

**SOCIEDADE DE ENSINO SUPERIOR AMADEUS - SESA  
FACULDADE AMADEUS - FAMA  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**ADRIANE DE ANDRADE SOUZA**

**IMAGEM E POSTURA PROFISSIONAL: satisfação garantida na organização**

**Aracaju – SE  
2014**

**ADRIANE DE ANDRADE SOUZA**

**IMAGEM E POSTURA PROFISSIONAL: satisfação garantida na organização**

**Relatório Científico de Estágio  
apresentado à Faculdade Amadeus  
como requisito para aprovação final e  
obtenção do grau de bacharel em  
Administração.**

**Orientador:  
Prof. M.Sc. Paulo Sérgio Melo dos  
Santos**

**Aracaju – SE  
2014**

**ADRIANE DE ANDRADE SOUZA**

**IMAGEM E POSTURA PROFISSIONAL: Satisfação  
garantida na organização**

**Relatório de Estágio Supervisionado apresentado à Faculdade Amadeus como  
requisito para aprovação final e obtenção do grau de Bacharel em  
Administração.**

---

**Coord. do Curso Prof. M.Sc Paulo Sergio Melo dos Santos**

---

**Prof. Orientador Prof. M.Sc Paulo Sergio Melo dos Santos**

**Aprovado (a) com média: \_\_\_\_\_**

**Aracaju (SE), \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.**

## **AGRADECIMENTOS**

Quero agradecer a todos que estiveram ao meu lado nessa jornada de quatro anos, primeiramente a Deus pela minha vida e por ter me dado forças para reiniciar meus estudos e concluir a uma graduação, atingindo meus objetivos que eu sempre quis. Hoje estou feliz em realizar o meu sonho e o sonho de meu pai (in memoriam), era tudo que ele queria, ver sua filha estudar e se formar, garantindo meu crescimento intelectual e meu futuro, agradeço ao meu pai por me ensinar os valores fundamentais da vida e abrir os meus olhos para enxergar que não somos nada sem os estudos, sinto muito sua falta meu pai, pois gostaria que estivesse aqui ao meu lado para dividirmos essa alegria que estou sentindo.

Agradeço a minha Mãe por me suportar nas minhas horas de stress, pelos meus erros e pela minha ausência nas horas que mais precisava, mas a Senhora estava lá do meu lado, direta ou indiretamente sempre me ajudando. Obrigada Mãe por existir. "TE AMO".

Quero agradecer a Dona Doninha (mãe de Dani) por abrir as portas da sua casa quase todos os domingos acolhendo eu e minhas colegas para podermos estudar. Obrigada Dona Doninha pelo seu apoio e sua compreensão.

Aos meus professores, agradeço pela minha formação durante esses quatros anos, seus ensinamentos proporcionaram para o meu crescimento como pessoa e como profissional. Todo o meu carinho e gratidão a todos vocês.

Durante esses quatros anos fiz amizades com várias pessoas, todas registrada na minha memória e no meu coração, em especial: Célia, Dani, Solange e Geane, essa última que era nossa salvadora, onde nos socorre sempre no final de algum trabalho, não esquecendo também do xerife da turma Claudisson, pessoa maravilhosa de bom coração que não existi a palavra NÃO no seu dicionário, sempre disponível para nos ajudarmos. Que Deus ilumine todos vocês e continue sendo pessoas amáveis para todos nós.

Por fim, nenhuma vitória se chega sem nenhum esforço, obstáculos e desafios, portanto me sinto uma pessoa vitoriosa e termino aqui meus agradecimentos com muita felicidade em tornar esse sonho em realidade. Obrigada a todos.

“Tenha Coragem de seguir seu coração e sua intuição. Eles já sabem o que você quer se tornar”. Steve Jobs

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>08</b>
<b>2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Histórico da Empresa.....	11
2.2 Estrutura Organizacional.....	11
2.3 Missão, Visão, Objetivos, Valores e Serviços.....	12
2.4 Recursos Humanos.....	13
2.5 Ramo de Atividade .....	13
<b>3 ASPECTOS CONCEITUAIS.....</b>	<b>14</b>
3.1 Imagem e postura profissional.....	14
3.2 Como manter uma boa imagem e postura profissional.....	17
3.3 Satisfação do cliente através da imagem e postura do profissional.....	20
<b>4 ATIVIDADE DE ESTÁGIO E ANÁLISE DE RESULTADOS .....</b>	<b>22</b>
4.1 Atividade do estágio.....	22
4.2 Análise dos resultados.....	24
4.2.1 Perfil dos entrevistados.....	24
4.2.2 Normas e orientações da empresa.....	26
4.2.3 Fardamento dos funcionários .....	27
4.2.4 Postura dos Funcionários .....	28
4.2.5 Postura x Satisfação do cliente.....	29
4.2.6 Reação do funcionário diante da insatisfação do cliente.....	30
4.2.7 A frase “a primeira impressão é a que fica”.....	31
4.2.8 Credibilidade do gestor.....	32
4.2.9 Credibilidade dos seus colegas de trabalho.....	33
4.2.10 A postura se refere a própria ética da pessoa?.....	34
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>35</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>37</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>40</b>
APÊNDICE A - Questionário dos funcionários .....	41
APÊNDICE B - Tabulação .....	43

## LISTA DE FIGURAS/GRÁFICOS

<b>Figura 01</b>	<b>Organograma da Clínica ICASE.....</b>	<b>12</b>
<b>Figura 02</b>	<b>Gráfico nº 01 Perfil dos entrevistados .....</b>	<b>24</b>
<b>Figura 03</b>	<b>Gráfico nº 02 Idade.....</b>	<b>25</b>
<b>Figura 04</b>	<b>Gráfico nº 03 Tempo de serviço .....</b>	<b>25</b>
<b>Figura 05</b>	<b>Gráfico nº 04 Normas e orientações da empresa.....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 06</b>	<b>Gráfico nº 05 Fardamento dos funcionários.....</b>	<b>27</b>
<b>Figura 07</b>	<b>Gráfico nº 06 Postura dos funcionários.....</b>	<b>28</b>
<b>Figura 08</b>	<b>Gráfico nº 07 Postura X Satisfação do cliente.....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 09</b>	<b>Gráfico nº 08 Reação do funcionário diante da insatisfação do cliente .....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 10</b>	<b>Gráfico nº 09 A primeira impressão é a que fica .....</b>	<b>31</b>
<b>Figura 11</b>	<b>Gráfico nº 10 Credibilidade do seu gestor.....</b>	<b>32</b>
<b>Figura 12</b>	<b>Gráfico nº 11 Credibilidade dos colegas de trabalho.....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 13</b>	<b>Gráfico nº 12 A postura se refere a própria ética da pessoa? .....</b>	<b>34</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho foi feito para mostrar que uma imagem e postura profissional correta e adequada para uma organização é importante, pois busca a confiança e satisfação garantida do cliente e futuramente a formação profissional com sucesso. No mundo que vivemos que é tão disputado uma vaga profissional, a aparência fica em primeiro lugar, pois o interlocutor nos seus primeiros 15 segundos faz sua análise contra a pessoa, independente se o conteúdo é bom ou não, o pré-julgamento é que permanece e pode ser a diferença entre abrir ou fechar uma porta para a sua carreira profissional.

Algumas empresas selecionam seus candidatos através de currículo e logo na entrevista elimina-o pelo simples fato de não está com uma vestimenta, aparência, maneiras e bons comportamentos que é adequado para a ocasião, neste caso o candidato deixou a desejar sua aparência e passou uma imagem negativa para a organização que de imediato o eliminou.

Em uma organização é fundamental a presença das pessoas, pois estas são considerada como sendo um diferencial para o mercado empresarial, para isso é importante o funcionário possuir boas maneiras e uma vestimenta adequada para o ambiente de trabalho, que vem acompanhada de uma boa educação que aprendemos quando criança como: respeitar aos demais, ouvir a orientação, se comportar ao público, cumprir compromissos, tudo isso, será empregado na vida profissional e posteriormente na construção de uma carreira com sucesso.

Atualmente o mercado de trabalho está muito competitivo, há uma necessidade de reforçar os comportamentos e necessidade dos colaboradores é por isso que é bom ter uma boa imagem profissional onde reflete diretamente com o bom profissionalismo e transmite confiança para os clientes que busca gradativamente produtos e serviços de qualidade.

O profissional que tem esse poder de conhecer como é importante ter uma imagem e postura profissional tem mais chances de garantir sua carreira com sucesso.

A postura profissional está relacionada em dois conceitos básicos: A dualidade é a própria imagem construída no processo que encontramos através de resultado cumulativo de interações como: comportamentos, hábitos, posturas, ética, conhecimentos, habilidades e competências.

A credibilidade é uma imagem pessoal e profissional adequada, passando confiança e segurança para o cliente.

Alguns descuidos levam às situações constrangedoras, as vezes não éticas, por desconhecimento de regras básicas, comprometendo a imagem pessoal, profissional e da organização.

A ICASE por fazer parte de um cenário competitivo, ela preocupa-se com a própria imagem e a dos funcionários, tendo ainda a preocupação como ela é vista pelos seus concorrentes. Enfim, a aparência em geral prevalece o que a empresa tem de melhor no seu atendimento pessoal.

A formação de uma imagem e postura profissional é indispensável para nosso sucesso profissional, ela é constituída por comportamentos, hábitos, posturas éticas, competências, habilidades e conhecimentos, um profissional deve comunicar eficiência e gentileza com uma imagem agradável passando segurança e confiança ao cliente, sempre é melhor chamar atenção pela elegância porque a ousadia ou irreverência, são incompatíveis com o ambiente de trabalho.

É importante que o comportamento seja o melhor possível, através dele que adquirimos valores pessoais e profissionais que ajudam alcançar o nosso sucesso, portanto os primeiros contatos com uma pessoa é importante para sua imagem pessoal e profissional, vistos através de como está vestido, postura corporal e o modo como interagi com as pessoas, se as pessoas gostarem de se relacionar com você, suas chances de se defrontar com boas oportunidade profissionais, pessoais, esportivas, acadêmicas ou de qualquer tipo aumentam geometricamente, e ainda, vão gostar de fazer negócios com você.

Em qualquer meio seja ele comercial ou social, transmitimos nossa imagem física e intelectual, nossa imagem é o primeiro elo na cadeia de negócios, por isso, temos que passar uma boa impressão de primeira porque nunca vamos ter a segunda impressão, pois é a primeira boa impressão que fica na mente das pessoas, portanto um pequeno detalhe que é se vestir bem, muitas vezes fazem a grande diferença.

A imagem e postura profissional tem como objetivo ter a satisfação geral de uma organização, tanto no ambiente interno como no ambiente externo, para isso adquirimos alguns benefícios e excluimos os malefícios com a visão de atingir o sucesso desejado, adequado perante a todos (clientes e funcionários) e continuar crescendo no mercado atual.

O objetivo geral desse estudo foi mostrar a importância de uma boa imagem pessoal e postura profissional dentro de uma organização. Já os objetivos específicos foram verificar quais as impressões que uma imagem profissional pode transmitir em diferentes momentos; identificar atitudes que devem ser mantidas para ter um imagem e postura adequada e melhorar uma imagem e postura profissional adequada para satisfazer não só o cliente externo como também o cliente interno.

