



II Simpósio de Engenharia de Produção

As Contribuições da Engenharia de Produção  
para a Indústria de Serviços

## **AVALIAÇÃO DA QUALIDADE EM SERVIÇO PÚBLICO: UM ESTUDO DE CASO NO CENTRO DE REFERÊNCIA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL (CRAS) DE TENENTE ANANIAS/RN**

Fladiana Cristina Gomes de Oliveira - fladyoliveira@hotmail.com

José Paulo de Sousa - jpaulo@ufersa.edu.br

Ana Lúcia Brenner Miranda Barreto - analucia@ufersa.edu.br

Alexandre Wallace Ramos Pereira - alexandre.uern.adm@gmail.com

### **Resumo:**

O setor de serviços tem crescido consideravelmente em todo o mundo. A evolução da sociedade, a globalização e o avanço da tecnologia são fatores que tem contribuído para o crescimento proeminente do setor e sua acentuada atuação em todo o mundo. No Brasil, este segmento é responsável por grande parte da oferta de empregos, representando em 2009, 67,4% do Produto Interno Bruto (PIB) do país, segundo dados da Confederação Nacional de Serviços (CNS). No âmbito do serviço público, o Estado tem buscado incluir na Administração Pública, estratégias para melhorar a qualidade de suas atividades, indicando parâmetros de qualidade de acordo com as especificidades locais, com o objetivo de garantir aos usuários um serviço personalizado, ágil, com diferenciais no atendimento e alto nível de resolutividade, desmitificando a ideia de lentidão e ineficácia do serviço público. Esta pesquisa trata da medição da qualidade em serviços de uma unidade pública estatal, voltada à prestação de serviços sócio assistenciais. Para tanto, foram levantados na literatura, conceitos, teorias e modelos de ferramentas que pudessem mensurar a qualidade do serviço. Para a efetivação da pesquisa, foi escolhido o método de avaliação SERVQUAL, uma vez que esta ferramenta é a que mais se assemelhava ao caso da empresa analisada. O estudo permitiu identificar o perfil dos respondentes da organização, comparar suas expectativas e percepções em relação ao serviço ofertado e identificar os entraves operacionais que comprometem a qualidade do serviço. Estes resultados proporcionaram a instituição, conhecer as reais necessidades de seus usuários, suas expectativas e percepções quanto ao serviço esperado e recebido e os pontos fortes e fracos da organização, além de servir de subsídio para elaboração e desenvolvimento efetivo de um plano de ação que melhore a qualidade de seus serviços.

**Palavras-chave:** SERVQUAL; qualidade de serviços; serviço público; usuário.



## II Simpósio de Engenharia de Produção

### As Contribuições da Engenharia de Produção para a Indústria de Serviços

#### **Abstract**

The service sector has grown considerably worldwide . The evolution of society , globalization and technological advances are factors that have contributed to the outstanding growth of the industry and its strong performance throughout the world . In Brazil , this segment is responsible for the majority of jobs , representing in 2009 , 67.4 % of Gross Domestic Product ( GDP) , according to the National Confederation of Service ( CNS ) . Within the public service , the state has sought to include in Public Administration , strategies to improve the quality of their activities , indicating quality parameters according to local specificities , in order to ensure users with a personalized, responsive service, with differentials in service and high level of solving , demystifying the idea of slowness and inefficiency of público. Esta search service is measuring the quality of a state public unit , focused on the provision of social welfare services. For that were raised in the literature , concepts , theories and models of tools that could measure the quality of serviço. Para to execute the research , was chosen valuation method SERVQUAL , since this is the tool that most resembled the case the analyzed company . The study identified the profile of the respondents of the organization , comparing their expectations and perceptions of service offered and identify operational barriers that compromise the quality of the results provided serviço. Estes the institution , meet the real needs of their users, their expectations and perceptions of service expected and received eos strengths and weaknesses of the organization , and serve as a basis for development and effective development of an action plan to improve the quality of their services.

**Keywords:** SERVQUAL. Quality of service. Public service. Users

#### **1. Introdução**

Ofertar serviços com qualidade não é mais um diferencial competitivo, equivale à condição de preexistência para que a organização se mantenha atuante. Essas condições são impostas às organizações de qualquer área de atuação, quer seja pública ou privada.

Para Lovelock e Wirtz (2006) a expansão desse segmento aconteceu em virtude das mudanças sociais, da informatização, das políticas governamentais atuais, como também da internacionalização. Tais avanços resultaram em uma sociedade mais exigente e consciente de



seus direitos, exigindo, portanto, boa qualidade nos produtos consumidos/adquiridos, assim como na prestação de serviços.

