

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE**



**AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS  
BENEFICIÁRIOS DOS PROGRAMAS SOCIAIS DO  
GOVERNO FEDERAL – SERRA BRANCA – PB**

**SELMA CRISTINA DA SILVA**

**CAMPINA GRANDE, 26 DE ABRIL DE 2004**

*O estágio Curricular é objeto de Lei Federal nº 6494/77, e regulamentada pelo Decreto nº 87.494/82, cuja obrigatoriedade no Curso de Administração é regulamentada pela resolução nº 02/93 do Conselho Federal de Educação*

COMISSÃO DE ESTÁGIO

MEMBROS

---

SELMA CRISTINA DA SILVA

ALUNA

---

JOSÉ ROBERTO BRAGA

PROFESSOR ORIENTADOR

---

JOSÉ SEBASTIÃO ROCHA

COORDENADOR DO ESTÁGIO SUPERVISIONADO

# **BANCA EXAMINADORA DO RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

**SELMA CRISTINA DA SILVA**

## ***“AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS BENEFICIÁRIOS DOS PROGRAMAS SOCIAIS DO GOVERNO FEDERAL – SERRA BRANCA- PB”***

Relatório de Estágio Supervisionado defendido em 26 de abril de 2004, pela Banca Examinadora constituída pelos seguintes professores:

---

José Roberto Braga

Prof. orientador

---

Laécio da Cunha Oliveira

Professor

---

Cláudia Gomes Enes

Professora

Campina Grande, 26 de abril de 2004

## ***AGRADECIMENTOS***

Agradeço a Deus, Senhor Onipotente, que me iluminou nesta minha jornada.

Aos meus pais, grandes amigos e incentivadores, a eles devo tudo o que sou até hoje.

Aos meus irmãos, que me dedicaram carinho, atenção e muita força positiva.

Aos meus mestres, especialmente ao professor Braga, que durante minha jornada, nunca me deixou vacilar e me orientou com muita dedicação.

A todos os funcionários que fazem o curso de administração.

Aos colegas, que juntos, durante anos, nos ajudamos mutuamente.

# SUMÁRIO

	PÁGINA
<b>CAPÍTULO 1- FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	
1- A Entidade	01
1.1- Identificação da Entidade	01
1.1.1- localização	01
1.1.2- Histórico	01
1.2- Descrição dos Programas Sociais do Governo Federal	02
1.2.1- Cadastramento Único	02
1.2.2- A Bolsa Escola	04
1.2.2.1- O Programa Bolsa Escola no Município	06
1.2.3- Programa de Erradicação do Trabalho Infantil –PETI	06
1.2.4- Bolsa Alimentação	08
1.2.5- Seguro Safra	09
1.2.6- Fome Zero	13
1.2.7- Bolsa Família	21
<b>CAPÍTULO 2- O ESTÁGIO</b>	
2.1- Área de atuação	25
2.2- Tema	25
2.3- justificativa	25
2.4- Objetivos	26
2.4.1- Objetivo Geral	26
2.4.2- Objetivos Específicos	26
2.5- Cronograma das atividades desenvolvidas	26
<b>CAPÍTULO 3- FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	
3.1- Qualidade	27
3.1.1- Conceitos	27
3.2- Serviços	28
3.2.1- Marketing de Serviços	29
3.2.2- Características do serviço e suas implicações	29
3.2.3- Dimensões da Qualidade de Serviços	30
3.2.4- Classificação dos Serviços	31
3.2.5- Os sete pecados do serviço	32
3.2.6- Princípios da Qualidade em Serviços	34
3.3- O Cliente	38
3.3.1- Intimidade com o cliente	38
3.3.2- Tipos de Clientes	39
3.3.3- A Satisfação do Cliente	40
3.3.4- Pesquisa de Satisfação do cliente	41
3.3.5- A importância da pesquisa de satisfação do cliente	41

3.3.6- Qualidade no atendimento é	41
3.3.7- Vantagens do bom atendimento	42
3.3.8- O atendimento ao cliente	43

#### CAPÍTULO 4- DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO

4.1- Metodologia	44
4.1.1- Tipo de pesquisa	44
4.1.2- Unidade de análise	44
4.1.3- Tipos de dados coletados	45
4.1.4- Instrumento de pesquisa	45
4.1.5- Coleta de dados	45
4.1.6- Tipo de Amostragem	45

#### CAPÍTULO 5- DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

5.1- Análise dos resultados, tabelas analíticas e gráficos	46
5.1.1- Questão 6.1- Como fez o Cadastramento Único?	46
5.1.2- Questão 6.2- Como classifica o atendimento?	50
5.1.3- Questão 7.1- Quanto a entrega de cartões de benefícios.	54
5.1.4- Questão 7.2- Quanto as orientações aos beneficiários	58
5.1.5- Questão 7.3- Quanto ao serviço de pagamento	61
5.1.6- Questão 7.4- Quanto ao serviço de reclamação	64
5.1.7- Questão 7.5- Quanto a facilidade de contato por telefone	67
5.1.8- Questão 9.1- Quanto ao valor do benefício	70
5.1.9- Questão 9.2- Quanto ao rendimento escolar	73
5.1.10- Questão 9.3- Quanto a melhoria da alimentação da família	76
5.1.11- Questão 9.4- Quanto aos Programas de Geração de Emprego e Renda	79
5.1.12- Questão 9.5- Quanto ao atendimento do PSF para gestantes e crianças beneficiárias	82
5.1.13- Questão 9.6- Como utiliza o benefício recebido	85

CONCLUSÃO	88
-----------	----

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

#### ANEXOS

#### ÍNDICE DE TABELAS

#### ÍNDICE DE GRÁFICOS

## ÍNDICE DE TABELAS

TÍTULO DA TABELA	página
TABELA I-A – Como fez o CadÚnico?	47
TABELA I-B – Como fez o CadÚnico?	48
TABELA I-C – Como fez o CadÚnico?	49
TABELA II-A – Como classifica o atendimento?	50
TABELA II-B – Como classifica o atendimento?	51
TABELA II-C – Como classifica o atendimento?	52
TABELA III-A – Quanto a entrega de cartões	54
TABELA III-B – Quanto a entrega de cartões	55
TABELA III-C – Quanto a entrega de cartões	56
TABELA IV-A – Quanto ao serviço de orientações aos beneficiários	59
TABELA IV-B – Quanto ao serviço de orientações aos beneficiários	58
TABELA IV-C – Quanto ao serviço de orientações aos beneficiários	60
TABELA V-A – Quanto ao serviço de pagamento	61
TABELA V-B – Quanto ao serviço de pagamento	62
TABELA V-C – Quanto ao serviço de pagamento	63
TABELA VI-A – Quanto ao serviço de reclamação	64
TABELA VI-B – Quanto ao serviço de reclamação	65
TABELA VI-C – Quanto ao serviço de reclamação	66
TABELA VII-A – Quanto a facilidade de contato por telefone	67
TABELA VII-B – Quanto a facilidade de contato por telefone	68
TABELA VII-C – Quanto a facilidade de contato por telefone	69
TABELA VIII-A – Quanto ao valor do benefício	70
TABELA VIII-B – Quanto ao valor do benefício	71
TABELA VIII-C – Quanto ao valor do benefício	72
TABELA IX-A – Quanto ao rendimento escolar	73
TABELA IX-B – Quanto ao rendimento escolar	74
TABELA IX-C – Quanto ao rendimento escolar	75
TABELA X-A – Quanto a melhoria da alimentação da família	76
TABELA X-B – Quanto a melhoria da alimentação da família	77
TABELA X-C – Quanto a melhoria da alimentação da família	78
TABELA XI-A – Quanto ao Programa de Geração de Emprego e Renda	79
TABELA XI-B – Quanto ao Programa de Geração de Emprego e Renda	80
TABELA XI-C – Quanto ao Programa de Geração de Emprego e Renda	81
TABELA XII-A – Quanto ao atendimento do PSF	82
TABELA XII-B – Quanto ao atendimento do PSF	83
TABELA XII-C – Quanto ao atendimento do PSF	84
TABELA XIII-A – Como utiliza o benefício?	85
TABELA XIII-B – Como utiliza o benefício?	86
TABELA XIII-C – Como utiliza o benefício?	87



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

TÍTULO DO GRÁFICO	página
GRÁFICO I-A – Como fez o CadÚnico?	47
GRÁFICO I-B – Como fez o CadÚnico?	48
GRÁFICO I-C – Como fez o CadÚnico?	49
GRÁFICO II-A – Como classifica o atendimento?	50
GRÁFICO II-B – Como classifica o atendimento?	51
GRÁFICO II-C – Como classifica o atendimento?	52
GRÁFICO III-A – Quanto a entrega de cartões	54
GRÁFICO III-B – Quanto a entrega de cartões	55
GRÁFICO III-C – Quanto a entrega de cartões	56
GRÁFICO IV-A – Quanto ao serviço de orientações aos beneficiários	59
GRÁFICO IV-B – Quanto ao serviço de orientações aos beneficiários	58
GRÁFICO IV-C – Quanto ao serviço de orientações aos beneficiários	60
GRÁFICO V-A – Quanto ao serviço de pagamento	61
GRÁFICO V-B – Quanto ao serviço de pagamento	62
GRÁFICO V-C – Quanto ao serviço de pagamento	63
GRÁFICO VI-A – Quanto ao serviço de reclamação	64
GRÁFICO VI-B – Quanto ao serviço de reclamação	65
GRÁFICO VI-C – Quanto ao serviço de reclamação	66
GRÁFICO VII-A – Quanto a facilidade de contato por telefone	67
GRÁFICO VII-B – Quanto a facilidade de contato por telefone	68
GRÁFICO VII-C – Quanto a facilidade de contato por telefone	69
GRÁFICO VIII-A – Quanto ao valor do benefício	70
GRÁFICO VIII-B – Quanto ao valor do benefício	71
GRÁFICO VIII-C – Quanto ao valor do benefício	72
GRÁFICO IX-A – Quanto ao rendimento escolar	73
GRÁFICO IX-B – Quanto ao rendimento escolar	74
GRÁFICO IX-C – Quanto ao rendimento escolar	75
GRÁFICO X-A – Quanto a melhoria da alimentação da família	76
GRÁFICO X-B – Quanto a melhoria da alimentação da família	77
GRÁFICO X-C – Quanto a melhoria da alimentação da família	78
GRÁFICO XI-A – Quanto ao Programa de Geração de Emprego e Renda	79
GRÁFICO XI-B – Quanto ao Programa de Geração de Emprego e Renda	80
GRÁFICO XI-C – Quanto ao Programa de Geração de Emprego e Renda	81
GRÁFICO XII-A – Quanto ao atendimento do PSF	82
GRÁFICO XII-B – Quanto ao atendimento do PSF	83
GRÁFICO XII-C – Quanto ao atendimento do PSF	84
GRÁFICO XIII-A – Como utiliza o benefício?	85
GRÁFICO XIII-B – Como utiliza o benefício?	86
GRÁFICO XIII-C – Como utiliza o benefício?	87

# **RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO**

## **APRESENTAÇÃO**

O presente relatório trata de um estudo formulado através de uma pesquisa realizada com os beneficiários dos Programas Sociais do Governo Federal em Serra Branca- PB.

O primeiro capítulo trata-se de uma explanação do Município de Serra Branca e descrição dos programas assistenciais oferecidos pelo Governo Federal.

O segundo capítulo apresenta a área de atuação: tema, justificativa, objetivos e cronograma estabelecidos.

No terceiro capítulo está descrita a Fundamentação Teórica, feita através de uma pesquisa bibliográfica orientada para a qualidade em serviços.

O quarto capítulo refere-se à metodologia aplicada e o quinto capítulo está à descrição dos resultados, conclusões e logo em seguida, apresentam-se as referências bibliográficas, como também os anexos.

## **CAPÍTULO I**

---

### **A ENTIDADE**

## **1- A ENTIDADE**

---

### **1.1- IDENTIFICAÇÃO DA ENTIDADE**

#### **1.1.1- LOCALIZAÇÃO**

PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRA BRANCA

CGC: 08874695/0001-42

END: Rua Manoel Gaudêncio Neto, s/n

Centro – Serra Branca

FONE: (83) 354-2298 / 354-2457

#### **1.1.2- HISTÓRICO:**

O município de Serra Branca está situado nos Cariris Velhos da Paraíba, com uma área de 804 Km<sup>2</sup>, localiza-se a 240 Km de João Pessoa- capital do Estado. Conta com uma população de 12.270 habitantes, segundo dados do IBGE 2000.

O Distrito de Serra Branca obteve sua emancipação política graças a Lei nº 2.065, de 27 de abril de 1959, ocorrendo à instalação oficial do município a 10 de abril de 1960.

A Gestão atual tem como chefe do executivo o Sr. Eduardo Torreão Mota, empossado em 01 de janeiro de 2001.

A Prefeitura Municipal emprega, atualmente, 569 funcionários, sendo 365 efetivos, 169 temporários e 35 comissionados.

A economia do município é baseada em empregos públicos, comércio local, agricultura de subsistência e pecuária com prioridade para a criação de caprinos e ovinos, aposentadoria dos idosos, pensão ou ainda Programas Sociais do Governo Federal.

## **1.2- DESCRIÇÃO DOS PROGRAMAS SOCIAIS DO GOVERNO FEDERAL**

Ao lado dos Programas Sociais que se destinam a toda a sociedade, o Governo Federal deu destaque, a partir de 1995, àquelas ações voltadas para os brasileiros mais pobres entre os pobres. Eles precisam de atenção especial, pois são os mais desprotegidos e vulneráveis de todos os carentes do País. Para esta vasta parcela da população formou-se a Rede de Proteção Social, que abrange redistribuição de renda em favor dos mais pobres e vulneráveis, como as crianças, desde a gestação até os 16 anos e as mulheres gestantes. Elas são beneficiadas pelo Bolsa Alimentação, Bolsa Escola e pelo Programa de Erradicação do Trabalho Infantil –PETI; aos pequenos agricultores atingidos pela seca do Nordeste, com o Seguro Safra; as famílias de baixa renda com o Bolsa Família e vale-gás.

Uma vez cadastrados, os membros das famílias beneficiadas têm prioridade em programas e serviços sociais na área de educação, saúde, assistência, habitação e geração de renda.

Essa prioridade é assegurada pelo Cartão Cidadão, que funciona como um autêntico passaporte para a cidadania.

### **1.2.1- CADASTRAMENTO ÚNICO**

O Cadastramento Único Para Programas Sociais do Governo Federal, lançado em julho de 2001, é um banco de dados, centralizado na CEF, com a relação e as informações sobre as famílias que têm renda mensal até meio salário mínimo por pessoa em todo o Brasil.

O sucesso de uma política social depende, dentre outros fatores, da magnitude dos recursos envolvidos na sua execução e, principalmente, do correto emprego desses recursos. Portanto, a seleção dos potenciais beneficiários, ou seja, o foco da política, é elementar para se iniciar a avaliação do grau de eficiência da ação envolvida.

Levando em consideração a situação social e econômica do Brasil, o Governo Federal resolve em 24 de julho de 2001 instituir o Cadastramento Único para Programas Sociais do Governo Federal, pelo Decreto nº 3.877.

Pela primeira vez, o Governo Federal, os Estados e os Municípios terão um retrato real e fidedigno do público alvo das políticas sociais públicas- qual a renda dessas famílias, como são constituídas, quais os serviços a que terão acesso, o grau de escolaridade de seus membros. Essas informações permitirão a formulação e implantação de serviços sociais adequados às necessidades da população em situação de pobreza. Ou seja, o Cadastro Único é um instrumento para a identificação adequada do destinatário e concepção de políticas sociais eficientes e eficazes.

Uma vez identificados os beneficiários de programas sociais, o responsável pela família terá acesso direto aos recursos. Preferencialmente a mãe da família terá em seu nome um cartão magnético – o CARTÃO DO CIDADÃO- fornecido pelo Governo Federal, que lhe permitirá retirar os recursos em seu próprio Município, em uma agência da Caixa Econômica Federal ou em postos autorizados (revendedores lotéricos e correspondentes bancários habilitados pela Caixa Econômica Federal). O pagamento será em dinheiro, e o beneficiário poderá sacá-lo de acordo com o calendário de pagamento que estará disponível nas agências. Esse procedimento evitará desvios de verbas junto aos Estados e Municípios

Ao definir as mães como responsáveis, esta receberá uma cartão magnético, o Cartão do Cidadão, na qual é depositado o dinheiro dos Programas Sociais, o Governo Federal está contribuindo muito para valorizar o papel da mulher na sociedade. É uma iniciativa simples, bem-sucedida e que vem trazendo resultados surpreendentes. Estudo do Banco Mundial comprovou que a transferência do dinheiro para a mulher, em vez de ser remetido para o homem, resulta em uso mais apropriado dos recursos, além de assegurar uma maior participação das mães na educação e no desenvolvimento da criança. A valorização da mulher pode ser verificada especialmente nas cidades menores e mais pobres do País, pois a regularidade mensal do pagamento ajuda a firmar o conceito de mães como pessoas responsáveis. Em inúmeros casos elas exercem na prática o papel de chefes de família, uma tendência crescente na sociedade brasileira.

A meta é atingir toda a população em situação de indigência e pobreza. O universo dessa população foi estimado com base no Censo 2000 e cruzadas com os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios- PNAD/1999, qual apontaram uma

expectativa de 9,3 milhões de famílias com renda mensal per capita abaixo de ½ salário mínimo.

### **1.2.2- A BOLSA ESCOLA**

Todos os municípios brasileiros podem participar do Programa Bolsa Escola. Para que esta participação se efetive é necessária a assinatura do Prefeito em um termo de adesão definido pelo Programa, após o cadastramento das famílias residentes no município, que estejam enquadradas nas seguintes condições: tenham renda per capita de até R\$ 90,00; e tenham filhos e/ou dependentes com idade entre 6 e 15 anos matriculados e frequentando a escola (ensino fundamental)

O Governo Federal, por intermédio do Ministério da Educação, é o responsável pela gestão do Programa.

O Governo Federal responde a 100% dos recursos destinados às famílias beneficiadas, podendo ser atendida até 3 (três) crianças de uma mesma família.

Os recursos do Governo Federal serão repassados à caixa Econômica Federal que, por sua vez fará o pagamento dos benefícios concedidos às famílias, preferencialmente às mães. Será entregue às famílias um cartão magnético, em nome da mãe da(s) criança(s), para recebimento do dinheiro. Caso a mãe não compareça ao local do recebimento, no período determinado para a retirada do benefício, só poderá fazê-lo no mês subsequente.

Se o benefício não for recebido por três meses consecutivos, o valor será devolvido ao Programa Bolsa Escola e a prefeitura municipal notificada.

O pagamento será feito pela CEF ou correspondente, mensalmente, mediante apresentação do cartão magnético, pessoal e intransferível. Não serão aceitas procurações para recebimento do benefício.

O Ministério da Educação, por intermédio da Secretaria Nacional do Programa Bolsa Escola:

- a) Analisará e homologará os Termos de Adesão Firmados e encaminhados pelos governos municipais ou do Distrito Federal;
- b) Analisará e homologará, anualmente, o cadastro de famílias encaminhado pelos municípios promovendo o deferimento



individualizado da concessão, da revisão, da suspensão ou do cancelamento dos benefícios;

c) Processará, mensalmente, os pagamentos das famílias beneficiadas;

d) Realizará, trimestralmente, a compatibilização dos cadastros de famílias beneficiárias enviados pelos municípios com as demais informações disponíveis dos indicadores econômicos e sociais para cada localidade.

O Ministério da Educação por intermédio da Secretaria Nacional do Programa Bolsa Escola realizará:

a) auditoria interna permanente nas concessões e pagamentos de benefícios; e

b) auditoria por amostragem, nos cadastros das famílias beneficiárias e na execução das ações socioeducativas no âmbito dos municípios aderentes ao Programa Bolsa Escola.

O apoio da escola ao Programa será fundamental às prefeituras, não somente para informar e encaminhar a frequência do aluno, como também para discutir e definir alternativas para atrair e incentivar as crianças e adolescentes a se matricularem e a permanecerem na escola, bem como na definição das ações socioeducativas vinculadas ao Programa.

Toda escola estadual, municipal ou privada será importante parceria das prefeituras na orientação, informação e mobilização das famílias em relação ao Programa e à necessidade de permanência no ensino fundamental de todos os seus filhos e/ou adolescentes.

A escola deverá informar e encaminhar à prefeitura, em formulário próprio e em prazo previamente definido, a frequência de todos os alunos integrantes das famílias beneficiárias.

Neste ano, o objetivo é alcançar a marca de 10,7 milhões de crianças na escola, o que corresponde a 10,7 milhões de bolsas distribuídas à cerca de 5,9 milhões de famílias em todos os Municípios brasileiros.

### **1.2.2.1- O Programa Bolsa Escola no Município**

O Município de Serra Branca foi contemplado com este Programa desde 2001. foi feito um contrato de adesão da Prefeitura Municipal com a Secretaria Nacional do Programa Bolsa Escola/MEC. Foram beneficiadas 850 famílias, totalizando 1.353 crianças. Esse número se deu em base ao Censo 2000/IBGE. No período de implantação deste Programa ainda não havia o CadÚnico. A inclusão das crianças no Programa foi feito através de uma ficha/formulário, preenchido pela mãe/responsável legal na escola em que a criança estava matriculada. Foi eleito um Conselho Municipal do Programa Bolsa Escola, para selecionar as crianças mais carentes de acordo com a quantidade de vagas indicada pelo MEC, e posteriormente a CEF veio ao Município entregar o CARTÃO BOLSA ESCOLA diretamente a mãe/responsável legal.

Com a implantação do CadÚnico, foi necessário um recadastramento dessas famílias, pois na ficha primeira constava apenas dado da mãe e do aluno, e era preciso cadastrar todos os membros da família.

As famílias com crianças na idade de 6 a 15 anos, matriculadas regularmente no Ensino Fundamental e não contempladas, se cadastraram como Beneficiário Prioritário Para o Programa Bolsa Escola, informada no campo 271 do CadÚnico.

A cada trimestre letivo o MEC-Programa Nacional Bolsa Escola, envia a Secretaria de Educação Municipal a ficha do Relatório de Frequência de cada Escola, onde é anotado o número de faltas do aluno, se frequenta regularmente às aulas, se desistiu de estudar ou se transferiu para outra escola ou outro município. Através do Controle de Frequência V 1.0 instalado no computador, são repassadas essas informações e enviadas ao MEC/Programa Nacional do Bolsa Escola via Sistema de Transmissão de Informações –STA V 1.1. As alterações de transferências de alunos de uma escola para outra dentro do Município se faz através do site da CEF para o Programa Bolsa Escola.

### **1.2.3- PROGRAMA DE ERRADICAÇÃO DO TRABALHO INFANTIL – PETI**

O Programa de Erradicação do trabalho Infantil (PETI) já devolveu aos bancos escolares mais de 800 mil meninos e meninas que antes trabalhavam como catadores de

lixo ou bóias-frias nas culturas da laranja, do café, do fumo, da cana-de-açúcar, entre outras atividades; todas extremamente prejudiciais ao seu desenvolvimento e consideradas penosas, insalubres, degradantes e perigosas.

O PETI é um Programa do Governo Federal que tem como objetivo retirar as crianças e adolescentes, de 7 a 14 anos, do trabalho considerado penoso, perigoso, insalubre ou degradante, ou seja aquele trabalho que coloca em risco a saúde e segurança das crianças e adolescentes.

O PETI concede uma bolsa às famílias de crianças e adolescentes na faixa etária de 7 a 15 anos envolvidos no trabalho precoce para compensar a renda que levavam para casa. Em contrapartida, são exigidas a retirada da criança do trabalho e sua frequência na escola e em atividades extra-escolares na jornada ampliada.

O valor da bolsa pago às famílias varia: para a área rural, são repassados, prioritariamente para as mães, R\$ 25,00 mensais por criança ou adolescente atendido. Já para aqueles que trabalham na área urbanas, o valor sobe para R\$ 40,00.

Alem da bolsa, o PETI prevê o repasse de recursos para os municípios implantarem a Jornada Ampliada, que oferece atividades de esporte, lazer, cultura, entre tantas outras, no turno complementar ao da escola. As prefeituras das áreas rurais recebem R\$ 20,00 para viabilizar a jornada, e das áreas urbanas, R\$ 10,00. são consideradas áreas urbanas as capitais, as regiões metropolitanas e as cidades com mais de 250 mil habitantes.

O Município de Serra Branca foi beneficiado com este Programa devido ao Estado de Calamidade Pública Emergencial – a Seca - na região onde está localizada. Por ser um município com base em agricultura de subsistência, com este Programa, a Secretaria de Ação e Assistência Social está procurando retirar crianças, nesta faixa etária, do trabalho na agricultura e criação de animais de pequeno porte, garantindo a permanência destas na escola e incentivando e ampliando o conhecimento da criança e do adolescente, por meio de atividades culturais, esportivas, artísticas e de lazer no período complementar à escola. Também oferece apoio e orientação às famílias, através de cursos de alimentação alternativa e projetos de geração de trabalho e renda para essas famílias.

O município, atualmente, atende a 118 famílias com o número de 150 crianças e adolescente no Programa.

O repasse dos recursos se dá diretamente a Prefeitura Municipal, e depois de ser incluído no CadÚnico, será acessado o site do PETI/CEF, sendo selecionado o número de crianças e adolescentes correspondente às vagas disponíveis, o qual posteriormente será emitido o CARTÃO DO CIDADÃO, no nome da mãe/responsável legal que receberão os recursos diretamente na CEF, ou em casas lotéricas vinculadas a esta.

#### **1.2.4- BOLSA ALIMENTAÇÃO**

O Programa Bolsa Alimentação, criado pelo Ministério da Saúde, visa à promoção das condições de saúde e nutrição de gestantes, mães amamentando seus filhos e crianças de 6 (seis) meses a 6 (seis) anos e onze meses de idade, em risco nutricional, pertencentes a famílias sem renda ou que possuam renda mensal de até R\$ 90,00 per capita, mediante a complementação da renda familiar para a melhoria da alimentação e o fomento à realização de ações básicas de saúde com enfoque predominantemente preventivo.

Em setembro de 2002, o Programa Bolsa Alimentação completou um ano de existência com a marca de 1,2 milhão de beneficiários de baixa renda, uma das ações sociais de maior rapidez na implantação, presente em 3.522 municípios de todo o País naquela data. Esses benefícios eram 1.067.124 crianças e 133.893 gestantes e mães no período de amamentação. Já em outubro de 2002, o número de beneficiados chegou a 1,3 milhão, em 900 mil famílias, com investimento de quase R\$ 20 milhões mensais.

Cada família do Programa receberá de R\$ 15,00 a R\$ 45,00 por mês, dependendo do número de beneficiários na família.

O benefício será pago por meio de cartão magnéticos e o saque poderá ser feito em uma das agências da Caixa Econômica Federal ou em correspondente bancário.

Uma vez cadastrada no Programa, a família se compromete a realizar uma Agenda de Compromissos em saúde, que consiste em ações básicas como pré-natal, vacinação, acompanhamento do crescimento e desenvolvimento infantil e atividades educativas em saúde e nutrição. A família receberá o benefício em parcelas mensais por um período de seis meses, podendo renová-lo por iguais períodos mediante a avaliação do cumprimento da Agenda de Compromissos e a manutenção dos critérios socioeconômicos de elegibilidade.

Os documentos que regulamentam o Programa Bolsa Alimentação são:

- a) Medida Provisória nº 2.206, de 13/08/2001.
- b) Decreto Presidencial nº 3.934, de 20/09/2001.
- c) Portaria GM/MS nº 1.770, de 20/09/2001.

A gestão do Programa é municipal, pois cabe à Secretaria Municipal de Saúde a oferta das ações básicas de saúde para as famílias participantes do Programa, bem como a seleção, inscrição e acompanhamento destas famílias.

Assim, este Programa visa aprimorar as ações de combate às carências nutricionais, reduzindo a prevalência de desnutrição e mortalidade infantil em todo território nacional.

Para aderir ao programa o Município de Serra Branca enviou todos os documentos solicitados, e foi qualificada pelo Ministério da Saúde, mediante portaria, assim que foi enviada a primeira relação dos beneficiários para pagamento, por meio do sistema de informações do Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal

Além do benefício financeiro, as famílias cadastradas no Programa serão assistidas por uma equipe do Programa Saúde da Família (PSF), por Agentes Comunitários de Saúde ou uma Unidade Básica de Saúde que preverão as ações básicas aos beneficiários, de acordo com a Agenda de Compromisso estabelecida pelo Ministério da Saúde.

