**. Disponível em: <<http://www.eco.unicamp.br/artigos/artigo140.htm>> Acesso em: 12 jun 2007.

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

possibilita a conversação entre aprendiz e instrutores obtendo maior aproximação permitindo interagir e debater assuntos propostos pelo instrutor. Tem como característica ser ao vivo, interativo e escrito. (CINELLI (2003) e GHEDINE (2003)

*E-mail* – Ferramenta assíncrona que proporciona uma interação através de uma comunicação privada podendo conter imagens, textos em html, anexos, com a vantagem de ser enviada e recebida de acordo com a disponibilidade de tempo do indivíduo. (CINELLI (2003) E GHEDINE (2003)).

Videoconferência – Ferramenta síncrona que possibilita as pessoas fazerem uma interação utilizando um recurso de voz e vídeo. (CINELLI (2003) e GHEDINE (2003)). Conforme *What Is* (1998, apud CARNEIRO, 2006) a videoconferência consiste em uma discussão em grupo ou pessoa a pessoa, cujos participantes podem estar em locais diferentes, podendo ver e ouvir uns aos outros como se estivessem reunidos em um único local. Isso possibilita a comunicação em tempo real entre os grupos, independente de suas localizações geográficas, simultaneamente.

*Whiteboard* – Programa assíncrono que simula o uso de um painel que possibilita a todos escrever e desenhar. Todos vêem o que os outros fazem e ainda permite que cada um interfira e acrescente ou mesmo apague o texto ou ilustração do outro. CINELLI (2003)

Fórum – É uma ferramenta assíncrona que possibilita o aprendiz e instrutor troquem idéias e sugestões sem precisar utilizar o e-mail que pode estar com problemas de recebimento como endereço incorreto ou caixa cheia. Funciona como *Chat*, mas os participantes não precisam estar conectados ao mesmo tempo pra deixar suas mensagens. Conforme Laudon (2001 apud GHEDINE, 2003) o fórum deve ter um tópico pré-definido, para os participantes discutir o tema, compartilhar informações e idéias.

Lista de distribuição – A lista de distribuição se caracteriza por um grupo de pessoas com um interesse comum, por exemplo: sexo, vídeo, música. Esse grupo está disposto a trocar mensagens sobre esses assuntos. O conceito foi criado para que as pessoas não precisassem manter uma lista e mandar cada mensagem para cada integrante. A lista funciona da seguinte forma: em algum computador na *Internet*, instala-se um programa chamado gerenciador de lista que mantém uma lista dos assinantes, recebendo e mandando mensagens de forma semi-automática,



SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

acionado por um endereço eletrônico virtual, que se parece com um endereço de um usuário comum, mas é o programa que recebe as mensagens e as processa. Para cada lista existem dois endereços: um para distribuição das mensagens e outro para a administração da lista. (SOBREIRA, 2006).

*Newsgroup* - A *newsgroup* é uma outra forma de comunicação em grupo de pessoas, semelhante às listas de distribuição de mensagens, porém mais poderosa. As mensagens de um *newsgroup* não são distribuídas como em correio-eletrônico como ocorre nas listas de distribuição, e não chegará até a caixa postal, pois isso também só ocorre na lista. Em um *newsgroups* as mensagens ficam situadas em um mesmo local (uma máquina que sedia determinado número de *newsgroups*). É preciso ir até uma dessas máquinas por onde os *newsgroups* circulam para acessar suas mensagens, onde poderá ler (tendo a opção também de arquivar o conteúdo na sua máquina), responder, criar uma nova mensagem ou reenviá-la para alguém. Dessa forma, as mensagens de um *newsgroup* não circulam em desperdício, e são acessadas somente pelos que nelas tem interesse. Muitas vezes, escolhem-se as mensagens de um *newsgroup* apenas pela descrição do *subject*. (MARTINS, 2006)

Atividades – As atividades compreendem redação, pesquisas e relatórios. Existe um espaço para postagem dos arquivos para que o instrutor verifique e avalie posteriormente. (CINELLI, 2003)

Testes – São praticados baseados em materiais escritos ou em vídeos, ao quais os aprendizes teriam acesso e aplicados de várias formas: múltipla escolha, preenchimento de lacunas, associação de colunas, respostas dissertativas. A múltipla escolha é a mais utilizada, mas nem sempre é a melhor opção. (CINELLI, 2003)

Como todo método existente no que se refere à educação e aprendizado, é necessário que se faça uma avaliação para saber se existe qualidade e aproveitamento do mesmo. Ghedine (2003), comenta que em 1959, Kirkpatrick denominou quatro níveis de avaliação referente a efetividade do treinamento: reação dos aprendizes (satisfação e dificuldades); aprendizado (conhecimento, habilidade e atitude); aplicação no trabalho (situação reais no trabalho); e impacto organizacional (melhoria na organização). Wentling et. al. (2000, apud GHEDINE, 2003) informam que a aplicabilidade da avaliação de Kirkpatrick está sendo discutida e as organizações estão revendo como avaliar seus programas de treinamento. Cabe, a cada organização identificar a melhor forma de avaliar os EAD's desenvolvidos por

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031  
elas.