Este trabalho tem caráter descritivo com o intuito de melhorar o marketing pessoal da Clínica ICASE em busca de satisfazer expectativas dos clientes internos e externos.

A forma de abordagem desta pesquisa foi a forma quantitativa, usando questionários com perguntas objetivas. O local da pesquisa foi na Clínica ICASE no ano de 2014 e a amostra foi feita com os 44 colaboradores.

Para essa pesquisa foram coletados dados primários adquiridos através de questionários com o objetivo de obter informações necessárias para a construção de uma imagem e postura profissional adequada. Neste estudo foram apresentados os resultados com a coleta de dados, através de gráficos com as informações obtidas utilizando o Microsoft Excel como tabulação dos dados.

## **2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA**

### **2.1 Histórico da Empresa**

No dia 16/05/1979 reunidos no pátio da antiga faculdade de Medicina de Sergipe os doutores, João Bosco Oliveira Souza, Roberto José da Paixão e Jorge Eduardo da Motta decidiram dar início a uma pequena sociedade por cotas limitadas com o intuito de realizar exames eletrocardiográfico, surgindo o ICASE – Instituto de Cardiologia de Sergipe Ltda.

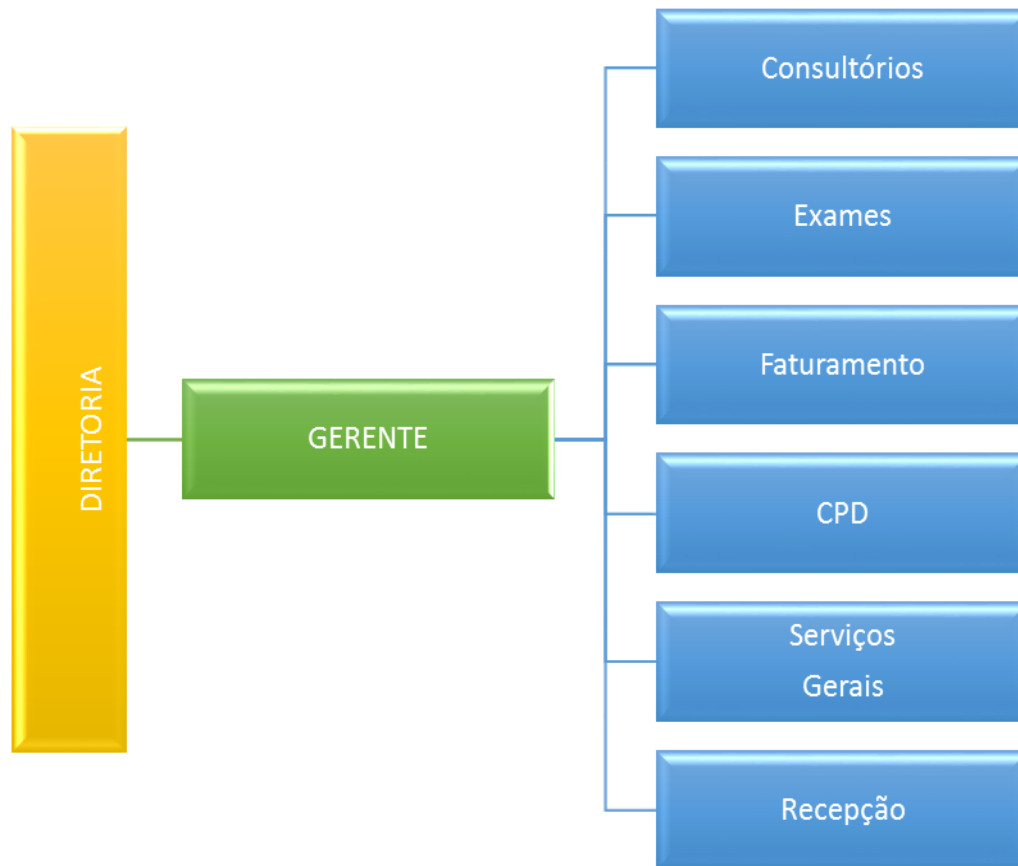
Passados 22 anos, ocorreram diversas mudanças na composição da sociedade e na localização das instalações do ICASE, funcionando há 14 anos na Rua Riachuelo, nº 965, praticamente sob o comando do Dr. João Bosco Oliveira Souza. Neste período, foram criados diversos exames médicos através de aquisição de novos equipamentos, como: Densitometria Óssea e a Mamografia Digital.

### **2.2 Estrutura Organizacional**

A estrutura organizacional da Clínica ICASE apresenta a Diretoria, a gerência, Consultórios médicos, Setor de Exames, setor de faturamento, CPD, Serviços gerais e as recepções.

É uma estrutura linear, pois possui uma única chefia apresentada pela Diretoria que impõe as responsabilidades e decisões da empresa junto com a sua gerência que transmite as informações obtidas para as coordenações, onde vão ser distribuídas aos seus subordinados que serão desenvolvidas as atividades com eficiência, atingindo os seus objetivos e cumprindo sua missão.

O desafio da estrutura organizacional é ter o posicionamento de hierarquia exemplar, apostando em seus funcionários que a imagem pessoal e postura profissional ajudam no futuro da empresa. A realidade empresarial é ter pessoas com perfis ao cargo desejado pela organização e pessoas satisfeitas com seu trabalho, assim faz a Clínica ICASE.

**FIGURA 1: ORGANOGRAMA DA CLÍNICA ICASE**

*Fonte: Elaborado pela coordenadora, 2013.*

## **2.3 Missão, Visão, Objetivos, Valores e Serviços**

### **2.3.1 Missão**

A clínica ICASE tem como missão, tratar seus clientes com dignidade, oferecendo serviços adequados com alta tecnologia em tempo útil, buscando a melhoria da qualidade de vida e promovendo satisfação aos seus clientes.

### **2.3.2 Visão**

Sua visão, é ser reconhecida como excelente clínica no seu atendimento e nos seus serviços de alta tecnologia, com cumplicidade e qualidade.

### **2.3.3 Valores**

No desenvolvimento de seus serviços a clínica ICASE junto com seus colaboradores preocupa-se com os seguintes valores:

- Acolher o paciente de forma digna, respeitando-o e valorizando-o;
- Informações precisas;
- Responsabilidade pelos resultados;
- Promover serviços de qualidade e de alta tecnologia;
- Pontualidade e
- Transmitir o em estar aos seus clientes.

### **2.4 Recursos Humanos**

A clínica ICASE é considerada de pequeno porte, composta por 11 médicos, 23 funcionários sendo eles: uma gerente, cinco coordenadores e seus subordinados com o total de treze funcionários, três biomédicas e uma técnica de laboratório, totalizando 44 colaboradores. A clínica oferece benefícios para seus funcionários como: Seguro de vida, assistência médica Unimed e assistência odontológica OdontoSystem, com o intuito de satisfazer e melhorar a saúde de seus funcionários, a clínica ICASE também fornece cursos de capacitação buscando valorizar ainda mais seus serviços.

### **2.5 Ramo de Atividade**

O ramo de atividade da empresa é a atividade médica ambulatorial com recursos para realização de exames complementares, serviços de diagnóstico por imagem com uso de radiação ionizante, exceto tomografia.

## 4 ASPECTOS CONCEITUAIS

### 4.1 IMAGEM E POSTURA PROFISSIONAL

A construção de uma boa imagem pessoal e profissional está inerentemente relacionada com dois conceitos básicos: a dualidade e a credibilidade. A dualidade significa que as pessoas têm ou não uma boa imagem. É construída num processo, não pode ser imposta, sendo obtida como resultado cumulativo de interações. É composta por comportamentos, hábitos, conhecimentos, habilidades e competência. A credibilidade significa que uma boa postura pessoal passa por transmitir confiança ao cliente, a qual se vai mantendo ao longo do tempo (FACHADA, 2003).

Pessoas bem-humoradas, otimistas e com alto-astrol não só no ambiente informal e descontraído de casa, mas também no local de trabalho sempre vai ter sucesso na vida. “Aliás, O humor é tão importante que até faz parte dos 4 H’s do profissional de sucesso: Humor, Honestidade, Habilidade e Humildade” (BORDIN, 2009, p. 38).

Para ajudar na postura profissional de seus colaboradores muitas empresas resolvem criar um código de conduta. De acordo com Macedo et al. (2010, p.65) “uma vez elaborado um código de conduta, torna-se necessário fiscalizar o seu cumprimento, para evitar que caia em desuso”.

Além do código, muitas empresas se preocupam com a imagem do funcionário, pois Bordin (2009, p.19), destaca que:

A primeira análise que fazemos de um produto novo ou de uma pessoa desconhecida é a partir de sua aparência. Independentemente se o conteúdo é bom ou não, já estamos fazendo nosso pré-julgamento. E esse pré-julgamento, por mais precipitado que seja, pode ser a diferença entre uma oportunidade que se abre ou que se fecha (BORDIN, 2009, p. 19).

É preciso passar uma boa impressão para o mercado e por isso é necessário um cuidado especial com a própria imagem, agindo de maneira correta e consciente, é a melhor maneira de conquistar o mercado e alcançar o topo (BORDIN, 2009).

O funcionário que tem uma imagem, postura e comportamento adequado, tem mais oportunidades no mercado de trabalho, pois as empresas não só visa a capacitação técnica como também uma aparência agradável (LAGES, 2012).

Um bom profissional deve preocupar-se principalmente com a sua aparência, afinal, não existe uma segunda oportunidade de causar uma boa impressão. Como afirma, Batista (2005, p.79):

[...] deixe sempre uma boa impressão – Para que o profissional deixe uma boa impressão é necessário que ele fique atento aos pequenos detalhes. A boa impressão é deixada quando atendemos a pequenos detalhes, pode ser um aperto de mão, um gesto de educação, não se atrasar a uma reunião ou compromisso, falar devagar, saber escutar e muitos outros pequenos detalhes. Portanto, pense nisso (BATISTA, 2005, p. 79).

Seja sincero e consciente, conforme Markert (2010, p. 25) “no mundo dos negócios, você está sempre vendendo, as vezes aos clientes externos, as vezes aos funcionários. Quando sair de casa pela manhã, ative sua simpatia. Seja animado feliz, sorridente, interessante e solícito”

Conforme Pascoal et al (2010, p. 26):

As pessoas são julgadas segundo sua aparência. Você pode achar isso pouco ético mas é assim que as coisas funcionam. A sua aparência forma nas pessoas, de maneira inconsciente, uma opinião a seu respeito e isso determinará a atitude delas para com você. Quantas vezes nos pegamos tendo mais boa vontade com pessoas que nos causaram uma boa impressão? Se uma pessoa representa um negócio e quer mostrar que se trata de um bom negócio, nada do que disser terá credibilidade se ela não tiver uma aparência compatível (PASCOAL et al, 2010, p.26).

A imagem profissional é o que transmite para pessoa oposta, se sua imagem for ruim, vai lhe trazer péssimas informações ao seu respeito e se for uma imagem boa sempre vai ser admirado por todos, transmitindo confiança (SIQUEIRA, 2011).

Imagem é a chance que a gente tem de causar uma boa impressão (JUSTUS, 2012).

