



*feel* 



## **Considerações sobre a avaliação dos indicadores no relatório:**

- Os indicadores são avaliados através da percepção e a faixa de resultados da avaliação varia de 0 (zero) a 10 (dez).
- Os Indicadores traduzem os itens que serão avaliados.
- A diferença de grau menor do que 1% foi desconsiderada.

**Índice:** Grau que representa a percepção de **todos** os pesquisados sobre **todos** os indicadores avaliados por item.

✓ **Ponto Forte e Ponto Fraco:** Com o índice e o desvio padrão da percepção dos pesquisados, acha-se o **grau máximo e mínimo da percepção dos pesquisados**. Os indicadores acima do grau máximo são os **Pontos Fortes** e os abaixo do grau mínimo são os Pontos Fracos.

Os indicadores que foram considerados como **Pontos Fortes** ou **Pontos Fracos** são encontrados sem estarem associados a graus definidos.

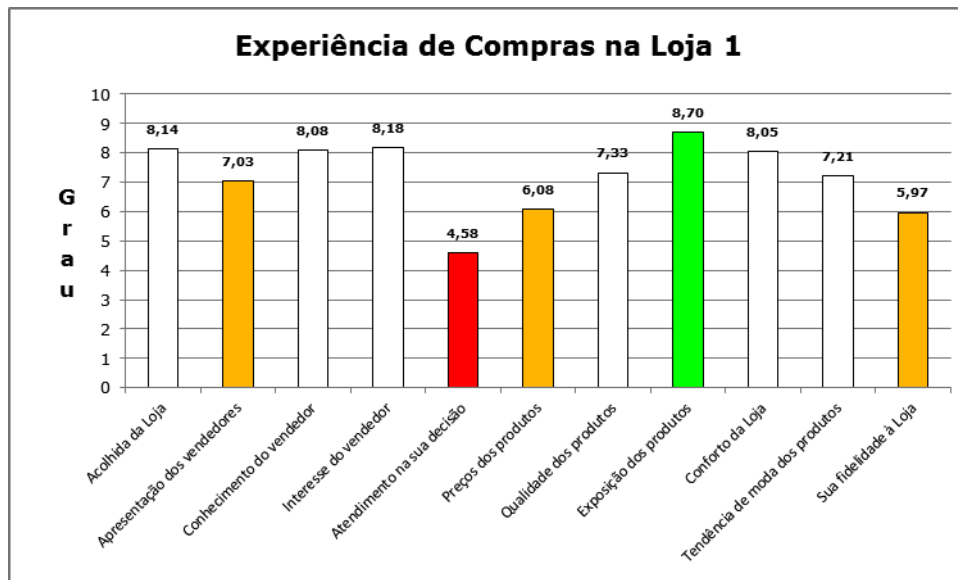
✓ **Mínimo Ideal por Indicador:** Na existência de Ponto(s) Fraco(s) é o grau encontrado para se saber o percentual de melhoria que é necessário para **eliminá-lo(s)**. Neste caso, alguns indicadores que **não são inicialmente Pontos Fracos, sofrem influência** da percepção e passam também a necessitar de serem trabalhados. Na inexistência de Ponto(s) Fraco(s), o Mínimo Ideal por Indicador é o grau mínimo da percepção do grupo.

✓ Abaixo da expressão “**Indicador(es) a Ser(em) Trabalhados(s)**” estão os indicadores que precisam ser trabalhados (Ponto(s) Fraco(s) e os que sofreram a influência da percepção). O percentual é calculado através do **grau do indicador** pelo **grau Mínimo Ideal por Indicador**.

✓ **Fator Crítico:** Quando há divergência acentuada de percepção entre os itens.

✓ **Índice Geral:** Grau que representa a percepção de todos os pesquisados sobre todos os indicadores avaliados na Pesquisa.

## 2) Percepção dos clientes sobre as lojas de uma empresa.



### Pontos Fortes e Pontos Fracos

Laranja: Indicadores a serem trabalhados