Nas leituras feitas acerca do tema treinamento observa-se que houve grandes avanços em relação ao desenvolvimento de ferramentas para o mesmo. Oliveira e Vanalle (1999) dizem que esses avanços favorecem as organizações que buscam a competitividade.

Segundo Malvezzi (1994, apud OLIVEIRA e VANALLE, 1999) o treinamento é considerado uma ferramenta chave na gestão empresarial e que por volta dos anos 70, devido à busca crescente de competitividade ocasionada pela rápida evolução das tecnologias, a eficiência dos negócios passou a depender ainda mais da aprendizagem contínua das pessoas. O principal objetivo do treinamento, segundo Loureiro e Santos (1999), é preparar o pessoal para vários tipos de tarefas, criando um clima satisfatório para alcançar as metas dentro da empresa. O melhor caminho é promover a conscientização dos funcionários quanto a sua importância para o sucesso.

Chiavenato (1996, apud CAMPOS et al, 2004) ainda comenta que todo investimento em pessoas, quando bem aplicado, traz retornos garantidos a organização. O site Uninove (2006) descreve os seguintes resultados esperados por um treinamento:

- Aumento de produtividade, reduzindo custos e retrabalho;
- Melhoria na qualidade dos resultados;
- Otimização da eficiência;
- Elevação do saber e aumento das habilidades;
- Redução do índice de acidentes;
- Melhoria do clima organizacional;
- Aumento da motivação pessoal
- Redução do absenteísmo e do turn-over.

Loureiro e Santos (1999) comentam que para diagnosticar quando existe necessidade de um treinamento deve-se observar nos colaboradores uma deficiência no desempenho do cargo, que acarretam problemas ou falhas como:

- Comunicação defeituosa;
- Excesso de erros na comunicação formal ou informal;
- Mau aproveitamento do tempo disponível;
- Desconhecimento do manuseio do equipamento;

- Conhecimento superficial da empresa;
- Baixa produtividade;
- Elevado número de acidentes;
- Desmotivação.

Entende-se que, quando identificado algum dos itens mencionados dentro de uma organização, é muito importante pensar seriamente no desenvolvimento e aplicação de treinamentos.

Hoje, os clientes estão mais exigentes no que se refere ao atendimento. A exigência na qualidade do produto e prestação de serviço já não é mais suficiente, eles precisam vir com o agregado, atendimentos diferenciados.

Segundo Bueno (1998, Fernandes (1968) e Pilares (1989) apud GRAZZIOTTIN, 2001), atendimento é: dar atenção, acudir ao chamado de alguém, dar solução favorável a um pedido, levar em consideração, refletir, atentar, ouvir, considerar.

Molina (2006) comenta que o profissional que trabalha com atendimento deve possuir as seguintes características: saber ouvir, comunicar e perceber o que o cliente quer e deseja. Deve se preocupar com as palavras utilizadas, com o tom de voz empregado, e ter percepção para tentar identificar o que o cliente realmente precisa. Deve ser ágil, atendendo prontamente o pedido solicitado. Não existe fórmula para atender bem, muito menos uma receita pronta, mas existem atitudes que podem levar a um bom atendimento como: um olhar sincero, um sorriso discreto e até mesmo um cumprimento cordial.

Segundo Monteiro (2006) o foco no atendimento é uma tarefa difícil e constante, e manter o cliente satisfeito é preciso dar prioridade a alguns pontos como: Empatia (capacidade de escutar e colocar-se no lugar do cliente), Referência (estabelecer pessoas e departamentos de referência para o cliente, como a criação de um Serviço de Atendimento a Cliente bem estruturado), Credibilidade (cliente espera que o que foi prometido seja cumprido) e Histórico (todas as ações efetuadas que diz respeito a determinado cliente devem estar disponíveis para que o problema não precise ser contado diversas vezes).

Para que não ocorra falha no processo de atendimento, o profissional deve ser submetido a treinamentos de atendimento a clientes, conforme o Sebrae (2006)<sup>6</sup>

esses treinamentos devem abordar aspectos de comunicação e também de produtos e serviços. De acordo com Steffan (2006) e Alvarenga (2006) um treinamento de atendimento ao cliente tem como objetivo sensibilizar os participantes a ter consciência da importância da qualidade do atendimento e do seu trabalho para a boa imagem da empresa e aprimorar as atitudes no relacionamento com o cliente interno e externo.

Ambos os autores mencionados aplicam curso de atendimento e cada um tem uma programação diferenciada, o programa de Alvarenga (2006) se resume nos seguintes tópicos:

- Foco no cliente;
- O cliente tem sempre razão?
- Construindo relacionamentos de sucesso.
- Inteligência emocional no atendimento ao cliente.
- Desenvolvendo a empatia.
- Motivação e pró-atividade.
- Diferentes tipos de clientes.
- Como conquistar a confiança do cliente.
- Como lidar com reclamações.
- Estratégias para o atendimento ao cliente.