A postura profissional são valores, atitudes, a maneira de pensar e agir com os colegas de trabalho e clientes. Possuindo essa postura tem como atingir seus objetivos e sucesso garantido. Podemos dizer também que a postura de uma pessoa se refere a sua própria ética que é o seu comportamento, seu jeito como trata as pessoas sem prejudicar, seus princípios e valores vindo há muito tempo atrás, é o seu caráter. Como diz Maximiano (2007, p.414):

A ética é a disciplina ou campo do conhecimento que trata da definição e avaliação do comportamento de pessoas e organizações. A ética lida com aquilo que pode ser diferente do que é, da aprovação do comportamento observado em relação ao comportamento ideal é definido por meio de um código de conduta, ou código de ética, implícito ou explícito (MAXIMIANO, 2007, p. 414).

Com a criação de código de normas, as pessoas tendem a seguir as instruções para formar uma postura adequada, ou seja, com o seu comportamento direcionado a fazer somente o correto, visa para sua imagem positiva ou vice versa, no atual mundo empresarial, cada vez mais são criados códigos éticos que se propõem a estabelecer normas, virtudes e costumes aceitos em uma organização, construindo assim, o primeiro passo para atingir o sucesso (CARVALHO, 2013).

Um profissional que alcançou nome, às custas dos benefícios que postou a sociedade, criou uma imagem que valoriza sua própria classe e não deve estar à mercê de inescrupulosos e invejosos, pois seu nome acaba por transforma-se em patrimônio de uma comunidade (SÁ, 2004).

Conforme Carvalho et al (2013, p. 334) “as pessoas equilibradas emocionalmente são as que mais possui postura, elas têm a capacidade e a facilidade em defender e resolver situações que possa vir prejudicar a sua própria imagem e a imagem da empresa”.

Neste caso podemos também dizer que essas pessoas são profissionais resiliente, onde possui habilidade em adaptar-se com facilidade as mudanças, mantendo sua integridade e sua competência e tendo estratégias para resolver futuros problemas que venham atingir seus objetivos e os da empresa (CARMELLO, 2008).

O profissional reconhecido é aquele que transmiti uma boa postura e imagem com qualidade e agilidade dentro de qualquer organização favorecendo o seu objetivo para o sucesso (PERCIA e SITA, 2013).

O marketing pessoal é uma técnica eficaz para o sucesso global, mas se utilizada de forma correta e bem intencionada, valorizando as pessoas no caminho para o sucesso pessoal e profissional (MARTINS, 2008).

A imagem e postura profissional construída com credibilidade e duabilidade favorece para atingir uma profissão com sucesso. Como afirma Percia e Sita (2013, p. 151):

Independente das nossas crenças serem limitadas ou propulsoras, são responsáveis pela concretização dos resultados, pois pensamentos geram

emoções, que geram comportamentos, que geram ações, que geram hábitos e, portanto, um padrão no qual adota e assim registra sua marca pessoal atingindo o sucesso (PERCIA E SITA, 2013, p. 151)

A construção de uma imagem e postura profissional positiva é mais importante do que o currículo, pois o profissional está frente a frente do seu interlocutor que vai observar a sua transmissão e avaliá-lo. De acordo com Carvalho et al (2013, p. 147) “O comportamento do ser humano diz respeito ao modo como conduz ou procede diante de terceiros ou de alguma atividade [...]”.

## 4.2 COMO MANTER UMA BOA IMAGEM E POSTURA PROFISSIONAL

Segundo Amaral (2008, p.28), os requisitos para ter uma boa imagem são:

- Ser pontual;
- Ser bem educado e positivo;
- Demonstrar consideração pelos outros;
- Vestir-se apropriadamente;
- Falar e escrever bem;
- Dizer “obrigado”, “desculpe e por favor.”

Tarrafa (2010, p.3 e 4), propõe dez regras que fazem transparecer uma boa imagem e uma consequente postura profissional positiva e são elas:

- Sorrir sempre que se é apresentado ou que lhe apresentam alguém. O sorriso é sempre um auxiliador nas relações humanas;
- Cumprimentar todas as pessoas com que se cruza na empresa, oferecendo ajuda sempre que necessário;
- No ambiente profissional é preferível o aperto de mão em vez do beijo na face;
- No trabalho estamos perante um ambiente formal e é fundamental não se esquecer desse aspecto adequado ao nosso comportamento;
- Levante-se quando apresenta ou é apresentado e sempre que algum superior entra na sua sala;
- Não utilizar o celular quando se está num encontro de trabalho;

- Somente em casos excepcionais se deve levantar da mesa antes da sobremesa quando se está num almoço ou jantar de trabalho;
- Atente às bebidas alcoólicas durante o trabalho. Prefira água em reuniões de trabalho, com refeição;
- Agradeça sempre cada reunião ou refeição de negócios preferencialmente por escrito;
- Vista-se adequadamente para cada atividade da sua agenda de trabalho.

A maneira de se vestir é uma oportunidade de enviar uma mensagem clara aqueles que vão julgar sua habilidade de “subir”. Se você não se vestir de acordo com o cargo, não vai conseguir chegar até ele [...] (MARKERT, 2010).

Com afirma Bordin (2009, p. 20), “Valorizar seu visual é criar uma predisposição favorável para você vende seu conteúdo”.

De acordo com Markert (2010, p. 34), “passe uma imagem adequada. Mantenha o profissionalismo e seja gentil e simpático”.

Ter e manter uma postura profissional adequada pode significar não só a manutenção do emprego, mas o diferencial que poderá levar o profissional a se destacar em relação aos demais (GONÇALVES, 2006).

A cada dia que passa as empresas exigem mais dos seus funcionários em relação com a sua imagem, onde os proprietários acreditam que uma boa imagem transmite mensagens positivas que venham progredir para o crescimento da empresa, isso é um ponto forte nos tempos de hoje, um diferencial para o mercado competitivo (LAGES, 2013).

O profissional que investi em sua imagem tem a possibilidade de ser mais valorizado. Conforme Bordin (2009, p. 158):

Investir em nossa imagem é sedimentar o caminho rumo à consagração pessoal e profissional.

Investir em nossa imagem é maximizar as chances de conquistar o lugar mais cobiçado do mundo: o pódio da vitória, seja ela uma conquista no âmbito escolar, profissional, esportivo ou amoroso (BORDIN, 2009, p. 158).

Cuidando de sua imagem e conteúdo das suas habilidades técnicas do aprendizado com certeza você vai ter muito sucesso no mercado de trabalho e vai ficar mais fácil e as portas vão se abrir com muito mais facilidade (LAGES, 2009).

É óbvio que só a imagem não é suficiente, temos que ter competências e habilidades. Aparência sem competências não combinam (SIQUEIRA, 2011).

Uma boa aparência caminhando junto com os conhecimentos e habilidades de uma pessoa, vão trazer bons resultados para a carreira profissional (CASE, 2010).

Como destaca Bordin (2009, p.30):

[...] a imagem apenas atrai os olhos do mercado, mas as pessoas abrem as portas para você ter a possibilidade de “vender seu peixe”.

Agora que as portas se abriram para você, chegou o momento de convencer seu interlocutor de que o conteúdo também é bom! Por isso, da mesma forma que você investiu na “embalagem”, você não pode economizar no conteúdo (BORDIN, 2009, p. 30).

O profissional no dia a dia tem que ter cuidado com cada gesto que faz, para não comprometer sua imagem. Como destaca Bordin (2009, p.147):

Muito cuidado com certas atitudes e posições que você venha a tomar em seu relacionamento social e profissional. Muitas vezes, por mais bem-intencionado que você esteja, tudo pode se perder numa simples e ingênua frase ou gesto. Imagine que você esteja sempre pisando em ovos. Cada gesto, cada palavra, cada comentário, cada opinião deve ser medidos. As pessoas são emotivas e podem não entender o que você fez ou quis dizer. E isso pode lhe custar uma mancha em sua imagem, que você será obrigado a carregar para sempre (BORDIN, 2009, p. 147).

O posicionamento de um profissional precisa ser probado, seja for o comportamento de seu cliente e cujo mérito não compete ser discutido (SÁ, 2004).

A postura de um indivíduo também requer atenção no seu dia a dia, é muito essencial na carreira profissional. Como afirma Bordin (2009, p. 45):

Tão importante quanto estar bem vestido é manter uma postura correta e elegante. Procure sempre andar com a coluna reta. Mesmo sentado, evite “deitar-se” na cadeira. Também não apoie a cabeça na mão, o que passa ideia de desânimo. Quando se levantar, não arraste a cadeira. Procure ser calmo nos gestos, demonstrando educação e elegância (BORDIN, 2009, p. 45).

Outro ponto que é diferencial no profissional é quando ele assume seus erros. “O profissional que assume os erros que comete é muito mais respeitado. Nada de tentar jogar a culpa nos outros; isso é um dos piores defeitos que o ser humano pode ter” (GONÇALVES, 2006, p. 18).

### **4.3 SATISFAÇÃO DO CLIENTE ATRAVÉS DA IMAGEM E POSTURA DO PROFISSIONAL.**

A primeira impressão é a que fica, é uma frase que ouvimos muito, ela na realidade serve bastante para nossa vida profissional, onde vista positivamente vai transmitir credibilidade, responsabilidade e segurança para o público interno e externo, e provavelmente para o seu crescimento profissional (CASE, 2010).

Como afirma Junior (2013, p.23):

Na verdade, essa expressão está ligada ao momento em que uma pessoa é vista por outra pela primeira vez. Quando somos apresentados a alguém, é comum (em nosso íntimo) analisarmos detalhes dessa outra pessoa, mesmo sem o menor conhecimento sobre ela (JUNIOR, 2003, p.23).

A postura tranquila vem através de expressões e gestos positivos, tais como um sorriso, uma expressão solícita e um olhar confiante que transmite credibilidade e dualidade para os clientes (FERREIRA, 2013).

De modo geral, a satisfação é a sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação entre o desempenho (ou resultado) percebido de um produto e as expectativas do comprador. Se o desempenho não alcançar as expectativas, o cliente ficará insatisfeito. Se alcançá-las, ele ficará satisfeito. Se o desempenho for além das expectativas, o cliente ficará altamente satisfeito ou encantado (KOTLLER e KELLER, 2006).

Como mostra a citação acima, o profissional com a imagem e postura profissional adequada que transmite confiança e segurança para os clientes tem um resultado satisfatório, e se esse profissional que mostra serviços além de sua imagem e postura profissional atingindo a expectativa do cliente, sua satisfação vai ser ainda maior (KOTLLER E KELLER, 2006).

O profissional tem a obrigação de atender a todos com qualidade e respeito, principalmente os clientes, pois são eles que paga o nosso salário, como afirma Gonçalves (2006, p. 18):

O cliente é quem paga o nosso salário. Não podemos nos esquecer de que o foco de toda e qualquer empresa é o cliente. Sem ele, não há empresa, não há salário. E por falar em cliente, nem sempre ele tem razão, mas

devemos tratá-lo como se tivesse, com toda calma, paciência e respeito (GONÇALVES, 20016, p. 18).

Na visão de Kotler (2006), “o segredo para gerar um grande nível de fidelidade é entregar um alto valor para o cliente”. Ou seja, o consumidor avalia o custo/benefício na aquisição ou não do produto, como também a fidelização do mesmo. Por isso, a grande necessidade de aprimorar a parte da empresa que mais está em contato com os clientes, o pessoal de linha de frente. É esse pessoal que atende os clientes e os satisfaz. Contudo, não somente esse pessoal deve trabalhar voltado para o cliente, e sim todos da empresa.