Com as mudanças e novas filosofias da gestão pública, o Governo Federal tem investido em programas de qualidade, prezando pela máxima eficiência e celeridade de seus processos, orientada para os usuários e preparadas para responder as demandas sociais.

No setor público, a meta é a busca da excelência, no atendimento a todos os cidadãos, considerando-os como aqueles que pagam os serviços, pela via do imposto, sem qualquer simetria entre a qualidade e a quantidade do serviço recebido e o valor do tributo que recolhe (ALMEIDA, 2001, p. 2).

No âmbito dos serviços públicos socioassistenciais, foram determinados, pela Política Nacional de Assistência Social, através da Norma Operacional Básica de Recursos Humanos – NOB/RH – do Sistema Único Assistência Social (SUAS), o compromisso de ofertar serviços de qualidade que promovam o fortalecimento de vínculos familiares e sociais.

O serviço e benefício socioassistencial de qualidade produz uma mudança fundamental na vida do cidadão: a passagem da condição de submissão para a condição de protagonista. Essa mudança, a ser alcançada por meio do trabalho social, é fundamental para a construção e exercício de cidadania nos espaços políticos, nos quais são construídos e defendidos os direitos individuais e coletivos (FERREIRA, 2011, p. 22).

Diante do exposto, o presente estudo identificou, mensurou e confrontou as opiniões dos usuários em relação ao serviço ofertado pelo Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), a partir de suas expectativas e percepções, com o propósito de encontrar e descrever as lacunas existentes no serviço, para, posteriormente, serem desenvolvidas estratégias de aperfeiçoamento, no intuito de ampliar, fortalecer e potencializar a oferta de qualidade dos serviços públicos, da rede sócio assistencial, ofertado pela unidade pesquisada.

## **2. Referencial teórico**

### **2.1. Conceito e características de serviços**

Diante da relevante contribuição dos serviços para o desenvolvimento da economia mundial é pertinente relatar acerca de seu significado, assim como sua evolução e acentuada atuação nos dias de hoje.

Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) várias são as definições para tal expressão, no entanto todos os estudiosos abordam um ponto em comum que se trata de intangibilidade e



consumo simultâneo. Diante disso, o serviço, entre outras considerações, pode ser definido como:

Um ato ou desempenho oferecido por uma parte à outra. Embora o processo possa estar vinculado a um produto físico, o desempenho é transitório, frequentemente de natureza intangível e não resulta normalmente em propriedade de quaisquer dos fatores de produção (LOVELOCK; WIRTZ, 2006, p.8).

Corroborando com este pensamento, é pertinente sublinhar que serviços são experiências precípuas, intangíveis e desenvolvidas para um consumidor co-produtor (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005). Portanto, não pode ser estocado tampouco palpável, assim sendo, uma vez produzido não há como ser conservado.

Vale ressaltar que nos serviços, produção e consumo são realizados simultaneamente e a efetivação desses atos deriva do desempenho das pessoas e empresas ofertantes do serviço.

A constante preocupação dos provedores de serviços em apresentar atividades inovadoras que tragam maior comodidade a seus clientes justifica a crescente necessidade do público pelas organizações que desempenham atividades desse setor (LOVELOCK; WIRTZ, 2006).

Distinguem-se dos produtos por se tratarem de atos e desempenhos que não resultam na obtenção de bens palpáveis, assim, apresentar suas características diferenciadoras é importante para compreender como os serviços funcionam. Tais particularidades estão elencadas a seguir:

- a) Intangíveis: A característica da intangibilidade está fundamentada no fato de serem ideias e conceitos, atos e desempenhos, não resultando em produtos palpáveis, sendo, portanto experiências vividas;
- b) Heterogêneos: Essa característica resulta da combinação entre a intangibilidade do ato e da participação do cliente no processo, gerando, portanto uma variação de serviços entre os clientes, ou seja, apesar da ação ser desempenhada igualmente para todos os clientes, a percepção do serviço entregue poderá ser diferenciado de cliente para cliente;
- c) Precípuas: Como os serviços não são objetos, então não podem ser estocados. Uma vez desempenhado uma ação e esta não for consumida ou aplicada, então se perdeu uma oportunidade de serviço, se não for usado estará perdido para sempre;
- d) Simultâneos: os serviços são desempenhados e consumidos concomitantemente, sendo assim se não houver consumidores não há produção de serviços;



- e) Presença do cliente no processo dos serviços: O cliente é parte ativa no processo, pois para que haja a produção do serviço é necessária à interação com o consumidor, salvo em casos que a tecnologia é intermediadora do processo.