O programa do autor Steffan (2006) se resume nos seguintes tópicos:

- A Organização – Conceituação – Perfil da empresa.
- Atribuições dos funcionários envolvidos no atendimento.
- A comunicação ascendente, descendente e horizontal; o saber falar; o saber ouvir; obstáculos e barreiras; tipos de comunicação; como medir a eficácia da comunicação.
- A motivação humana: as necessidades humanas; o comportamento explicado por Maslow; a resistência as mudanças;
- Tipos de clientes x relacionamentos: o atendimento a grávidas, idosos, crianças e clientes exigentes;
- Atendimento: conceituação, tele-atendimento, atendimento pessoal,

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

princípios da qualidade no atendimento.

- O *marketing* pessoal: aparência, apresentação, etiqueta, cortesia, prudência, expressão verbal, postura, segurança.
- Como aumentar a eficiência no atendimento.

Percebe-se que apesar das palavras diferenciadas que cada autor utilizou para resumir seu programa, eles são similares. Os programas focam o cliente, a comunicação, a motivação, o atendimento, os tipos de clientes que existem, *marketing* pessoal e estratégias para a eficiência do atendimento.

O treinamento *online* é aquele que se utiliza da *internet* para sua aplicação. Casagrande (2000) relata que se estima que 50% do mercado de treinamento à distância se encontram nos EUA e menos de 3% se encontra na América Latina. A média de economia que o treinamento *online* proporciona é em torno de 40% em comparação ao ensino presencial. Para se obter um melhor custo/benefício é preciso fazer a escolha certa do modelo de treinamento *online*. Alguns aspectos relevantes são identificar corretamente a necessidade e aplicação, assim como, desenvolver o curso para cada caso específico, ou seja, deve ser direcionada para o objetivo (pessoal ou empresarial) e também deve ter duração.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para analisar a viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino a distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda precisou-se efetuar uma pesquisa exploratória e descritiva dos temas pertinentes. A coleta de dados foi realizada na empresa com os colaboradores, que totalizavam 35 colaboradores. Santos (2000) comenta que pesquisas exploratórias são quando se utiliza de levantamentos bibliográficos, entrevistas com profissionais que estudam ou atuam na área, visitas a *web sites*, e outros para se ter conhecimento do tema e adquirir intimidade em relação ao assunto. Descritivas são feitas após a coleta da exploratória, pois é simplesmente expor/narrar o levantamento ou observações do tema.

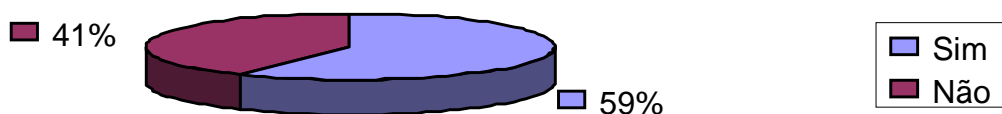
A pesquisa foi realizada através de um questionário estruturado, entrevista e observações. O questionário, segundo Malhotra (2006, p. 290), descreve como uma “técnica estruturada para coleta de dados que consiste em uma série de perguntas,

escritas ou orais, que um entrevistado deve responder”. As perguntas dos questionários devem ser claras e objetivas com termos simples. Já as entrevistas são um método onde o entrevistador se utiliza de um questionário elaborado e se posiciona frente a frente ao entrevistado, podendo existir perguntas consistentes, complexas e variadas. Existem as entrevistas também por telefone, mas estas devem ser com questões breves e simples. E por último a observação, considerada mais fácil de formular do que os questionários. O pesquisador elabora um formulário que identifique com clareza a informação desejada que permita ao funcionário de campo registrar com precisão as informações e simplificar a codificação, entrada e análise de dados. Nos formulários devem constar quem, o quê, quando, onde, por quê e o modo do comportamento a ser observado.

O critério de avaliação utilizado para apresentação, análise e interpretação dos dados se deu por meio de tabelas, gráficos e exposições descritivas.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSÕES

O grupo Haas é composto pelas empresas Marmoraria e Funerária Haas (Blumenau), Haas Agenciamento e Comércio Ltda (Blumenau, Pomerode e Indaial) e Farmácia FarmaHaas (Blumenau). A Funerária Haas Indaial que faz parte do grupo não teve participação na pesquisa. A pesquisa foi realizada em 4 partes, pesquisa com colaboradores, com setor de informática da empresa, com supervisão da empresa e entrevista com coordenador de núcleo do EAD do Instituto Blumenauense de Ensino Superior. No total foram aplicados 34 questionários que representam 99% da amostra.

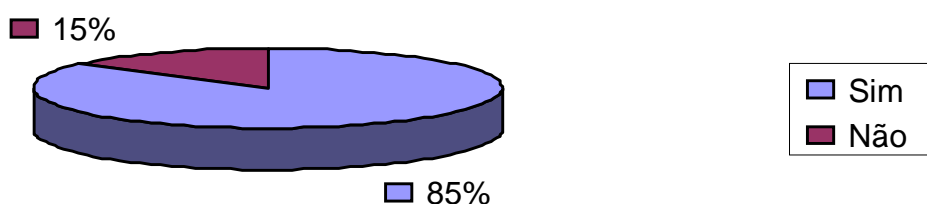


**Gráfico 2 – Você possui computador em sua residência?**

Fonte: Questionário aplicado

Como a pesquisa procura identificar a viabilidade de implantação de um ensino à distância, que de acordo com o Decreto nº 494/98 é um ensino que se utiliza de suportes de informação veiculados pelos meios de comunicação, e ainda possui como forte característica conforme Landim (1997), a utilização de meios técnicos (impressos, áudio, vídeos), é muito importante identificar se o grupo interessado tem acesso a computador ou não. Por isso, o primeiro passo, é identificar se os pesquisados possuem acesso a computador em sua própria residência. Foi possível identificar que um pouco mais da metade da amostra exatamente 59% tem computador em casa. Neste caso, deve-se ter a preocupação de disponibilizar computadores e tecnologias para acesso de todos os participantes, possibilitando assim melhor aproveitamento do sistema, seja em casa, empresa ou outro estabelecimento.