Após o município ter enviado a relação dos beneficiários para a CEF através do CadÚnico, será providenciada a confecção dos cartões magnéticos – CARTÃO DO CIDADÃO – e das Agendas de Compromisso para cada família.

### **1.2.5- SEGURO SAFRA**

O Seguro Safra, instituído pela Lei nº 10.420, de 10 de abril de 2002, e regulamentado pelo Decreto nº 4.363, de 6 de setembro de 2002, é um benefício social que visa garantir o sustento dos agricultores familiares estabelecidos nas regiões com maior probabilidade de ocorrência de secas.

Abrange os municípios localizados na região Nordeste, no norte do Estado de Minas Gerais, e no norte do Estado do Espírito Santo, definidos na Lei nº 9.690, de 15 de julho de 1998, sujeitos à declaração de estado de calamidade pública ou situação de emergência em

razão da seca, com reconhecimento do Governo Federal. Esses municípios, em conjunto com o Governo do Estado, devem ter aderido previamente ao Fundo Seguro Safra.

O responsável por sua gestão é o Comitê Gestor do Fundo Seguro Safra e o órgão executivo nacional do Fundo Seguro Safra é a Secretaria da Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário.

Os recursos financeiros do Fundo Seguro Safra são originários do Orçamento Geral da União, dos orçamentos dos Estados e Municípios, e da própria participação dos agricultores.

Para participarem do Seguro Safra, os agricultores moradores dos municípios que aderiram ao Fundo Seguro Safra preenchem o formulário de Inscrição para Seleção do Seguro Safra. Obrigatoriamente deverão ter pelo menos os documentos de Carteira de Identidade, CPF e NIS. Após terem sido efetuadas todas as inscrições, é feita a seleção e classificação dos agricultores, aprovada pelo Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável, e homologada pelo conselho Estadual de Desenvolvimento Rural Sustentável.

Após a homologação da seleção, os candidatos serão comunicados que estão aptos a aderirem ao Programa.

Os agricultores familiares aderem ao Seguro Safra mediante o preenchimento do Termo de Adesão e o pagamento anual da quantia de R\$ 6,00 (seis reais). Além disso, devem cumprir os requisitos determinados pela Lei.

As contribuições anuais dos agricultores, em conjunto com as contribuições dos Municípios e dos Estados, representarão 10% do total dos recursos previstos para o pagamento do benefício. Esses valores passam a fazer parte do Fundo Seguro Safra.

Caso tenha sobrado dinheiro após o pagamento dos benefícios durante o ano, o restante dos recursos será mantido no Fundo para aumentar os valores dos benefícios ou para aumentar o número de beneficiários no ano seguinte.

É importante saber que os recursos depositados no Fundo do Seguro Safra não mais pertencem a um Estado ou Município específico. Eles serão utilizados conforme as ocorrências das secas em toda a região de abrangência do Seguro Safra.

A participação financeira dos Municípios é calculada em função da quantidade de adesões ocorridas em sua jurisdição. De posse desta informação, define-se o montante de

recursos necessários para o pagamento de todos os beneficiários. Do total definido, o Município deverá participar com até 3%, conforme acordado com o Governo do Estado.

O percentual de 3% é o Máximo determinado pela Lei 10.420/02. contudo pode ser acordado, entre o Município e o Estado, um percentual mais baixo para a participação municipal. Nesse caso, o Estado arca com a diferença.

A referencia para a participação do Estado também é a quantidade de adesões de sua jurisdição. De posse do numero total de adesões de agricultores nos Municípios, calcula-se o montante necessário para o pagamento de todos os beneficiários. Do montante obtido, o Estado deverá complementar as contribuições dos agricultores e dos Municípios de modo a atingir 10% do total de benefícios previstos.

Os beneficiários do Seguro Safra são trabalhadores rurais, agricultor familiar, remanescente de quilombo e indígenas que explorem parcela da terra na condição de proprietário, posseiro, arrendatário, comodatário, meeiro, ou que explore a terra por uso coletivo, e que resida na propriedade ou em local próximo; não disponha, a qualquer titulo, área superior a quatro módulos fiscais, qualificados na legislação em vigor; tenha renda bruta familiar mensal inferior a 1,5 salário mínimo e tenha o trabalho familiar como base na exploração do estabelecimento.

Alem dos critérios adotados pelo Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – Pronaf, aplicáveis às características do Seguro Safra, a Lei 10.420/20 estabelece ainda que o agricultor não poderá ser beneficiário, ao mesmo tempo, de outro programas de transferência de renda por motivo de seca, que utilizem recursos da União. Atendidas essas exigências os agricultores devem:

- ♦ Aderir ao Seguro Safra anualmente, antes de iniciar o plantio;
- ♦ Ter área plantada de até 10 hectares com as culturas de arroz, feijão, milho ou algodão;
- ♦ Cultivar áreas não irrigadas;
- ♦ Contribuir com a anuidade de R\$ 6,00;
- ♦ Possuir o Numero de Identificação Social –NIS, documento emitido pela CEF a partir do Cadastramento Único do Governo Federal; e

- ♦ Constar na lista de selecionados aprovada pelo Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável e homologada pelo Conselho Estadual de Desenvolvimento Rural Sustentável.

A seleção dos beneficiários se dá se o numero de agricultores inscritos for maior do que a cota determinada para o Município, devem ser utilizados os seguintes critérios de prioridade para a seleção dos agricultores aptos a aderirem ao Seguro Safra:

- 1º nível- preferência para as famílias de menor renda per capita;
- 2º nível- preferência para as famílias sustentadas pela mulher;
- 3º nível- preferência para as famílias com presença de portador de necessidades especiais;
- 4º nível- preferência para as famílias não proprietárias do imóvel rural.

A partir da consideração desses critérios será emitida uma lista com o nome e a classificação de todos os inscritos, em ordem crescente, onde os primeiros nomes, até completar o numero da cota do Município, serão os beneficiários em condições de aderir ao Seguro Safra.

Para a inscrição e seleção será utilizado um programa informatizado, fornecido pela Secretaria da Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário – SAF/MDA, no qual os cadastros serão armazenados, possibilitando a emissão da lista classificatória. Após a realização desse procedimento por parte dos órgãos credenciados pelo Estado, a lista será encaminhada ao Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável, para aprovação dos beneficiários.

O pagamento de beneficio neste primeiro ano de implantação do Seguro Safra será no valor de R\$ 475,00 (quatrocentos e setenta e cinco reais), dividido em até 6 parcelas, ocorrerá quando os agricultores habilitados perderem, em virtude da seca, mais de 60% de sua safra.

Quais as condições para o pagamento do beneficio Seguro Safra;



- ♦ Decretação oficial, pelos Municípios e Estados, de situação de emergência ou estado de calamidade pública em decorrência da seca, com reconhecimento por parte do Governo Federal;
- ♦ Constatação de perda de pelo menos 60% do plantio, a ser realizados pelos Estados; e
- ♦ Participação dos agricultores em curso de capacitação para convívio com a seca, a serem promovidos pelo poder público.

Como realizar a verificação do plantio;

A verificação de plantio é realizada pelo Estado nas unidades definidas por técnica de amostragem, para comprovar as informações declaradas pelo agricultor no ato da adesão.

O Estado informa os eventuais casos irregulares ao Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável, o qual adotará providências para o cancelamento da adesão do agricultor. Uma vez formalizado o cancelamento, o Estado informará a ocorrência à Secretaria da Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário (SAF/MDA)- entidade executora do Fundo Seguro Safra – e ao Muni

### **1.2.6- FOME ZERO**

O Programa Fome Zero é um conjunto de ações que será aplicado pelo Governo Federal, com o objetivo de compor uma Política Nacional de Segurança Alimentar com o combate à fome no país, de forma participativa. Sua elaboração envolveu alguns dos principais especialistas no tema, além de movimentos sociais e ONGs, nos diversos seminários e debates realizados ao longo de um ano.

Em 30 de janeiro de 2003, p presidente Lula transformou em Programa o que já era um Projeto. E acentuou que o Fome Zero não quer apenas dar o peixe; quer, sobretudo, ensinar a pescar.

Para monitorar o Fome Zero, foi criado o Ministério Extraordinário de Segurança Alimentar e Combate à Fome – MESA.

A economia brasileira é a quarta maior exportadora de alimentos do mundo. Nossa agricultura é forte o suficiente para atender as necessidades internas e ainda gerar divisas com exportações. Mesmo assim, em pleno século XXI, o acesso à alimentação continua sendo um problema para milhões de brasileiros.

Hoje, quase um terço da população brasileira tem fome.

Ainda que medidas emergenciais sejam necessárias para amenizar a herança de graves problemas, a fome só será vencida com a inclusão desses milhões de brasileiros, que sofrem com a fome, no processo de desenvolvimento e com seu acesso à cidadania plena.

Em um país com uma das maiores desigualdades de renda, acabar com a fome requer determinação política e planejamento. É necessária a participação de todos numa política que garanta, a todos, de forma permanente, o acesso a uma alimentação saudável, suficiente, obtida de forma sustentável a partir de recursos nacionais.

**Essa é a essência do Programa Fome Zero.**

### **Comida é um direito:**

A comida não deve ser fruto de caridade e nem instrumento de uso político. Deve ser considerada um direito de cada cidadão e cidadã, e esse direito básico deve ser garantido pelo Estado, juntamente com a sociedade civil.

### **O que é Segurança Alimentar e nutricional?**

É a garantia do acesso a comida, diariamente, em quantidade, qualidade e regularidade suficientes para nutrir e manter a saúde de uma pessoa. Esse é um direito básico da cidadania e deve estar associado à dignidade e ser garantido pelo Estado. Com tanta gente passando fome no Brasil, nunca houve uma política nacional de segurança alimentar. O que existia eram iniciativas municipais, estaduais e da sociedade civil.

## **O círculo vicioso da fome**

Existe um círculo vicioso da fome, difícil de ser superado apenas com políticas assistenciais de doações de alimentos como, por exemplo, a doação de cestas básicas.

Esse círculo é alimentado por problemas estruturais como a falta de emprego, salários baixos, concentração de renda e falta de incentivo às políticas agrícolas e além do aumento dos preços dos alimentos.

### **Para resolver a fome no Brasil, é necessários:**

- ♦ Associar o objetivo da política de segurança alimentar as estratégias de desenvolvimento econômico e social que garantam um equilíbrio e a inclusão social;
- ♦ Criar um novo modelo de desenvolvimento econômico que privilegie o crescimento com distribuição de renda, de modo a recuperar o mercado interno do país com geração de empregos, melhorias dos salários e recuperação do poder aquisitivo do salário mínimo;
- ♦ Adotar políticas diretas para atender as famílias necessitadas que diariamente sofrem com a fome e com a pobreza.

### **Políticas de Segurança Alimentar para o Brasil:**

O Programa Fome Zero propõe que uma Política de Segurança Alimentar para o Brasil deva tomar como base a associação de três grupos de políticas.

1. Políticas estruturais- voltadas para as causas mais profundas da fome e da pobreza, a serem adotadas pelo Governo Federal, em parceria com os Estados e Municípios.
2. Políticas específicas- devem atender diretamente a todas as famílias que não tem segurança alimentar, pois não conseguem comer em quantidade, regularidade e com a qualidade necessárias.

3. Políticas locais- podem ser adotadas já, por meio das prefeituras e da sociedade civil, nas regiões metropolitanas, nas pequenas e medias cidades e nas áreas rurais.

## **1-Políticas estruturais**

1.1- ***Geração de emprego e renda-*** políticas de geração de emprego e renda incluem programas de incentivos à ocupação e ao aumento de renda, programa de qualificação profissional, estímulo ao microcrédito, melhoria de acesso ao ensino básico, médio e profissionalizante, de qualidade e fortalecimento da política habitacional e de saneamento.

### **1.2- *Incentivo à agricultura familiar-***

- ♦ Política de credito e de seguro agrícola;
- ♦ Priorizar a produção interna e local de alimentos;
- ♦ Importar somente no caso de quebra de safra;
- ♦ Pesquisa publica e assistência técnica, direcionadas;
- ♦ Incentivo a cooperativas de produção e de comercialização;
- ♦ Pagamento de renda ambiental nas áreas de preservação;
- ♦ Política de convivência com o semi-árido para garantir o acesso à água potável.

### **1.3- *Reforma Agrária***

- ♦ Garantir a função social da propriedade;
- ♦ Distribuição e ampliação das fontes de renda;
- ♦ Incentivos ao autoconsumo alimentar.

### **1.4- *Bolsa Escola e renda mínima***

- ♦ Auxilio as famílias pobres com filhos em idade escolar.

## **2.-Políticas específicas**

### **2.1- *Cartão Alimentação***

- ♦ Fornecer um crédito que deverá ser utilizado na compra de alimentos ou mediante comprovação posterior via recibos ou notas fiscais;
- ♦ Adotar mecanismos de contrapartida para os atendidos pelo Programa Cartão Alimentação – PCA, em relação à frequência em curso de alfabetização, requalificação profissional ou prestação de serviços comunitários que freqüentem rede de saúde.

### **2.2- *Cestas básicas emergenciais***

- ♦ Por período determinados, serão beneficiadas as famílias vitimas de calamidades naturais, novos assentados da reforma agrária e regiões muito distantes dos estabelecimentos credenciados no Programa Cartão Alimentação.

### **2.3- *Estoques de segurança***

- ♦ Criação de um estoque mínimo de produtos de casta básica, comprados de agricultores familiares, nas próprias regiões de consumo.

### **2.4- *Segurança e qualidade dos alimentos***

- ♦ Controle preventivo e adoção de um sistema de informações e vigilância da segurança dos alimentos.
- ♦ Incentivo e divulgação das pesquisas de prevenção de riscos alimentares.
- ♦ Exigência de informações nos rótulos de alimentos sobre sua origem e riscos de produtos transgênicos.
- ♦ Controlar a entrada no país de alimentos transgênicos.

### ***2.5- Ampliação do PAT***

- ♦ Incluir os trabalhadores das empresas cadastradas no simples no Programa de Alimentação do Trabalhador –PAT, e conceder benefícios fiscais às pequenas e médias empresas.

### ***2.6- Nutrição materno-infantil***

- ♦ Acompanhar todas as crianças e mães que frequentam rede pública de saúde, ampliando o fornecimento de produtos alimentares como o leite e de nutrientes básicos, como o ferro e vitaminas, para aquelas em risco de desnutrição.
- ♦ Política de Atenção Básica à Saúde.

### ***2.7- Educação para o consumo alimentar***

- ♦ Campanhas publicitárias e palestra para educar a população sobre as necessidades de uma dieta balanceada, na prevenção de desnutrição e obesidades.
- ♦ Criação da Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos Industrializados –NBCAI.

### ***2.8- Ampliação da alimentação escolar***

- ♦ Elevar o valor calórico e nutricional da merenda.
- ♦ Estender o atendimento para os irmãos de escolares e para a rede infantil, especialmente nos municípios mais pobres.
- ♦ Utilizar produtos regionais na composição da merenda.
- ♦ Apoio técnico aos Conselhos Municipais de Alimentação Escolar.

## **3- Políticas Locais**

A fome exige a constante mobilização dos governos federal, estadual e municipal, atuando próximo ou em parceria com as mais diversas entidades organizadas.

As prefeituras e os governos estaduais ocupam um espaço estratégico, fundamental, por estarem mais próximos do problema, podendo atuar diretamente.

As prefeituras e os governos estaduais devem utilizar toda sua estrutura para a promoção de um trabalho conjunto entre órgãos e secretarias (Abastecimento, Agricultura, Educação, Saúde, Ação Social, além de áreas como a vigilância sanitária). Podem criar secretarias ou departamentos municipais destinados ao abastecimento alimentar.

A primeira providência é reconhecer a fundo o problema da fome no Município. Para isso, deve ser realizado um Censo Municipal da Fome e o cadastramento da população com fome ou vulnerável a ela para implantação de políticas específicas adequadas a cada município. Com esses dados, será possível analisar melhor a situação, traçar estratégias, planos e métodos de trabalho.

Para agilizar o Programa Fome Zero, as prefeituras, bem como os estados, devem constituir o Consesa – Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional –de preferência integrando representantes da sociedade civil organizada (2/3) e do poder público (1/3).

A seguir, os programas que podem ser utilizados em regiões metropolitanas, em pequenas e médias cidades e em áreas rurais, levando em conta as necessidades de cada uma dessas áreas.

### **Regiões Metropolitanas**

- ♦ Criação de restaurantes comunitários populares que forneçam refeições a preço de custo.
- ♦ Criação do banco de alimentos, que organize a doação de alimentos que seriam desperdiçados, do seu recolhimento até a sua distribuição a entidades beneficentes e à população carente. O processo deverá ser desburocratizado, reduzindo custos.
- ♦ Modernizar os equipamentos de abastecimentos como varejões, sacolões, comboios e compras comunitárias, alternativas viáveis de barateamento da alimentação nas áreas urbanas. Conjuntamente, incentivar a criação de centrais de compra e distribuição nas periferias das regiões metropolitanas. Elas dariam apoio logístico e comercial à operação dos concessionários e pequenos varejistas, que ficariam obrigados a comercializar produtos da cesta básica e outros gêneros alimentícios a preços mais baratos.

- ♦ Estabelecer uma nova relação com as redes de supermercados, rompendo a excessiva concentração no varejo e tornando-os verdadeiramente parceiros na política de segurança alimentar. A população de baixa renda utiliza muito essas redes, portanto a implantação de programas como o Cartão Alimentação pode obter bons resultados, pois amplia o universo de clientes. As redes também são fundamentais para a comercialização de alimentos regionais e originários dos programas de reforma agrária e de agricultura familiar.

### **Pequenas e médias cidades**

- ♦ Criar um banco de alimentos semelhante ao das grandes cidades, mas com escala de atuação menor.
- ♦ Estabelecer parcerias com grupos varejistas locais (feirantes, mercearias e pequenos comércios) para instituir sistemas de compras em comum, diminuindo o monopólio das grandes redes de supermercados. Dessa forma, é possível controlar os preços e as margens de lucro, o que favorece de maneira acentuada a queda de preços.
- ♦ Incentivar a aproximar produtores e consumidores de uma mesma região. Isso pode ser feito através da organização de campanhas de consumo e de distribuição de alimentos produzidos regionalmente. Em paralelo, estimular os comerciantes a vender produtos locais.
- ♦ Promover Feiras do Produtor, sistema de entrega em domicílio, cursos de formação para a criação de hortas nas escolas, e ceder terrenos para plantio de horta comunitárias.

### **Áreas rurais**

- ♦ A prefeitura deve aproximar-se dos agricultores familiares, e com ações praticas, criar condições para seu crescimento. A primeira medida é priorizar a compra de alimentos dos agricultores familiares para a merenda escolar, hospitais, creches, quartéis, restaurantes populares, etc.



- ♦ Oferecer os espaços públicos tradicionais da cidade (feiras e varejões) para a venda direta da produção e estimular contatos com empresas interessadas em produtos regionais.
- ♦ Direcionar assistência técnica para melhorar e aumentar a produção familiar.
- ♦ Auxiliar os agricultores na obtenção do crédito do Pronaf, especialmente os que tenham menos capital, apoiar e incentivar na formação de cooperativas e associações de produção, comercialização e microcrédito.
- ♦ Executar obras de infra-estrutura como pontes, estradas rurais, açudes e balcões de armazenagem. Essas obras facilitam o transporte, barateiam o preço final, ajudam no escoamento da produção e ainda aumentam a oferta de trabalho.
- ♦ Apoiar a produção para auto consumo através da formação de bancos de sementes, insumos, ferramentas e matrizes de pequenos animais.

### **1.2.7- BOLSA FAMILIA**

Os programas de complementação de renda são um recurso em dinheiro que o Governo Federal entrega mensalmente para as famílias mais pobres. Exemplos desses programas são o Auxílio Gás (também conhecido como Vale Gás), o Bolsa Escola, o Bolsa Alimentação e o Cartão Alimentação.

O Auxílio Gás, do Ministério das Minas e Energia, destina R\$ 7,50 por mês às famílias para complementar o preço do botijão de gás. O Bolsa Escola, do Ministério da Educação, para R\$ 15,00 para cada filho entre 6 e 15 anos, até o limite de três filhos por família. Já o Bolsa Alimentação, do Ministério da Saúde, atende às famílias que têm filhos até 6 anos, pagando R\$ 15,00 por filho, até o limite de três filhos. Finalmente o Cartão Alimentação, do Ministério de Segurança Alimentar e Combate à Fome, destina R\$ 50,00 por mês às famílias do Programa Fome Zero, tenham filhos ou não.

O problema é que, além de oferecer benefícios que isoladamente são baixos, cada programa funciona inteiramente separados dos outros, com diferentes cadastros de beneficiários, e parte significativa das famílias está inscrita em apenas um programa. Algumas famílias recebem mais de um benefício e famílias vizinhas, em condições iguais, nada recebem. Por exemplo: algumas famílias não recebem o Bolsa Alimentação, mesmo

tendo filhos pequenos. Outras famílias recebem o Bolsa Alimentação mas não fazem parte do Bolsa Escola, ainda que tenha filhos em idade escolar. Conclusão: o dinheiro que cada família recebe não corresponde ao que ela tem direito. Foi justamente para corrigir esse problema, garantindo mais recursos a toda a família e melhorando o uso dos recursos públicos, que o Governo Federal está lançando o Bolsa Família, a evolução dos programas de complementação de renda no Brasil.

Como o próprio nome diz, o Bolsa Família visa dar a proteção integral a todo o grupo familiar, e não apenas a alguns de seus membros. Adianta muito pouco dar apoio a um membro da família sem levar em consideração os demais.

Assim, o Bolsa Família considera todo o grupo familiar e, junto com os recursos financeiros para a complementação de renda, vai estimular as famílias beneficiadas a freqüentar e utilizar os serviços da rede pública de saúde, de educação e de assistência social, oferecendo apoio e oportunidades a todos os seus membros.

Em parceria com estados e municípios, o Bolsa Família ativará outros programas, como os de alfabetização, capacitação profissional, apoio à agricultura familiar, geração de ocupação e renda e microcrédito, criando, para as famílias, porta de saída da situação de exclusão em que vivem. A idéia é integrar esforços para permitir que as famílias avancem na direção de uma vida mais digna. O Bolsa Família assegura que as famílias atendidas possam alimentar melhor seus filhos, garantindo para as crianças boas condições de saúde e de aproveitamento escolar.

Com o Bolsa Família, os benefícios aumentam, e muito, justamente para os que mais precisam.

Hoje o valor médio do complemento de renda para as famílias mais pobres que recebem o Bolsa Alimentação ou Bolsa Escola é inferior a R\$ 25,00. com o Bolsa Família esse benefício será superior a R\$ 75,00. o valor médio do benefício será triplicado.

Por exemplo: uma família com renda per capita de até R\$ 50,00 por mês, com dois filhos pequenos, sendo um ainda de colo e outro em idade escolar, que hoje recebe somente os R\$ 15,00 do Bolsa Alimentação, vai passar a receber um benefício de R\$ 80,00 por mês – um aumento de mais de 400%.

Outro exemplo: uma família com tres filhos, um ainda de colo e dois em idade escolar, que hoje só recebe do Governo os R\$ 30,00 do Bolsa Escola, vai passar a receber R\$ 95,00 do Bolsa Família – aumento de mais de 200%.

Para todas as famílias selecionadas, com uma renda mensal de até R\$ 50,00 por pessoa, o Bolsa Família vai depositar mensalmente um beneficio fixo de R\$ 50,00, tenham filhos ou não. Além desse valor fixo, as famílias com filhos entre 0 e 15 anos terão um beneficio variável, de R\$ 15,00 por filho, até o limite de três beneficios. Para as famílias com renda mensal acima de R\$ 50,00 e até o limite de R\$ 100,00 por pessoa, o Bolsa Família vai depositar mensalmente o beneficio variável de R\$ 15,00 por filho, de 0 a 15 anos, até o limite de três beneficios.

Além da renda familiar, outros indicadores sociais de pobreza e exclusão, tais como escolaridade, condição de moradia e saneamento, analfabetismo e acesso a serviços públicos, passarão a ser gradualmente considerados na seleção das famílias que participarão do Bolsa Família.

Até dezembro, o Bolsa família vai incluir cerca de 3,6 milhões de famílias que hoje são atendidas pelos atuais programas. Nesse período, vai alcançar mais de 5 mil municípios, em todos os estados. Até 2006, a meta é atingir 11,4 milhões de famílias.

A unificação dos programas vai permitir uma gestão mais racional da política de transferência de renda do Governo Federal, pois reduzirá substancialmente todos os sistemas administrativos e de controle dos atuais programas, permitindo uma fiscalização muito mais eficiente, inclusive no combate de eventuais fraudes e desvios. Além disso, vai possibilitar a realização de avaliações mais precisas sobre o resultado da aplicação dos recursos do Programa e seu retorno para a sociedade e as famílias atendidas. Todos os objetivos dos programas de transferência de renda atuais serão mantidos dentro do Bolsa Família e serão acompanhados pelos ministérios setoriais (Educação, Saúde, Segurança Alimentar e Combate à Fome e Assistência Social).

O Bolsa Família aumenta os beneficios, mas aumenta também o compromisso e a responsabilidade das famílias atendidas. Para continuar recebendo o Bolsa Família, elas terão de manter em dia a caderneta de vacinação dos filhos, comprovar sua presença na escola, freqüentar os postos de saúde da rede publica e também, quando oferecidos,

participar de atividades de orientação alimentar e nutricional e de programas de alfabetização, cursos profissionalizantes, etc.

Esses compromissos representam direitos que, a médio e longo prazo, aumentam a autonomia das famílias e sua possibilidade de integração no mercado de trabalho, ampliam a capacidade de geração de renda para seus membros e, dessa forma, contribuem para o combate estrutural da pobreza e para a melhoria das condições de vida do grupo familiar.

Até serem incluídos no Bolsa Família, os beneficiários dos atuais programas do Governo Federal continuarão recebendo seus benefícios normalmente, sem qualquer interrupção. Nenhuma família, em nenhuma hipótese, sofrerá redução dos valores que recebe atualmente.

O Fome Zero, programa do governo Federal de combate à fome, que visa garantir a segurança alimentar e nutricional da população brasileira, é uma prioridade. O Bolsa Família fortalece a agenda do Fome Zero e contribui com seu objetivo de assegurar as três refeições por dia para todos os brasileiros, na medida em que amplia o acesso à alimentação e cria portas de saída da situação de exclusão.

Como nunca antes ocorreu, o Governo Federal está negociando com estados e municípios a unificação do Bolsa Família com os programas estaduais e municipais de complementação de renda. Isso permitira antecipar a meta prevista para o Bolsa Família em 2006, atingindo, desde já, um número maior de famílias.

## **CAPÍTULO II**

---

### **O ESTÁGIO**

## **2- O ESTÁGIO**

### **2.1- ÁREA DE ATUAÇÃO**

- Qualidade em serviços

### **2.2- TEMA:**

- Avaliação do nível de satisfação dos beneficiários dos Programas Sociais do Governo Federal – Caso Serra Branca – PB

### **2.3- JUSTIFICATIVA**

O sucesso de uma política social depende, dentre outros fatores, da magnitude dos recursos envolvidos na sua execução e, principalmente, do correto emprego desses recursos. Portanto, a seleção dos potenciais beneficiários, ou seja, o foco da política, é elementar para se iniciar a avaliação do grau de eficiência da ação envolvida.

O processo de satisfação dos beneficiários é vital tanto para empresas públicas ou privadas, havendo assim uma necessidade de se ouvir os clientes em suas críticas e sugestões.

Assim, observou-se a necessidade de se entender a satisfação desse público alvo do governo Federal no município de Serra Branca- PB; como estudo justificável para fins de conclusão do curso de administração.







# **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

## **3- FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **3.1- QUALIDADE**

#### **3.1.1- CONCEITOS**

Para LOBOS (1991:27), “Qualidade é tudo que alguém faz ao longo de um processo para garantir que um cliente, fora ou dentro da organização, obtém exatamente aquilo que se deseja em termo de características intrínsecas, custo e atendimento. É a condição de perfeição ou, se preferir do exato atendimento das expectativas do cliente.”