Trabalhar com satisfação gera satisfação não só para a própria pessoa como também para todos ao seu redor. “Ter e manter uma postura profissional adequada pode significar não só manutenção do emprego mas o diferencial que poderá levar o profissional a se destacar em relação aos demais” (GONÇALVES, 2006, p. 04).

Os benefícios que os profissionais propiciam, cumprindo as responsabilidades de seus trabalhos, passam a dar-lhes notoriedade, ampliando o grau de satisfação em relação a eles e quase criando uma obrigação de retribuição moral por parte dos beneficiados. Esta a razão pelo qual, com sucesso, muitos delas chegam a cargos eletivos, com relativa facilidade (SÁ, 2004).

O profissional tem que estar sempre com uma postura adequada para enfrentar as dificuldades do dia a dia. [...] realizar-se o processo de convivência com as dificuldades e desafios da vida, podendo-se afirmar que o ser humano possui alta flexibilidade e capacidade de adaptação (FIORELLI, 2008).

## **4 ATIVIDADES DO ESTÁGIO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **4.1 ATIVIDADES DO ESTÁGIO**

O estágio para elaboração do trabalho de conclusão de curso foi desenvolvido na Clínica ICASE – Instituto de Cardiologia de Sergipe Ltda, situada na Rua Riachuelo, 965, bairro São José, Aracaju, SE. Esta empresa tem o ramo de atividade médica ambulatorial com recursos para realização de exames complementares, serviços de diagnóstico por imagem com uso de radiação ionizante, exceto tomografia. O estágio foi elaborado com todos da recepção para verificar como os funcionários da Clínica Icase mantem sua imagem e postura profissional diante de seus colegas de trabalho e com o público externo, garantindo uma satisfação de sucesso para a organização, para os clientes e futuramente para uma vida profissional.

Este estudo caracteriza-se como pesquisa do tipo de campo quantitativa além disso foi utilizado o método de procedimento bibliográfico para complementar a pesquisa, principalmente as teorias relativas à livros, revistas e material disponível em internet onde serviram de ajuda para a conclusão do trabalho.

Esta pesquisa tem caráter quantitativo no qual foram abordados os percentuais dos resultados encontrados acerca dos objetivos expostos.

O universo desse trabalho foi com os recepcionistas que formam o total de quatorze pessoas.

O instrumento de pesquisa para a coleta de dados foi utilizado questionário objetivo.

O questionário para os recepcionistas foi elaborado com 12 questões, onde eles foram o público alvo para a pesquisa de campo.

Os questionários aplicados com as perguntas, suas respostas foram guardadas com maior sigilo para maior resultado verídico.

Os dados coletados foram analisados sistematicamente tabulados e confrontados com a realidade e as teorias existente sobre o tema.

Este capítulo divide-se em duas partes. Na primeira parte traça-se um perfil do estudo através dos dados obtidos na parte inicial do instrumento de cada dado. Na segunda parte, abordam-se as questões relacionadas com o assunto que

foi a imagem e postura do profissional dentro da Clínica ICASE, acrescida com suas análises, frente ao objetivo geral do trabalho.

A seguir, apresentam-se e analisam-se os dados coletados nesta pesquisa. Primeiramente é caracterizada a empresa pesquisada, diagnosticando a forma de gestão de cada um.

Em um segundo momento são apresentados e analisados os dados coletados dentro da Clínica ICASE, fornecidas pelos sujeitos participantes desta pesquisa.

## 4.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

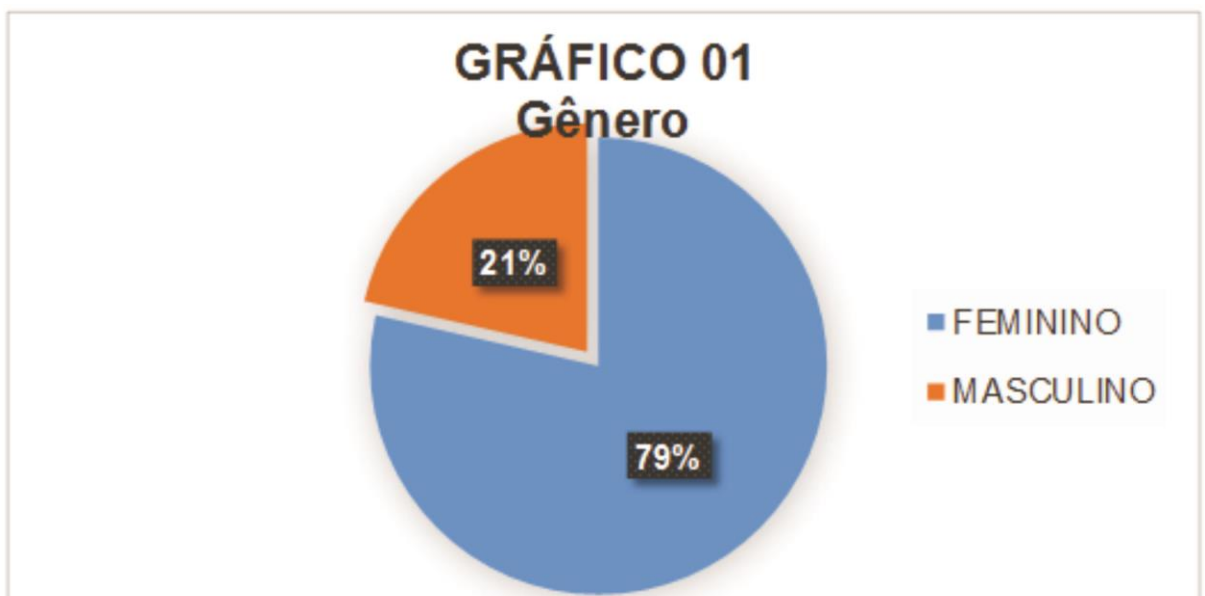
### 4.2.1 Perfil dos entrevistados

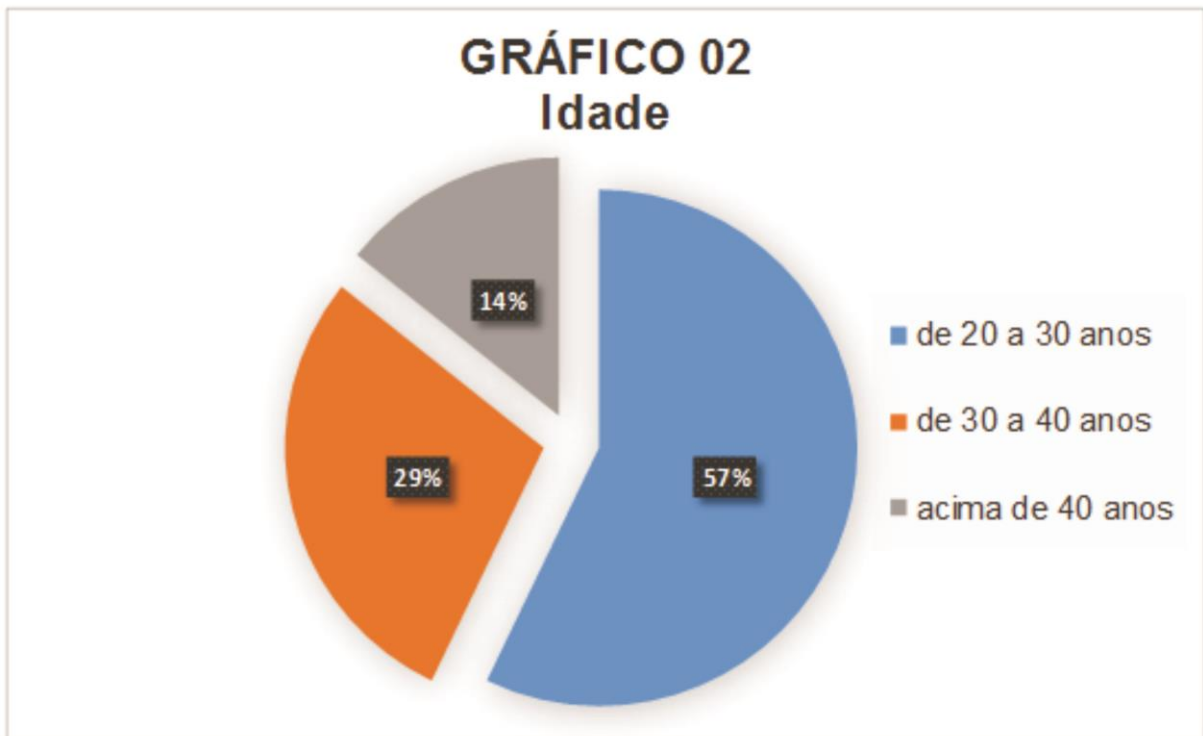
Em relação ao perfil dos 14 atendentes entrevistados, segue abaixo os gráficos nº 01, nº 02 e nº 03.

O gráfico nº 01 representado pelo gênero dos funcionários com 79% do sexo feminino e 21% do sexo masculino. Nota-se que a maioria dos funcionários é do sexo feminino.

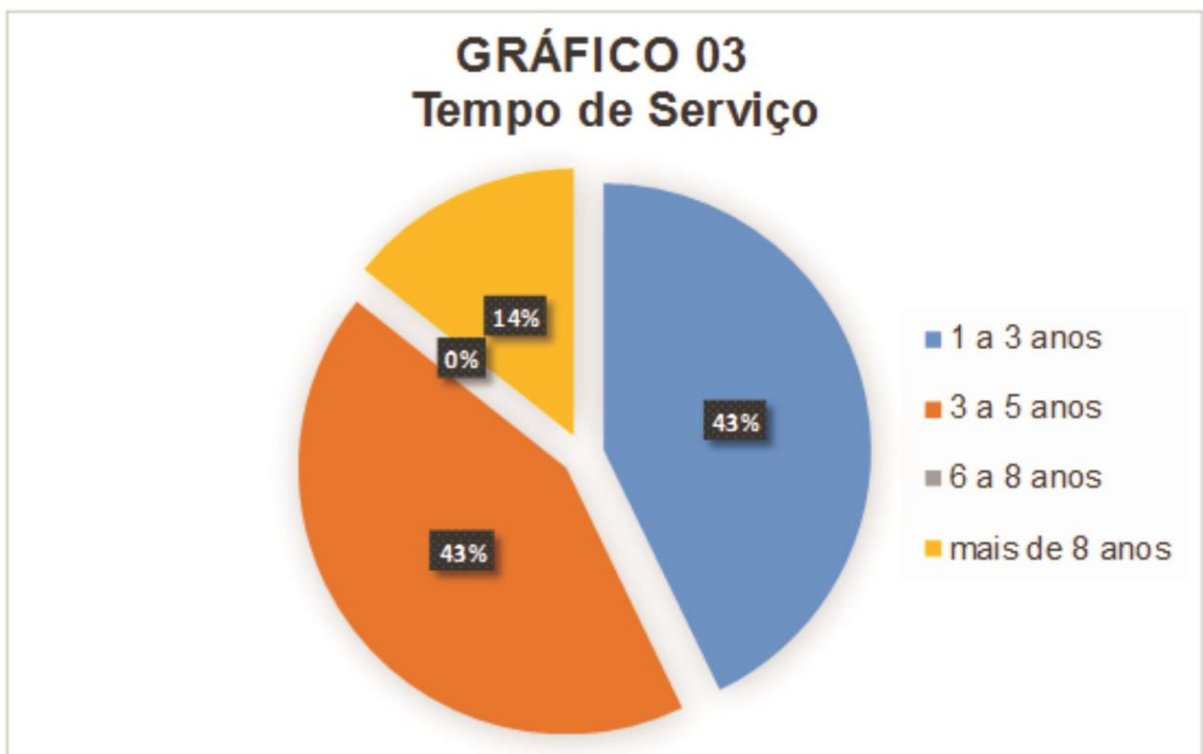
No gráfico nº 02 mostra a idade dos funcionários, com 57% representado pelos colaboradores com a idade entre 20 anos a 30 anos, 29% representa os funcionários com a idade de 30 anos a 40 anos e 14% dos funcionários com a idade acima dos 40 anos, portanto o quadro dos funcionários é representado por pessoas com a idade de menos 30 anos.