Para o gráfico 5, segundo Cinelli (2003), o EAD atinge todos que têm acesso aos meios de comunicação disponíveis atualmente como: correspondência, televisão, rádio, *Internet*. O foco do meio de comunicação na pesquisa de viabilidade de um EAD na empresa é a *Internet*, por isso, é preciso identificar se existe acesso à rede na residência, pois envolve a utilização da mesma para treinamento.



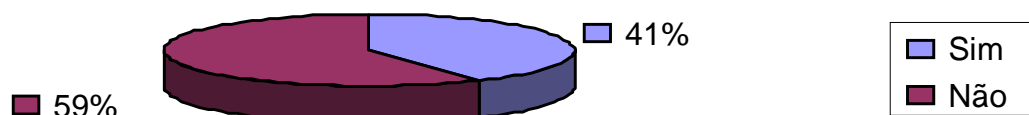
**Gráfico 5 – Seu computador possui acesso a *internet*?**

Fonte: Questionário aplicado

Com isso, identificou-se que 85% dos pesquisados possuem *internet* na residência. Identifica-se novamente a necessidade de disponibilizar os recursos para acesso de todos como orientado na questão 2.

O gráfico 7 identifica se os pesquisados, que não tem acesso à *internet* em casa, possuem outro local no qual tenham acesso a mesma. E também para

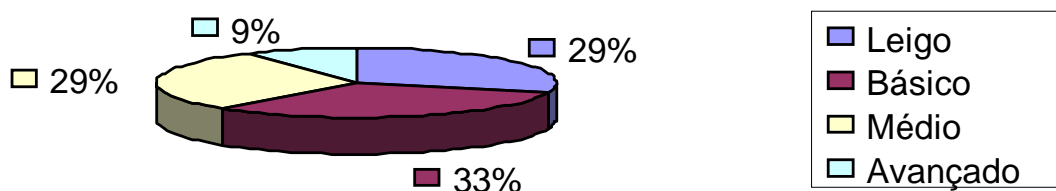
aqueles que possuem *internet* em casa, caso ocorra alguma eventualidade possam acessar em outro local



**Gráfico 7 – Você tem acesso a computador com *internet* fora de sua residência?**

Fonte: Questionário aplicado

59% dos respondentes responderam que não tem acesso a internet fora de sua residência e isso causou um alerta para a questão, pois a *internet* é essencial para o curso à distância. Dos 41% que responderam sim, informaram os seguintes locais onde conseguem acesso à *internet* quando não conseguem ter em casa: shopping, *lang house*, empresa, família e faculdade. Além da empresa se ater nesta dificuldade encontrada, as opções levantadas abrem um leque para divulgar todas as opções de acesso ao meio caso encontrem dificuldade em casa.



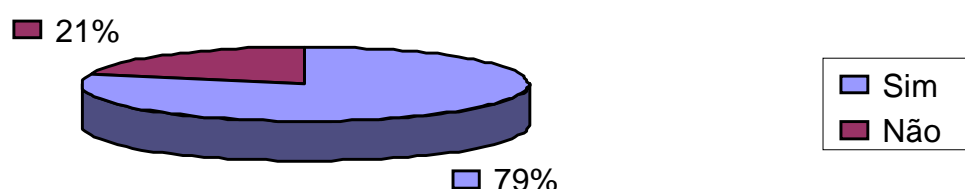
**Gráfico 8 – Você considera seu conhecimento em informática:**

Fonte: Questionário aplicado

Para se pensar em aplicar um curso de ensino que se utilize de recursos de informática, é necessário que a equipe a participar tenha o mínimo de conhecimento em computador e informática. Esta pergunta identificou o grau de conhecimento dos



pesquisados. Verificou-se que grande parte 33% tem conhecimento básico, 29% conhecimento médio, 9% avançado e 29% leigo. O número expressivo de pessoas que não conhecem nada de informática e computador é uma questão preocupante e é um ponto onde se deve focar quando se pensa em utilizar a informatização para crescimento pessoal e profissional dos integrantes da empresa. A partir desta informação, antes de qualquer passo rumo a implantação do EAD, é preciso aplicar um treinamento de computação para que todos tenham o mínimo de conhecimento de informática para que não tenham dificuldades na navegação e utilização dos recursos.



**Gráfico 9 – Você conhece ou já ouviu falar em ensino a distância?**

Fonte: Questionário aplicado

Como o assunto é ensino a distância é importante saber se os pesquisados sabem o que é ou já ouviram falar da mesma. Verificou-se que 79% sabem o que é ou já ouviram falar e apenas 21% não conhece e não ouviram comentários. É importante acrescentar que se houver real interesse na implantação do EAD na organização, todos devem ser esclarecidos a respeito deste método de ensino. A divulgação pode ser através de palestras, comunicação interna, murais.