No conceito de Caravantes (1997), “A Qualidade de um produto ou serviço está diretamente ligada à satisfação total do consumidor e consta dos fatores: qualidade ampla, custo e atendimento, que são igualmente importantes num relacionamento comercial”.

A satisfação total do consumidor é base de sustentação da sobrevivência da empresa. Esta satisfação total do consumidor é baseada dentro do CQTC, tanto de forma defensiva (eliminando fatores que desagregam o consumidor através da retroalimentação do mercado), como de forma ofensiva (buscando antecipar as necessidades do consumidor e incorporando estes fatores no produto ou serviços).

Por outro lado, a satisfação total do consumidor é sustentada por três aspectos de qualidade:

- 1- A qualidade em seu sentido mais amplo, que objetiva a satisfação das pessoas e inclui a qualidade do produto ou serviço (ausência de defeitos e presença de características que irão agradar o consumidor), a qualidade da rotina da empresa (previsibilidade e confiabilidade em todas as operações), a qualidade do treinamento, a qualidade da informação, a qualidade das pessoas, a qualidade dos objetos, a qualidade do sistema, a qualidade dos engenheiros, etc.
- 2- O custo do produto ou serviço. Para o consumidor quanto menor o preço, maior sua satisfação. Como o preço é função do mercado, este aspecto da qualidade se reflete internamente no custo.
- 3- O atendimento no prazo certo, no local certo, na quantidade certa, é o terceiro pilar da satisfação total do consumidor e que forma o conceito da qualidade.”

CHIAVENATO (1992:58) aponta que a qualidade exige uma mobilização interna mobilizada e sistemática para realizar o que foi prometido e sistemático para realizar o que foi prometida ao cliente com menor margem de desvio e com maior eficiência. A qualidade é uma questão de mentalidade e cultura. A busca da qualidade nem sempre implica em aquisição de máquinas, equipamentos, tecnologias, etc., deve ser feita através de pessoas. Além disso a qualidade é uma questão de consonância. É uma compatibilidade entre o que o cliente espera e o que é oferecido. Entre o que o cliente recebe e o que ele percebe do produto ou serviço recebido.

Diferentemente do que muitos imaginam, qualidade não significa necessariamente produzir produtos ou executar serviços com perfeição, ou uma nova forma de controlar, no sentido de inspecionar, a característica de um produto ou serviço.

Qualidade é uma forma de gerenciar, na qual as decisões são tomadas com base em fatos e dados e sempre com vistas à satisfação do cliente. Visa melhorar continuamente os padrões que atendem às necessidades das pessoas, a partir de uma visão estratégica e com abordagem humanista.

### **3.2- SERVIÇOS**

Para THEODORE LEVITT apud KOTLER (1998), não existe o que se chama indústria de serviços. Há apenas setores industriais cujo componente de serviços são maiores ou menores em relação a outros setores.

“Um serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte pode oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulta na propriedade de nada. Sua produção pode não estar vinculada a um produto físico.” (ibidem)

Conforme CAMPOS (1992), Os serviços diferem de acordo com atendimento de necessidades pessoais (serviços pessoais) ou de necessidades administrativas (serviços empresariais). Os médicos cobram preços diferentes em suas consultas, para particulares ou para empregados de empresas conveniadas. Os prestadores de serviços desenvolvem diferentes programas de marketing para os mercados empresariais e pessoais.

Para ALBRECHT (1994), procurar construir uma cultura de serviço que faz da excelência do serviço prestado ao cliente uma missão reconhecida para todos os membros da organização, inclusive os administradores. Começa com a responsabilidade da alta Administração quanto à definição da empresa à especificação da estratégia necessária para fazer da qualidade do serviço a chave do funcionamento da empresa.

### **3.2.1- MARKETING DE SERVIÇOS**

Segundo KARL ALBRECHT E LAWRENCE J. BRADFORD (1992) O marketing de serviços possui uma visão global da organização visando oferecer um serviço superior, isto é, um conceito organizacional que dará impulso aos negócios. Um conceito de transformação, filosofia, métodos, com o intuito de conhecer a fundo seus clientes e impulsionar a empresa, que tomará uma postura que diferenciará da concorrência.

Todos os efeitos serão copiados pela concorrência, de modo que, tentaram de todas as formas aperfeiçoarem o invento, de modo que mesmo que seja alguma coisa extraordinária, será copiado.

### **3.2.2- CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS E SUAS IMPLICAÇÕES**

Segundo KOTLER (1998), os serviços possuem quatro características importantes que afetam grandemente o desempenho dos programas de marketing.

São elas:

- Intangibilidade – Os serviços são intangíveis. Diferentemente dos produtos, não podem ser vistos, provados, sentidos, ouvidos ou cheirados antes de serem comprados. Para reduzir a incerteza, os compradores procurarão sinais de evidências da qualidade do serviço. Farão inferências sobre essa qualidade com base em localização, funcionários, equipamentos, materiais de comunicação, símbolos e preços percebidos.
- Inseparabilidade- Normalmente, os serviços são produzidos e consumidos simultaneamente. Isto não é verdadeiro para bens físicos que são fabricados, estocados , distribuídos através de revendedores múltiplos e, posteriormente consumidos. Se o serviço for prestado por uma pessoa, ela faz parte do mesmo. Como o cliente está também presente enquanto o serviço é produzido, a interação fornecedor-cliente é uma característica especial do marketing de serviços. Ambos afetam o resultado do serviço.
- Variabilidade – Os serviços são altamente variáveis, uma vez que dependem de quem os executa e de onde são prestados. As empresas de serviços podem tomar três providências em direção ao controle de qualidade, que são:  
A primeira é investir em seleção e treinamento de pessoal:  
A segunda é padronizar o processo de prestação do serviço por toda a organização:  
A terceira é monitorar a satisfação do consumidor através de sistemas de sugestões, reclamações e comparação de compra, possibilitando que os serviços fracos sejam detectados e corrigidos.
- Perecibilidade- Serviços não podem ser estocados. A perecibilidade dos serviços não é problema quanto à demanda é estável, porque é fácil antecipar a sua prestação. Quando a demanda é flutuante as empresas de serviços enfrentam problemas difíceis.

### **3.2.3- DIMENSÕES DA QUALIDADE DE SERVIÇO**

Os atributos necessários para que se possam oferecer serviços de qualidade, possui certas dimensões, de acordo com Lãs Casas (1997), são os seguintes:

- **Confiança:** é quase que de primeira necessidade que o consumidor confie no fornecedor, para isso acontecer será preciso informações precisas a respeito do que foi prometido;
- **Segurança:** os clientes visam ter dos fornecedores segurança e confiança, caracterizado pelo conhecimento e cortesia do funcionário;
- **Aspectos tangíveis:** o grau de atenção e preocupação pessoal dispensados aos consumidores, a disposição em ajudar e fornecer serviços com presteza;
- **Empatia:** o grau de atenção e preocupação pessoal dispensados aos consumidores, a disposição em ajudar e fornecer serviços com presteza.

### 3.2.4- CLASSIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS

Segundo Soares, os serviços podem ser classificados como:

- **Serviços puros:** aqueles que são oferecidos sem bens materiais;
- **Serviços agregados:** quando existe a necessidade de agregar um bem ao serviço, para que este aconteça. O desempenho do bem, afeta a avaliação da atividade;
- **Serviço direto:** quando ocorre o contato do cliente com o atendente, e este papel preponderante sobre o resultado;
- **Serviço indireto:** quando o contato com o atendente é substituído por um equipamento.
- **Serviço de consumo:** são aqueles prestados diretamente ao consumidor final, subdividem-se em:

*De conveniência:* ocorre quando o consumidor não quer perder tempo em procurar a empresa prestadora de serviços, por não haver diferenças perceptíveis entre elas. É o caso de tinturarias, sapatarias e empresas de pequenos consertos.

*De escolha;* caracteriza-se quando alguns serviços têm custos diferenciados de acordo com a qualidade e tipo de serviços prestados, prestígio da empresa e etc. neste caso compensará ao consumidor visitar diversas firmas, na busca de melhores negócios. São os serviços de bancos, telecomunicações, seguros, etc.

*De especialistas:* são aqueles altamente técnicos e especializados. O consumidor neste caso, fará todo o esforço possível para obter serviços de especialista, tais como médicos, advogados e técnicos.

- **Serviços industriais:** são aqueles prestados a organizações industriais, comerciais ou institucionais. Subdividem-se:

*De equipamentos:* são serviços relacionados com a instalação, montagem de equipamentos e manutenção.

*De facilidades:* neste caso estão incluídos serviços financeiros, de seguro, etc.

*De consultoria:* são aqueles que auxiliam nas tomadas de decisões e incluem serviços de consultoria, pesquisa e educação.

### **3.2.5- OS SETE PECADOS DO SERVIÇO**

Segundo KARL ALBRECHT e LAWRENCE J. BRANDFORT (1992), os sete pecados do serviços são:

#### **1. Tratar o cliente com apatia**

Em sua pior forma, a apatia ocorre quando o funcionário diz ao cliente: “Olhe nos meus olhos e tente imaginar até que ponto não estou dando a mínima.” As pesquisas nos leva a acreditar que a apatia é um sinal prematuro de um funcionário que já se aposentou no serviço. Quando eles param de se importar com seu trabalho, com os clientes e consigo mesmo, é tempo de fazer uma mudança, pessoal ou profissional.

#### **2. Despachando o cliente**

Este tipo de pecado ocorre quando o funcionário tenta se livrar do cliente. Geralmente ocorre quando o cliente deseja fazer mais alguma coisa. O processo mental de uma pessoa que está cometendo este pecado é “se não fosse todos estes clientes, eu

poderia estar ocupado em outra coisa mais interessante”. A idéia de se livrar do cliente o mais rápido possível.

### **3. Ser frio com o cliente**

O ambiente mais trágico para esse pecado em serviços, é justamente o lugar, onde as pessoas nunca deveriam senti-lo; instalações de atendimento médico. Alguns funcionários da área médica parecem ter sofrido cirurgias para remover suas emoções. A frieza com que alguns pacientes são tratados é de se espantar. O fogo da compaixão humana já não está mais presente, e é o cliente que sofre as conseqüências.

### **4. Tratar os clientes com condescendência**

Falar aos clientes de cima para baixo, usando palavras que eles não podem compreender, gritando com pessoas mais velhas e com aquele que não fala bem o seu idioma, e se livrando de crianças, são apenas algumas das formas pelas quais, se pratica a condescendência. Quando os clientes são tratados de forma abusiva e dominadora, eles vão lembrar disso.

### **5. Trabalhar como um robô**

Já lhe ocorreu alguma vez, que grande parte da população fica correndo de um lado para o outro, sem estar consciente? Um consultor administrativo chama isto de “robotização”. Se uma pessoa se apega tanto à rotina que faz tudo da mesma forma, dia após dia, isso pode entrar no seu comprometimento diário em relação aos clientes, criando o pecado da robotização em serviço.

### **6. Fazendo só o que está no manual**

Isso acontece freqüentemente. Quando as regras e regulamentos de uma organização são criados, mais para a conveniência da empresa do que a do consumidor, você aumenta as chances de que alguém cometa o pecado de só fazer o que está no manual. Se você quiser tornar sua organização voltada para o cliente, terá que deixar os funcionários usarem o bom senso. Às vezes, parece que não está sobrando muito bom senso aí.

### **7. Obrigando o cliente a ficar dando voltas**

Empurrar o cliente entre vários setores da organização, é uma variação do pecado de querer livrar-se dele. Mandar um cliente para outro lugar é uma forma de livrar-se, a fim de fazer outra coisa. Isso lhe soa familiar? “Eu gostaria muito de ajudá-

lo, mas esse não é o meu departamento. Você precisa descer até o hall, pegar o primeiro corredor à esquerda, o segundo a direita, e pedir informações por ali.. e bom dia!”. Da próxima vez que fizer um telefonema para uma empresa, conte o numero de vezes que você é passado para outro setor, antes de encontrar alguém que possa ajudá-lo com seu problema. Esse é o índice de voltas.

Vive-se numa sociedade cada vez mais briguenta. Os consumidores da década de 90, vão ser mais militantes. Eles resolveram não agüentar mais nada. Quando o cliente dos anos 90 se sente vitima de um dos pecados dos serviços, com toda probabilidade vai querer se vingar. Naturalmente, a maioria das reações dos consumidores, não vão envolver ações judiciais; em geral, só vão parar de fazer negócios com você. Mas, se quiser ter uma vantagem competitiva, mais cedo ou mais tarde precisará resolver o assunto com os gerentes e funcionários que cometem os pecados dos serviços.

Acredita-se que os vencedores serão as empresas que adotarem uma abordagem completamente diferente com relação aos serviços e ao cliente. Os vencedores serão as firmas que fazem do cliente o ponto central. Vão literalmente, ser conduzidos pelo cliente. Isso significa que vão ter um conhecimento profundo do cliente, como nunca.

Esse, é o tipo de pensamento que vai separar os vencedores dos perdedores, na prestação de serviços. As empresas que insistirem em seguir o velho paradigma de “Nós sabemos o que é melhor para os nossos cliente”, vão cometer um erro fatal. Só aquelas que tiverem o hábito de conhecer a mente dos clientes, vão chegar à década seguinte.

### **3.2.6- PRINCÍPIOS DA QUALIDADE EM SERVIÇO**

Cada vez mais empresas estão vislumbrando a importância que os serviços tem para o sucesso futuro.

Para DENTON (1990), as companhias que fornecem bons serviços, são capazes de entregar serviços efetivamente, porque aplicam princípios básicos da qualidade em serviços. Esses princípios. São o cerne dos serviços com qualidade. Para o autor os princípios são:



## **PRINCÍPIO 1- VISÃO GERAL**

A visão presidente a sua capacidade de comunicá-la aos outros, é o cimento que junta todas as outras peças do quebra-cabeça da satisfação dos clientes.

Visão e capacidade de incorporar a mesma à cultura da organização, exigem uma personalidade forte e dinâmica. Os empregados e as gerencias tem de se identificar com seus presidente.

A visão surge com o claro enfoque do que a organização representa e se encerra com as características humanas que criam respeito, admiração e desejo do pessoal de executar os desejos do presidente.

## **PRINCÍPIO 02- DESENVOLVER UM NICHOS ESTRATÉGICO**

Estratégia é descobrir e desenvolver o serviço ou serviços únicos, que permitem que uma empresa “avance um passo” sobre os competidores. Isso envolve atributos e perspectivas particulares de um negócio, que o cliente aprecia e apoiará de maneira firme.

Cada empresa tem de escolher seus pontos fortes e fornecer serviços que acentuem os mesmos e reduzam as fraquezas.

## **PRINCÍPIO 03- A ALTA ADMINISTRAÇÃO DEVE DEMONSTRAR APOIO**

Todos os efetivos fornecedores de serviços, têm recebido a cooperação e lealdade de seus fornecedores de serviços, na linha de frente. Seus meios financeiros de demonstrar apoio variam, mas ainda assim, a mensagem é a mesma: a alta administração cuida e sabe do valor de seu pessoal, para se fornecer serviços com qualidade.

## **PRINCÍPIO 04- ENTENDER O SEU NEGÓCIO**

Os vendedores, da mesma forma que outras pessoas, devem entender suas tarefas e responsabilidades, dentro do contexto da organização como um todo.

As pessoas sabem, que é importante entender como interagir com outros departamentos, de modo que possam reagir de forma que é melhor, para toda a organização.

#### **PRINCÍPIO 05- APLICAR OS FUNDAMENTOS OPERACIONAIS**

É o gerenciamento operacional, que produz os altos níveis de serviços. Serviços nada têm a ver com promoção, publicidade ou marketing. Podem atrair interesse do cliente, mas são os serviços, com qualidade, que os matam cativos e o gerenciamento operacional que permite serviços com alto nível.

As operações envolvem preparação das pesquisas, seleção dos processos, escolha de instalações, planejamento de trabalhos, gerenciamento de estoques e aplicação de técnicas de controle de qualidade.

Os serviços estão baseados em bom gerenciamento operacional. A satisfação garantida não pode ser confiável a menos que o gerenciamento operacional possa entregar os serviços.

#### **PRINCÍPIO 06- ENTENDER, RESPEITAR E MONITORAR O CLIENTE**

A melhor forma de se desenvolver uma estratégia efetiva de serviços é, simplesmente, ouvir os clientes. As empresas precisam ouvir de forma ativa. Elas precisam procurar formas criativas de melhorar seu conhecimento acerca de todas as atitudes, preferenciais e desejos de seus clientes. Ouvir de forma efetiva, implica em uma atitude agressiva.

O entendimento dos desejos dos clientes, exige contínuas verificações dos retornos do pessoal. O que algumas vezes pensamos ou supomos como sendo os desejos dos clientes, freqüentemente não tem relação com o que eles realmente desejam.

#### **PRINCÍPIO 07- USAR TECNOLOGIA APROPRIADA**

Por si mesma, tecnologia não é boa, nem má. Em serviços, é a forma como é usada, que determina se é apropriada ou não. Os gerentes dos destacados fornecedores de serviços, usam-na de forma positiva, para melhorar a qualidade em serviços.

A tecnologia pode ser uma forma importante de melhorar os serviços, desde que o seu uso, se restrinja a essa meta de ficar mais próximo do cliente.

#### **PRINCIPIO 08- A NECESSIDADE DE INOVAR**

Os fornecedores de serviços devem explorar continuamente, novas formas de fornecer serviços a seus clientes. Isso não significa que é preciso estar “no estado da arte”. Nem todos podem ou devem estar na linha de frente de suas respectivas industriais, mas cada empresa deve explorar as oportunidades. É necessário que as gerencias, enfoquem a atenção em questões fundamentais, à cerca de seus serviços. Elas devem examinar quem, o que, onde, quando e como, os serviços devem ser entregues.

#### **PRINCÍPIO 09- CONTRATE AS PESSOAS CERTAS**

Os clientes querem ser tratados com cortesia normal. Eles querem alguém que os ajude, que possa e que queira solucionar problemas. Algumas dessas características podem ser desenvolvidas através do treinamento, mas depende de se achar as pessoas certas para um negócio em particular.

Maiores responsabilidades e autoridade para os empregados, serão atributos necessários para empresas que queiram atrair os melhores empregados.

#### **PRINCÍPIO 10- FORNEÇA TREINAMENTO COM BASE NO PERFIL**

O treinamento baseado no perfil, enfoca o desenvolvimento de formas de melhorar a qualidade em serviços.

Mesmo os empregados eventuais, podem ser ensinados a serem fornecedores efetivos de serviços, através do treinamento correto. O volume de treinamento ou a sua estrutura formal não estão, necessariamente relacionados com sua eficiência.

## **PRINCIPIO 11- DEFINA PADROES, MEÇA DESEMPENHO E AJA**

Instituir uma perspectiva de cliente é mais fácil quando as metas estão definidas, o desempenho é medido e comparado com os padrões. Se houver um desafio entre o que se espera e o que se recebe, existe espaço para melhorar.

Da mesma forma que a tecnologia, a definição de padrões e sua medição podem ser ferramentas poderosas, mas somente se usada de forma apropriada. Em mãos erradas ou com objetivos errados, podem até conduzir a desempenhos fracos e baixa qualidade.

## **PRINCIPIO 12- ESTABELEÇA INCENTIVO**

Participação nos lucros, pagamentos e pacotes de benefícios, também oferecem incentivos para se trabalhar, mesmo sabendo-se que o esforço não é imediato ou direto.

A questão importante é lembrar que as pessoas devem ver conexão entre ações e resultados. As pessoas são inteligentes e elas esperam ser pagas, de alguma forma, pelos resultados de seus serviços.

### **3.3- O CLIENTE**

Para SANTOS (1995) o cliente é a pessoa mais importante em qualquer tipo de negocio. O cliente não depende de nós, somos nós que dependemos dele. O cliente não interrompe nosso trabalho, ele é o propósito do nosso trabalho. O cliente é a parte essencial do nosso negócio, não uma parte descartável. O cliente não significa só um caixa registradora. É um ser humano com sentimentos, que precisa ser tratado com todo respeito, atenção e cortesia possível ele é o sangue de qualquer negocio. É ele que paga o seu salário. Sem o cliente, você fecharia as suas portas.

#### **3.3.1- INTIMIDADE COM O CLIENTE**

O conceito de “intimidade com o cliente”, agregado pelo especialista em estratégias de marketing Fred Wiersema (1998), é relativamente novo. Ele vai além da satisfação, pois significa dar ao cliente benefícios e resultados dos serviços adquirido, enquanto a satisfação é apenas um estado mental desse cliente em relação a tal serviço. Por isso, a intimidade com o cliente sempre tem como subproduto a satisfação, mas a satisfação não necessariamente gera intimidade.

As empresas que tentam ser íntimas de seus clientes pensam neles individualmente- esmerando-se em atender às exigências particulares- e fazem com que a relação seja duradoura. Os relacionamentos prolongados permitem maior compreensão e melhores conexões. E é exatamente por esse motivo que essas empresas conseguem manter a lealdade ou fidelidade de seus clientes ao longo do tempo.

As empresas, sejam públicas ou privadas, percebem que, na realidade, o produto é apenas parte do que o cliente compra, porque as pessoas, em quase todos os mercados do mundo, compram também resultados, benefícios e soluções. Elas valorizam os serviços extras e a atenção personalizada.

Os passos para voltar-se para o cliente, segundo Wiersema (op. Cit.):

- 1- Inspirar-se nas maiores e mais bem sucedidas empresas customer-oriented;
- 2- Ouvir o cliente ao vivo, por exemplo, gravando suas queixas em vídeo e mostrando aos funcionários;
- 3- Conhecer melhor o cliente, aproximar-se dele;
- 4- Capacitar os funcionários para lidar com o cliente;
- 5- Recompensar os funcionários por isso.

E os passos para ficar íntimo dele:

- 1- Concentrar-se em oferecer a melhor solução total individualizada;
- 2- Encontrar a forma de ter um processo de serviços suficientemente flexível para poder lidar com as variadas exigências dos cliente.

### **3.3.2- TIPOS DE CLIENTES**

Segundo Albrecht (1992) , os clientes são classificados da seguinte forma:

- ***Cliente Submisso***

Esse tipo de pessoa é reticente, não é positiva e não gosta de reclamar. São aquelas que compõem o grupo que não lhe dá uma oportunidade de fazer as coisas direito, levam silenciosamente os negócios para os concorrentes.

- ***Cliente Agressivo***

Esse reclama de imediato, geralmente reclama bastante e em voz alta. Embora seja difícil de lidar com esse tipo de pessoa, pelo menos não é preciso ficar adivinhando o que ele acha que está errado.

- ***Cliente Alta-Roda***

Eles recebem esse nome porque só querem o melhor e estão dispostos a pagar por isso. Quando reclamam, provavelmente o fazem de maneira bastante razoável. Não querem pedidos de desculpas. Estão interessados em resultados e no que você vai fazer para recuperar a falha da qualidade no serviço.

- ***Cliente Aproveitador***

O objetivo desses clientes não é conseguir que sua reclamação seja atendida, mas ganhar obtendo algo a que não teriam direito. Algo que vai além dos limites de uma compensação adequada e justa por um serviço insatisfatório.

- ***Cliente Queixoso Crônico***

Nunca estão satisfeitos. Sempre há algo errado com o serviço que receberam. Eles querem um pedido de desculpas e vão gostar de ser ouvidos e de se sentirem importantes. Apesar das reclamações crônicas, tendem a ser clientes leais e estão entre os que contam a outros sua reação positiva às queixas

### **3.3.3- A SATISFAÇÃO DO CLIENTE**

Segundo Lãs Casas (1997) o produto final de um serviço é sempre um sentimento. Os clientes ficam satisfeitos ou não, conforme suas expectativas. Portanto, a qualidade do

serviço é variável de acordo com o tipo de pessoa. Em paralelo Kloter diz que um consumidor pode experimentar um dos três níveis de satisfação. Se o desempenho ficar longe das expectativas, ele estará satisfeito. Se o desempenho exceder as expectativas, o consumidor estará encantado. As expectativas dos clientes são formadas por experiência em compras, recomendações de amigos e informações e promessas de vendedores e concorrentes.

Para Larry Wilson (1998) os consumidores satisfeitos repetirão a compra e, além disso, recomendarão os produtos e serviços da empresa a outras pessoas. O aconselhável é que as empresas “se casem com seu cliente” e, além disso, os façam perceber “o valor único” no produto ou serviço oferecido, algo que os diferencie dos demais.

### **3.3.4- PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES**

É um sistema de administração de informações que continuamente capta a voz do cliente através da avaliação de performance da empresa a partir do ponto de vista do cliente. Esta pesquisa, assim, mede a qualidade externa ou performance da empresa e seus negócios, indicando caminhos para as decisões futuras de comercialização e marketing.

### **3.3.5- A IMPORTANCIA DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES**

As informações sobre os níveis de satisfação dos clientes constituem-se em uma das maiores prioridades de gestão nas empresas comprometidas com qualidade de seus produtos e serviços e, por conseguinte, com os resultados alcançados junto a seus clientes.

Há vários benefícios proporcionados pela pesquisa de satisfação de clientes, quais sejam:

1. Há amplo suporte empírico a comprovar que elevados escores de satisfação dos clientes são acompanhados para uma rentabilidade acima da média;
2. percepção mais positiva dos clientes quanto à empresa; informações precisas e atualizadas quanto às necessidades dos clientes;
3. relações de lealdade com os clientes, baseadas em ações corretivas;

4. confiança desenvolvida em função de uma maior aproximação;
5. fornecem o conhecimento essencial para a construção e sedimentação das vantagens competitivas das empresas.

### **3.3.6- QUALIDADE NO ATENDIMENTO É**

Competência: capacitação dos recursos humanos e tecnológicos;

Cortesia: educação, respeito, consideração, e cordialidade do pessoal que lida com o cliente;

Confiabilidade: capacidade de cumprir o prometido;

Credibilidade; transmissão de confiança e honestidade no trato com o cliente;

Segurança: sigilo nos negócios, segurança pessoal, segurança do patrimônio.

Facilidade de acesso: aos fornecedores, produtos e serviços, inclusive facilidade de contato com o pessoal.

Comunicação: manter o cliente informado em linguagem compreensível, fornecendo instruções de uso adequado, manuais, etc.

Adaptabilidade: capacidade de resposta e situação não-previstas.

Imagem: visão ou conceito formado sobre a empresa.

### **3.3.7- VANTAGENS DO BOM ATENDIMENTO**

- aquisição de vantagem competitiva duradoura em relação à concorrência.
- Garantia de sobrevivência, bem como estabelecimento de condições favoráveis ao crescimento e desenvolvimento da empresa.



- Fidelidade dos clientes, uma vez que suas expectativas e necessidades se tornam alvos aos quais a organização empenha seus esforços e vigor.
- Interesse do cliente por inovações nos produtos e serviços que atendam suas expectativas e necessidades até então desconhecidas por ele próprio.
- Aumento da lucratividade, das vendas, do mercado, bem como redução dos custos e da má qualidade.

Para entrar na mente e tocar utilmente no coração de seus clientes, para mantê-los “encontrados o tempo todo”, é preciso encontrar a quantidade certa de sinergia, flexibilidade e, acima de tudo, a velocidade para atender às expectativas dos clientes e saber o que eles estão dispostos a pagar.

Segundo Santos (1995), à medida que aumenta o maior ativo da empresa e os seus clientes felizes, maior é a probabilidade desses mesmos clientes contarem aos outros o quanto estão satisfeitos. Dessa forma fazendo aumentar ativo e prosperar por um período mais duradouro nos negócios. mas, se partirmos do pressuposto de que os cliente tem uma vida útil, não podemos esquecer, segundo Peter Drucker, que os não-clientes são tão importantes quanto os clientes; se eu não conhecer meus não-clientes corro o risco de sair do mercado.

O segredo do bom atendimento está no treinamento de toda a maquina operacional da empresa, constituída de seus funcionários. É impossível ter cliente satisfeito com funcionários insatisfeitos dentro de uma empresa.

A desburocratização com a simplificação de procedimentos é outro segredo. A distancia entre as pessoas que compõem as varias unidades administrativas da empresa precisa ser a mais curta possível, a fim de facilitar o processo de comunicação, diminuir o leord time e aumentar a eficácia operacional em todos os sentidos.