O resultado que representa no gráfico nº 03 com as informações do tempo de serviço dos funcionários onde 43% trabalha há menos de três anos, 43% tem o tempo de serviço de três a cinco anos e 14% trabalham há mais de oito anos, pois o resultado da análise informa que o tempo de serviço de 43% dos funcionários são mais experientes dos que tem os 43% menor que três anos e a diferença do percentual informa que a empresa trabalha com pessoas de experiência e competência em razão do seu tempo de serviço.





Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

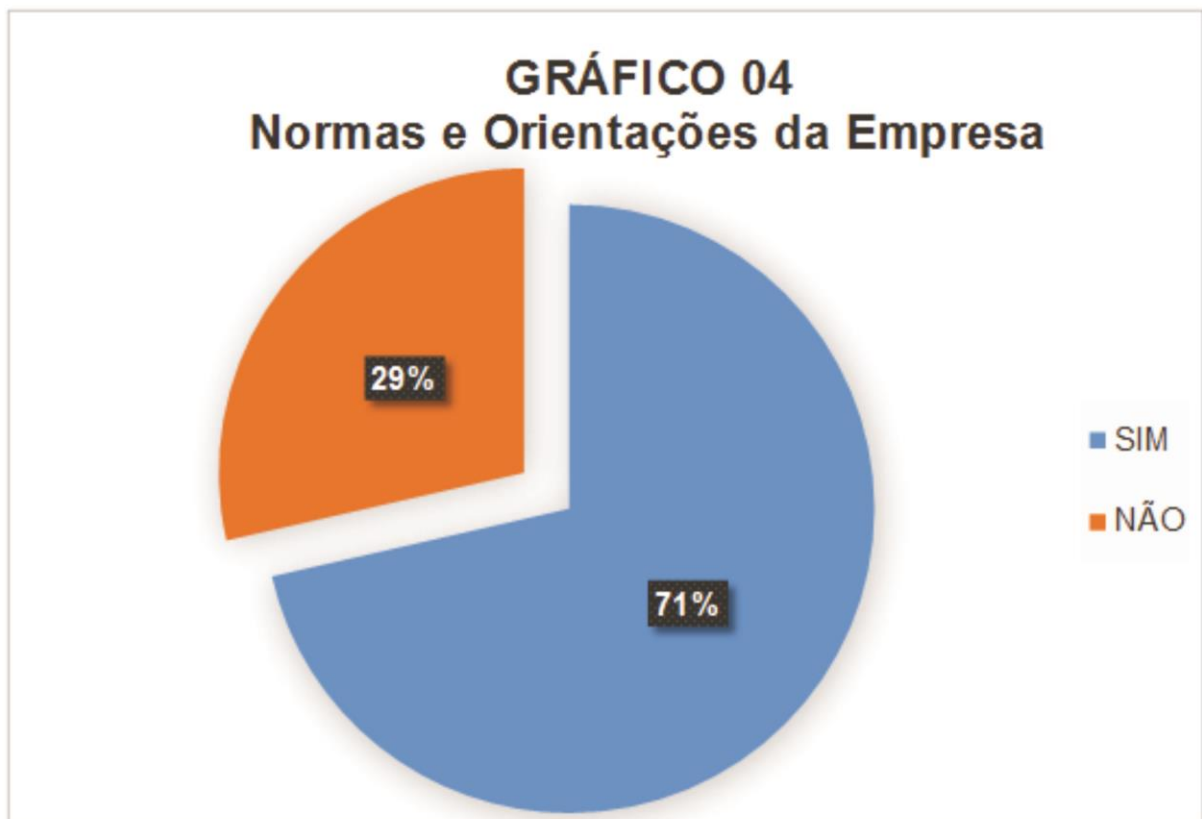


Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

#### 4.2.2 Normas e orientações da empresa

Os funcionários entrevistados foram questionados sobre se as normas e orientações da empresa em relação com os cuidados da aparência e postura do profissional são passadas claramente, como resposta, obteve-se no gráfico nº 04, que 71% afirmaram que todas as normas são passadas adequadamente e os 29% os entrevistados afirmaram que as normas e orientações da empresa não são passadas claramente como deveria.

Analisando o que 29% dos entrevistados disseram sobre a falta de manual existe uma dificuldade em saber o que fazer, e com isso faz com que os funcionários da Clínica ICASE não alcance bons resultados, com as normas e orientação disponível facilita atitudes e comportamentos que são valorizados e exigidos pela empresa.

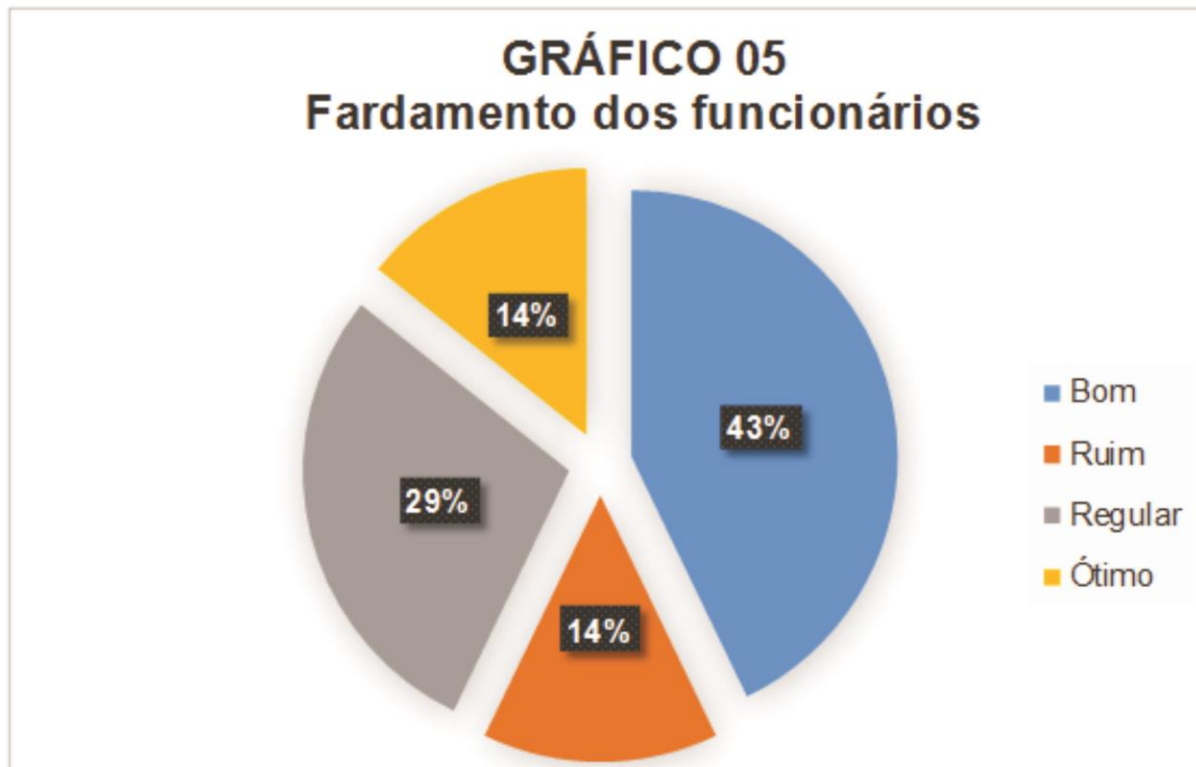


Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

### 4.2.3 Fardamentos dos funcionários

A pergunta feita em relação a vestimenta dos funcionários da Clínica ICASE, como mostra no gráfico nº 05, 43% revelaram que caracteriza o fardamento da empresa muito bom, isso significa que não há problema nenhum com o seu uniforme. Já os 14% informaram que estão muito satisfeitos por isso não há previsão de mudanças, a sugestão é que permanece o mesmo.

Portanto, os 29% da análise teve resultado regular, esses não estão satisfeito com seu uniforme e que isso prejudica a imagem da empresa e conseqüentemente com a sua aparência, por último os 14% confirmaram que o fardamento está ruim, mostrando insatisfação atingindo o atendimento aos clientes.



Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

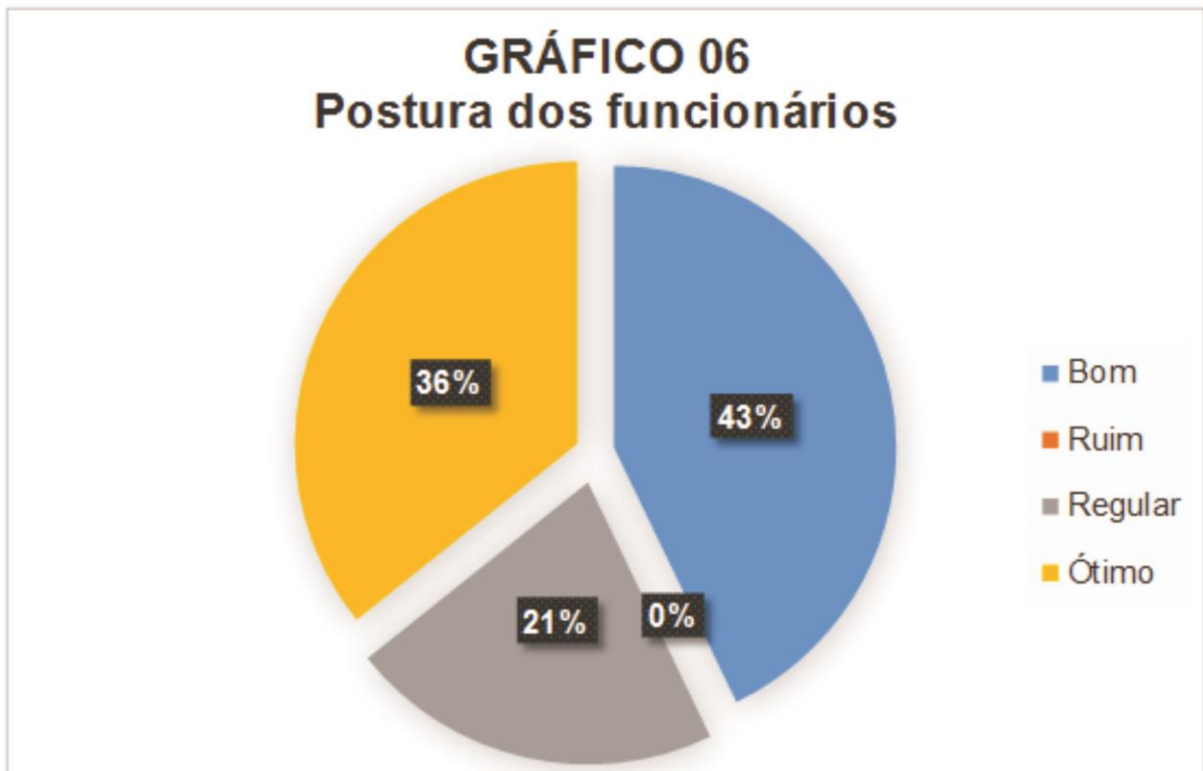
#### 4.2.4 Postura dos funcionários

Em relação a pergunta: Como é a postura dos funcionários da clínica ICASE no atendimento com os clientes, na demonstração do gráfico nº 06, 43% disseram que é boa a postura e 36% disseram ótimo.