No setor de informática a pesquisa foi realizada através de um questionário, onde se conseguiu identificar que a configuração dos micros da empresa tem capacidade e configuração necessárias para abertura de arquivos e sistemas variados (*Windows® 2000 Server*, 256mb SDRAM, 120GB). Possui acessórios como: *internet*, PDF, impressora, *intranet*. Possui *softwares* como: *Broffice* e *Winco Messenger*. Notou-se que têm acessórios e *softwares* necessários para utilização do EAD, com exceção de caixas de som, *webcam*, *Outlook*, acessórios importantes

para a empregabilidade do sistema, que precisa ser verificado se a empresa optar pela implantação. A *internet* tem restrições de uso devido à segurança e controle do objeto, pois a empresa trabalha em rede e se previne contra vírus e má-fé. Mas, coloca a disposição dos interessados, sites governamentais e sites de pesquisa de endereço (auxílio-a-lista, guia fácil, etc.). No que se refere aos acessos a *internet*, deverão ser revistos as permissões com cautela para que se possa obter um bom aproveitamento da ferramenta para o EAD. Quanto à ferramenta de comunicação, a empresa possui dois modos: um através do *winco messenger*, que é utilizado para mensagens instantâneas de urgência que não precisa reter um histórico permanente e outro através da OS (ordem de serviço) para registros permanentes de solicitações urgentes e ou importantes dentro do sistema GSAdm da *Goldsystem*. A empresa já possui página de *internet* no endereço <http://www.haas.srv.br>, caso precise disponibilizar acesso do EAD pela página é uma questão a menos para se preocupar. Observa-se que a empresa está bem estruturada na parte de informatização e comunicação, restando no caso de implantação somente adaptar alguns aspectos para que não comprometa os dados da empresa e o fluxo de trabalho dos colaboradores. Questionou-se se houve pensamentos anteriores, da possibilidade de efetuar treinamentos via *internet* na empresa e a resposta foi negativa, mas que a proposta a princípio é interessante. Como é necessário ter disponível computadores para se ter acesso a *internet* e a rede de ensino, se questionou, a existência atual de um local já estruturado e equipado para estudos via EAD, pois em pesquisa anterior com colaboradores existe uma quantidade razoável que não tem acesso na residência, e a informação foi negativa, mas existe um local onde pode ser feito a estruturação para dar suporte aos colaboradores e acesso ao EAD.

A pesquisai com o supervisor da empresa foi realizada através de um questionário e com ele identificou-se as principais deficiências a serem treinadas entre os colaboradores da empresa, pois Loureiro e Santos (1999) comentam que para diagnosticar quando existe necessidade de treinamento devem-se observar nos colaboradores deficiências que acarretam problemas ou falhas. Assim identificou-se que existem deficiências no atendimento ao cliente; no comprometimento com os resultados; na falta de pró-atividade. Indicando no primeiro momento que um treinamento de atendimento é importante na organização. No segundo momento,

procurou-se identificar como seria caracterizado um atendimento a cliente ideal, pois sua qualidade trás um diferencial competitivo para a organização. A resposta encontrada foi uma postura adequada no atendimento, conhecimento e propriedade do que está sendo tratado, bem como, cortesia e postura profissional para que além do necessário se possa também superar as expectativas do cliente. Verifica-se que o que a empresa espera no atendimento a cliente é praticamente os temas abordados por Alvarenga (2006) e Steffan (2006) em seus treinamentos de atendimento a cliente. E para completar e confirmar os tópicos ministrados por eles, questionou-se o que deveria ser abordado em um curso de atendimento a cliente na Haas e obtiveram-se as seguintes respostas: postura profissional, vícios de linguagem, cortesia, clareza no repasse de informações, saber ouvir, palavras de efeito entusiasta, como reverter problemas e como retornar à reclamações. Todos os assuntos relacionados ao atendimento conforme mencionados pelos palestrantes. E por último a questão para identificar a opinião sobre a capacitação de pessoal através do ensino a distância e a resposta foi considerada positiva, pois conforme a pesquisada o método contribui significativamente para o aprendizado coletivo e individual, podendo ter custos mais atraentes se comparado com os treinamentos convencionais e traz oportunidade para todos da empresa participarem.

Foi realizada uma entrevista com o instrutor Michael Samir Dalfovo graduado em Comunicação Social, especialista em Gestão Estratégica de Organizações e coordena o núcleo de EAD na instituição de ensino, para identificar as formas de avaliar o desempenho dos usuários do EAD. Verificou-se que existem diferentes formas de avaliar o desempenho dos aprendizes, mas não se sabe dizer qual a melhor forma a ser aplicada, pois dependerá de cada instrutor de ensino identificar a melhor forma de avaliar se o assunto foi realmente compreendido. Alguns preferem fórum de discussão, que de acordo com Ghedine (2003) é uma ferramenta que possibilita troca de idéias entre instrutores e aprendizes sem utilizar e-mail, possibilitando desta forma um crescimento cultural e consegue-se explorar o que o aprendiz tem de conhecimento e vice-versa. Outros preferem aplicar trabalhos, que entra na definição de atividades que conforme Cinelli (2003) é um espaço para postagem de arquivos para que o instrutor avalie mais tarde o desempenho do aprendiz. Isso, logicamente, dependerá do que o curso exigir. Se o tema exigir discussão de experiências a melhor forma será o fórum de discussão mencionado

anteriormente ou o *chat* que tem como características ser ao vivo interativo e escrito conforme Cinelli (2003), caso seja um assunto que precise de pesquisa adicional a melhor forma será um trabalho que poderá ser disponibilizados para todos os envolvidos.