### **3.3.8- O ATENDIMENTO AO CLIENTE**

Segundo Bhote (1992), o atendimento ao cliente se caracteriza por ser um momento muito especial. Ele acontece quando alguém chega e entra em contato com você para solicitar uma informação, um serviço, um produto, etc. em função desse contato, o cliente cria uma imagem, que associa às pessoas que lhe prestaram o serviço. Essa imagem é logo transferida para o departamento no qual trabalha a pessoa que o atendeu.

É muito importante cativar os clientes e mantê-los satisfeitos. É essencial que eles voltem a consumir nossos produtos ou a querer nossos serviços. Você deve sempre manter sua postura profissional, à sua conduta, pois cada cliente é capaz de percebê-las claramente, através de suas atividades e comportamentos.

Os clientes merecem ser atendidos de forma correta. Afinal, nosso trabalho é realizado para eles e são eles que nos mantêm. Trabalhar é servir, pois todo serviço é um trabalho para benefício de outra pessoa..

## **CAPÍTULO IV**

---

# **DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO**

## **4- DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO**

### **4.1- METODOLOGIA**

#### **4.1.1- TIPO DE PESQUISA**

a presente pesquisa é um estudo de caso que se insere na classificação de pesquisa conclusiva e descritiva, uma vez que tem como objetivo avaliar o nível de satisfação dos Beneficiários dos Programas Sociais do Governo Federal em Serra Branca-PB. Além disso, apresenta todos os requisitos para este tipo de pesquisa, conforme Malhotra (1996), para quem uma pesquisa é de natureza conclusiva quando:

- 1- A informação necessária é claramente definida;
- 2- O processo de pesquisa é formal e estruturado;
- 3- A amostra é representativa;
- 4- A análise dos dados é quantitativa;
- 5- Os resultados são conclusivos;

6- As descobertas podem ser utilizadas como inputs para tomadas de decisão.

#### **4.1.2- UNIDADE DE ANÁLISE**

A unidade de análise da presente pesquisa, foram os setores de serviços que viabilizam os atendimentos aos beneficiários dos Programas Sociais do Governo Federal, como: Prefeitura e CEF.

#### **UNIDADE DE OBSERVAÇÃO**

- Beneficiários dos Programas Sociais do Governo Federal

#### **4.1.3- TIPO DE DADOS COLETADOS**

- Primários: características de serviço referentes a atendimento, expectativas e aproveitamento dos benefícios.
- Secundários: folha de pagamento de benefícios da CEF e aplicativo do Programa de Cadastramento Único.

#### **4.1.4- INSTRUMENTO DE PESQUISA**

Questionário estruturado não disfarçado, elaborado através de questões fechadas. (ANEXO I).

#### **4.1.5- COLETA DE DADOS**

Os dados foram obtidos através de pesquisa de campo, mediante aplicação do questionário adotado.

#### **4.1.6- TIPO DE AMOSTRAGEM**

Foi definida uma amostra probabilística simples de 130 entrevista, com base na folha de pagamento de benefícios sociais da Caixa Econômica Federal - CEF, sendo entrevistados 30 beneficiários do sexo, 23% da amostra, masculino e 100 do sexo feminino, 77%. A amostra utilizada representa 5% do universo de estudo, constituído de 2.609 beneficiários.

## **DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS**

### **5- DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS**

#### **5.1- ANÁLISE DOS RESULTADOS, TABELAS ANALÍTICAS E GRÁFICOS**

##### **5.1.1- QUESTÃO 6.1-COMO FEZ O CADASTRAMENTO ÚNICO?**

Da amostra dos entrevistados, 130 beneficiários, 77% são do sexo feminino e 23% do sexo masculino, ou seja, 30 do sexo masculino e 100 do sexo feminino.

A descrição abaixo, trata das variáveis: Cadastramento feito em campanha de localidades, pelos Agentes de Saúde e nas secretarias.

No cadastramento feito em Campanha nas localidades à população entrevistada, 53% são do sexo feminino e 50% do sexo masculino, sendo que 46% são da zona urbana e 55% da zona rural e estão na faixa etária de 54% entre 18 a 30 anos, 56% entre 31 a 45 anos e, de 45% entre 46 a 60 anos. Observa-se também que o índice de analfabetismo é de 58% e os que sabem ler e escrever é de 45%, visto que esse índice corresponde na maioria

os que sabem apenas assinar o nome e lêem muito pouco com muita dificuldade, 52% não têm renda e 58% recebem menos de ½ salário, são os trabalhadores rurais que trabalham por diárias em terra de outros ou dividem os serviços da roça em troca de alimentos, e mulheres que trabalham de “empregadas domésticas” a troco de favores ou pouco dinheiro. A grande maioria recebem bolsa-benefício do Governo Federal, como única fonte de renda na família.

No cadastramento pelos Agentes de Saúde, a maior população é a feminina com 29%, pois estes agentes visitam as famílias e fazem o cadastramento visto a família ter filhos menores ou gestantes, os índices na zona urbana é de 35% e na zona rural de 19%, na maioria na faixa etária de 18 a 30 anos, 28% e 31 a 45 anos, 25% e ainda na faixa de 46 a 60 anos, 17%. Quanto à escolaridade, observa-se que o índice de analfabetismo é de 30%, 12% apenas lê e escreve, 10% tem ensino fundamental incompleto, 55% têm ensino médio incompleto e 100% concluíram o ensino médio. quanto à renda familiar 24% não tem renda nenhuma e têm como renda familiar o benefício recebido do Governo Federal conforme podemos observar na tabela I-C, enquanto que 27% recebem menos de ½ salário.

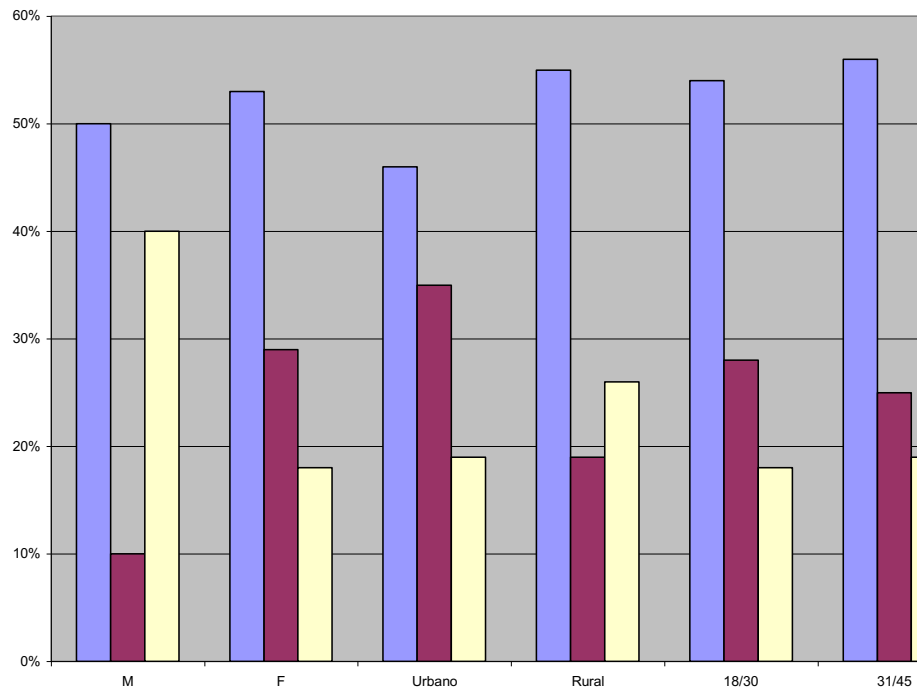
No cadastramento feito nas Secretarias, tanto na de Educação, Ação Social e Agricultura, o índice quanto ao sexo é de 40% de masculino e 18% de feminino, sendo que 19% são da zona urbana e 26% da zona rural e estão na faixa etária de 18/30 anos em 18%, entre 36/45 anos com 19% e de 45/60 anos com 38%, do total dos entrevistados. Quanto à escolaridade 12% são analfabetos, 33% lê e escreve e 37% têm o ensino fundamental incompleto; têm uma renda mensal de menos de ½ salário 15% e sem renda de 24%, a percentagem de benefícios nesta categoria são bem menores como podemos observar na tabela I-C.

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>Campanha</b>	68	15	50%	53	53%	20	46%	48	55%	29	54%	27	56%	12	45%	—	—
<b>Ag. Saúde</b>	32	3	10%	29	29%	15	35%	17	19%	15	28%	12	25%	5	17%	—	—
<b>Secretarias</b>	30	12	40%	18	18%	8	19%	22	26%	9	18%	9	19%	11	38%	—	—
<b>Total</b>	130	30	100%	100	100%	43	100%	87	100%	53	100%	48	100%	29	100%	0	0%

**TABELA I-A - Como fez o CadÚnico**

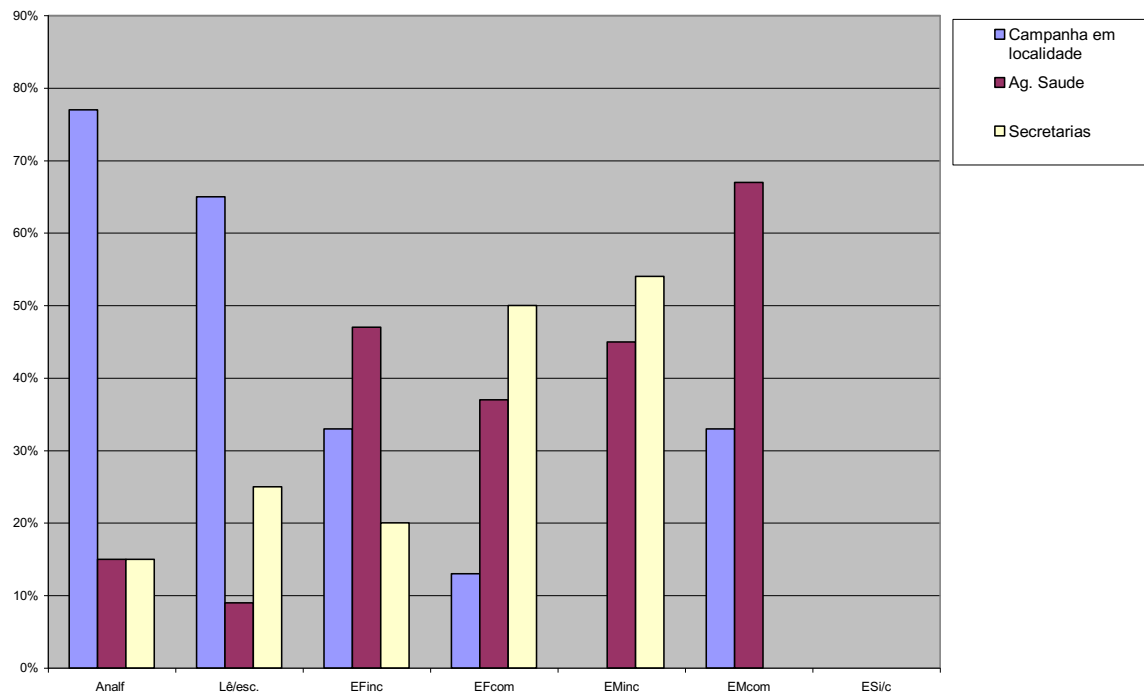
	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>Campanha</b>	15	58%	24	45%	16	53%	8	100%	5	45%	-		-	
<b>Ag. Saude</b>	8	30%	12	22%	3	10%	-		6	55%	3	100%	-	
<b>Secretarias</b>	3	12%	18	33%	11	37%	-		-		-		-	
<b>Total</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	11	100%	3	100%	0	0%

**TABELA I-B - Como fez o CadÚnico?**



**GRAFICO I-A - Como fez o CadÚnico?**





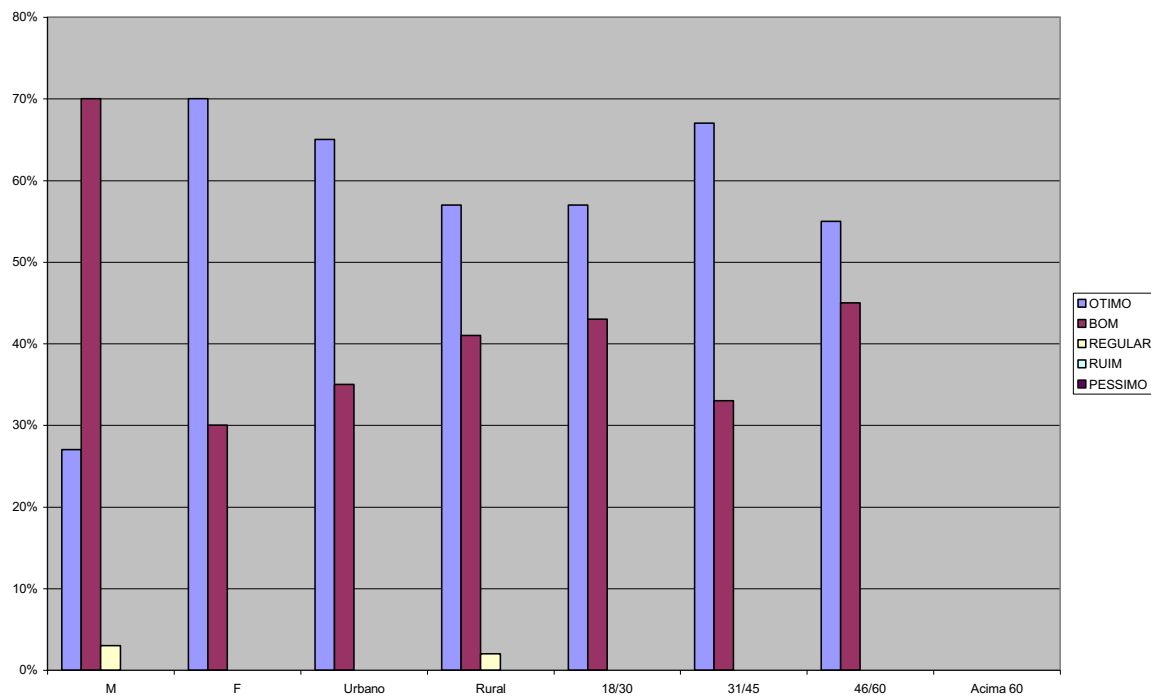
**GRÁFICO I-B - Como fez o CadÚnico? 1**

**TABELA I-C - Como fez CadÚnico?**



<b>ÓTIMO</b>	<b>78</b>	8	27%	70	70%	28	65%	50	57%	30	57%	32	67%	16	55%	0	
<b>BOM</b>	<b>51</b>	21	70%	30	30%	15	35%	36	41%	23	43%	16	33%	13	45%		
<b>REGULAR</b>	<b>1</b>	1	3%					1	2%								
<b>RUIM</b>																	
<b>PESSIMO</b>																	
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	30	100%	100	100%	43	100%	87	100%	53	100%	48	100%	29	100%		

**TABELA II-A- Como classifica o atendimento**



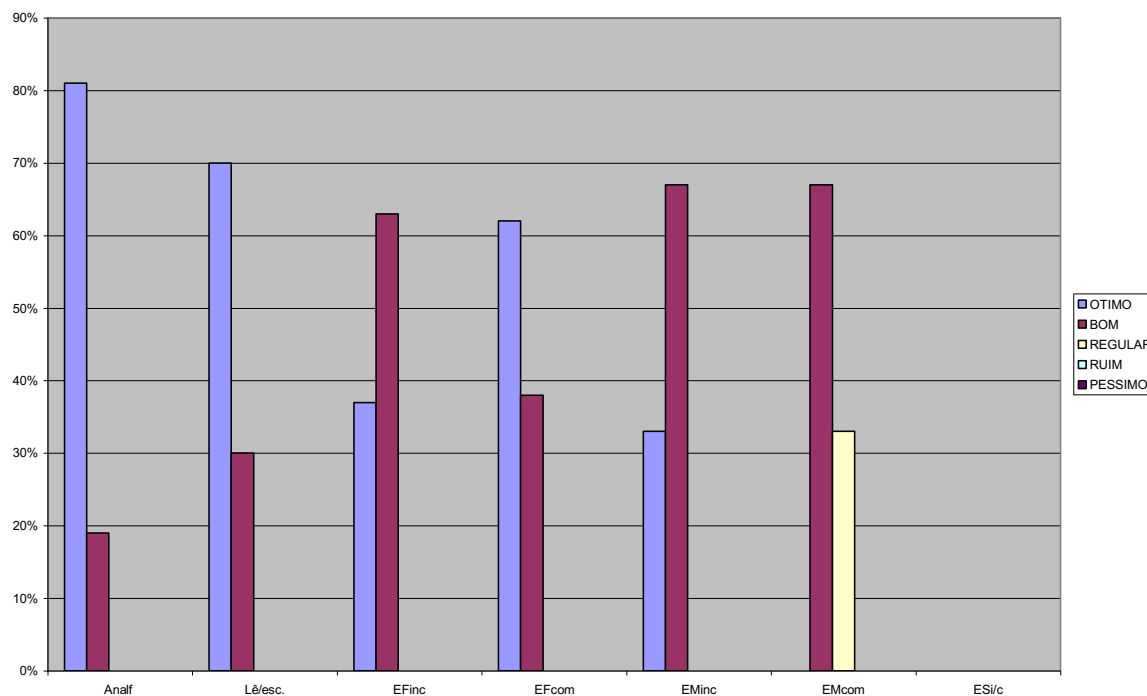
**GRÁFICO II-A - Como classifica o atendimento?**

Observa-se que classificam como **ÓTIMO** 70% do sexo feminino e 27% do sexo masculino, sendo que do total dos entrevistados 65% são da zona urbana e 57% da zona rural e estão na faixa etária de 18 a 30 anos, 57%, de 31 a 45 anos, 57% e entre 46 a 60 anos 55%. (VER TABELA II-A)

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>ÓTIMO</b>	21	81%	38	70%	11	37%	5	62%	3	33%				
<b>BOM</b>	5	19%	16	30%	19	63%	3	38%	6	67%	2	67%		

<b>REGULAR</b>												1	33%		
<b>RUIM</b>															
<b>PESSIMO</b>															
<b>TOTAL</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	7	100%			

**TABELA II-B - Como classifica o atendimento?**



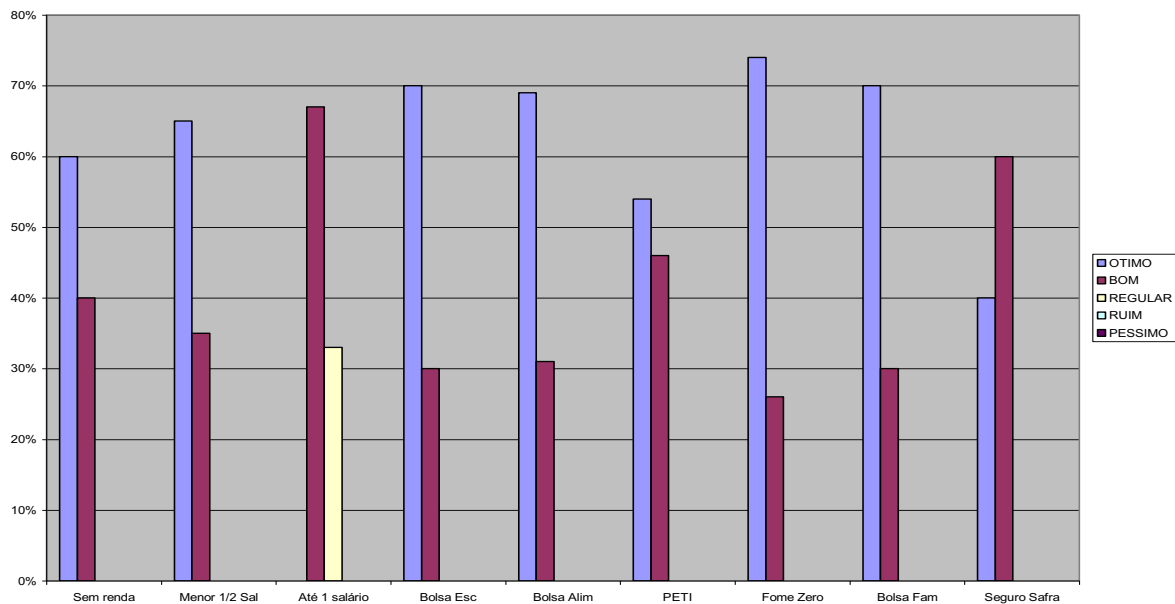
**GRÁFICO II-B - Como classifica o atendimento?**

Quanto ao índice de escolaridade, do total de entrevistados por categoria, responderam que o atendimento é **ÓTIMO**: 81% dos analfabetos, 70% dos que lê e escreve, 37% dos que têm o ensino fundamental incompleto, 62% dos que tem ensino fundamental completo e 33% dos que fizeram o ensino médio incompleto.

Com relação ao que responderam que o atendimento é **BOM**, do universo das entrevistas, 19% dos analfabetos, 30% dos que lê e escreve, 63% dos que estudaram o ensino fundamental incompleto, 38% dos que concluíram o ensino fundamental, 67% do que fizeram o ensino médio incompleto e 67% do que concluíram o ensino médio. E apenas 33% dos que têm ensino médio completo avaliaram o atendimento como **REGULAR**. (VER TABELA II-B)

	Renda						TIPO DE BENEFICIO											
	sem renda		menor 1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>ÓTIMO</b>	52	60%	26	65%			7	70%	11	69%	6	54%	20	74%	21	70%	13	40%
<b>BOM</b>	35	40%	14	35%	2	67%	3	30%	6	31%	5	46%	7	26%	9	30%	21	60%
<b>REGULAR</b>					1	33%												
<b>RUIM</b>																		
<b>PESSIMO</b>																		
<b>TOTAL</b>	87	100%	40	100%	1	100%	10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%

**TABELA II-C- Como classifica o atendimento?**



**GRÁFICO II-C- como classifica o atendimento?**

Quanto à renda, do total dos entrevistados por categoria, responderam que o atendimento é **ÓTIMO**: 60% não têm renda, 65% recebem menos de 1/2 salário, e não há nenhum recebendo até um salário mínimo. Deste mesmo total, responderam que o atendimento é **BOM**: 40% dos que não tem renda, 35% dos que recebem menos de 1/2 salário e 67% dos que recebem até um salário mínimo.

Quanto ao tipo de benefício, responderam que o atendimento é **ÓTIMO**: 70% dos que recebem Bolsa Escola e Bolsa Família, 69% dos Bolsa Alimentação, 54% do PETI, 40% dos Seguro Safra e 74% dos que recebem Fome Zero. Deste mesmo total, acham o atendimento **BOM**, 30%

dos Bolsa Escola e Bolsa Família, 31% dos Bolsa Alimentação, 46% dos PETI, 26% do Fome Zero e 60% dos Seguro Safra. (VER TABELA II-C)

### 5.1.3- QUESTAO 7.1- QUANTO A ENTREGA DE CARTÕES DE BENEFICIO

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>ÓTIMO</b>	78	8	27%	70	70%	28	65%	50	57%	30	57%	32	67%	16	55%		78
<b>BOM</b>	51	21	70%	30	30%	15	35%	36	41%	23	43%	16	33%	13	45%		51
<b>REGULAR</b>	1	1	3%					1	2%								1
<b>RUIM</b>																	
<b>PESSIMO</b>																	
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>		<b>130</b>

TABELA III-A- Quanto a entrega de cartões

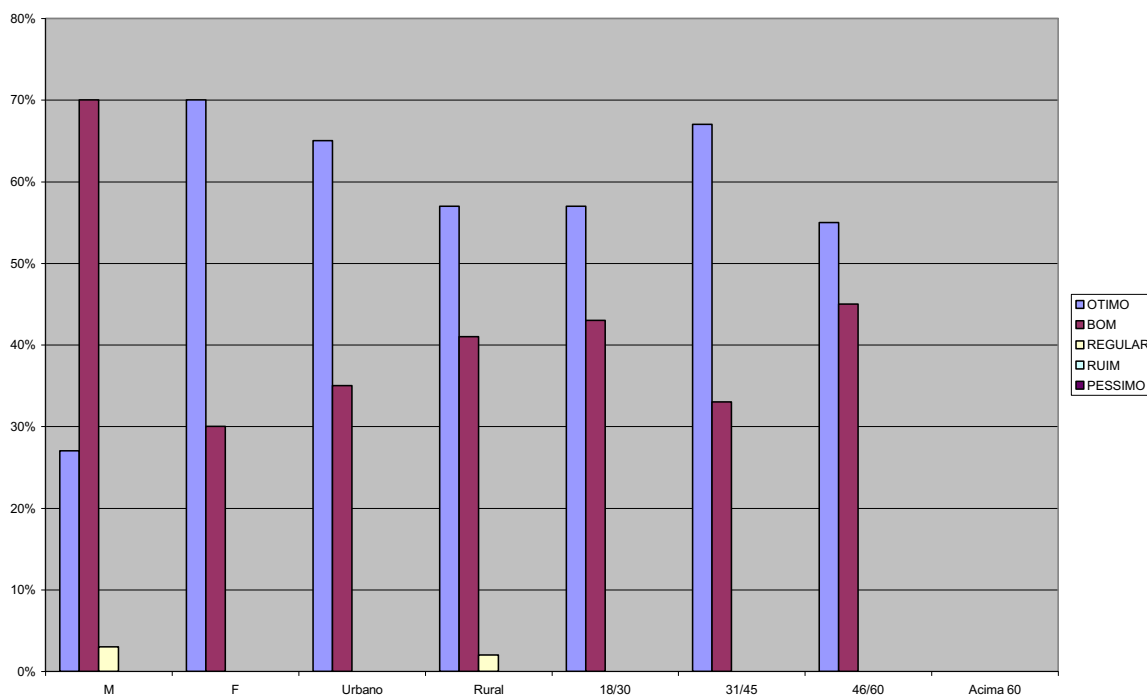


GRÁFICO III-A - Quanto a entrega de cartões

Na opinião dos entrevistados quanto à entrega de cartões de benefícios, dos 130 entrevistados, 60% responderam **ÓTIMO**, sendo 27% do total do sexo masculino e 70% do sexo feminino; 39% responderam **BOM**, sendo 70% do total do sexo masculino e 30% do sexo feminino; e 1% respondeu **REGULAR**, o que representa 3% do total dos entrevistados do sexo masculino. Quanto à localidade, responderam que o serviço é **ÓTIMO**: 65% da zona urbana e 57% da zona

rural; que o serviço é **BOM**: 35% da zona urbana e 35% da zona rural; e apenas 2% da zona rural achou a qualidade do serviço **REGULAR**. (VER TABELA III-A)

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	21	81%	38	70%	11	37%	5	62%	3	33%				
<b>BOM</b>	5	19%	16	30%	19	63%	3	38%	6	67%	2	67%		
<b>REGULAR</b>											1	33%		
<b>RUIM</b>														
<b>PESSIMO</b>														
<b>TOTAL</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	7	100%		

TABELA III-B - Quanto a entrega de cartões

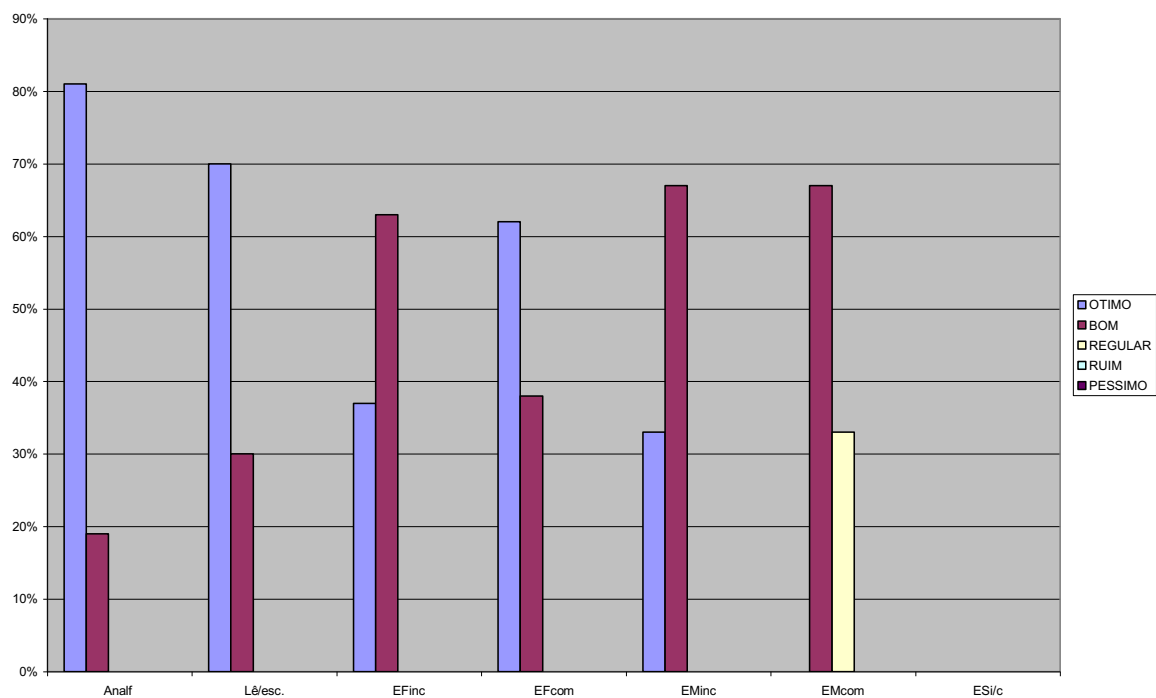


GRÁFICO III-B - Quanto a entrega de cartões



Quanto a escolaridade dos entrevistados a essa questão, responderam que a qualidade do serviço é **ÓTIMO**: 81% são analfabetos, 70% lê e escreve, 37% tem ensino fundamental incompleto, 62% tem ensino fundamental completo e 33% tem ensino médio incompleto; quem respondeu que o serviço é **BOM**, foram: 19% dos analfabetos, 30% dos que lê e escreve,, 63% dos que têm ensino fundamental incompleto, 38% que têm ensino fundamental completo, e 67% dos que cursaram até o ensino médio incompleto; e apenas 33% dos que concluíram o ensino médio avaliaram como **REGULAR** a qualidade do serviço. (VER TABELA III-B)