## 2.2. Qualidade em serviços

A preocupação em oferecer produtos e serviços de boa qualidade está presente desde as antigas culturas. Há relatos de que as antigas civilizações demonstravam zelo na fabricação de bens de consumo para que o produto fosse desenvolvido de acordo com as especificações feitas pelo cliente, buscando produzir com perfeição. Ao longo da história, foram grandes os avanços nos critérios e procedimentos adotados para supervisionar os processos produtivos, assim como chegar às teorias e práticas atuais da gestão de qualidade (OLIVEIRA, 2006).

O termo qualidade origina-se do latim *qualitate* e é empregado em situações diversas. O desenvolvimento histórico iniciado com o controle tradicional iniciada no final dos anos 20 pode ser dividido em três fases distintas: era da inspeção, era do controle estatístico e era da qualidade total (TQC). Logo, o termo assume diversas compreensões e por isso não possui uma definição clara e objetiva.

No ponto de vista de Garvin (1995) *apud* Lovelock; Wirtz, (2006) o termo apresenta significados distintos de qualidade, de acordo com cinco diferentes percepções como mostra o Quadro 01 abaixo:

Quadro 01- Definição de qualidade sob a ótica das cinco abordagens de Garvin

Percepção	Definição
<b>Visão transcendental</b>	Qualidade é sinônimo de excelência inata: uma marca de padrões firmes e alta realização.
<b>Fundamentada no produto</b>	Qualidade é uma variável precisa e mensurável.
<b>Fundamentada no usuário</b>	A qualidade está diante dos olhos de quem a observa. É equiparada a com a máxima satisfação do cliente.
<b>Fundamentada na produção</b>	São as práticas e especificações ligadas diretamente ao processo produtivo.
<b>Fundamentada no valor</b>	A qualidade é definida em termos de custo e preço. É a busca pela máxima excelência com os recursos disponíveis.

Fonte: Adaptado de Lovelock e Wirtz (2006).



## II Simpósio de Engenharia de Produção

### As Contribuições da Engenharia de Produção para a Indústria de Serviços

Diante de toda complexidade em conceituar, medir e identificar falhas da qualidade dos serviços, estudiosos realizaram pesquisas, durante anos, referente a essa abordagem com o objetivo de conhecer e compreender sob qual ótica o cliente analisara a qualidade dos serviços (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005).

Ainda segundo Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) essa avaliação varia conforme as diferentes compreensões do termo qualidade absorvida pelo cliente, pois estes são indivíduos diferentes, com desejos e necessidades distintas.

Para Carvalho e Palladine (2005), essas dimensões podem ajudar a elencar aspectos de desempenho de maneira que essa listagem identifique as partes do processo em que organizações devem focar seus esforços.

As cinco dimensões apresentadas por Lovelock e Wirtz (2006) são: confiabilidade, segurança, responsividade, empatia e aspectos tangíveis. Os próximos parágrafos irão expor cada uma delas.

- a) Confiabilidade: é a habilidade em prestar o serviço de maneira confiável e com prontidão, o que significa dizer que a empresa honra com suas obrigações, realizando suas atividades corretamente (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005);
- b) Segurança: é a competência dos funcionários em transmitir segurança na prestação do serviço, sem apresentar a existência de risco ou perigo para o cliente (CARVALHO; PALLADINE, 2005);
- c) Responsividade: é a capacidade de estar de prontidão para atender o cliente de maneira célere, colocando-se a sua disposição prontamente. Envolve rapidez na execução da atividade desempenhada (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005);
- d) Empatia: é a habilidade de atender com sensibilidade, demonstrando atenção e interesse durante o processo de prestação de serviço. Nessa dimensão evidência a educação, bondade e respeito com que o serviço é oferecido (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005);
- e) Aspectos tangíveis: são as instalações da estrutura física, condições de limpeza, acessibilidade, equipamentos, aparência das pessoas e material usado para a comunicação (LOVELOCK; WIRTZ, 2006).



Os clientes utilizam esses aspectos para fazer uma apreciação crítica sobre a qualidade do serviço oferecido, baseando-se na comparação entre o serviço esperado (expectativas) e o percebido (percepções).

Para Carvalho (2005, p. 342), “alguns fatores influenciam a formação das expectativas em relação ao serviço a ser prestado”. Exemplificando, temos a comunicação boca a boca, pois sempre que o sujeito se satisfaz com um determinado serviço, ele tende a propagar para outros as experiências vivenciadas. Outra variável é a necessidade pessoal, já que o cliente procura o serviço em busca do atendimento de suas necessidades de maneira satisfatória.

Se o serviço é oferecido com qualidade, então certamente o serviço percebido tende a superar as expectativas do serviço esperado, possibilitando a máxima satisfação do cliente. No entanto, quando ocorre o inverso e o serviço esperado não atende as expectativas do cliente, conclui-se que esse serviço será visto como de baixa qualidade.