## 5 CONCLUSÃO

As organizações devem estar preparadas para enfrentar o mercado cada dia mais competitivo. O grupo Haas tem a preocupação de se fazer competitivo frente a seus concorrentes e por isso, esse estudo procurou analisar a viabilidade da implantação de um curso de atendimento a clientes na Haas Agenciamento e Comércio Ltda., utilizando-se da metodologia de ensino a distância. Os objetivos dentro desta análise foram: 1) identificar as ferramentas de tecnologia da informação necessárias para utilização do EAD no local onde os usuários irão fazer o curso de atendimento a clientes. 2) identificar quais os processos de atendimento a cliente devem ser abordados em um treinamento à distância. 3) identificar as formas de avaliar o desempenho dos usuários do treinamento de atendimento ao cliente via EAD.

A pesquisa mostrou que a empresa possui recursos e tecnologias, mas elas não estão acessíveis a todos os colaboradores devido às restrições de uso e a segurança da empresa. A organização precisa adequar um ambiente para uso deste sistema de ensino, contendo computadores sem restrição de acesso e com todos os acessórios e tecnologias necessários, porque quase a metade de seus colaboradores não tem acesso às tecnologias em casa ou em outro local. Quanto aos profissionais, eles precisam ter uma preparação para uso da informática, porque de acordo com a pesquisa, um número razoável, se manifestaram leigos no assunto e é necessário ter o mínimo de conhecimento possível para uso do EAD e ferramentas. Em relação a identificação dos assuntos a serem abordados no curso de atendimento, foi verificado que as dificuldades encontradas na empresas são aparentemente as mesmas abordadas nos curso de atendimento e os mesmos podem ser adequados conforme as necessidades da empresa. Quanto as formas de avaliar o desempenho dos colaboradores, elas são variadas e devem ser utilizadas aquelas que a organização considerar melhor para avaliar o conteúdo

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

disponibilizado. Sugerem-se as seguintes formas de avaliar o desempenho dos colaboradores: a) para o curso ministrado 100% a distância: realizar uma dinâmica de grupo utilizando-se do recurso *webcam*, onde cada integrante faria um personagem e iria interagir uns com os outros colocando em prática o conteúdo aprendido, como: postura e linguagem. Outra sugestão seria uma discussão em grupo através do *chat*, onde o instrutor lança questionamentos acerca do assunto promovendo discussão, troca de idéias e experiências, conseguindo avaliar o que cada um faria de diferente. b) Para o ensino onde o teste será presencial a dinâmica de grupo também é válida funcionando da mesma forma, tendo a diferença de não precisar de um recurso eletrônico visual. Outra sugestão seria um trabalho com diferentes temas dentro do atendimento ao cliente onde cada integrante realizaria após a montagem do trabalho uma palestra para transmitir seu aprendizado para os outros integrantes.

Portanto, os aspectos a serem considerados com o estudo realizado são: adequar um ambiente informatizado sem restrições para uso de todos; promover um treinamento de informática básica para todos os colaboradores, divulgar informações acerca do sistema de ensino a distância para que todos tenham conhecimento de como ele realmente funciona. Concluindo desta forma que a empresa Haas estará apta a implantar um curso de atendimento à distância assim que adequar o ambiente e seus colaboradores.

Diante da realização deste trabalho, percebeu-se que outros objetos de estudo podem ser efetuados para complementar este:

- Identificar *softwares* disponíveis no mercado para atender a necessidade do curso de atendimento à distância.
- Verificar custos para implantação de um EAD na organização;
- Identificar empresas que ministram cursos de atendimento a distância.

**THE VIABILITY OF IMPLANTATION OF AN ATTENDANCE COURSE  
APPEARED THE IDEA TO ANALYZE WHICH THE CUSTOMERS IN THE HAAS  
AGENCIAMENTO AND COMÉRCIO LTDA.**

**ABSTRACT**

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

One perceives that the market and the concurrence are moving and if developing, creating always certain insecurity for organization with respect to retention of customers force them to seriously think it about capacitate of its collaborators to become its more competitive product. The Haas Agenciamento e Comércio Ltda. he possess branch offices and its great trouble in the hour to think about training for capacitate of staff and the locality, hours and costs. With this the viability of implantation of an attendance course appeared the idea to analyze which the customers in the Haas Agenciamento and Comércio Ltda., using of the education methodology the distance. The research was carried through to investigate the tools of Technology of the Information required for use of the EAD in the place where the users to make the attendance course the customers; which the attendance processes the customer must be boarded in a training to the distance and which the forms of measure the performance of the users of the training of attendance to the customer, saw EAD. The applied research was of the exploratory, descriptive type and qualitative and the instruments of collection of used data had been: questionnaire, interview and observation. Across of the presented data, arrived it conclusion of that the company Haas this apt one to execute one implantation of an attendance course the customer using itself of mode of education the distance, since that knife one capacitate of its collaborators with respect to use of micron computers and systems offering they basic course of informatica.