	Renda						TIPO DE BENEFICIO											
	sem renda		menor1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>ÓTIMO</b>	52	60%	26	65%			7	70%	11	69%	6	54%	20	74%	21	70%	13	40%
<b>BOM</b>	35	40%	14	35%	2	67%	3	30%	6	31%	5	46%	7	26%	9	30%	21	60%
<b>REGULAR</b>					1	33%												
<b>RUIM</b>																		
<b>PESSIMO</b>																		
<b>TOTAL</b>	87	100%	40	100%	1	100%	10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%

TABELA III-C- Quanto a entrega de cartões

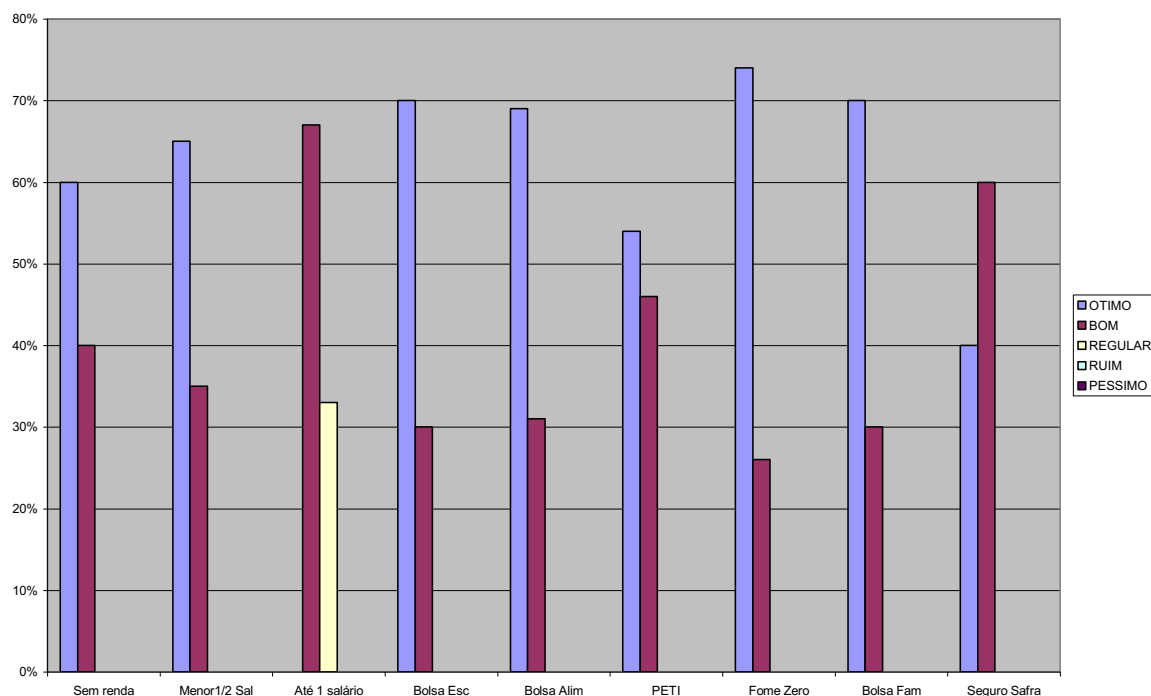


GRAFICO III-C - Quanto a entrega de cartões

Quanto a renda dos entrevistados em relação a esta questão, responderam **ÓTIMO**: 60% dos sem renda e 65% dos que recebem menos de ½ salário; e avaliaram como **BOM**: 40% dos sem renda, 35% dos que recebem menos de ½ salário e 67% do total dos que recebem até um salário mínimo; e apenas 33% dos que recebem até um salário avaliaram o serviço como **REGULAR**.

Do total dos entrevistados, avaliaram o serviço como **ÓTIMO**: 70% do Bolsa Escola e 70% do Bolsa Família, 74% dos que recebem Fome Zero, 69% dos beneficiários do Bolsa Alimentação, 54% dos que participam do PETI, e 40% dos que recebem Seguro Safra; responderam que o serviço é **BOM**: 30% dos Bolsa Escola e 30% do Bolsa Família, 26% dos Fome Zero, 31% dos Bolsa Alimentação, 46% dos PETI, 60% dos que recebem Seguro Safra. (VER TABELA III-C)

### 5.1.4- QUESTAO 7.2- QUANTO ÀS ORIENTAÇÕES AOS BENEFICIÁRIOS

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	95	20	67%	75	75%	31	72%	64	74%	32	60%	41	85%	22	76%		
<b>BOM</b>	35	10	33%	25	25%	12	28%	23	26%	21	40%	7	15%	7	24%		
<b>REGULAR</b>																	
<b>RUIM</b>																	
<b>PESSIMO</b>																	
<b>TOTAL</b>	130	30	100%	100	100%	43	100%	87	100%	53	100%	48	100%	29	100%		

TABELA IV-A - Quanto as orientações aos beneficiários

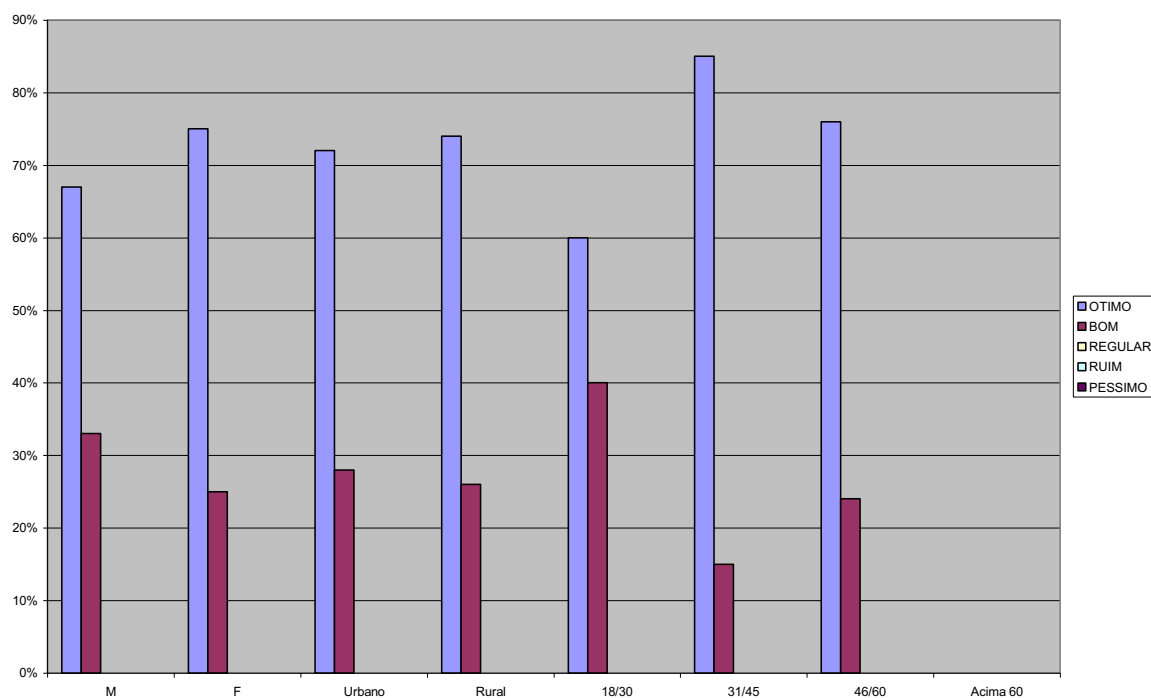


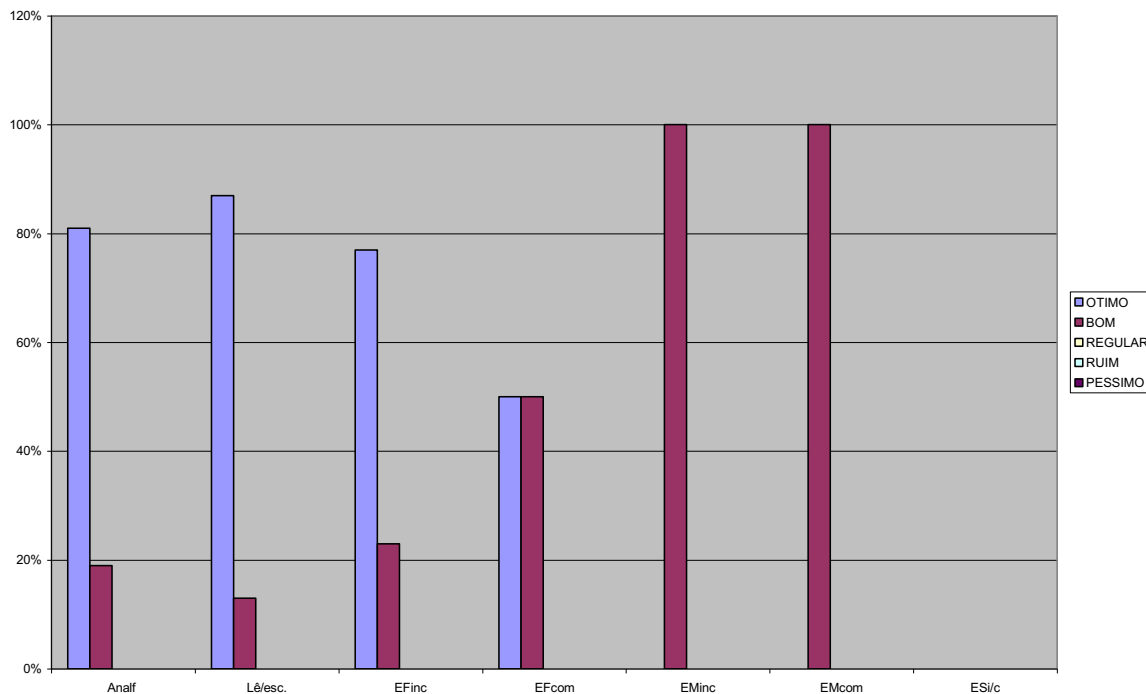
GRAFICO IV-A - Quanto as orientações aos beneficiários

No serviço de orientações ao beneficiários, pode-se observar um serviço de ótima qualidade, visto que tanto homens (67%) quanto mulheres (75%), tanto na zona urbana com 72%,

quanto na zona rural com 74%, em todas a faixa etárias estudadas, de 18 a 30 anos, 60%, 31 a 45 anos, 85% e 46 a 60 anos, 76%, avaliaram o serviço como de ótima qualidades. A avaliação do serviço como BOM, se resume ao restante das porcentagens. Como podemos observar na tabela abaixo. (VER TABELA IV-A)

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	21	81%	47	87%	23	77%	4	50%						
<b>BOM</b>	5	19%	7	13%	7	23%	4	50%	9	100%	3	100%		
<b>REGULAR</b>														
<b>RUIM</b>														
<b>PESSIMO</b>														
<b>TOTAL</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	3	100%	0	

**TABELA IV-B - Quanto as orientações aos beneficiários**



**GRAFICO IV-B- Quanto as orientações aos beneficiários**

Quanto ao grau de escolaridade, avaliaram o serviço como ÓTIMO: do total dos analfabetos 81% , 87% dos que lê e escreve, 77% dos que tem o ensino fundamental incompleto e

50% do que concluíram o ensino fundamental. O serviço foi avaliado como BOM por 19% dos analfabetos, 13% dos que Lê e escreve, 23% dos que tem ensino fundamental incompleto, 50% dos que concluíram o ensino fundamental, e 100% dos ensino médio incompleto e completo. (VER TABELA IV-B)

	Renda						TIPO DE BENEFICIO											
	sem renda		menor1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>ÓTIMO</b>	62	71%	33	83%			1	11%	2	13%	6	55%	27	100%	30	100%	29	91%
<b>BOM</b>	25	29%	7	17%	3	100%	9	89%	14	87%	5	45%					3	9%
<b>REGULAR</b>																		
<b>RUIM</b>																		
<b>PESSIMO</b>																		
<b>TOTAL</b>	87	100%	40	100%	3		10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%

TABELA IV-C- Quanto as orientações aos beneficiários

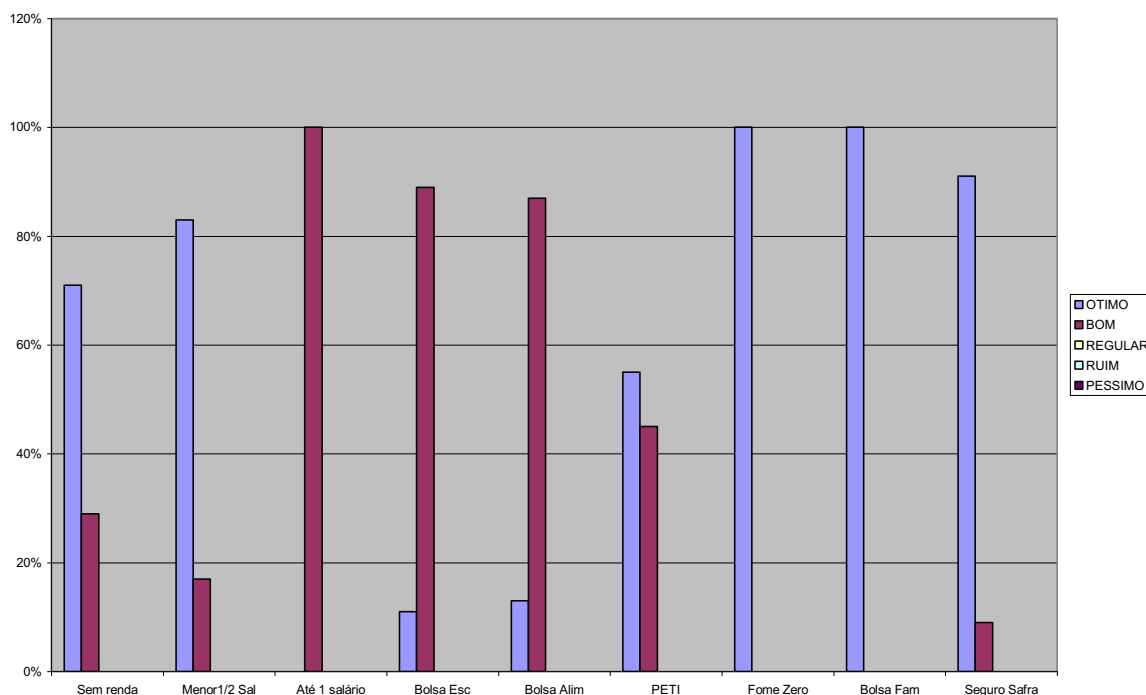


GRAFICO IV-C - Quanto as orientações aos beneficiários

Na questão proposta acima, 71% dos entrevistados não tem renda e 83% tem renda menor que ½ salário que responderam que o serviço é ÓTIMO, e o restante, 29% dos analfabetos, 17% dos

que recebem menos de ½ salário e 100% dos que recebem até um salário, avaliaram como BOM as orientações ao beneficiários.

Quanto ao tipo de benefício, houve uma oscilação de avaliação entre ÓTIMO e BOM, conforme podemos observar na tabela (VER TABELA IV-C).

### 5.1.5- QUESTÃO 7.3- QUANTO ÀO SERVIÇO DE PAGAMENTO

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>ÓTIMO</b>																	
<b>BOM</b>																	
<b>REGULAR</b>																	
<b>RUIM</b>	9			9	9%	9	21%			2	4%	4	8%	3	10%		
<b>PESSIMO</b>	121	30	100%	91	91%	34	79%	87	100%	51	96%	44	92%	26	90%		
<b>TOTAL</b>	130	30	100%	100	100%	43	100%	87	100%	53	100%	48	100%	29	100%	0	

TABELA V-A - Quanto ao serviço de pagamento

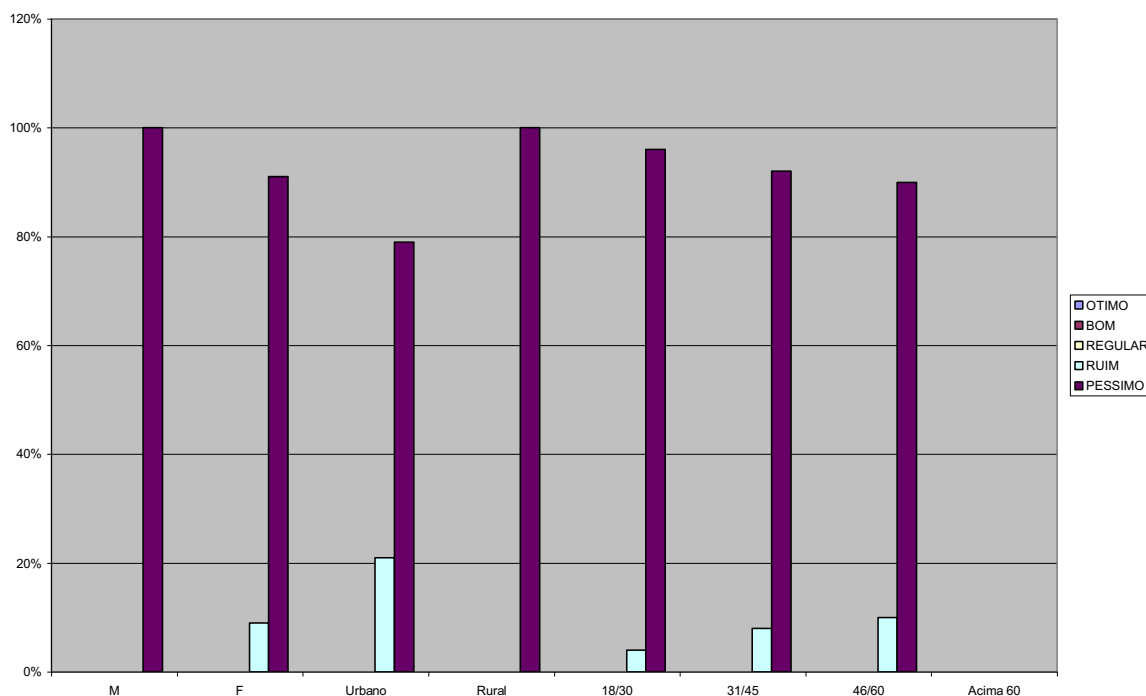


GRAFICO V-A - Quanto ao serviço de pagamento

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>														
<b>BOM</b>														
<b>REGULAR</b>														
<b>RUIM</b>	2	8%	5	9%	2	7%								
<b>PESSIMO</b>	24	92%	49	91%	28	93%	8	100%	9	100%	3	100%	0	0%
<b>TOTAL</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	3	100%	0	0%

TABELA V-B – Quanto ao serviço de pagamento

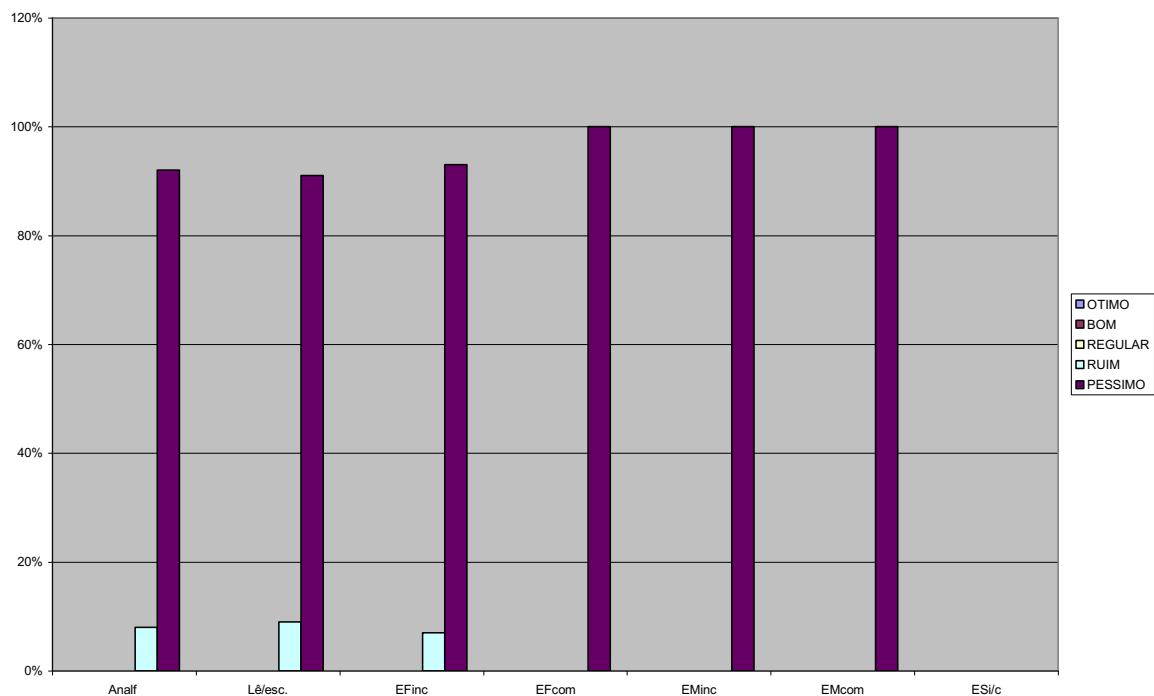


GRAFICO V-B- Quanto ao serviço de pagamento

	Renda						TIPO DE BENEFICIO												
	sem renda		menor1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
<b>OTIMO</b>																			
<b>BOM</b>																			
<b>REGULAR</b>																			
<b>RUIM</b>			8	25%	1	34%	2	20%	1	3%	3	27%							
<b>PESSIMO</b>	87	100%	34	85%	2	66%	8	80%	15	97%	8	73%	27	100%	30	100%	32	100%	
<b>TOTAL</b>	87	100%	42	100%	3	100%	10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%	

TABELA V-C- quanto ao serviço de pagamento

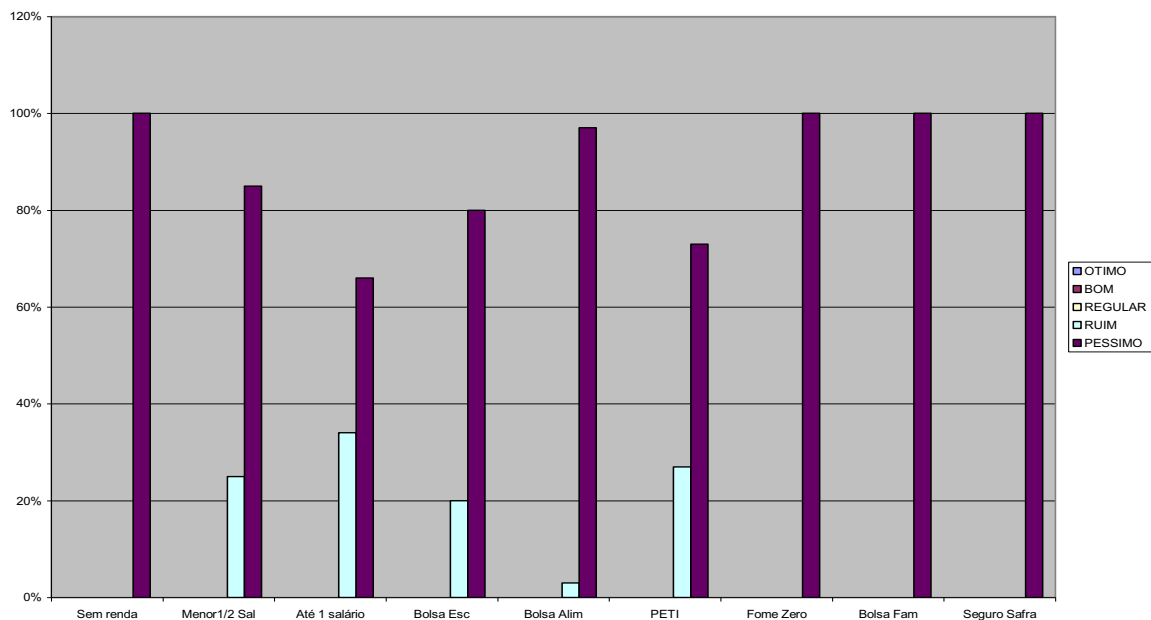


GRAFICO V-C - Quanto ao serviço de pagamento

Observou-se que o serviço de pagamento ao beneficiário é de baixíssima qualidade, onde a grande maioria classificou como PÉSSIMO esse serviço, em todas as variáveis estudadas, como vistos nos números abaixo mostrados nas tabelas. (VER TABELAS V-A, V-B e V-C)



## 5.1.6- QUESTAO 7.4- QUANTO AO SERVIÇO DE RECLAMAÇÃO

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	<b>74</b>	<b>4</b>	<b>13%</b>	<b>70</b>	<b>70%</b>	<b>23</b>	<b>53%</b>	<b>52</b>	<b>60%</b>	<b>32</b>	<b>63%</b>	<b>25</b>	<b>52%</b>	<b>17</b>	<b>60%</b>		<b>74</b>
<b>BOM</b>	<b>38</b>	<b>18</b>	<b>60%</b>	<b>20</b>	<b>20%</b>	<b>13</b>	<b>30%</b>	<b>25</b>	<b>30%</b>	<b>15</b>	<b>28%</b>	<b>17</b>	<b>34%</b>	<b>6</b>	<b>20%</b>		<b>38</b>
<b>REGULAR</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>27%</b>	<b>10</b>	<b>10%</b>	<b>7</b>	<b>17%</b>	<b>10</b>	<b>10%</b>	<b>6</b>	<b>9%</b>	<b>6</b>	<b>14%</b>	<b>6</b>	<b>20%</b>		<b>18</b>
<b>RUIM</b>																	
<b>PESSIMO</b>																	
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	<b>130</b>