Sob esse entendimento, é pertinente ressaltar que a qualidade em serviços é, portanto “(...) a relação entre as expectativas que o consumidor possui antes de comprar e experimentar um serviço e sua percepção posterior sobre a satisfação ou não de tais expectativas” (LOURENÇO; KNOP, 2011, p. 225).

Para mensurar de maneira mais eficiente o desempenho das empresas prestadoras de serviço, estudiosos desenvolveram ferramentas que permitem identificar, corrigir e avaliar a qualidade dos serviços, com o objetivo de estimar o grau de satisfação dos clientes, buscando comparar expectativas e percepções de desempenho de acordo com a ótica dos clientes, dentre os quais estão o modelo dos cinco *GAPS* e a escala *SERVQUAL*.

### **2.3. Escala *SERVQUAL***

Refere-se a uma escala criada para “medir a satisfação do cliente com relação a diferentes aspectos da qualidade em serviço” (LOVELOCK; WIRTZ, 2006, p. 349). Baseia-se na premissa de que o serviço pode ser avaliado a partir da comparação entre as expectativas e percepções do cliente em relação ao desempenho desse serviço. Foi criada por Parasuramam, Zeithaml e Berry em 1988.

Quando uma variável apresenta um *Gap* negativo indica que o desempenho está abaixo do esperado, resultando em um índice insatisfatório para a empresa e para os clientes. Por outro



lado, quando um item apresenta um *Gap* positivo indica que o provedor de serviços está oferecendo um desempenho superior ao esperado, resultando, portanto em um aspecto de satisfação para o cliente.

### **3. O estudo de caso**

O Centro de Referência de Assistência Social (CRAS) deve servir como extensão da casa daquelas famílias que estão sendo atendidas e/ou acompanhadas pelo serviço. Para que isso ocorra, à equipe técnica precisa desenvolver seu trabalho de forma que os usuários sintam-se acolhidos e protegidos pela instituição. Nesse sentido, surge a indagação: a qualidade do serviço percebida pelos usuários do Centro de Referência de Assistência Social – CRAS de Tenente Ananias atende suas expectativas?

#### **3.1. Desenvolvimento do instrumento de coleta e tratamento dos dados**

Para este estudo foi elaborado e empregado um questionário, uma vez que a pesquisa foi fundamentada na escala SERVQUAL. O instrumento contém perguntas fechadas com o objetivo de identificar o perfil dos respondentes, e questionamentos baseados nas cinco dimensões de qualidade em serviços (confiabilidade, tangibilidade, segurança, empatia, responsividade).

Foram elaborados dois questionários contendo as mesmas perguntas, sendo um aplicado antes do atendimento e o outro após a entrega do serviço, de modo que na primeira etapa o usuário avaliou a qualidade do serviço de acordo com suas expectativas. Na etapa seguinte, esse mesmo serviço foi avaliado de acordo com o que foi percebido pelo usuário.

O tamanho da amostra foi definido a partir do procedimento desenvolvido por Tagliacarne (1986), assumindo um erro amostral de 10% com *Split* de 80/20, com um nível de confiança de 95%, derivando em uma amostra de 60 usuários extraída de uma população de até 2.500, usuários.



### **3.2. Identificação do perfil sócio econômico dos usuários**

O sexo feminino predomina com (83%), com estado civil configurado por união estável (36,67%) faixa etária predominante entre 18 e 28 anos (30%), residentes da zona urbana (65%), renda mensal de até um salário mínimo por grupo familiar (83,33%). Quanto à ocupação, 53% são agricultores, com nível de escolaridade ensino fundamental incompleto 53,33%. Os programas sociais do Governo Federal beneficiam 58,33% das famílias.

### **3.3. Expectativas e percepções dos usuários**

Este tópico apresenta, em porcentagem, os dados coletados a partir dos questionários aplicados com 60 usuários do serviço sócio assistencial da unidade em estudo. As variáveis contidas nas tabelas estão relacionadas aos indicadores que influenciam a avaliação da qualidade do serviço de acordo com as expectativas e percepções dos usuários.

Os dados obtidos na pesquisa são confrontados e analisados, considerando as cinco dimensões de avaliação da qualidade em serviços da escala SERVQUAL.