**Key-words:** Attendance of the Customers, Education on Distance, Systems of the Information (SI), Technology of the Information (TI), Training.

## REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Tadeu. **Excelência no Atendimento ao Cliente**. Disponível em: <[http://www.tadeualvarenga.com/Treinamentos/Excelencia\\_atendimento\\_cliente.asp?gclid=COTr0-yvxlCFSBYUAodfn-qJQ](http://www.tadeualvarenga.com/Treinamentos/Excelencia_atendimento_cliente.asp?gclid=COTr0-yvxlCFSBYUAodfn-qJQ)> Acesso em: 24 set 2006.

BORDIM, Jacir Luiz PhD **VoIP** Disponível em: <<http://www.cic.unb.br/~bordim/TD/FilesTD102006/SlidesG02.pdf#search=%22%20%22o%20que%20%C3%A9%20voip%22%20site%3A.br%20filetype%3Apdf%22>> Acesso em: 02 set 2006.

CAMPOS, Keli Cristina de Lara, et al. **Avaliação do Sistema de Treinamento e Desenvolvimento em Empresas Paulistas de Médio e Grande Porte**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/prc1v17n3/a15v17n3.pdf>> Acesso em: 05 ago 2006.

CANUTO, Otaviano. **Sistemas Operacionais Serão Exercitados em Combate Entre o Linux e a Microsoft**. Disponível em: <<http://www.eco.unicamp.br/artigos/artigo140.htm>> Acesso em: 12 jun 2007.

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

CARNEIRO, Mára Lúcia Fernandes **Videoconferência Ambiente para Educação à distância**. Disponível em: <<http://penta.ufrgs.br/pgie/workshop/mara>> Acesso em: 04 nov 2006.

CASAGRANDE, Jorge Henrique Busatto. **Uma Proposta de Treinamento Via WEB (WBT) Assíncrono, Supervisionado, Centrado no Aprendiz**. Jun 2000. Disponível em: <http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/4103.pdf>. Acesso em: 04 nov 2006.

CINELLI, Gustavo Bianchi **Ferramenta para Acompanhamento da Participação do Aprendiz em Sessões de Fórum Aplicada no Ensino a Distância Via Web**. Disponível em: <[http://www.larc.usp.br/conteudo/Boletim/BoletinOnline\\_Gustavo\\_19\\_junho.pdf](http://www.larc.usp.br/conteudo/Boletim/BoletinOnline_Gustavo_19_junho.pdf)> Acesso em: 09 set 2006.

DECRETO Nº 2.494, de 10 de fevereiro de 1998. Disponível em: <<http://www.lei.adv.br/2494-98.htm>> Acesso em: 09 set 2006.

FOINA, Paulo Rogério. **Tecnologia de Informação: Planejamento e Gestão** São Paulo: Atlas, 2001.

GHEDINE, Tatiana. **Educação à Distância via Internet**. Iniciativa desenvolvidas por Organizações Privadas Brasileiras. Abr 2003. Disponível em: <[http://instrutores.ea.ufrgs.br/hfreitas/orientações/arquivos/proposta\\_ghedine.pdf](http://instrutores.ea.ufrgs.br/hfreitas/orientações/arquivos/proposta_ghedine.pdf)> Acesso em 09 set 2006.

GRAZZIOTIN, Giancarlo Décimo. **O Ser Humano Como Base Para a Excelência do Atendimento em Instituições Bancárias**. 2001. Disponível em: <<http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/5885.pdf>> Acesso em: 23 jul 2006.

ICMC Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação – USP **O que é World Wide Web**. Disponível em: <<http://www.icmc.usp.br/ensino/material/html/www.html>> Acesso em: 02 set 2006.

KOMINEK, Nilson Bruno. **Estudo Comparativo de Modelos de Ensino à Distância como Subsídio para Tomada de Decisão em Instituições Públicas**. 2001. Disponível em: <<http://www.ppgte.cefetpr.br/dissertacoes/2001/nkominek.pdf>> Acesso em 05 ago 2006.

LANDIM, Claudia Maria das Mercês Paes Ferreira. **Educação a Distância: Algumas Considerações** Rio de Janeiro [s.n], 1997.

SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031

LAUDON, Kenneth C. e LAUDON, Jane P. **Sistemas de Informação Gerenciais: Administrando a empresa digital** 5ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

LAURINDO, Fernando José Barbin; et al. **O Papel da Tecnologia da Informação (TI) na Estratégia das Organizações**. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttest&pid=S0104\\_530X2001000200005](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttest&pid=S0104_530X2001000200005)> Acesso em: 04 abr. 2006.