Portanto, 21% dos entrevistados disseram que os funcionários estão com a postura regular que precisam de algumas orientações de como ter uma postura adequada diante de todos para melhorar o ambiente de trabalho, por passarmos o maior tempo do dia dentro da empresa é necessário possuir uma boa postura profissional para realizarmos um bom relacionamento com os clientes e futuramente para adquirirmos uma carreira de sucesso.

Neste caso, Ratto (2009, p. 71) destaca que:

Quando o assunto é postura profissional, alguns modos de agir podem ser corrigidos para o próprio bem da carreira. Através de treinamento, supervisão e experiência de trabalho, as posturas profissionais podem ser ajustadas. É claro que qualquer mudança individual só ocorre quando o interessado aceita e concorda que a mudança é importante (RATTO, 2009. P.71).



Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

#### 4.2.5 Postura x Satisfação do cliente

Uma outra questão a ser pesquisada foi se uma boa imagem e postura adequada dentro da empresa influência para a confiança e satisfação dos clientes e sucessivamente para seu crescimento profissional. Neste aspecto a pesquisa demonstrou como mostra o gráfico nº 07, que 93% dos entrevistados afirmaram que é um ponto importantíssimo para satisfazer um cliente é com a nossa cordialidade e credibilidade. 7% dos funcionários respondeu ruim, que não acha necessário ter uma boa imagem e postura adequada para satisfazer o cliente e crescer profissionalmente e sim, acha a capacitada profissional importante.

Neste ponto esse profissional está totalmente desinformado com o assunto que ele considera inútil e que precisa de uma reciclagem nos seus pensamentos para poder agir corretamente, a capacitação técnica anda junto com uma boa aparência e uma boa educação, com esses dois requisitos o profissional tem mais chances e possibilidades de sucessos.



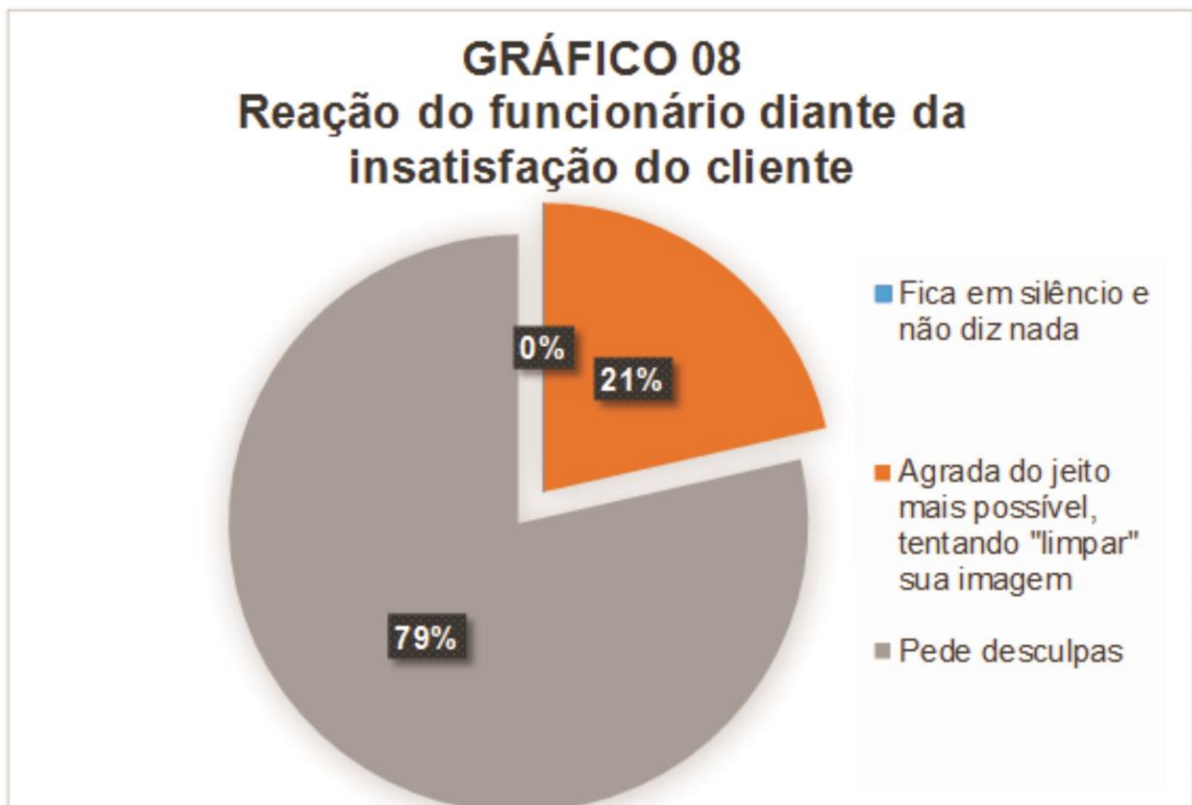
Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

#### 4.2.6 Reações do funcionário diante da insatisfação do cliente

No tocante à questão sobre a insatisfação do cliente com relação à postura inadequada do funcionário, contempla-se no gráfico 08, que 79% dos funcionários diante desta situação, pede desculpas ao cliente e 21% agrada o cliente do jeito mais possível tentando “limpar” sua imagem negativa.

Com resultado de 79%, remete a ideia de que quando um cliente está insatisfeito com determinada posição de um funcionário, este funcionário ao mesmo tempo percebe o fato ocorrido e automaticamente o aborda pedindo-o desculpas, com essa posição o funcionário está assumindo seu erro e transmitindo ao cliente segurança e tranquilidade, enquanto 21% ao saber que errou com a sua má postura tenta recepcionar o cliente o máximo possível para ter de volta a sua imagem positiva, é muito difícil reverter essa situação, sabe-se que a primeira impressão é a que fica, não adianta está bem vestida se você não tiver uma boa educação.

De acordo com GROSE (2011, p. 111) “A dificuldade em tentar melhorar uma imagem prejudicada em um local é que uma má impressão é incrivelmente persistente [...]”.

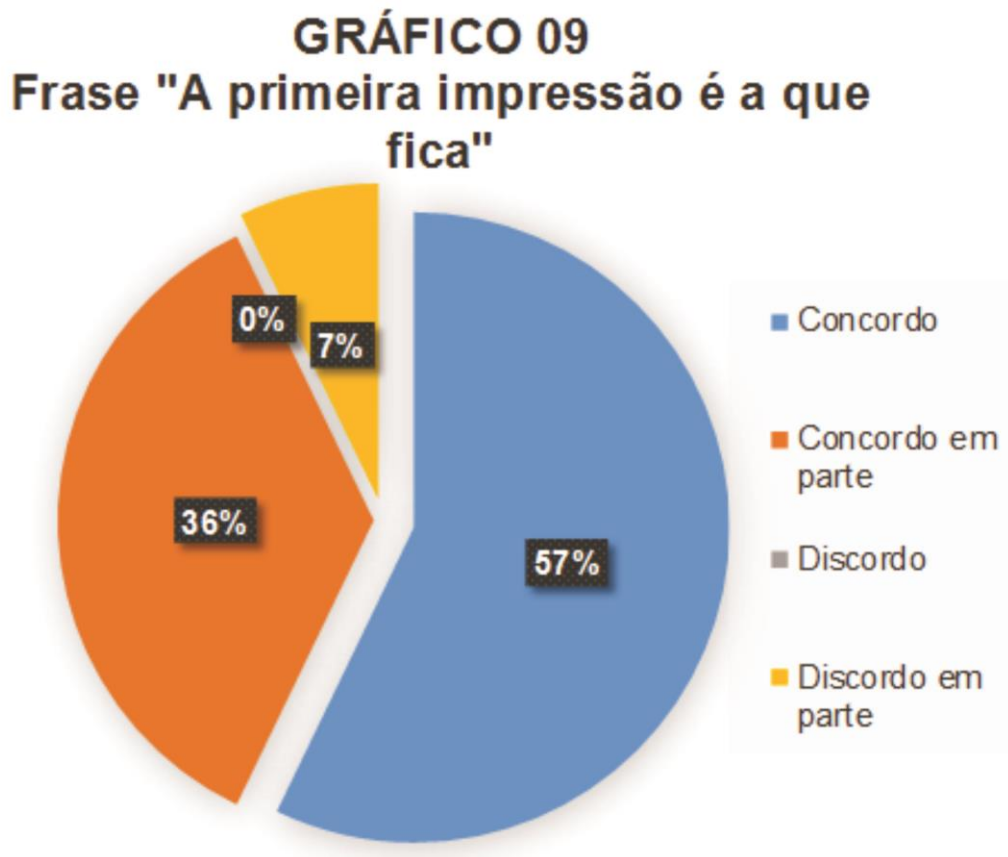


Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

#### 4.2.7 A frase “a primeira impressão é a que fica”

“Lembremo-nos da máxima de que não teremos uma segunda oportunidade de causar uma primeira boa impressão. A primeira impressão é a que fica, afirmam as pesquisas psicológicas e mercadológicas” (STEIN, 2004, p.41). Como mostra no gráfico nº 09, que 57% dos funcionários concorda com essa frase, já que são a linha de frente da empresa, afirmam que uma boa primeira impressão é transmitida através do nosso comportamento, atitudes, postura, comunicação e apresentação, portanto uma postura adequada e uma imagem agradável sempre vão ser importante para o sucesso profissional e pessoal.

Os 36% concorda em parte, que não acham que a primeira impressão é a que fica e 7% discorda em parte, que dar importância a outros aspectos como um bom conhecimento, mas como já tinha mencionado no gráfico anterior os dois requisitos, capacitação e boa aparência andam juntos para formar total sucesso.