TABELA VI-A – Quanto ao serviço de reclamação

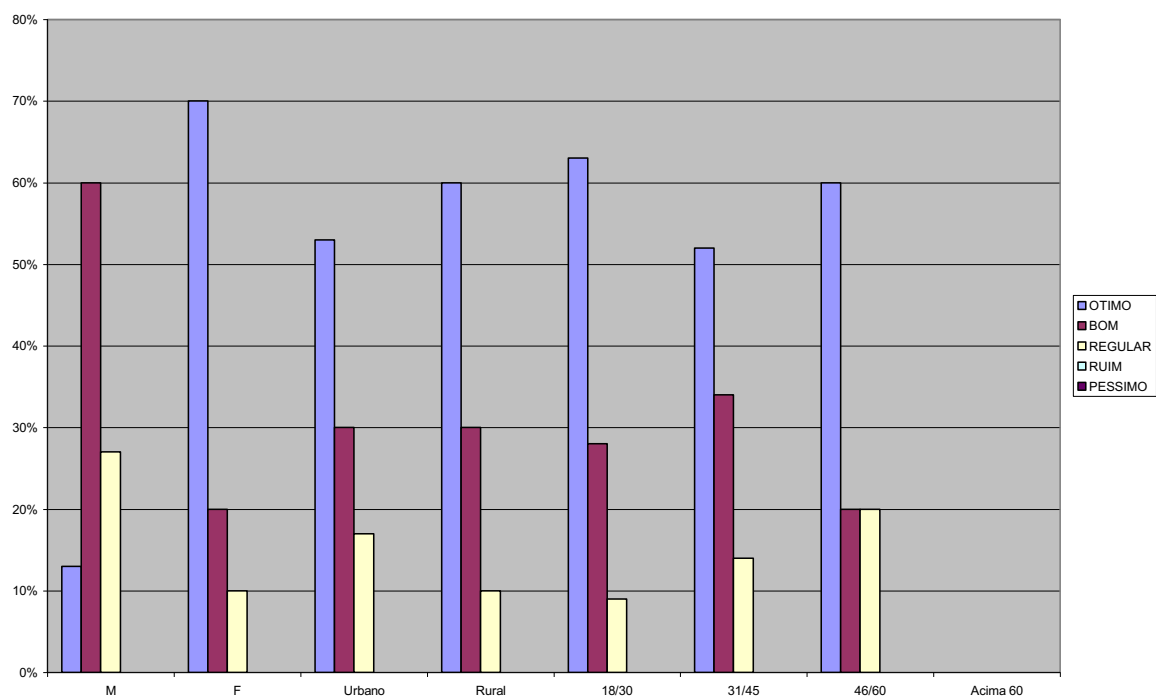


GRAFICO VI-A - Quanto ao serviço de reclamação

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	19	73%	32	59%	23	77%								
<b>BOM</b>	7	27%	18	33%	7	23%	4	50%	4	45%				
<b>REGULAR</b>			4	8%			4	50%	5	55%	3	100%		
<b>RUIM</b>														
<b>PESSIMO</b>														
<b>TOTAL</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	3	100%	0	

TABELA VI-B – Quanto ao serviço de reclamação

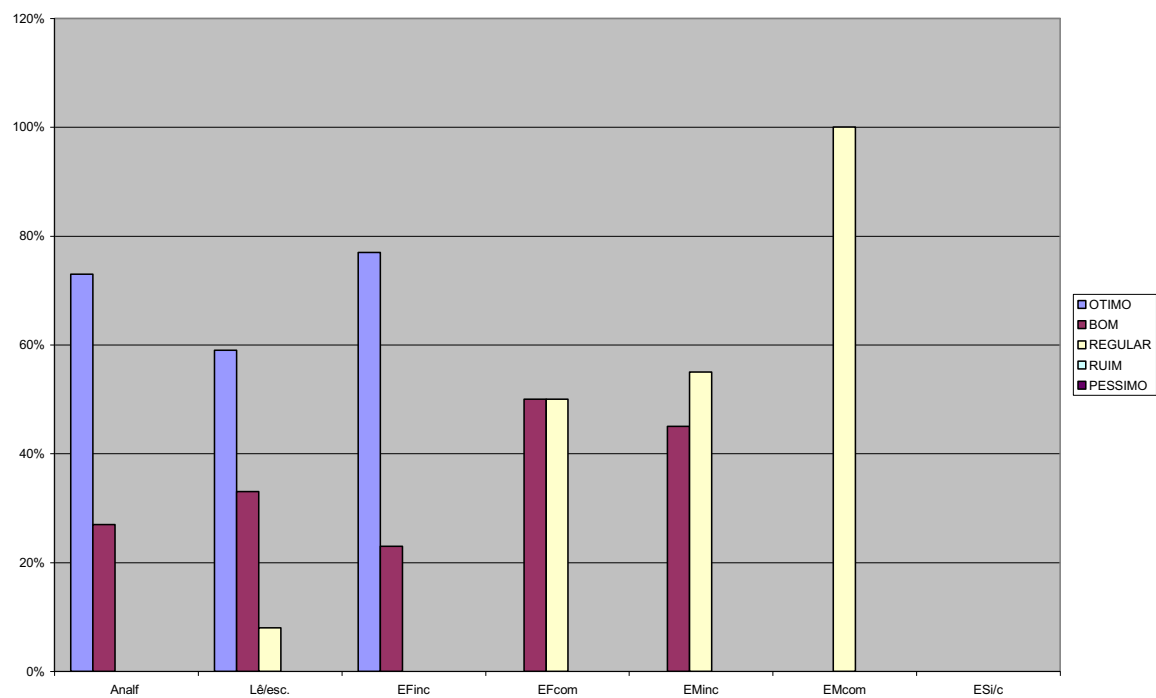
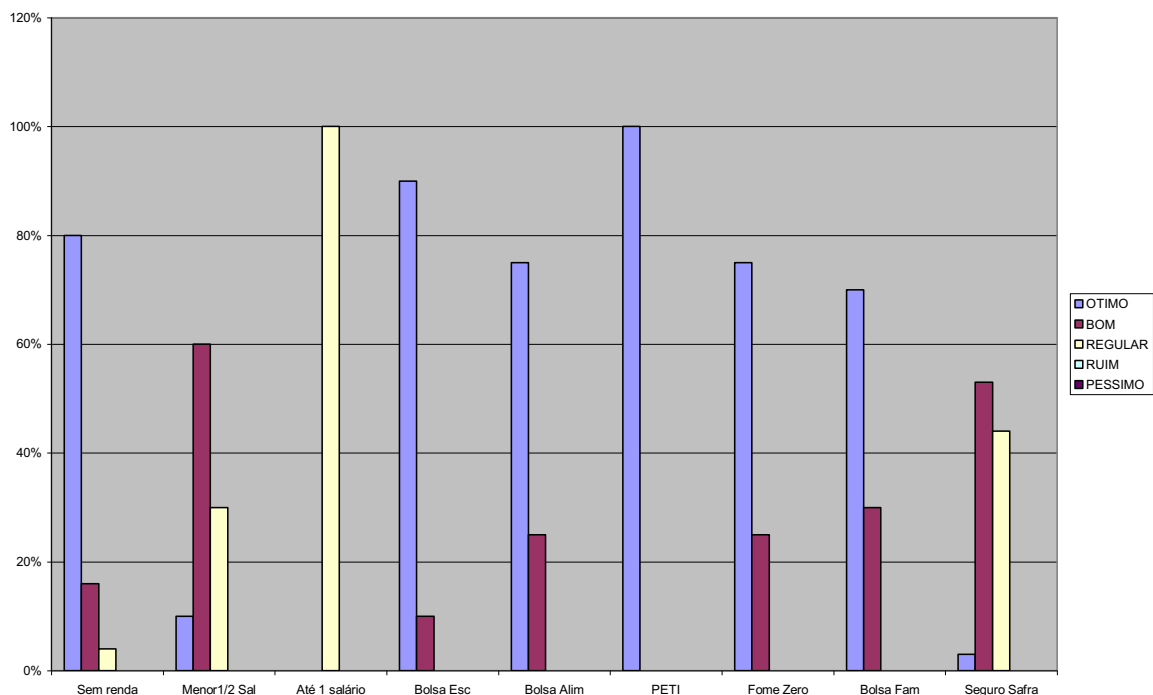


GRAFICO VI-B- Quanto ao serviço de reclamação

	Renda						TIPO DE BENEFICIO											
	sem renda		menor1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	70	80%	4	10%			9	90%	12	75%	11	100%	20	75%	21	70%	1	3%
<b>BOM</b>	14	16%	24	60%			1	10%	4	25%			7	25%	9	30%	17	53%
<b>REGULAR</b>	3	4%	12	30%	3	100%											14	44%
<b>RUIM</b>																		
<b>PESSIMO</b>																		
<b>TOTAL</b>	87	100%	40	100%	3	100%	10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%

**TABELA VI-C- Quanto ao serviço de reclamação**



**GRÁFICO IV-C- Quanto ao serviço de reclamação**

O serviço de reclamação foi avaliado como viável, de acordo com os índices mostrados nas tabelas e gráficos acima.

### 5.1.7- QUESTAO 7.5- QUANTO A FACILIDADE DE CONTATO POR TELEFONE

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	65	15	50%	50	50%	17	40%	48	55%	21	40%	35	73%	9	31%		65
<b>BOM</b>	46	11	36%	35	35%	13	30%	33	38%	24	45%	6	13%	16	55%		46
<b>REGULAR</b>	19	4	14%	15	15%	13	30%	6	7%	8	15%	7	14%	4	14%		19
<b>RUIM</b>																	
<b>PESSIMO</b>																	
<b>TOTAL</b>	130	30	100%	100	100%	43	100%	87	100%	53	100%	48	100%	29	100%		130

TABELA VII-A – Facilidade de contato por telefone

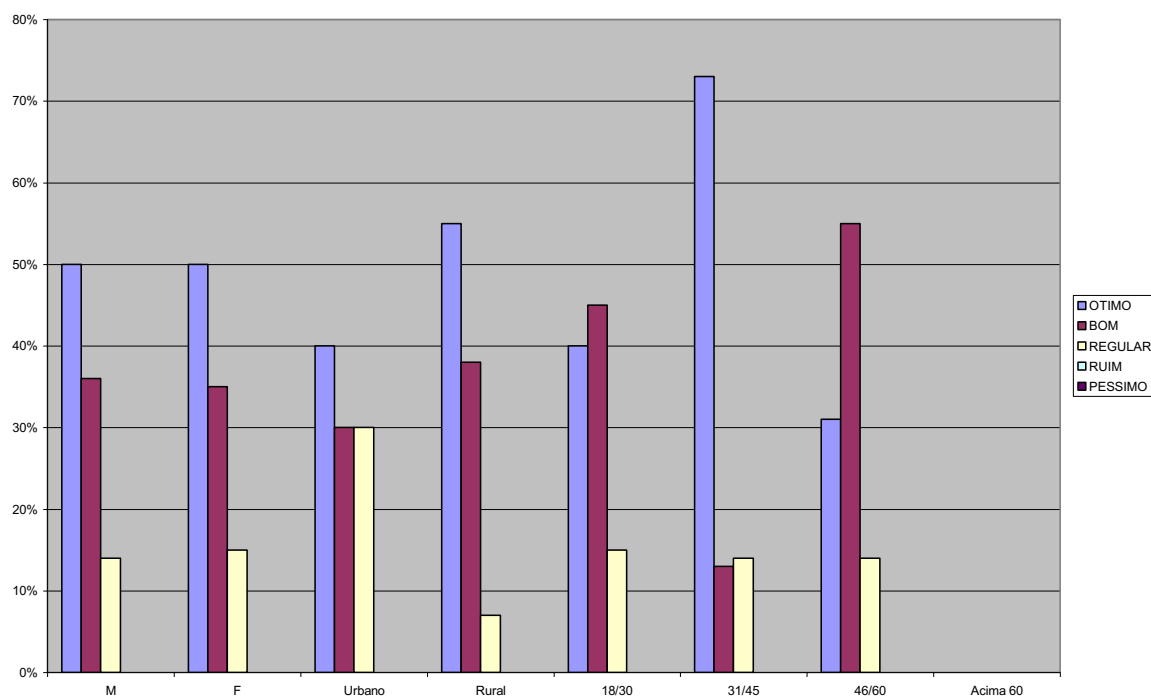
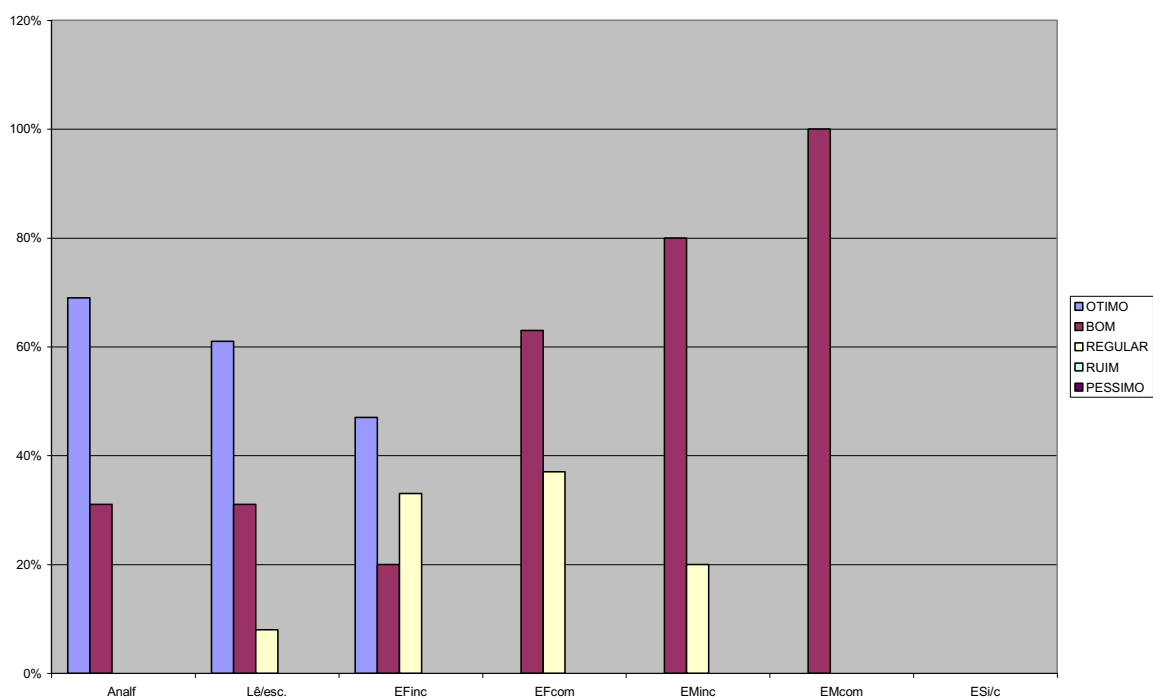


GRAFICO VII-A- quanto a facilidade de contato por telefone

O contato por telefone, pelo observado, é muito utilizados pelos beneficiários, em todas as categorias e variáveis. Podemos observar isto pelas tabelas e gráfico apresentados. (VER TABELAS VII-A, VII-B E VII-C)

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	18	69%	33	61%	14	47%								
<b>BOM</b>	8	31%	17	31%	6	20%	5	63%	7	80%	3	100%		
<b>REGULAR</b>			4	8%	10	33%	3	37%	2	20%				
<b>RUIM</b>														
<b>PESSIMO</b>														
<b>TOTAL</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	3	100%	0	0%

**TABELA VII-B – Quanto a facilidade de contato por telefone**



**GRAFICO VII-B -Quanto a facilidade de contato por telefone**

Aqui podemos observar que este serviço é mais utilizado por pessoas de mais instrução escolar . (VER TABELA E GRÁFICO VII-B).

	Renda						TIPO DE BENEFICIO											
	sem renda		menor1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	50	58%	14	35%	1	34%	7	70%	10	62%			16	59%	20	67%	12	38%
<b>BOM</b>	30	34%	16	40%			3	30%		38%	5	45%	8	29%	10	33%	20	62%
<b>REGULAR</b>	7	8%	10	25%	2	66%			6		6	55%	3	12%				
<b>RUIM</b>																		
<b>PESSIMO</b>																		
<b>TOTAL</b>	87		40	100%	3	100%	10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%

TABELA VII-C- quanto a facilidade de contato por telefone

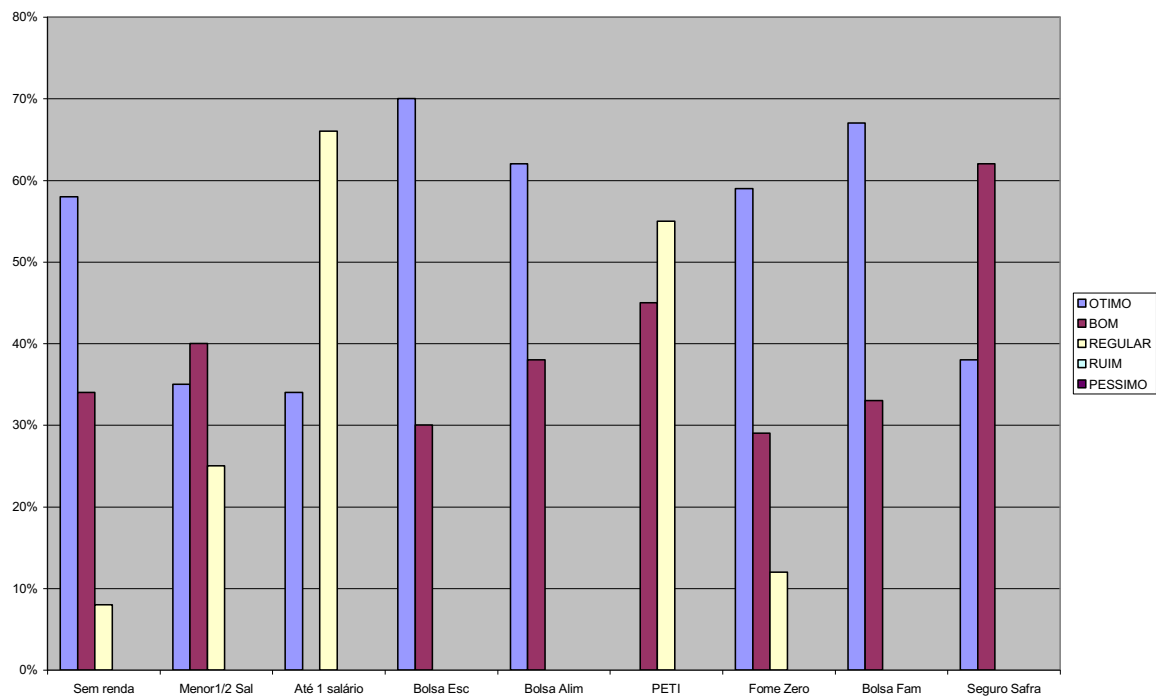


GRAFICO VII-C- Quanto a facilidade de contato por telefone

### 5.1.8- QUESTAO 9.1- QUANTO AO VALOR DO BENEFICIO

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	72	8	27%	64	64%	32	74%	40	46%	29	55%	30	63%	13	45%		
<b>BOM</b>	35	20	67%	15	15%			35	40%	19	36%	16	33%				
<b>REGULAR</b>	23	2	6%	21	21%	11	26%	12	14%	9	9%	2	4%	16	55%		
<b>RUIM</b>																	
<b>PESSIMO</b>																	
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	

TABELA VIII-A – quanto ao valor do beneficio

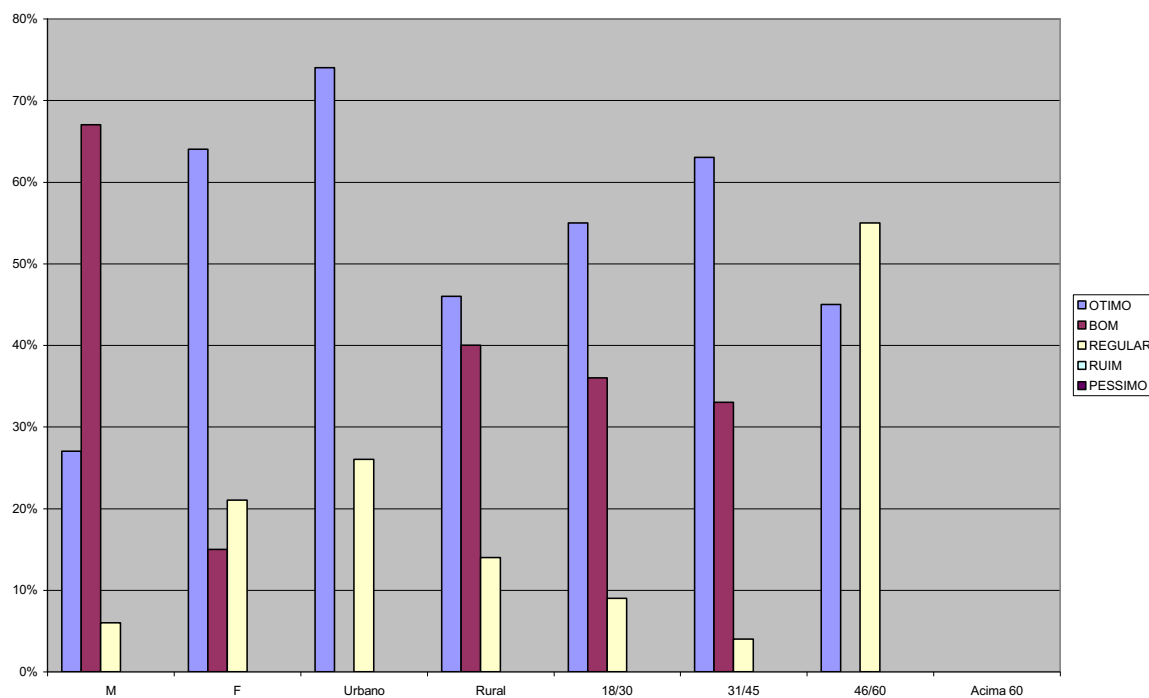


GRAFICO VIII-A- Quanto ao valor do beneficio

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	16	62%	28	52%	15	50%	5	63%	6	67%	2	67%		
<b>BOM</b>	10	38%	20	37%	5	17%		37%						
<b>REGULAR</b>			6	11%	10	33%	3		3	33%	1	33%		
<b>RUIM</b>														
<b>PESSIMO</b>														
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	

TABELA VIII-B – Quanto ao valor do beneficio

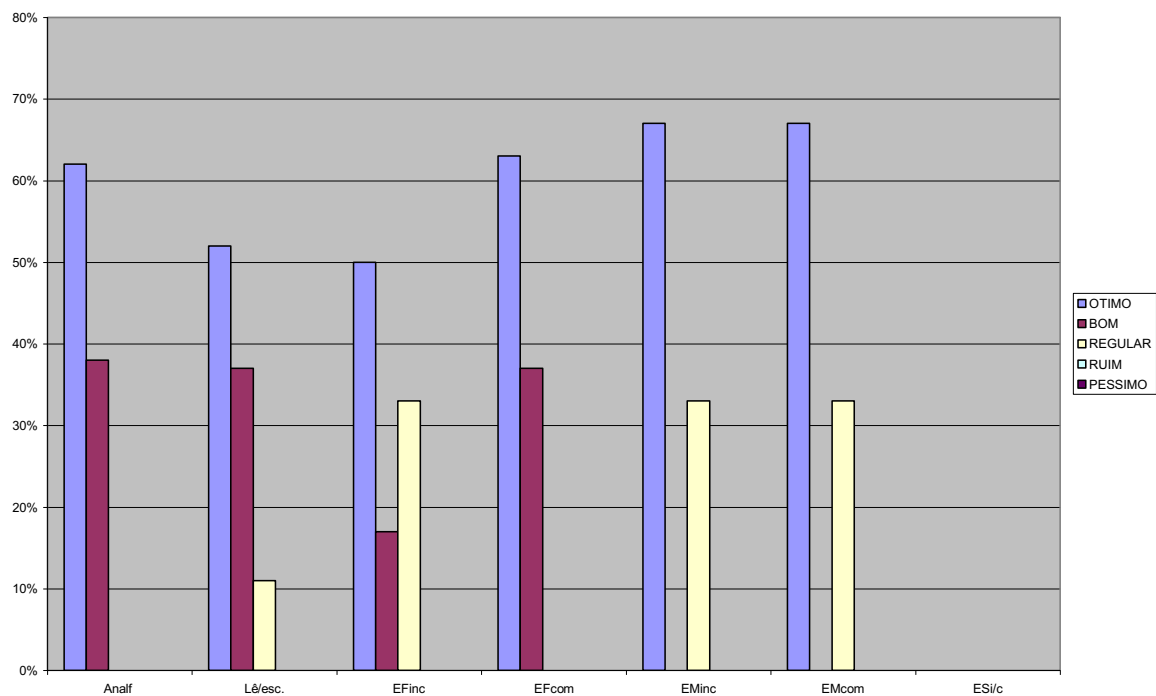


GRAFICO VIII-B- Quanto ao valor do beneficio



	Renda						TIPO DE BENEFICIO											
	sem renda		menor1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	56	64%	15	38%	1	33%	2	20%		44%			20	74%	23	77%	20	91%
<b>BOM</b>	27	31%	8	19%			8	80%	7	56%	6	55%	7	26%	4	13%	3	9%
<b>REGULAR</b>	4	5%	17	43%	2	67%			9		5	45%			3	10%		
<b>RUIM</b>																		
<b>PESSIMO</b>																		
<b>TOTAL</b>	87	100%	40	100%	3	100%	10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%

TABELA VIII-C – Quanto ao valor do benefício

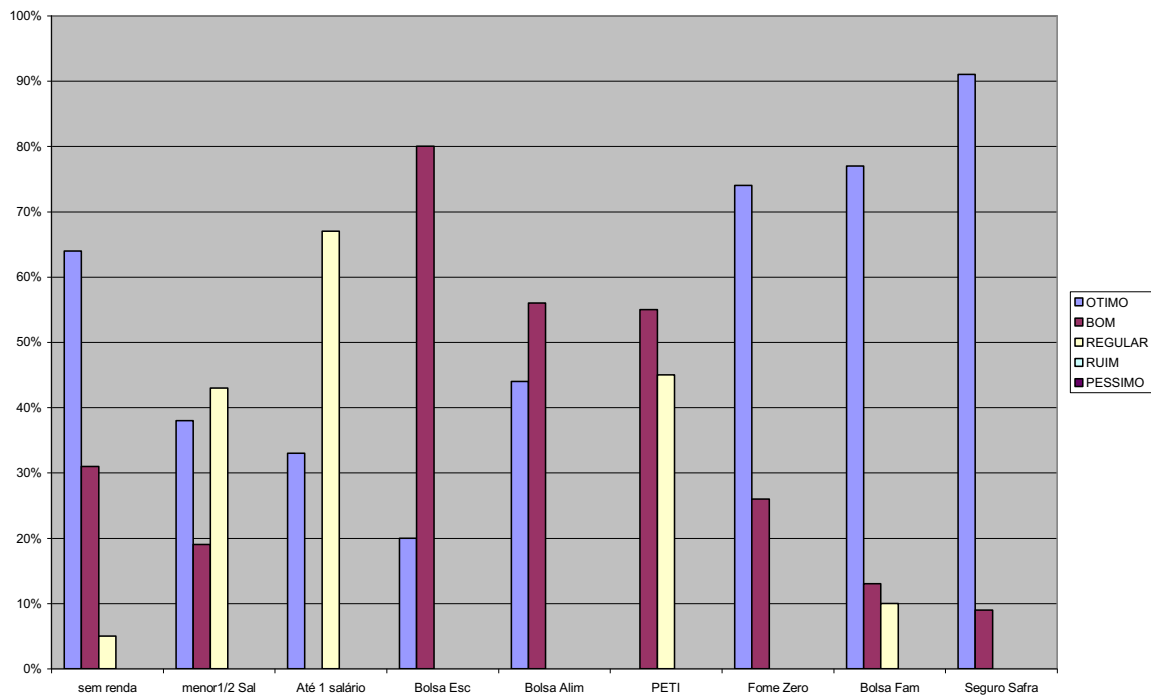


GRAFICO VIII-C - Quanto ao valor do benefício

O valor dos benefícios são considerados **ÓTIMO** e **BOM** pela grande maioria dos beneficiários, em relação a todas as variáveis estudadas. Tanto a população rural como urbana, em todas as faixas etárias, quanto a escolaridade, quanto a renda e ao tipo de benefício recebido.(VER TABELAS X-A, X-B e X-C)

### 5.1.9- QUESTAO 9.2- QUANTO AO RENDIMENTO ESCOLAR

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	<b>70</b>	2	7%	68	68%	26	60%	44	51%	30	57%	27	58%	13	45%		70
<b>BOM</b>	<b>38</b>	15	50%	23	23%	13	30%	25	29%	20	38%	10	20%	8	27%		38
<b>REGULAR</b>	<b>22</b>	13	43%	9	9%	4	10%	18	20%	3	5%	11	22%	8	27%		22
<b>RUIM</b>																	
<b>PESSIMO</b>																	
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	3	100%	100	100%	43	100%	87	100%	53	100%	48	100%	29	100%	0	130