## II Simpósio de Engenharia de Produção

### As Contribuições da Engenharia de Produção para a Indústria de Serviços

Tabela 01- Quanto às expectativas

Expectativas						
Item	Dimensão	Variáveis	NI*	PI*	I*	MI*
01	<b>Aspectos tangíveis</b>	Condições físicas da unidade	1,67%	18,33%	43,33%	36,67%
02		Condições de acessibilidade ao local	0,00%	16,67%	<b>70,00%</b>	13,33%
03		Espaço físico suficiente para sua capacidade	1,67%	15,00%	<b>51,67%</b>	31,67%
04		Os profissionais possuem boa aparência (bem vestidos, limpos)	8,33%	5,00%	43,33%	43,33%
05		Higiene, iluminação e equipamentos disponíveis.	0,00%	3,33%	48,33%	48,33%
06	<b>Confiabilidade</b>	Cumprir com o prometido	3,33%	0,00%	40,00%	<b>56,67%</b>
07		Capacidade de resolutividade dos problemas	0,00%	0,00%	<b>55,00%</b>	45,00%
08		Promoveu encontros agradáveis	6,67%	5,00%	36,67%	<b>51,67%</b>
09		Informar ao usuário as datas em que o serviço será realizado	0,00%	8,33%	43,33%	48,33%
10	<b>Empatia</b>	O horário de funcionamento é conveniente	0,00%	11,67%	<b>43,33%</b>	<b>40,00%</b>
11		Dispensar ao usuário atendimento personalizado	0,00%	16,67%	<b>55,00%</b>	28,33%
12		Os profissionais são compreensivos	0,00%	3,33%	<b>60,00%</b>	36,67%
13		Conhecem suas necessidades	6,67%	16,67%	46,67%	30,00%
14		A recepção acontece de maneira acolhedora	0,00%	5,00%	48,33%	46,67%
15	<b>Segurança</b>	O comportamento dos profissionais transmite segurança	0,00%	3,33%	28,33%	<b>68,33%</b>
16		Os profissionais têm conhecimentos suficientes para esclarecer dúvidas	0,00%	6,67%	46,67%	46,67%
17		A equipe técnica de profissionais inspira confiança	3,33%	0,00%	41,67%	<b>55,00%</b>
18		O atendimento é cortês e atencioso	0,00%	1,67%	<b>58,33%</b>	40,00%
19	<b>Responsividade</b>	Disponibilidade dos profissionais para uma escuta	0,00%	0,00%	<b>58,33%</b>	41,67%
20		Atender os usuários prontamente	0,00%	3,33%	<b>55,00%</b>	41,67%
21		Resolve problemas rapidamente	0,00%	5,00%	<b>50,00%</b>	45,00%
22		Demonstrar boa vontade durante o atendimento	3,33%	3,33%	28,33%	<b>65,00%</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Legenda: \*NI: Nada importante; PI: Pouco importante; I: Importante; MI: Muito importante.



## II Simpósio de Engenharia de Produção

### As Contribuições da Engenharia de Produção para a Indústria de Serviços

As representações contidas na Tabela 01 apontam que a acessibilidade (70%) é considerada o fator mais importante dentro da dimensão “Aspectos Tangíveis”, seguido de espaço físico suficiente para sua capacidade (51,67%). Quanto às percepções, os índices foram satisfatórios, contudo, houve índices negativos consideráveis quanto ao tamanho da unidade (28,33%), as questões pertinentes à acessibilidade (13,33%) e as condições físicas do local (8,33%), apontando-os abaixo do aguardado para uma parcela dos respondentes.

Tabela 02 - Quanto às percepções

Percepções						
Item	Dimensão	Variáveis	ME*	IE*	AE*	MAE*
01	Aspectos tangíveis	Condições físicas da unidade	<b>8,33%</b>	<b>56,67%</b>	26,67%	8,33%
02		Condições de acessibilidade ao local	<b>13,33%</b>	<b>53,33%</b>	21,67%	11,67%
03		Espaço físico suficiente para sua capacidade	<b>28,33%</b>	<b>50,00%</b>	16,67%	5,00%
04		Os profissionais possuem boa aparência (bem vestidos, limpos)	0,00%	41,67%	33,33%	25,00%
05		Higiene, iluminação e equipamentos disponíveis.	0,00%	35,00%	43,33%	21,67%
06	Confiabilidade	Cumprir com o prometido	0,00%	35,00%	<b>43,33%</b>	<b>21,67%</b>
07		Capacidade de resolatividade dos problemas	5,00%	31,67%	31,67%	31,67%
08		Promoveu encontros agradáveis	0,00%	18,33%	48,33%	33,33%
09		Informar ao usuário as datas em que o serviço será realizado	3,33%	41,67%	21,67%	33,33%
10	Empatia	O horário de funcionamento é conveniente	5,00%	38,33%	35,00%	21,67%
11		Dispensar ao usuário atendimento personalizado	1,67%	18,33%	<b>53,33%</b>	26,67%
12		Os profissionais são compreensivos	0,00%	20,00%	41,67%	38,33%
13		Conhecem suas necessidades	0,00%	28,33%	45,00%	26,67%
14		A recepção acontece de maneira acolhedora	0,00%	16,67%	41,67%	41,67%
15	Segurança	O comportamento dos profissionais transmite segurança	0,00%	8,33%	<b>53,33%</b>	38,33%
16		Os profissionais têm conhecimentos suficientes para esclarecer dúvidas	0,00%	15,00%	45,00%	40,00%
17		A equipe técnica de profissionais inspira confiança	0,00%	10,00%	43,33%	46,67%
18		O atendimento é cortês e atencioso	0,00%	10,00%	<b>55,00%</b>	35,00%
19	Responsividade	Disponibilidade dos profissionais para uma escuta	0,00%	25,00%	31,67%	43,33%
20		Atender os usuários prontamente	<b>3,33%</b>	16,67%	31,67%	48,33%
21		Resolve problemas rapidamente	<b>5,00%</b>	16,67%	<b>53,33%</b>	25,00%
22		Demonstrar boa vontade durante o atendimento	0,00%	6,67%	38,33%	<b>55,00%</b>



Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Legenda \*ME: Menor que o esperado; IE: Igual ao esperado; AE: Acima do esperado; MAE: Muito acima do esperado.

Os quesitos cumprir com o prometido (56,67%), promoção de encontros agradáveis (51,67%) e capacidade de resolutividade dos problemas 55%, concentram as maiores expectativas do público respondente. Quanto às percepções, 65% disseram que o item cumprir com o prometido está acima ou muito acima do esperado.

Diante do exposto, percebe-se que a capacidade de prestar o serviço com presteza, confiança e perfeição, apontaram índices positivos, contudo as expectativas dos usuários foram significativamente superiores às percepções do serviço entregue.

É importante ressaltar a relevância, quanto à expectativa, que a maioria dos respondentes dispensou para o horário de funcionamento (83,33%), assim como para o acolhimento afável (95%) avaliando-os como importante e muito importante para a oferta de serviços de qualidade.

Suas percepções para esses mesmos indicadores receberam avaliações satisfatórias, uma vez que 41,67% consideraram que o acolhimento está muito acima do esperado e 56,67% julgaram que o item “horário de funcionamento” está acima ou muito acima do esperado.

O indicador referente à expectativa quanto à transmissão de segurança por parte dos profissionais se destaca como muito importante (68,33%), seguida de atendimento cortês e atencioso com 58,33%, capacidade de inspirar confiança com 55%. Assim, quando comparado às informações acerca das expectativas e percepções do usuário, é possível perceber que em todas as variantes o serviço está acima do esperado, dando um parecer favorável à instituição.

As representações percentuais contidas na Tabela 02, referente às expectativas em relação à dimensão “Responsividade”, apontam que demonstrar boa vontade durante o atendimento é considerado o fator mais importante dentro dessa dimensão (65%), seguido de disponibilidade para uma escuta, atendimento imediato e rapidez na resolução de problemas, com 58,33%, 55% e 50%, respectivamente.



A percepção do serviço foi acima do esperado para as variáveis, boa vontade durante o atendimento (55%), disponibilidade para uma escuta (43,33%) e atendimento imediato (48,33%), contudo para 3,33% esta última variável está abaixo do esperado. Em relação capacidade de solucionar problemas rapidamente, 53,33% julgaram acima do esperado, mas é necessário potencializar esse indicador para suprimir a avaliação de 5% dos respondentes que analisaram essa variável abaixo do esperado.

### 3.4. Comparação das expectativas e percepções dos usuários quanto as cinco dimensões de avaliação da qualidade do serviço

Analisou-se a Tabela 03 levando em consideração que a perspectiva do desempenho de qualidade acontece quando o serviço percebido supera as expectativas, como afirma Carvalho e Paladine (2005). O grau de importância auferidas a cada dimensão estão representados por médias entre 1 e 4.

O cuidado com as instalações físicas, limpeza, iluminação e boa aparência, são aspectos de grande relevância para avaliar a qualidade de um serviço, visto que tal desempenho não pode ser analisado antes do consumo, pois tem como característica a simultaneidade, ou seja, são produzidos e consumidos em sincronia, deste modo, os fatores tangíveis influenciam a concepção das expectativas dos usuários (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2010).

Tabela 03 - Análise das dimensões

Aspectos tangíveis	Confiabilidade	Empatia	Segurança	Responsividade
E 3,18	E 3,42	E 3,23	E 3,48	E 3,44
P 2,47	P 2,99	P 3,04	P 3,29	P 3,23
G -0,71	G -0,43	G -0,19	G -0,19	G -0,21

Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Legenda \*E: Expectativa, \*P: Percepção, \*G: Gap

Em relação a esta dimensão, a pesquisa revela que o serviço percebido não superou as expectativas dos usuários. A média atribuída ao serviço esperado (3,18) foi maior do que a média do serviço percebido (2,47). Com base nas respostas dos pesquisados, conclui-se que essa lacuna é resultado da avaliação negativa de três, dos cinco indicadores contemplados nesta dimensão: acessibilidade, espaço suficiente a sua capacidade e condições físicas da



unidade. Tais variantes receberam notas abaixo do esperado e comprometeram, de modo geral, a qualidade dos serviços ofertados. Nesse sentido, o *Gap* dessa dimensão foi negativo (-0,71).