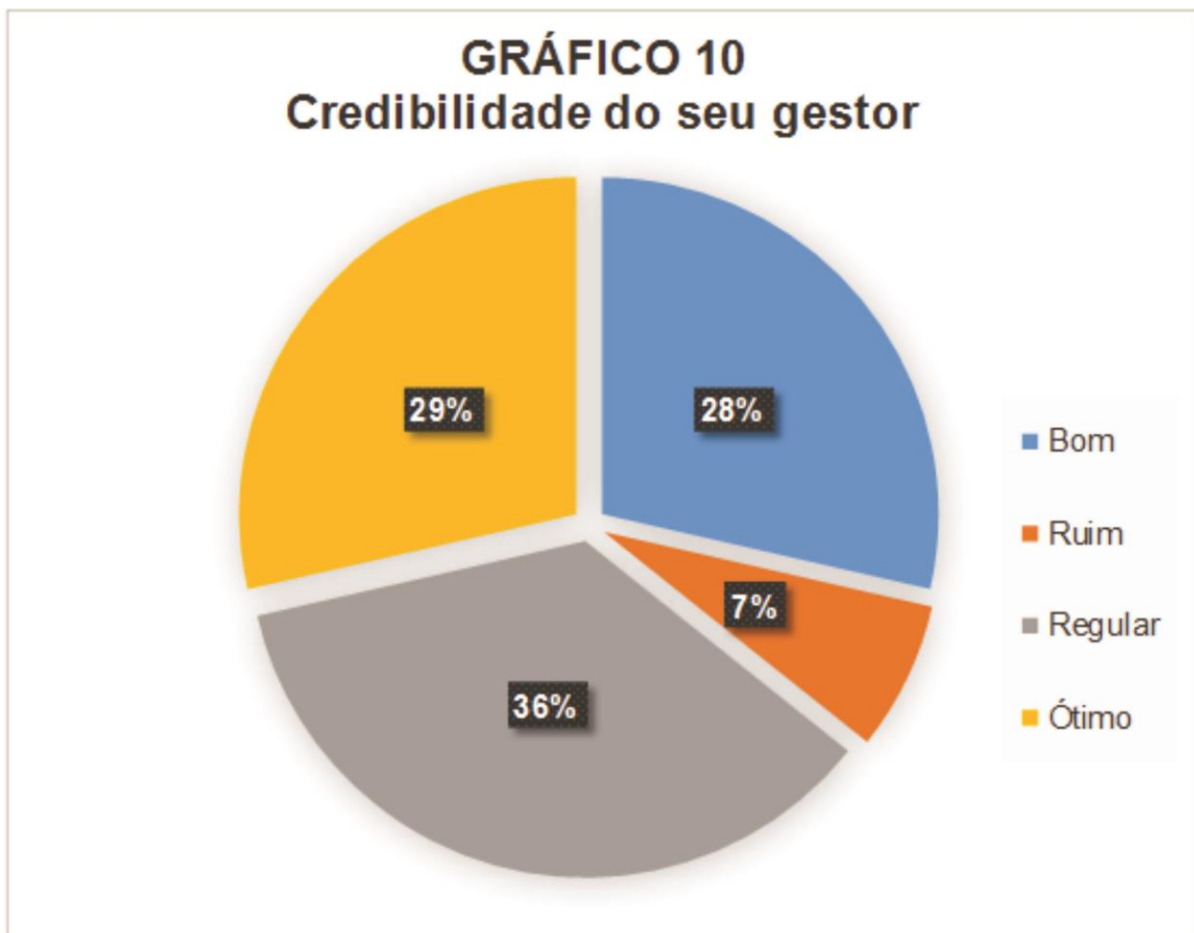


Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

#### 4.2.8 Credibilidade do gestor

Segundo Cabrera et al (2009, p. 17) “quando a pessoa demonstra baixa autoconfiança, ela perde credibilidade, e é fácil os outros perceberem isso, porque ela transmitiu insegurança, dúvida e indecisão”.

De acordo com as informações acima os funcionários foram perguntado sobre a credibilidade dos seus gestores que ficou da seguinte maneira como mostra o gráfico nº 10, 36% acham regular a credibilidade do seu gestor, 29% dos entrevistados acham ótimo, 28% acha bom, estão satisfeitos com sua confiança e somente 7% disseram ruim e opinaram que a característica mais importante de um gestor é a credibilidade, que por meio dela é que construímos bons relacionamentos, portanto os gestores precisa conhecer melhor as pessoas, passando autoconfiança para construir uma credibilidade maior e melhor com seus funcionários estabelecendo uma relação de respeito.



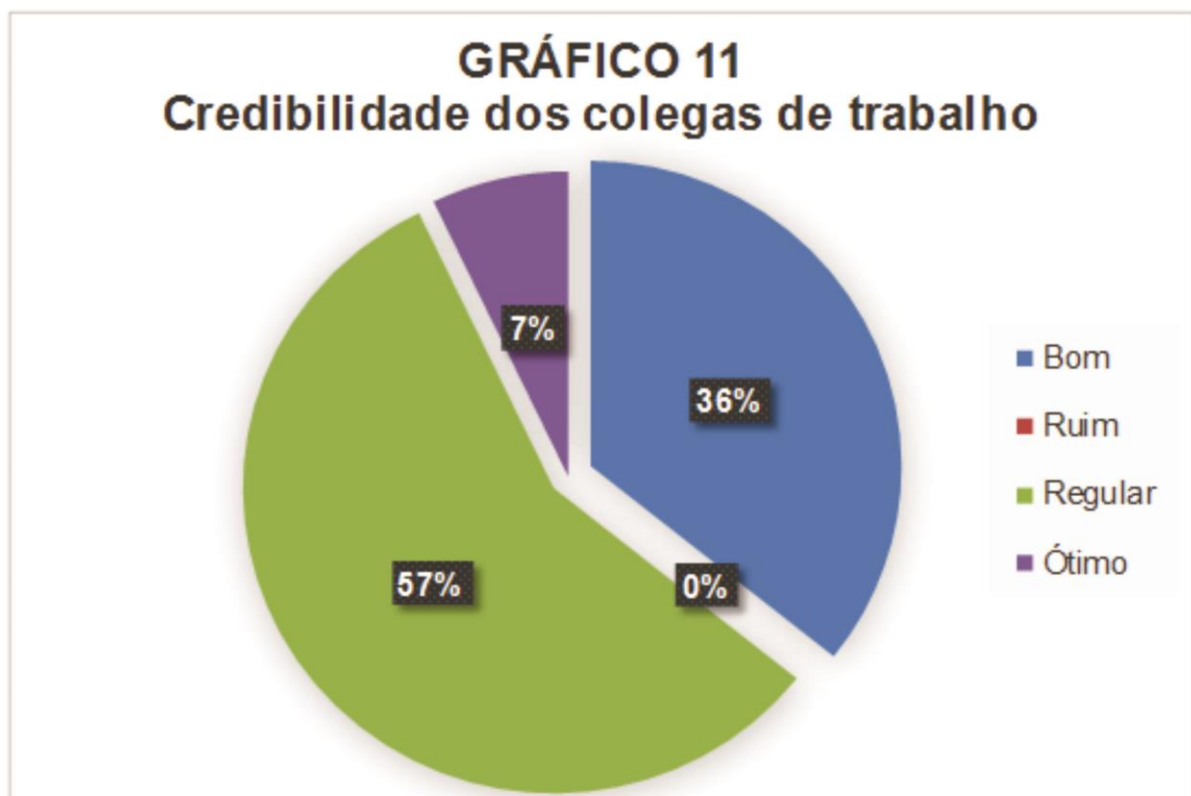
Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

#### 4.2.9 Credibilidade dos seus colegas de trabalho.

Segundo Matuson (2011, p. 41) “A forma mais rápida de desenvolver credibilidade é fazer o que promete. A forma mais rápida de perde-la é não fazer o que promete”. Portanto, a falta de planejamento dos colegas de trabalho faz com que no dia a dia as tarefas ficam acumuladas não deixando eles cumprirem o que prometeu, perdendo a credibilidade entre os funcionários.

De acordo com a pergunta que foi elaborada para os funcionários sobre a credibilidade de seus colegas como mostra o gráfico nº 11, verifica-se que 7% dos entrevistados acham ótima a confiança de seus colegas. 36% dos funcionários disseram que é bom a confiança dos seus colegas de trabalho que se sentem seguro ao trabalhar do seu lado, faz com que o ambiente de trabalho seja mais eficiente e produtivo.

Já os 57%, responderam que é regular a credibilidade dos seus colegas informaram que precisa respeitar ainda mais as diferenças, procurando ouvir e entender as pessoas, com isso criando credibilidade entre todos.



Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

#### 4.2.10 A postura se refere a própria ética da pessoa?

A pergunta elaborada para os funcionários foi a seguinte: Podemos dizer que a postura de uma pessoa se refere a sua própria ética que é o seu comportamento, seu jeito como trata as pessoas sem prejudicar, seus princípios e valores vindo há muito tempo atrás, é o seu caráter. (MAXIMIANO, 2007, p.414). Você concorda com a afirmativa do autor?

De acordo com o gráfico nº 12, 93% dos entrevistados disseram que sim, que concorda com o que o autor diz, já os 7% afirmam que não concorda com o pensamento do autor, informando que o comportamento do ser humano se molda com o dia a dia.



Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com as mudanças constantes no ambiente de trabalho e o mercado competitivo nas organizações que vem acelerando cada vez mais, as empresas buscam e exigem profissionais mais qualificados e de preferência que venha com uma imagem e postura adequada visando um atendimento completo para os clientes.

Não há nada mais satisfatório para o cliente como a boa recepção e respeito que lhe é atribuído pelos funcionários de uma empresa. A postura do profissional é muito importante para que haja uma boa visão dentro da empresa.

Com esse contexto abordamos a imagem e a postura dos funcionários da Clínica ICASE, como a maioria dos funcionários é do sexo feminino exige mais uma boa aparência para transmitir confiança, segurança e tranquilidade aos clientes que com isso valoriza mais o seu perfil pessoal e profissional.

Todos os aspectos devem ser considerados pelo profissional quando se trata do bem estar e satisfação do cliente. A aparência, a ética, o comportamento e o equilíbrio emocional. Pois um atendimento de alta qualidade não só cativa o cliente como faz dar uma referência positiva para o funcionário.

Buscar essa meta não foi fácil, as virtudes e valores de uma pessoa vem de muitos anos atrás, vem de berço, são comportamentos que recebemos dos nossos pais quando crianças, que com o passar do tempo vão melhorando e aperfeiçoando há cada dia.

O interesse pelo assunto foi saber como os funcionários da Clínica ICASE aborda a imagem e postura profissional como um diferencial para um bom atendimento.

O objetivo geral desse projeto foi mostrar a importância de uma boa imagem pessoal e postura profissional dentro de uma organização, com isso desta pesquisa encontramos um alto grau de satisfação em relação a imagem e a postura dos funcionários, isto significa dizer que todos possuem uma boa aparência e uma educação adequada para servir não só o cliente interno como também o cliente externo e com isso viver em sociedade, dentro de um ambiente de trabalho a imagem e postura profissional são mais importante.

Em resposta aos objetivos específicos, podemos verificar na pesquisa que uma imagem profissional pode transmitir para os clientes e colegas de trabalho impressões boas e ruins que vai depender do comportamento de cada um, que as atitudes que devem ser mantidas para uma postura adequada é ser simpático, educado, respeitar o próximo, cumprir com as promessas e vestir-se conforme o ambiente em que trabalha, buscando dessa forma um resultado positivo.

A pesquisa na Clínica ICASE, atendeu aos objetivos de forma satisfatória, pois através dela pode-se verificar os erros que eram transmitidos e com isso sugerir melhorias que venham a atender e satisfazer o público interno e externo com uma boa aparência e postura profissional adequada, para futuramente conquistar uma carreira de sucesso.

A imagem e postura profissional é uma ferramenta para o sucesso pessoal e profissional por possuir benefícios que moldam os colaboradores para se tornarem melhores através da correta apresentação, postura, comportamentos e relacionamento com o próximo.