LOUREIRO, Daniela e SANTOS, Giovana Di Fiore. **Secretária + Treinamento = Qualidade** 1999. disponível em: <<http://www.unipari.br/biblioteca/secretariado1999/tgs/06.pdf>> Acesso em: 05 out 2006.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing**. 4. ed. Porto Alegre; Bookman 2006.

MARTINS, Ricardo. **A Internet**. Disponível em: <<http://users.urbi.com.br/ricardomartins/Inform%E1tica/A%20%20INTERNET.pdf>> Acesso em: 09 set 2006.

MOLINA, Vagner. **Atendendo o Cliente com Elegância**. Disponível em: <<http://www.vagnermolina.eti.br/si/site/0622>> Acesso em: 24 set 2006.

MOLINA, Vagner. **Sua ligação é muito importante para nós. Será que é mesmo? O uso correto do telefone e seus benefícios**. Disponível em: <<http://www.vagnermolina.eti.br/si/site/0659>> Acesso em: 24 set 2006.

MONTEIRO Junior. Áureo Gomes. **Foco em Quem?** Disponível em: <[http://www.educacional.com.br/articulistas/outrosTecnologia\\_artigos.asp?artigo=artigo0021](http://www.educacional.com.br/articulistas/outrosTecnologia_artigos.asp?artigo=artigo0021)> Acesso em: 24 set 2006.

MORESCO, Luis. **Educação à Distância**. 2004. TCC – Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Administração) – Instituto Blumenauense de Ensino Superior, Blumenau, 2004.

OLIVEIRA, Neófito Maria de e VANALLE, Rosangela Maria. **Treinamento como Dimensão Competitiva das Organizações**. Nov 1999. Disponível em: <<http://www.unimep.br/phpg/editora/revistaspdf/rct14art09.pdf>> Acesso em: 05 ago 2006.

SANTOS, Antonio Raimundo. **Metodologia científica: a construção do**



SOBRINHO, Pietro Carlo Paladini; STEFFEN, Sandra Regina. Análise da viabilidade de aplicação de um treinamento de atendimento ao cliente através do ensino à distância na Haas Agenciamento e Comércio Ltda. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.4, p.01-25, Sem II. 2007 Edição Temática TCC's  
ISSN 1980-7031  
conhecimento. 3 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

SEBRAE **Atendimento a Clientes.** Disponível em:  
<[http://www.sebraemg.com.br/arquivos/parasuaempresa/saibamais/atendimento\\_clientes\\_2.pdf#search=%22atendimento%20%20%22excelencia%20no%20atendimento%22%20site%3A.br%20filetype%3Apdf%22](http://www.sebraemg.com.br/arquivos/parasuaempresa/saibamais/atendimento_clientes_2.pdf#search=%22atendimento%20%20%22excelencia%20no%20atendimento%22%20site%3A.br%20filetype%3Apdf%22)> Acesso em: 24 set 2006.

SOBREIRA, Flavio C.. **Apostila de Internet** Disponível em:  
<<http://users.urbi.com.br/ricardomartins/Inform%E1tica/Conceitos%20Internet.pdf>>  
Acesso em: 05 ago 2006.

SPAGNUOLO, Ernani Rabelo e SCHLEMPER, Walter. **Pop Voip: uma nova forma de efetuar ligações.** Disponível em:  
<[http://www.ciasc.gov.br/download/PopVoip\\_presents\\_hpciasc.pdf#search=%22%20%22o%20que%20%C3%A9%20voip%22%20site%3A.br%20filetype%3Apdf%22](http://www.ciasc.gov.br/download/PopVoip_presents_hpciasc.pdf#search=%22%20%22o%20que%20%C3%A9%20voip%22%20site%3A.br%20filetype%3Apdf%22)>  
Acesso em: 02 set 2006.

STEFFAN, Jorge Guido. **Excelência no Atendimento ao Cliente.** Disponível em:  
<<http://www.ucan.edu.br/cursos/extensao/pdf/122.pdf#search=%22atendimento%20%20%22excelencia%20no%20atendimento%22%20site%3A.br%20filetype%3Apdf%22>> Acesso em: 24 set 2006.

UNINOVE. **Processo de Desenvolvimento – Treinamento & Desenvolvimento.** Disponível em: <<http://portal.uninove.br/uninove/dbfiles/80154C1D-D90D-7D5D-D0E2E196204EDD16.Arquivo.pdf>> Acesso em: 05 ago 2006.

VIAPIANA, Evandro Luis. **Material Didático para Educação à Distância com uso de Recursos Computacionais.** 2002. Disponível em:  
<[http://vitoria.upf.tche.br/~viapiana/Monografia\\_Viapiana.pdf](http://vitoria.upf.tche.br/~viapiana/Monografia_Viapiana.pdf)> Acesso em: 05 ago 2006.

WIKIDÉDIA. **Intranet** Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Intranet>> Acesso em: 04 nov 2006

XIMENES, Regina Cláudia. **Tecnologia da Informação na Gestão Municipal.** Jan 2005. Disponível em:  
<[http://www.tce.pe.gov.br/astc/palestras/prefeitos/TI\\_NAGESTAO\\_MUNICIPAL.pdf](http://www.tce.pe.gov.br/astc/palestras/prefeitos/TI_NAGESTAO_MUNICIPAL.pdf)>  
Acesso em: 05 ago 2006.