Ao comparar as expectativas (3,42) e percepções (2,99) na dimensão Confiabilidade, percebe-se que a unidade não superou as perspectivas dos respondentes. Essa dimensão foi analisada sob cinco aspectos, onde mostra que o percentual das expectativas foi considerado, predominantemente, muito importante, e para as percepções houve disparidade nas respostas resultando em um *Gap* negativo (-0,43), sendo avaliado como insatisfatório quanto a esta dimensão.

Na categoria Empatia, o índice da expectativa (3,23) aparece superior às percepções (3,04). Deste modo, conclui-se que o parecer é desfavorável a instituição, uma vez que há a presença de um *Gap* negativo (-0,19) dentro desta dimensão.

A dimensão Segurança foi avaliada o comportamento dos profissionais durante o atendimento, aspectos como transmissão de segurança e confiança, capacidade para esclarecimentos de dúvidas e atendimentos ágeis. Para os sujeitos da pesquisa, esses indicadores foram considerados importante e muito importantes, como mostra a Tabela acima através do nível de importância encontrado para esta dimensão (3,48).

Em relação às percepções (3,29), houve disparidade nas respostas, mas predominaram assertivas consideradas acima do esperado para três dos quatro indicadores investigados, apesar disso, as expectativas excederam as percepções, resultando na existência de um *Gap* negativo (-0,19). Portanto, apesar da maioria considerar que, em relação a esta dimensão, o serviço está acima do esperado, as expectativas foram, minimamente, superiores as percepções, o que demonstra que se deve aperfeiçoar tais aspectos para alcançar a qualidade surpreendente do serviço.

A dimensão da Responsividade incluiu critérios como disponibilidade para escuta, atendimento célere, rapidez para resolução de problemas e boa vontade durante o acolhimento. Os resultados das expectativas (3,44) apontaram a predominância entre importante e muito importante, o que torna tal dimensão fator relevante para a avaliação da qualidade do serviço, e para as percepções (3,23) houve disparidade entre os itens, igual ao esperado, acima do esperado e muito acima do esperado permitindo o aparecimento de um *Gap* negativo (-0,21), não superando, portanto, as expectativas dos usuários.



A pesquisa permitiu, ainda, identificar o grau de importância que os usuários despendem para cada dimensão. Fitzsimmons e Fitzsimmons (2010) lista em ordem crescente de importância para os clientes, os aspectos tangíveis, empatia, segurança, responsividade e confiabilidade, porém, o resultado dessa amostra apontou uma visão diferente quanto ao grau de relevância adotada pelos sujeitos da pesquisa, registrado, em ordem crescente de relevância: Segurança (3,48), Responsividade (3,44), Confiabilidade (3,42), Empatia (3,23) e Aspectos tangíveis (3,18), reafirmando, portanto, que os serviços são heterogêneos e difíceis de avaliar diante de sua subjetividade.

#### 4. Conclusões

Com os resultados obtidos acerca das expectativas e percepções dos usuários, conclui-se que em relação aos Aspectos Tangíveis a média do serviço esperado (3,18) foi superior ao serviço percebido (2,47), necessitando, portanto, de intervenções, por parte da coordenação, no sentido de solicitar reforma ao responsável geral pela unidade, uma vez que a maior reclamação nessa dimensão foi pertinente à capacidade da unidade ser insuficiente para a quantidade de usuários aglomerados em dias de encontros de grupos de convivência.

Para a dimensão Confiabilidade, houve disparidade nas respostas pertinentes as percepções, resultando em uma média (2,99) menor do que se era esperado pelo usuário (3,42). Assim, deve-se desenvolver a equipe técnica de modo que o índice de resolutividade dos problemas se eleve, visto que esse indicador foi apontado, por uma determinada parte dos respondentes, como abaixo do esperado.

Em relação à Empatia, a maioria dos sujeitos da pesquisa avaliou essa dimensão como estando acima do esperado (3,04), no entanto, muito maiores eram suas expectativas em relação às percepções (3,23). O *Gap* existente para essa dimensão é pequeno, mas permanece, por isso é necessário enfatizar aos colaboradores a importância em despende um atendimento personalizado, ou ainda despertar a capacidade de ouvir mais os usuários de modo a atentar para suas reais necessidades, assim como os receber calorosamente, fazendo-os sentir-se bem acolhidos por todos que integram a instituição.