Como sugestão este trabalho pode estar contribuindo com as seguintes propostas:

- Que a empresa através de parceria com instituições de capacitação, ofereça a seus colaboradores cursos de atendimento ao cliente com ênfase na postura profissional.
- Verificação constante das sugestões e reclamações enviadas pelos clientes de maneira a acompanhar a forma como é vista a postura adotada pelos funcionários.
- Que a organização possa criar um manual de normas de conduta, que possa ser entregue aos funcionários existentes e aos novos no ato da contratação.

Este trabalho trouxe à autora, a visão de que uma boa imagem e postura profissional é de fundamental importância para uma carreira de sucesso e também para a vida pessoal, para que possamos viver no dia a dia uma harmonia social.

Lembrando que, através da imagem e postura que passamos para alguém é que seremos julgados se transmitimos ou não um comportamento ideal. Portanto é importante estarmos com uma vestimenta adequada ao ambiente de trabalho e com uma postura agradável, satisfazendo a todos.

**REFERÊNCIAS:**

AMARAL, I. **Imagem e Sucesso: Guia de protocolo para empresas.** 8º ed. São Paulo: Editorial Verbo, 2008.

BORDIN, Sady. **Marketing pessoal: 100 dicas para valorizar a sua imagem.** 14º ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

Batista, Anderson Hernandes. **O perfil do profissional de sucesso no mundo moderno.** 1ª ed. São Paulo; 2005.

CABRERA, Luiz Carlos de Queiroz; ROSA, Luiz Edmundo Prestes. **Se eu fosse você, o que eu faria como gestor de pessoas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CARMELLO, Eduardo. **Saiba tudo sobre resiliência e veja por que as empresas preferem os resilientes.** 2008. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/noticias/administração-e-negocios/saiba-tudo-sobre-resiliencia-e-veja-por-que-as-empresas-preferm-os-resilientes/15984/>>. Acesso em 24 mar. 2014.

CARVALHO, Antônio Vieira; NASCIMENTO, Luiz Paulo; SERAFIM, Oziléa Clen Gomes. **Administração de Recursos Humanos.** 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

CASE, Silvana. **Boa aparência pode ser um fator importante na carreira profissional.** 2010. Disponível em <http://clubedovendedor.com.br/o-poder-da-etiqueta-corporativa-para-conquista-do-sucesso-profissional/>. Acesso em 03 abr. 2014.

FACHADA, Maria Odete. **Psicologia das Relações Interpessoais.** 1ª ed. Rumo, 2003.

FIORELLI, José Osmir. **Psicologia para administradores: Integrando Teoria e prática.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, Rosana Fa. **Postura profissional: Comportamento pode pesar mais que desempenho.** 1ª ed. Rio de Janeiro. Qualitymark, 2006.

GROSE, Ray. **Como vender você; tradução de Henrique Amat Rego Monteiro.** São Paulo. Clío Editora, 2011.

JUNIOR, Pompeu Tranzillo. **Falando e encantando em público.** 1ª ed. Aracaju: Infographics gráfica e Editora, 2013.

JUSTUS, Roberto, 2012. **Entrevista de estágio + Debate se imagem é tudo.** Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=Pq65NZGnOVk>>. Acesso em 02 abr. 2014.

KOTLER, Philip; KELLER K. L. **Administração de Marketing.** 12ª ed. São Paulo: Pratices Hall, 2006.

LAGES, Silvana. **Imagem profissional: ela abre e fecha portas, 2009**. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=v0Ua9ulEQ68>. Acesso em 24 de março de 2014.

LAGES, Silvana. **O papel do consultor de imagem, 2013**. Disponível em: <<http://silvanalages.com.br/imagem-pessoal-deve-ser-uma-preocupacao-de-todos>>. Acesso em 24 de mar. 2014.

\_\_\_\_\_, Silvana. **Postura, imagem e comportamento x sucesso, 2012**. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=FAWYkZqRKCQ>. Acesso em 19 de maio de 2014.

MACEDO, Ivanildo Izaias et al. **Aspectos comportamentais da gestão de pessoas**. 9º ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

MARKERT, Tom. **102 regras para ser um profissional de sucesso**. Campinas, SP: Verus, 2010.

MARTINS, Rogério. **Reflexões do mundo corporativo**. Disponível em: <http://www.curricular.com.br/artigos/carreira/marketingpessoal.aspx>. Acesso em 03 abr. 2014.

MATUSON, Roberta Chinsky. **De repente, no comando: aprenda a trazer melhores resultados como gerente e como subordinado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Teoria geral da Administração: da revolução digital**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

PERCIA, André; SITA, Mauricio. **Coaching: Grandes mestres ensinam como estabelecer e alcançar resultados extraordinários na sua vida pessoal e profissional**. Editora ser mais. São Paulo, 2013.

RATTO, Luiz. **Vendas: técnicas de trabalho e mercado**. Rio de Janeiro: Senac nacional, 2009.

TARRAFA, A. **Imagem Pessoal vs Postura Profissional**. 2010. Disponível em <http://alexandretarrafa.files.wordpress.com/2011/01/imagem-pessoal-vs-postura-profissional.pdf>. Acesso em 01 de dez. 2013.

SÁ, Antônio Lopes. **Ética profissional**. 5ª ed. Revista e Ampliada. São Paulo. Atlas, 2004.

SIQUEIRA, Marçal. **Quanto vale a aparência pessoal no trabalho?** Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=lvFE9du4.5NZGnO>. Acesso em 15 de maio 2014.

STEIN, Ademir S. **A arte de vender sonhos**. São Paulo: Marco Zero, 2004.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE A – Questionário dos funcionários

### QUESTIONÁRIO DOS FUNCIONÁRIOS

Este questionário é parte fundamental do trabalho de conclusão de curso de Bacharel em Administração da Faculdade Amadeus, desenvolvido pela aluna Adriane de Andrade Souza. Sua resposta será de grande ajuda. Muito Obrigado (a) pela sua colaboração!

1. Gênero:

Masculino

Feminino

2. Faixa etária:

de 20 a 30 anos.

de 30 a 40 anos.

acima de 40 anos.

3. Há quanto tempo você trabalha na empresa?

1 a 3 anos

3 a 5 anos

6 a 8 anos

mais de 8 anos

5. As normas e orientações da empresa em relação com os cuidados da aparência e postura do profissional foram passadas claramente?

SIM  NÃO

4. Em sua opinião com relação a vestimenta dos funcionários da Clínica ICASE como você caracteriza?

BOM  RUIM  REGULAR  ÓTIMO

5. Como é a postura dos funcionários da clínica ICASE no atendimento com os clientes?

BOM  RUIM  REGULAR  ÓTIMO

6. Uma boa imagem e postura adequada dentro da empresa influencia para a confiança e satisfação dos clientes e sucessivamente para seu crescimento profissional.

SIM  NÃO

4. Um cliente sai insatisfeito com sua postura inadequada o que você faz para reverter essa situação?

- fica em silêncio e não diz nada.
- agrada do jeito mais possível, tentando “limpar” sua imagem.
- pede desculpas.

7. A frase “a primeira impressão é a que fica”.

- Concordo.
- Concordo em parte.
- Discordo.
- Discordo em parte.

8. Indique a credibilidade do seu gestor.

- BOM  RUIM  REGULAR  ÓTIMO

9. Indique a credibilidade dos seus colegas de trabalho.

- BOM  RUIM  REGULAR  ÓTIMO

10. Podemos dizer que a postura de uma pessoa se refere a sua própria ética que é o seu comportamento, seu jeito como trata as pessoas sem prejudicar, seus princípios e valores vindo há muito tempo atrás, é o seu caráter. (MAXIMIANO, 2007, p.414). Você concorda com a afirmativa do autor?

- SIM  NÃO

## APÊNDICE B – Tabulação

**Tabela 1 - Gênero**

<b>Gênero</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
FEMININO	11	79%
MASCULINO	3	21%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

OBS:

FA = Frequência Absoluta

FR% = Frequência Relativa

**Tabela 2 – Faixa etária**

<b>Idade</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
De 20 a 30 anos	8	57%
De 30 a 40 anos	4	29%
Acima de 40 anos	2	14%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

OBS:

FA = Frequência Absoluta

FR% = Frequência Relativa

**Tabela 3 – Há quanto tempo você trabalha na empresa?**

<b>Tempo de serviço</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
1 a 3 anos	6	43%
3 a 5 anos	6	43%
6 a 8 anos	0	0%
Mais de 8 anos	2	14%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

OBS:

FA = Frequência Absoluta

FR% = Frequência Relativa

**Tabela 4 - As normas e orientações da empresa em relação com os cuidados da aparência e postura do profissional foram passadas claramente?**

<b>Normas e Orientações da Empresa</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
SIM	10	71%
NÃO	4	29%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

OBS:

FA = Frequência Absoluta

FR% = Frequência Relativa

**Tabela 5 - Em sua opinião com relação a vestimenta dos funcionários da Clínica ICASE como você caracteriza?**

<b>Fardamento dos funcionários</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
Bom	6	43%
Ruim	2	14%
Regular	4	29%
Ótimo	2	14%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

OBS:

FA = Frequência Absoluta

FR% = Frequência Relativa

**Tabela 6 - Uma boa imagem e postura adequada dentro da empresa influência para a confiança e satisfação dos clientes e sucessivamente para seu crescimento profissional**

<b>Postura dos funcionários</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
Bom	6	43%
Ruim	0	0%
Regular	3	21%
Ótimo	5	36%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

OBS:

FA = Frequência Absoluta

FR% = Frequência Relativa

**Tabela 7 - Uma boa imagem e postura adequada dentro da empresa influência para a confiança e satisfação dos clientes e sucessivamente para seu crescimento profissional?**

<b>Postura x satisfação do cliente</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
SIM	13	93%
NÃO	1	7%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

OBS:

FA = Frequência Absoluta

FR% = Frequência Relativa

**Tabela 8 - Um cliente sai insatisfeito com sua postura inadequada o que você faz para reverter essa situação?**

<b>Reação diante da insatisfação do cliente</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
Fica em silêncio e não diz nada	0	0%
Agrada do jeito mais possível, tentando "limpar" sua imagem	3	21%
Pede desculpas	11	79%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

OBS:

FA = Frequência Absoluta

FR% = Frequência Relativa

**Tabela 9 - Frase "A primeira impressão é a que fica"**

<b>Frase "A primeira impressão é a que fica"</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
Concordo	8	57%
Concordo em parte	5	36%
Discordo	0	0%
Discordo em parte	1	7%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

OBS:

FA = Frequência Absoluta

FR% = Frequência Relativa

**Tabela 10 - Indique a credibilidade do seu gestor**

<b>Credibilidade do seu gestor</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
Bom	4	29%
Ruim	1	7%
Regular	5	36%
Ótimo	4	29%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

**Tabela 11 - Indique Credibilidade dos colegas de trabalho**

<b>Credibilidade dos colegas de trabalho</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
Bom	5	36%
Ruim	0	0%
Regular	8	57%
Ótimo	1	7%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

OBS:

FA = Frequência Absoluta

FR% = Frequência Relativa

**Tabela 12 - Podemos dizer que a postura de uma pessoa se refere a sua própria ética que é o seu comportamento, seu jeito como trata as pessoas sem prejudicar, seus princípios e valores vindo há muito tempo atrás, é o seu caráter. (MAXIMINIANO, 2007, p.414). Você concorda com a afirmativa do autor?**

<b>A postura se refere a própria ética da pessoa?</b>	<b>FA</b>	<b>FR %</b>
SIM	13	93%
NÃO	1	7%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.