TABELA IX-A – quanto ao rendimento escolar

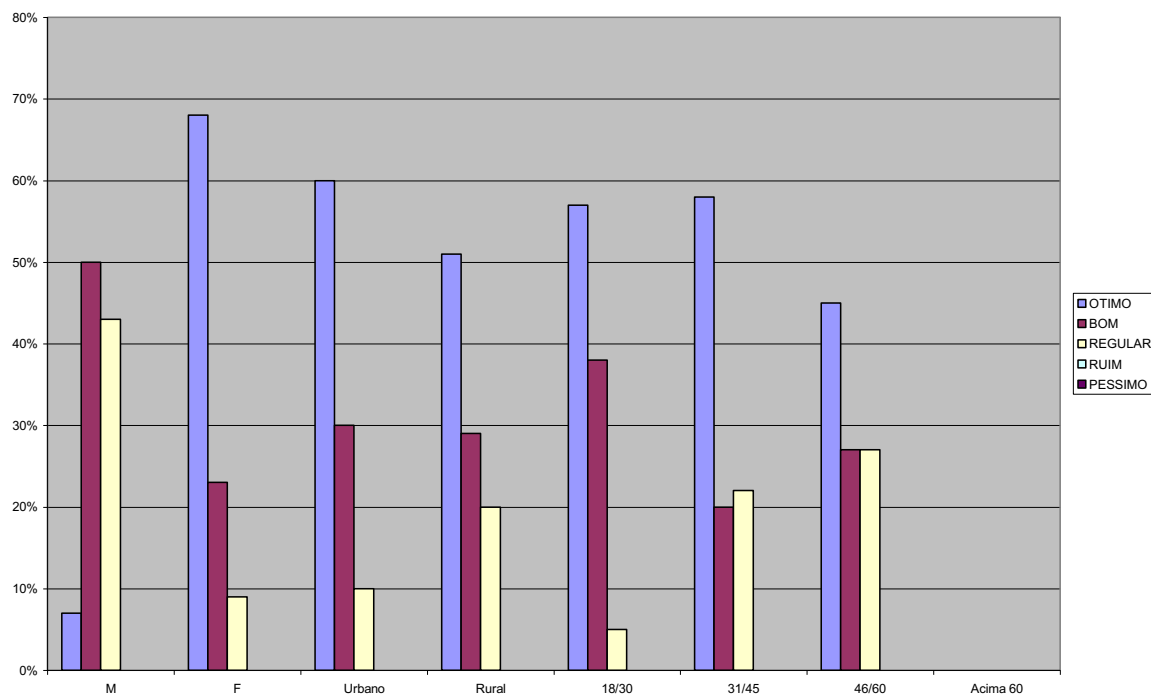
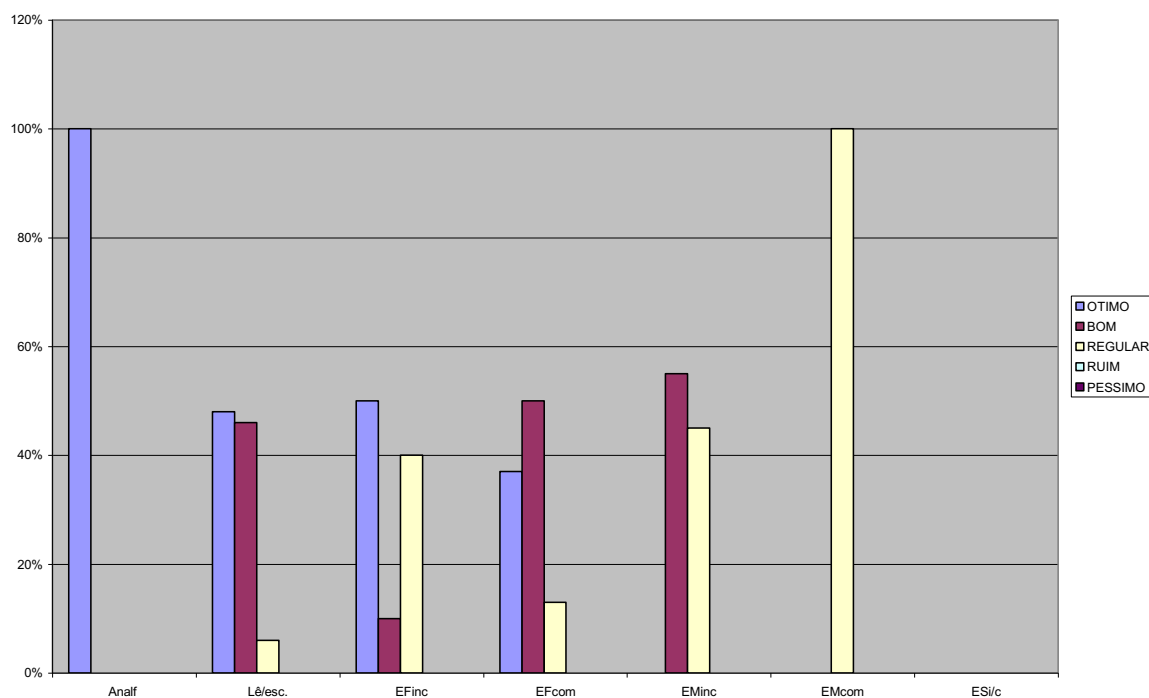


GRAFICO IX-A - quanto ao rendimento escolar

Em relação ao rendimento escolar dos filhos, do total do sexo feminino, 68% classificam como OTIMO, 23% como BOM, e 9% como REGULAR; já os do sexo masculino responderam: 7% OTIMO, 50% BOM, e 43% REGULAR. Observa-se também, que a zona urbana e rural mantém um índice satisfatório, como também pela faixa etária.

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	26	100%	26	48%	15	50%	3	37%						
<b>BOM</b>			25	46%	4	10%	4	50%	5	55%				
<b>REGULAR</b>			3	6%	11	40%	1	13%	4	45%	3	100%		
<b>RUIM</b>														
<b>PESSIMO</b>														
<b>TOTAL</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	3	100%	0	

**TABELA IX-B – Quanto ao rendimento escolar**

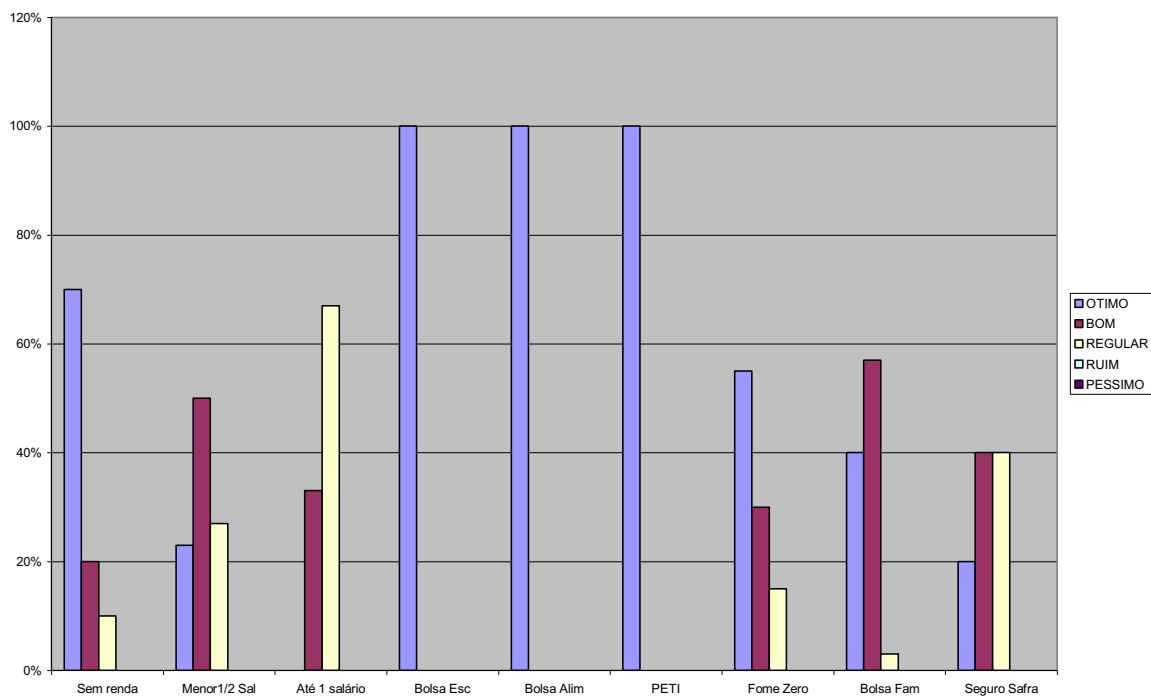


**GRAFICO IX-B- Quanto ao rendimento escolar**

Em relação a escolaridade dos responsáveis, estes classificam que o rendimento escolar de seus filhos aumentaram bastante, deste a implantação dos programas sociais. (VER TABELA IX-B)

	Renda						TIPO DE BENEFICIO											
	sem renda		menor1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>ÓTIMO</b>	61	70%	9	23%			10	100%	16	100%	11	100%	15	55%	12	40%	6	20%
<b>BOM</b>	17	20%	20	50%	1	33%							8	30%	17	57%	13	40%
<b>REGULAR</b>	9	10%	11	27%	2	67%							4	15%	1	3%	13	40%
<b>RUIM</b>																		
<b>PESSIMO</b>																		
<b>TOTAL</b>	87	100%	40	100%	3	100%	10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%

**TABELA IX-C- Quanto ao rendimento escolar**



**GRAFICO IX-C - Quanto ao rendimento escolar**

Quanto a renda da família, os que não tem renda classificam como ÓTIMO, 70%, como BOM, 20% e como REGULAR apenas 10%. As famílias que tem como renda até menos de 1/2 salário, opinou por ÓTIMO, 23%, BOM, 50% e REGULAR 27%. Dos que recebem até um salário: 33% classificou como BOM e 67% como REGULAR, leva-se em consideração que o total deste é de apenas 2,3% do total dos entrevistados. (VER TABELA IX-C)

### 5.1.10- QUESTAO 9.3- QUANTO À MELHORIA DA ALIMENTAÇÃO DA FAMILIA

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>ÓTIMO</b>	72	8	27%	64	64%	32	74%	40	46%	29	55%	30	63%	13	45%		72
<b>BOM</b>	35	20	67%	15	15%			35	40%	19	36%	16	33%				35
<b>REGULAR</b>	23	2	6%	21	21%	11	26%	12	14%	9	9%	2	4%	16	55%		23
<b>RUIM</b>																	
<b>PESSIMO</b>																	
<b>TOTAL</b>	130	30	100%	100	100%	43	100%	43	100%	53	100%	48	100%	29	100%	0	130

TABELA X-A – Quanto a melhoria da alimentação da família

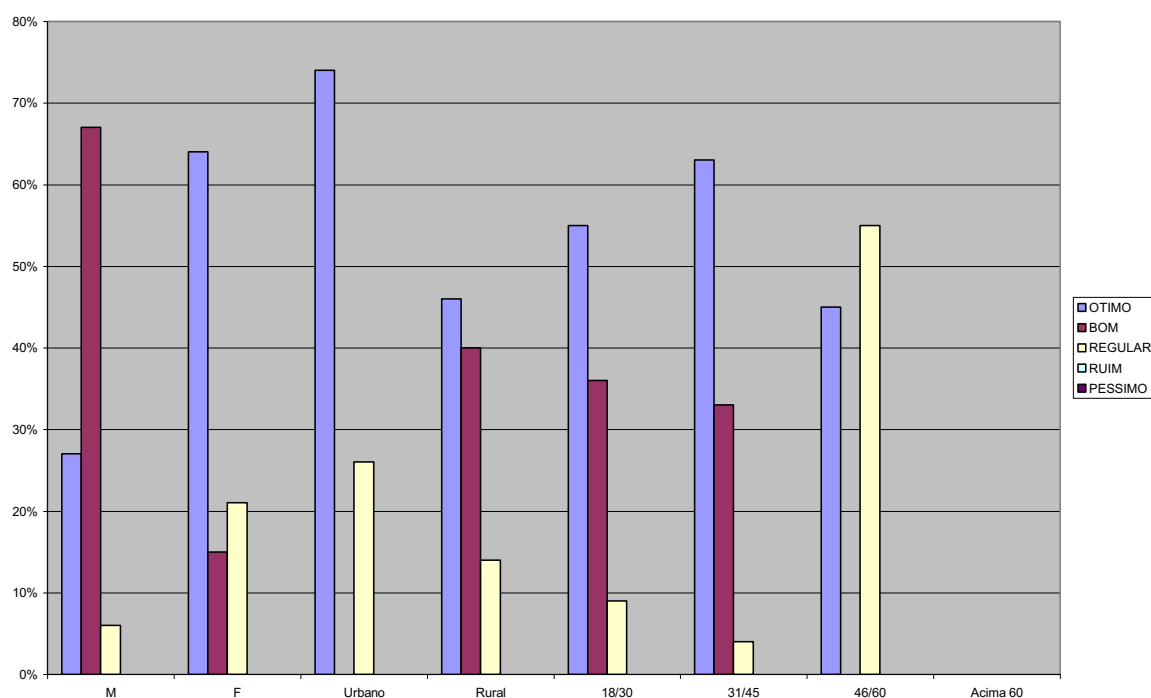


GRAFICO X-A- Quanto a melhoria da alimentação da família

Têm-se esta questão com um dos pontos culminantes deste relatório, pois o objetivo dos programas sociais é a melhoria da alimentação familiar, portanto é satisfatório o resultado da amostra. Pode-se observar que em todas as variáveis foram consideradas ÓTIMO e BOM em sua grande parcela da amostra. (VER TABELA X-A, X-B e X-C)

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	16	62%	28	52%	15	50%	5	63%	6	67%	2	67%		
<b>BOM</b>	10	38%	20	37%	5	17%		37%						
<b>REGULAR</b>			6	11%	10	33%	3		3	33%	1	33%		
<b>RUIM</b>														
<b>PESSIMO</b>														
<b>TOTAL</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	3	100%	0	

TABELA X-B – quanto a melhoria da alimentação da família

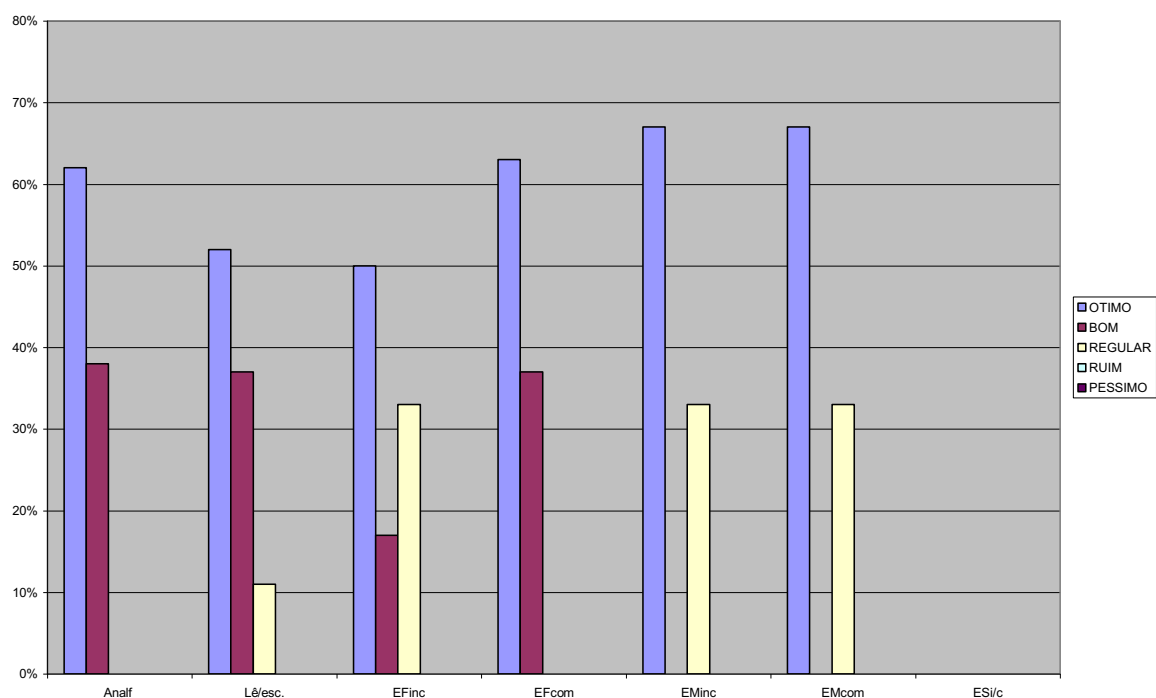
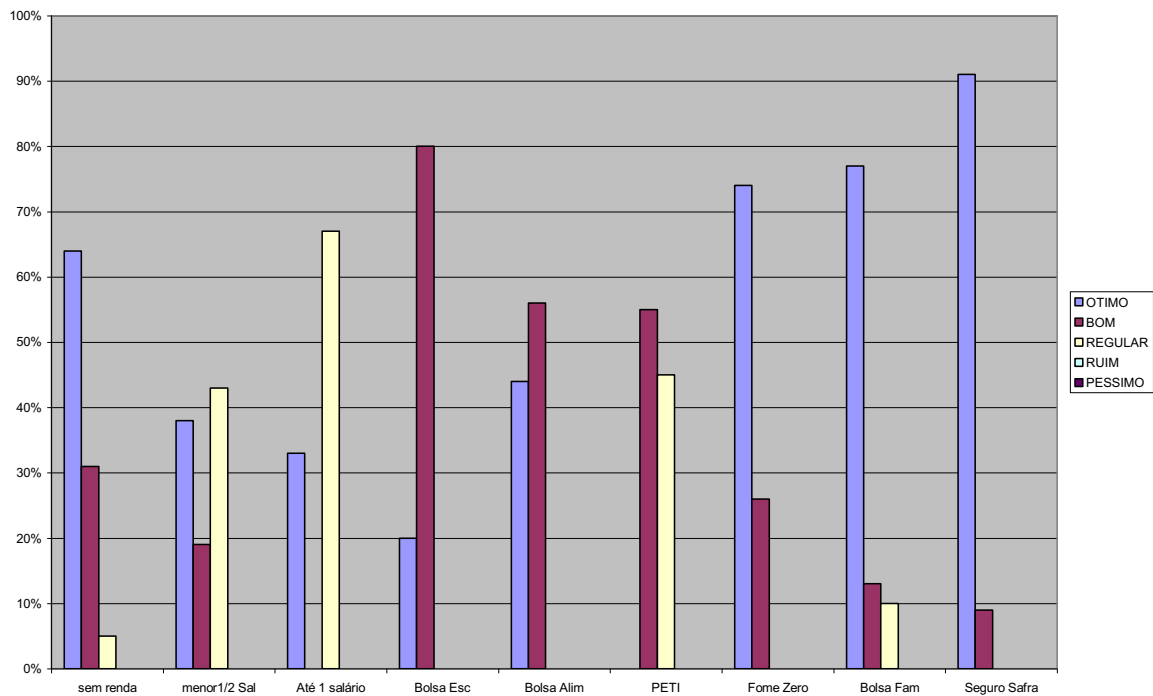


GRAFICO X-B- Quanto a melhoria da alimentação da família

	Renda						TIPO DE BENEFICIO											
	sem renda		menor1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	56	64%	15	38%	1	33%	2	20%		44%			20	74%	23	77%	20	91%
<b>BOM</b>	27	31%	8	19%			8	80%	7	56%	6	55%	7	26%	4	13%	3	9%
<b>REGULAR</b>	4	5%	17	43%	2	67%			9		5	45%			3	10%		
<b>RUIM</b>																		
<b>PESSIMO</b>																		
<b>TOTAL</b>	87	100%	40	100%	3	100%	10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%

**TABELA X-C – Quanto a melhoria da alimentação da família**



**GRAFICO X-C- Quanto a melhoria da alimentação da família**

### 5.1.11- QUESTAO 9.4- QUANTO AOS PROGRAMAS DE GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
<b>OTIMO</b>	65	15	50%	50	50%	17	40%	48	55%	21	40%	35	73%	9	31%		
<b>BOM</b>	46	11	36%	35	35%	13	30%	33	38%	24	45%	6	13%	16	55%		
<b>REGULAR</b>	19	4	14%	15	15%	13	30%	6	7%	8	15%	7	14%	4	14%		
<b>RUIM</b>																	
<b>PESSIMO</b>																	
<b>TOTAL</b>	130	30	100%	100	100%	43	100%	87	100%	53	100%	48	100%	29	100%		0%

TABELA XI-A – quantos aos Programas de Geração de Emprego e Renda

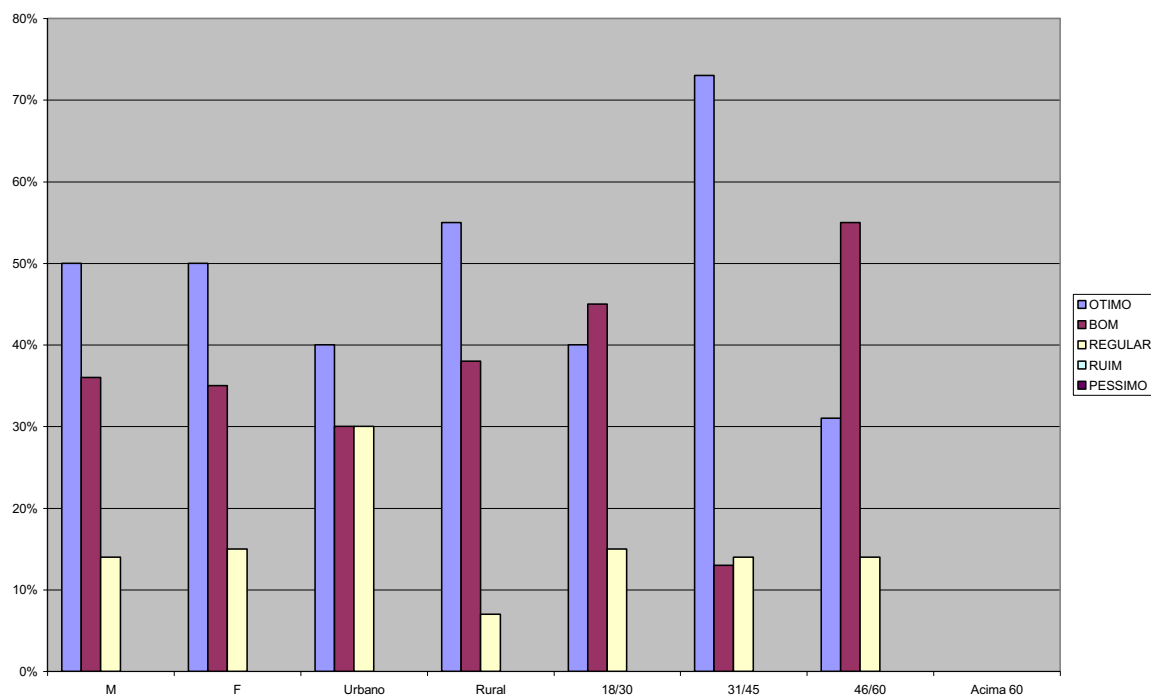


GRAFICO XI-A- Quanto aos Programas de Geração de Emprego e Renda

A questão 9.4 também é de grande relevância, pois também é uma das premissas dos programas assistenciais. Os índices de satisfação revela que tanto homens como mulheres, da área urbana e rural, nas faixas etárias acima classificaram como ÓTIMO e BOM em índices proporcionais ao tamanho da amostra estudada, salientando que 30% deste total na zona urbana consideraram



REGULAR, visto que os programas vêm diretamente direcionados aos agricultores, (VER TABELA XI-A)

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	18	69%	33	61%	14	47%								
<b>BOM</b>	8	31%	17	31%	6	20%	5	63%	7	80%	3	100%		
<b>REGULAR</b>			4	8%	10	33%	3	37%	2	20%				
<b>RUIM</b>														
<b>PESSIMO</b>														
<b>TOTAL</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	3	100%	0	0%

TABELA XI-B – quanto aos Programas de Geração de Emprego e Renda

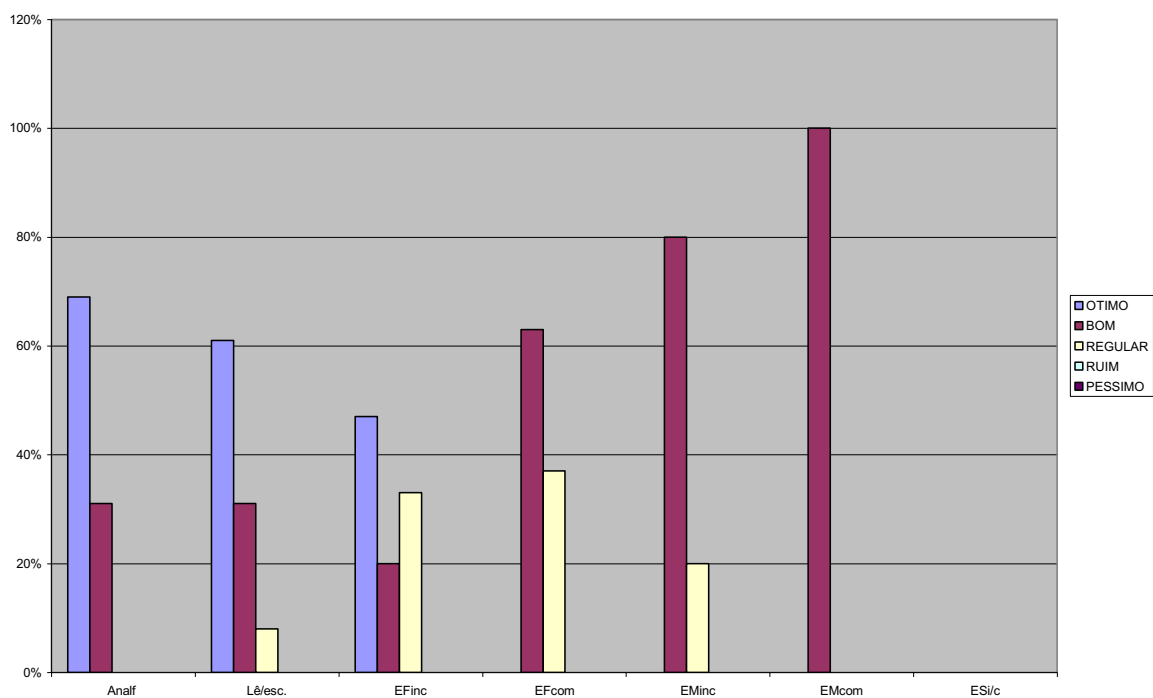


GRAFICO XI-B- Quanto aos Programas de Geração de Emprego e Renda

Observa-se que para os beneficiários de escolaridade: analfabetos, lê/escreve e ensino fundamental incompleto, este item foi mais proveitoso, visto que consideram como ÓTIMO: 69% dos analfabetos, 61% dos que lê e escreve e 47% dos que têm ensino fundamental incompleto. E consideraram BOM: 31% dos analfabetos, 31% dos que lê e escreve, 20% dos que fizeram o

fundamental incompleto, 63% dos que têm o ensino fundamental completo, 80% dos que fizeram o médio incompleto e 100% dos que concluíram o ensino médio. vale salientar, mais uma vez, que estas últimas três categorias tem uma parcela menor que 15% do total dos entrevistados. (VER TABELA XI-B).