A Segurança (3,48) se destacou quanto ao grau de importância atribuído pelos usuários, em relação à percepção (3,29), apesar de ter se apresentado inferior às expectativas. Mostrou-se



## II Simpósio de Engenharia de Produção

### As Contribuições da Engenharia de Produção para a Indústria de Serviços

satisfatória, uma vez que os valores entre as médias são aproximados, resultando em um parecer favorável à unidade. Contudo, é necessário melhorar tais aspectos de modo que haja o alcance da qualidade surpreendente e da máxima eficiência.

Para os indicadores pertinentes a Responsividade, os usuários apontaram que os profissionais demonstram boa vontade durante o atendimento e os atendem prontamente, mas ainda é necessário potencializar os serviços, pois as expectativas (3,44) excederam as percepções (3,23), o que demonstra que se deve buscar aperfeiçoar o desempenho dos profissionais para reformular a concepção dos usuários em relação ao serviço ofertado.

Todas as dimensões analisadas apresentaram médias superiores para as expectativas se comparadas às médias das percepções, o que significa dizer que nenhuma dimensão teve *Gap* positivo. Cabe registrar que o maior *Gap* negativo apurado na pesquisa foi para a dimensão Aspectos Tangíveis (-0,71).

Verificou-se também que a diferença entre as médias são pequenas e aproximam-se umas das outras, conferindo a instituição pesquisada um desempenho aceitável. Essa conclusão se fundamenta através da percepção de Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) onde afirma que as expectativas são atendidas quando o serviço esperado é igual ou aproximado ao serviço percebido. Contudo, é preciso proporcionar ao usuário mais do que eles esperam receber, para garantir a máxima excelência.

Os principais entraves operacionais encontrados através da pesquisa foram: a capacidade física desproporcional a demanda, as condições de acessibilidade e adaptações para deficientes e idosos, a comunicação inadequada entre instituição e usuários, capacidade de resolutividade dos problemas inferior ao esperado, lentidão no atendimento, horário de funcionamento inconveniente, carência no atendimento personalizado e deficiência de resposta rápida aos problemas dos usuários, foram identificados como sendo os principais entraves operacionais e, portanto deve-se desenvolver um plano de providências que contemple a melhoria e aperfeiçoamento de tais indicadores.



## II Simpósio de Engenharia de Produção

### As Contribuições da Engenharia de Produção para a Indústria de Serviços

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, H. M. S. **Programa de qualidade do Governo Federal**. Disponível em: <[www.cqh.org.br/files/ARTIGORAS12.pdf](http://www.cqh.org.br/files/ARTIGORAS12.pdf)>. Acesso em: 10 de abr. 2013.

BRITO, G. F.; VERGUEIRO, W. C. S. **Avaliação da qualidade orientada ao usuário**: estudo de caso em biblioteca acadêmica utilizando o método SERVQUAL. Disponível em: <[eprints.rclis.org/16033/1/329-2573-1PB.pdf](http://eprints.rclis.org/16033/1/329-2573-1PB.pdf)>. Acesso em: 06 de abr. 2013.

CARVALHO, M. M; PALADINI, E.P. (Orgs). **Gestão da qualidade**: teoria e casos. 12. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FERREIRA, S.S. **NOB-RH anotada e comentada**. Brasília: MDS, Secretaria Nacional de Assistência Social, 2011

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de serviços**: operações, estratégia, e tecnologia da informação. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

FREITAS, A. L. P.; BOLSANELLO, F. M. C.; VIANA, N. R. N. G. Avaliação da qualidade de serviços de uma biblioteca universitária: um estudo de caso utilizando o modelo Servqual. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 37, n. 3, set./dez. 2008. Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/ci/v37n3/v37n3a07.pdf>>. Acesso em: 27 de mai. De 2013.

LOURENÇO, C. D. S.; KNOP, M. F. T. Ensino superior em administração e percepção da qualidade de serviços: uma aplicação da escala SERVQUAL. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios – RBGN**, São Paulo, v. 13, n. 39, p. 219-233, abr./jun. 2011.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, J. **Marketing de serviços**: pessoas, tecnologia e resultados. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MDS, Assessoria de Comunicação. **Orientações Técnicas**. Centro de Referência de Assistência Social – CR/ Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome, 2009.

OLIVEIRA JR, C. E. Serviços: PIB e segmentação. Disponível em: <[http://cnservicos.org.br/documentos/economia/001/Setorial\\_PIB\\_Segmentação.pdf](http://cnservicos.org.br/documentos/economia/001/Setorial_PIB_Segmentação.pdf)>. Acesso em: 27 maio 2013.

TAGLICARNE, G. **Pesquisa de mercado**: técnica e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1986.