	Renda						TIPO DE BENEFICIO											
	sem renda		menor1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	50	58%	14	35%	1	34%	7	70%	10	62%			16	59%	20	67%	12	38%
<b>BOM</b>	30	34%	16	40%			3	30%		38%	5	45%	8	29%	10	33%	20	62%
<b>REGULAR</b>	7	8%	10	25%	2	66%			6		6	55%	3	12%				
<b>RUIM</b>																		
<b>PESSIMO</b>																		
<b>TOTAL</b>	87		40	100%	3	100%	10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%

TABELA XI-C – Quanto aos Programas de Geração de Emprego e Renda

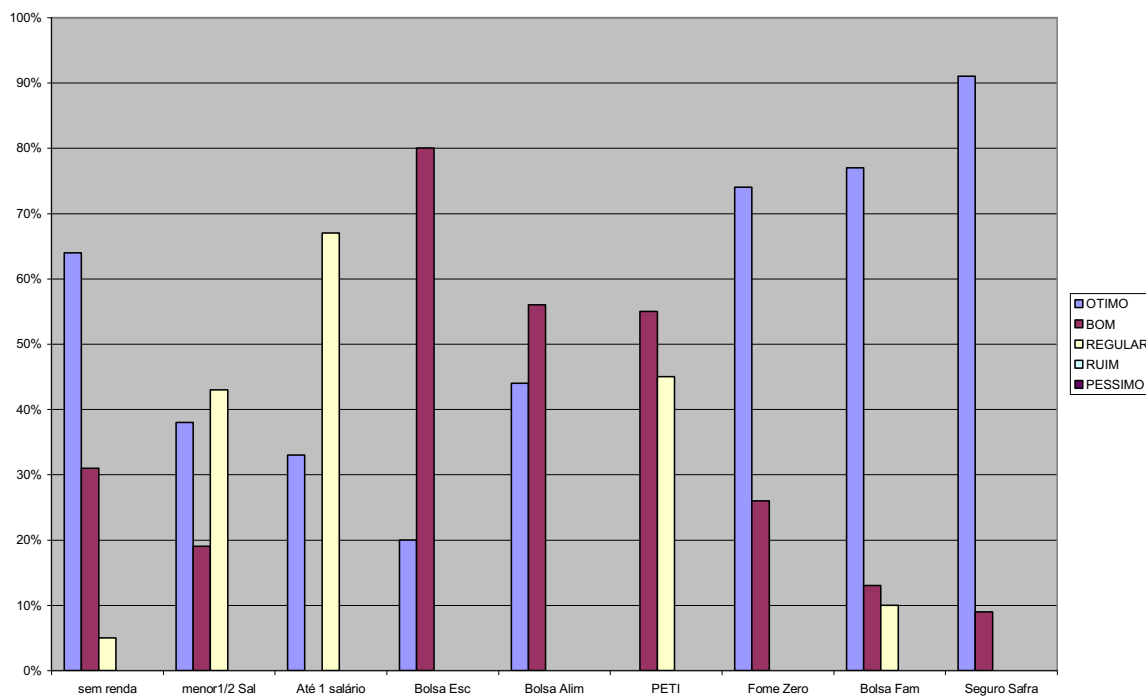


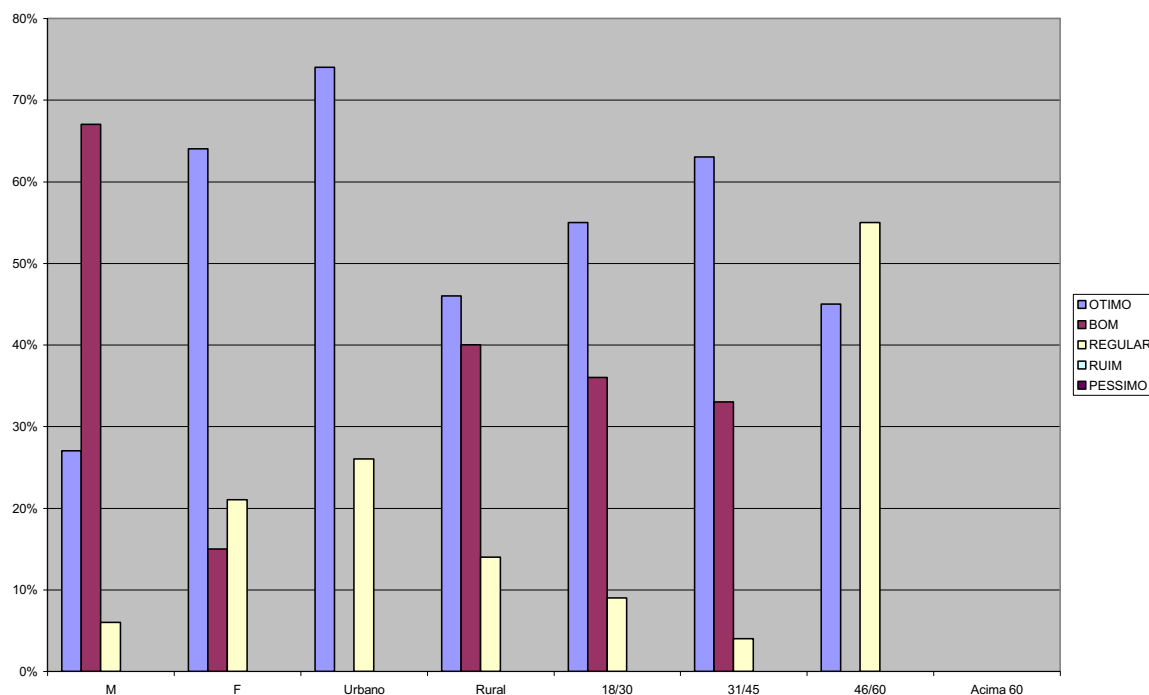
GRAFICO IX-C- quanto aos Programas de Geração de Emprego e Renda

Quanto a renda e ao tipo de beneficio os valores oscilam bastante. (VER TABELA XI-C).

**5.1.12- QUESTAO 9.5- QUANTO AO ATENDIMENTO DO PSF PARA GESTANTES E CRIANÇAS BENEFICIÁRIAS.**

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	72	8	27%	64	64%	32	74%	40	46%	29	55%	30	63%	13	45%		
<b>BOM</b>	35	20	67%	15	15%			35	40%	19	36%	16	33%				
<b>REGULAR</b>	23	2	6%	21	21%	11	26%	12	14%	9	9%	2	4%	16	55%		
<b>RUIM</b>																	
<b>PESSIMO</b>																	
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	

**TABELA XII-A – Quanto ao atendimento do PSF**



**GRAFICO XII-A- Quanto ao atendimento do PSF**

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>OTIMO</b>	16	62%	28	52%	15	50%	5	63%	6	67%	2	67%		
<b>BOM</b>	10	38%	20	37%	5	17%		37%						
<b>REGULAR</b>			6	11%	10	33%	3		3	33%	1	33%		
<b>RUIM</b>														
<b>PESSIMO</b>														
<b>TOTAL</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	3	100%	0	

TABELA XII-B – Quanto ao atendimento do PSF

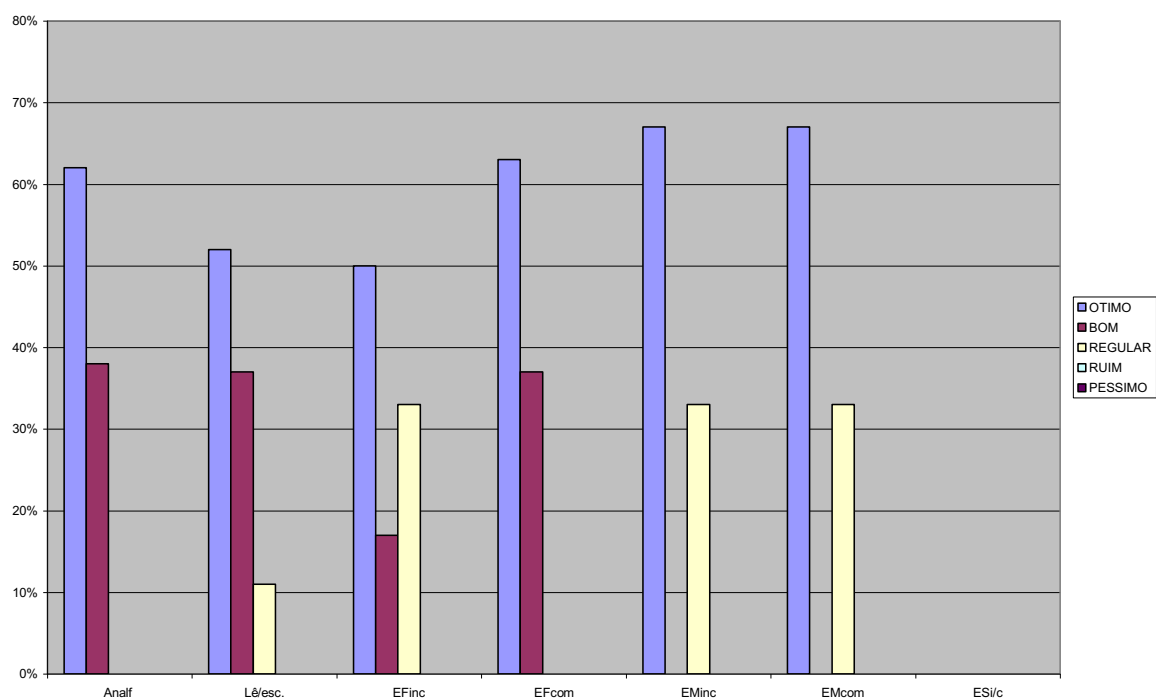
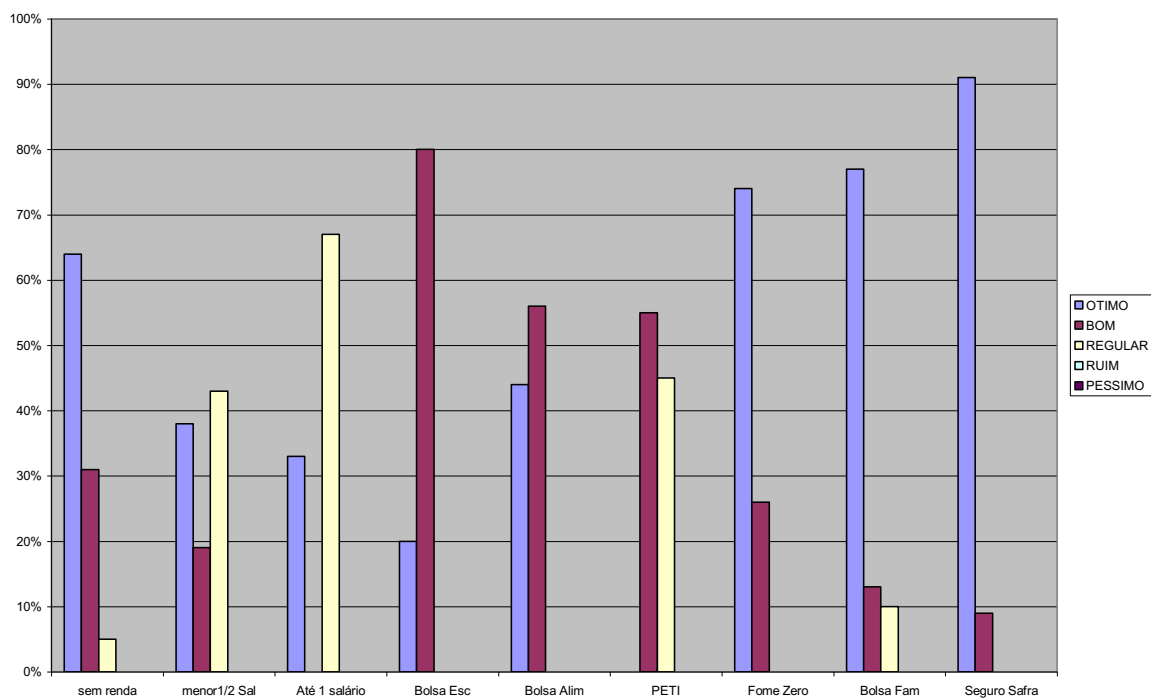


GRAFICO XII-B- Quanto ao atendimento do PSF

	Renda						TIPO DE BENEFICIO											
	sem renda		menor1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>ÓTIMO</b>	56	64%	15	38%	1	33%	2	20%		44%			20	74%	23	77%	20	91%
<b>BOM</b>	27	31%	8	19%			8	80%	7	56%	6	55%	7	26%	4	13%	3	9%
<b>REGULAR</b>	4	5%	17	43%	2	67%			9		5	45%			3	10%		
<b>RUIM</b>																		
<b>PESSIMO</b>																		
<b>TOTAL</b>	87	100%	40	100%	3	100%	10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%

TABELA XII-C- Quanto ao atendimento do PSF



GRAFDICO XII-C- Quanto ao atendimento do PSF

A questão 9.5 nos mostra que o sexo feminino predomina na avaliação como ÓTIMO com 67%. E nas demais variáveis as opiniões oscilam com muita frequência conforme pode ser observado. (VER TABELAS XII-A, XII-B e XII-C)

### 5.1.13- QUESTAO 9.6- COMO UTILIZA O BENEFICIO RECEBIDO?

	Total	Sexo				Localidade				Idade							
		M		F		Urbano		Rural		18/30		31/45		46/60		Acima 60	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>ALIMENTAÇÃO</b>	<b>130</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	
<b>VESTUÁRIO</b>																	
<b>SAUDE</b>																	
<b>TRANSPORTE</b>																	
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	

TABELA XIII-A- Como utiliza o beneficio?

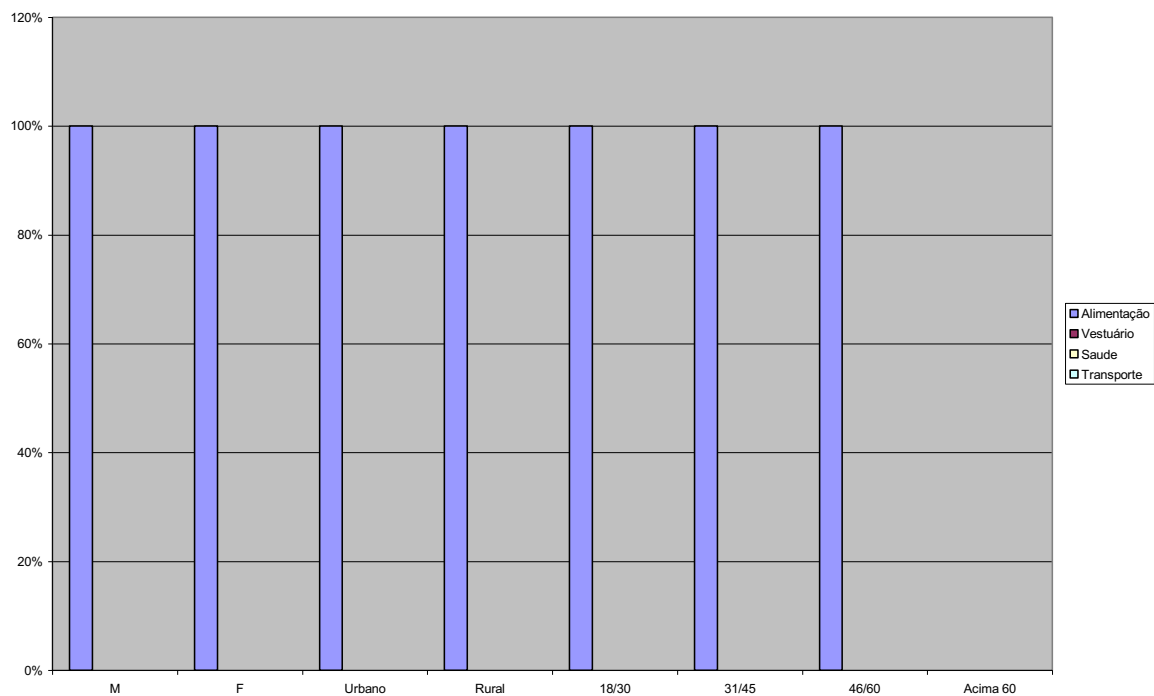
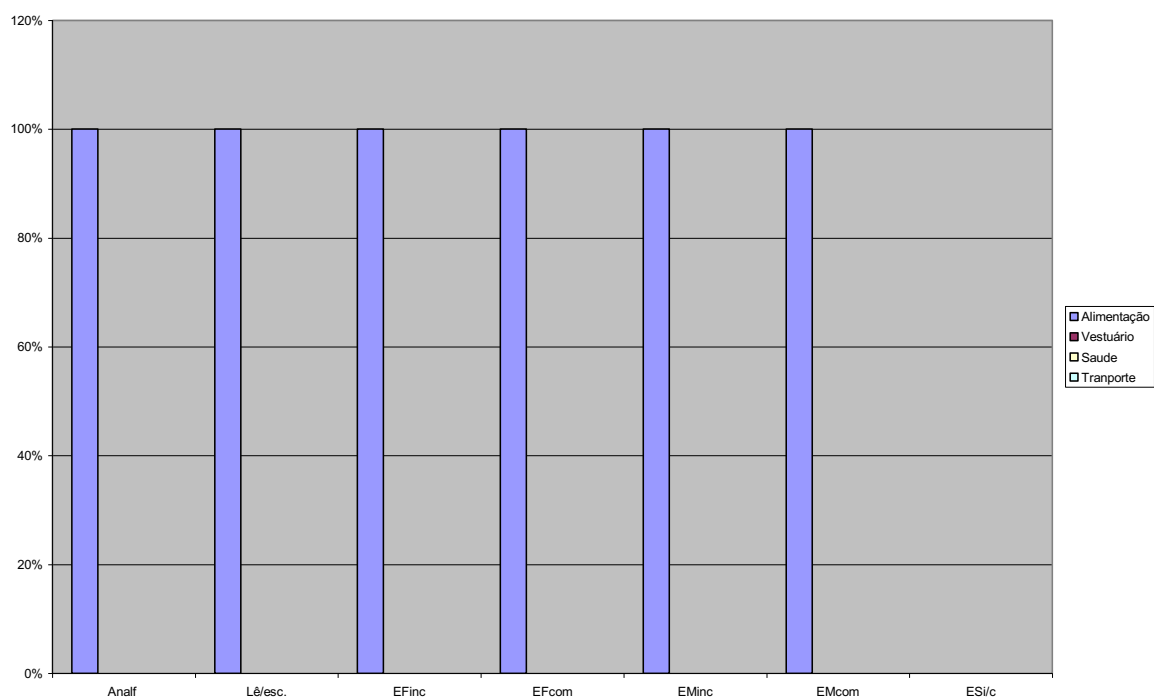


GRAFICO XIII-A- como utiliza o beneficio

	Escolaridade													
	Analf		Lê/esc.		EFinc		EFcom		EMinc		EMcom		ESi/c	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>ALIMENTAÇÃO</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	3	100%	0	
<b>VESTUÁRIO</b>														
<b>SAÚDE</b>														
<b>TRANSPORTE</b>														
<b>TOTAL</b>	26	100%	54	100%	30	100%	8	100%	9	100%	3	100%	0	

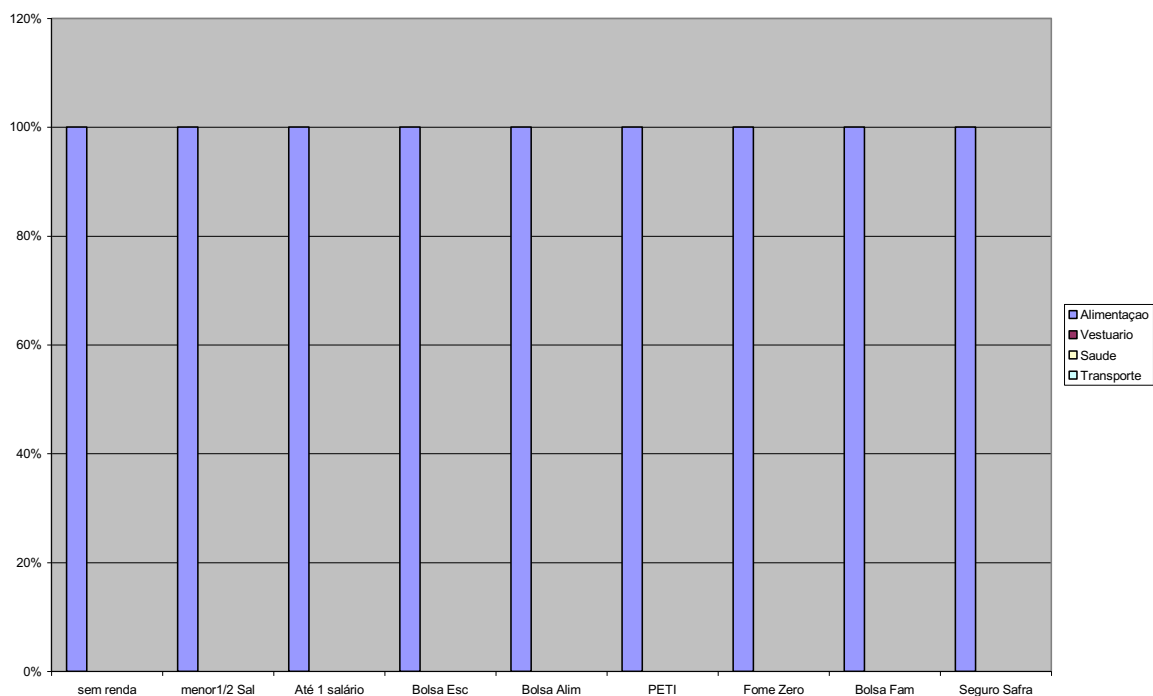
**TABELA XIII-B- Como utiliza o beneficio?**



**GRAFICO XIII-B- Como utiliza o beneficio?**

	Renda						TIPO DE BENEFICIO											
	sem renda		menor1/2 Sal		Até 1 salário		Bolsa Esc		Bolsa Alim		PETI		Fome Zero		Bolsa Fam		Seguro Safra	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
ALIMENTAÇÃO	87	100%	40	100%	3	100%	10	100%	16	100%	11	100%	27	100%	30	100%	32	100%
VESTUÁRIO																		
SAUDE																		
TRANSPORTE																		
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

**TABELA XIII-C- Como utiliza o beneficio?**



**GRAFICO XIII-C- como utiliza o beneficio?**

Este item nos faz acreditar que, realmente, a população pobre e carente, busca se alimentar da melhor maneira, de acordo com suas posses. E observando-se que 100% da amostra utiliza esse benefício em alimentação, conclui-se que o programa é de excelente aceitação, mesmo havendo divergências entre outros itens. (VER TABELAS XIII-A, XII-B, XIII-C)



## CONCLUSAO

De acordo com os vários autores pesquisados, os índices de avaliação dos clientes não se identifica totalmente com a apresentadas pelos serviços oferecidos. A insatisfação, a má vontade, o desconforto e outras situações negativas para os beneficiários se incorporarão de uma forma ou de outra, ao serviço final, reduzindo o nível de satisfação do cliente.

Com base nos objetivos estabelecidos, de avaliar o nível de satisfação dos beneficiários dos Programas Sociais do Governo Federal, conclui-se que:

1- As variáveis oscilam bastante de acordo com as premissas dos Programas e com cada grupo de beneficiários;

2- A maioria dos beneficiários são do sexo feminino ,77% da amostra, devido ao fato destas serem consideradas, pelo Governo Federal, as responsáveis legais no ambiente familiar, por ser estas que se preocupam pela alimentação da família.

3- Um fato relevante é que os benefícios recebidos são totalmente utilizados na alimentação (100% da amostra). Observando-se assim que a situação de pobreza no município é bastante elevado.

4- No que se refere a escolaridade, o índice de analfabetismo é elevado, embora existam programas de alfabetização oferecidos pelo MEC, a erradicação ainda não totalizou o município de Serra Branca. Grande parte dos que dizem saber ler e escrever, sabem apenas assinar o nome e a leitura é feita com muita dificuldade ou até não conseguem ler; 23% do total da amostra não concluíram o ensino fundamental pela necessidade de trabalhar para ajudar na sustento da família, ou seja, aumentar um pouco a renda familiar.

5- Quanto a renda, 67% da amostra não tem renda e 21% tem uma renda inferior a ½ salário mínimo, proveniente de trabalho como diaristas em terra vizinhas em troca de pouco dinheiro ou até mesmo de alimentos.

6- Os serviços oferecidos diretamente pela Caixa Econômica Federal- CEF são de grande aceitação;

7- há uma péssima qualidade no serviço de pagamento no município, visto que não existe uma agencia da CEF, e sim uma Casa Lotérica que deixa muito a desejar aos beneficiários;

8- Na opinião dos beneficiários o atendimento feito pela Prefeitura Municipal é o serviço que mais satisfaz, havendo um reconhecimento do trabalho desenvolvido por esta entidade;

9- Quanto aos Programas de Geração de Emprego e Renda, que faz parte da premissa apontada pelo Governo Federal, estão sendo bem aceitos, mas, existe uma deficiência segundo estes que afirmam: “Não adianta ensinar a ganhar dinheiro se não se tem como fazer o dinheiro”.

10- Por fim, nota-se que devido ao grande índice de pobreza no município, os Programas Sociais oferecidos são de grande importância para esta população, quando na maioria são a única fonte de renda familiar.

Contudo, buscar a melhoria nos serviços, produtos e a satisfação plena e duradoura dos clientes, sejam eles internos ou externos, é a premissa básica de qualquer política organizacional para o terceiro milênio.

O estudo apresentado, trouxe um grande enriquecimento à minha vida acadêmica e profissional, que certamente engrandecerá meus conhecimentos para melhoria das minhas atividades no trabalho em que me encontro no momento.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BETHLEM, Agrícola de Souza. Estratégia Empresarial: Conceitos, Processos e Administração Estratégica. São Paulo: Atlas, 1991.

CAMPOS, Vicente Falconi. Gerencia da Qualidade Total. Rio de Janeiro: Ed. Bloch, 1990

CARAVANTES, Geraldo R., CARAVANTES, Cláudia & BJUR, Wesley. Administração e Qualidade: A Superação dos Desafios. São Paulo: Makron Books, 1997.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à Teoria Geral da Administração. São Paulo: Makron Books, 1993.

DENTON, D. Keith. Qualidade em Serviços: O Atendimento ao Cliente como Fator de Vantagem Competitiva. São Paulo: Makron Books, 1990.

FERNANDES, Eda Conte. Qualidade de Vida no Trabalho. Salvador: Casa da Qualidade, 1996.

GARVIN, David A. . Gerenciando a Qualidade: A Visão Estratégica e Competitiva. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1992.

ISHIKAWA, Kaoru. Controle de Qualidade Total. A Maneira Japonesa. Rio de Janeiro: Campus. 1997.

JURAN. J. M., GRYNA, Frank M.. Controle de Qualidade: Componentes Básicos da Função Qualidade. São Paulo: McGraw-Hill, 1991.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. São Paulo: Atlas, 1994.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de Serviços. São Paulo: Atlas, 1991.

LOBOS, Júlio. Qualidade! Através das Pessoas. São Paulo: J. Lobos, 1991.

RUSSO, Elio. Ninguém Vende Produtos Todos Vendem Serviços. Revista Mercado Global, Ano XXV, N 105, pág 21-29, jul., 1998.

SOARES, Fabrício., CORREIA, Valentino. Serviços 5 Estrelas: Uma Introdução à Qualidade nos Serviços. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1994.

# ANEXO I

PESQUISA DE OPINIÃO SOBRE A QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS AOS  
BENEFICIÁRIOS DOS PROGRAMAS SOCIAIS DO GOVERNO FEDERAL EM  
SERRA BRANCA-PB

1- **Sexo**

masculino       feminino

2- **Local de residência**

3-  urbana       rural **Idade**

18 a 30 anos       31 a 45 anos       46 a 60 anos       acima de 60 anos

4- **Escolaridade**

analfabeto       ensino infantil (lê/escreve)

ensino fundamental incompleto       ensino fundamental completo

ensino médio incompleto       ensino médio completo

ensino superior incompleto/completo

5- **Renda familiar**

não tem renda       menor que ½ salário mínimo       até 1 salário mínimo

6- **Quanto aos serviços prestados pela Prefeitura Municipal**

6.1- **Como fez o Cadastramento Único**

campanha de cadastramento em localidades

pelo agente de saúde em residência       nas secretarias

6.2- **Como classifica o atendimento**

ótimo  bom       regular       ruim       péssimo

7- **Quanto aos serviços prestados pela CEF como você classifica**

7.1- **Quanto às entregas de cartões de benefícios:**

ótimo  bom       regular       ruim       péssimo

7.2- **Quanto às orientações aos beneficiários**

ótimo  bom       regular       ruim       péssimo

7.3- **Quanto aos serviços de pagamento**

ótimo  bom       regular       ruim       péssimo

7.4- **Quanto aos serviços de reclamações**

ótimo  bom       regular       ruim       péssimo

**7.5- Quanto à facilidade de contato por telefone**

ótimo  bom  regular  ruim  péssimo

**8. Qual o tipo de benefício que você recebe?**

Bolsa Escola  PETI  
 Bolsa Alimentação  Bolsa Família  
 Seguro Safra  Fome Zero

**9- Quanto ao benefício recebido pelo Programa Social do Governo Federal como você classifica:**

**9.1- O valor do benefício**

ótimo  bom  regular  ruim  péssimo

**9.2- Quanto ao rendimento escolar do seu filho**

ótimo  bom  regular  ruim  péssimo

**9.3- Quanto à melhoria da alimentação da família**

ótimo  bom  regular  ruim  péssimo

**9.4- Quanto aos programas de geração de emprego e renda**

ótimo  bom  regular  ruim  péssimo

**9.5- Quanto ao atendimento do PSF para gestantes e crianças beneficiárias**

ótimo  bom  regular  ruim  péssimo

**9.6- Como utiliza esse benefício recebido?**

alimentos  vestuário  saúde  transporte