

TEMA: SATISFAÇÃO E QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO EM ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS: UMA PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Ana Damaris Soares da Silva
Maria Valéria Pereira de Araújo

RESUMO

O presente artigo apresenta uma análise da eficiência do atendimento e da qualidade dos serviços oferecidos por organizações públicas, analisando como as instituições de serviços públicos devem atuar para alcançar a excelência na prestação de serviços. É essencial avaliar a qualidade dos serviços públicos prestados que reflete em obter, perceber ou avaliar que essa qualidade nos serviços públicos implica lidar com a estrutura de valores da sociedade, para que a partir deste contexto seja possível apresentar informações para um melhor desenvolvimento de ações que levarão a avanços significativos tanto por parte do gestor público, no sentido de direcionar suas estratégias e ações, como por parte dos próprios profissionais que trabalham com o público, que são os clientes. A metodologia utilizada inclui pesquisa bibliográfica, explanando a importância do uso da ferramenta da escala SERVQUAL, que é um instrumento utilizado para subsidiar a construção dos instrumentos de avaliação para seja possível correlacionar a qualidade percebida e a qualidade avaliada do serviço prestado. A avaliação permite que as organizações conheçam detalhadamente o seu desempenho, considerando os critérios de excelência, e busquem melhor atender a sociedade. A pesquisa bibliográfica, ou de outras fontes secundárias, compreende toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico, até meios de comunicação orais e audiovisuais (MARCONI e LAKATOS, 2002).

PALAVRAS-CHAVES: Satisfação; Qualidade; Qualidade na prestação do serviço; Serviço Público.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo analisa a importância da necessidade da eficiência do atendimento e da qualidade dos serviços oferecidos por organizações públicas.

Historicamente, foi atribuída às organizações públicas, a idéia de que o atendimento e os serviços não necessitavam ser de qualidade e que essa preocupação caberia, tão somente, às organizações privadas, por estas possuírem uma finalidade lucrativa. No século XXI, as organizações do setor público são as maiores prestadoras de bens e serviços à comunidade, que está subordinada à qualidade, agilidade e localização desses serviços, tendo como principal característica uma relação de responsabilidade direta com a sociedade, necessitando continuamente redefinir sua missão (ESTEFANO, 1996).

Verifica-se que, no âmbito da administração, os estudos, pesquisas e teorias que envolvem estas duas temáticas mencionadas têm sofrido transformações desde a segunda metade do século XX. Isto se deve, sobretudo, às alterações que ocorreram nas empresas, devido ao crescimento do mercado, da globalização e dos inúmeros avanços tecnológicos. As empresas que no passado direcionavam seus esforços para criar mecanismos que aumentassem a produção, focalizando apenas o processo produtivo, passaram a direcionar sua visão para satisfazer os clientes, uma vez que, conforme é apresentado por Dantas (2004, p.7), o cliente é “a própria razão de ser de qualquer organização”.

Desse modo, a qualidade tem se tornado o foco primordial para as organizações. No século XXI, a satisfação dos clientes está estritamente agregada com o conceito de qualidade. Nesse sentido, Boone e Kurtz (1998, p.32) afirmam que “a verdadeira mensuração da qualidade se dá quando um empreendimento satisfaz seus clientes”. Desta forma, para certificar-se da qualidade de seus produtos e serviços é preciso que se tenha conhecimento se os produtos atingem a satisfação do cliente. Segundo CEOLIM (2005), a avaliação de uma instituição torna-se muito relevante, devido ao fato de que se pode, com seus resultados, não somente discutir a forma de trabalho interno, mas também apreciar o produto deste trabalho e planejar investimentos futuros na instituição, assim como verificar como e em que dimensão esta instituição está colaborando para a sociedade na qual está inserida.

Tanto as organizações privadas, quanto as organizações públicas, buscam ter a satisfação de seus clientes, buscando oferecer serviços de qualidade. Neste sentido, o estudo realizado por Vendramini (2000)

complementa este pensamento, uma vez que a autora aponta que os órgãos públicos estão sujeitos às mesmas regras das empresas privadas, no que tange a melhoria dos serviços prestados e ao crescente nível de controle exercido pela população. Diante desse contexto o presente estudo tem o intuito de responder a seguinte questão de pesquisa: Qual a produção de conhecimento científico existente sobre satisfação e qualidade na prestação do serviço em organizações públicas?

Diante desta problemática, essa pesquisa será desempenhada com a finalidade desenvolver uma pesquisa bibliográfica voltada para satisfação e qualidade na prestação do serviço em organizações públicas.

A escolha da pesquisadora foi decorrente do fato de ter feito um curso no SEBRAE, voltado para a temática.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Durante a realização desse trabalho, levantaremos pesquisas sobre os vários autores que explanam sobre a satisfação do atendimento no que se refere instituição no setor público e privado. Nesse quadro observamos o que Boone e Kurtz (1998), afirma que a “qualidade é mais que uma coisa simpática que a empresa fez por seus clientes: a qualidade e a satisfação do cliente afetam diretamente a lucratividade da empresa. Na verdade, são cruciais para a existência continuada de uma empresa”. No setor público as novas exigências demandam serviços públicos ágeis, eficientes e adaptados rapidamente ao surgimento de novas demandas alavancadas pela dinâmica das mudanças do mundo contemporâneo.

A grande tarefa do século XXI é redimensionar os serviços públicos. As organizações públicas ou privadas que não tiverem o foco direcionado para a satisfação do cidadão não prosperaram e não terão êxito, pois a satisfação com o atendimento é o resultado de um encontro dinâmico, no qual o usuário avalia tanto o processo quanto o resultado, atribuindo valor a ambos. Dentro desse novo contexto iremos entender pontos que são cruciais para a satisfação no atendimento a população. Entendem-se, dessa forma, que os usuários que buscam o setor de atendimento podem ser considerados também clientes, uma

vez que cliente é todo aquele para quem a organização direciona seus produtos ou serviços e, assim, somente ele pode determinar a qualidade.

2.1 Satisfação no atendimento

A busca pela satisfação no atendimento exige hoje a excelência na qualidade no atendimento, esse tem sido um dos fatores mais abordados no contexto atual. Isto reflete não apenas a influência do discurso da qualidade do serviço, mas, sobretudo, o reconhecimento de que os clientes têm se tornado cada vez mais exigentes. Diante de um mercado cada vez mais competitivo e de clientes com desejo de serem bem atendidos, as empresas e organizações públicas tem buscado realizar ações que possibilitem melhorar seus níveis de qualidade e de satisfação desses clientes. Kotler (1998, p. 53) conceitua satisfação enquanto “sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa”. Caso as expectativas não sejam atendidas, o cliente poderá ficar insatisfeito ou muito insatisfeito.

Em relação à satisfação, é importante ressaltar o exposto por Lovelock e Wright (2001, p. 106) que afirma que “os clientes avaliam seus níveis de satisfação ou insatisfação depois de cada encontro e utilizam essa informação para atualizar suas percepções da qualidade do serviço”. A cada momento cresce o nível de exigência do cliente, seja na instituição pública ou privada, o cliente atual é consciente e busca a qualidade e eficiência ao ser atendido. Quando se desenvolveu o princípio da administração pública orientada para o usuário consumidor de um serviço público, o objetivo de qualquer plano que vise à eficiência. Devemos ressaltar que o usuário é um “cliente”. O problema é que as instituições começaram a esquecer-se de que o público é de fato o dono da administração e não apenas um cliente tradicional. Cliente é alguém que possui expectativas e preferências pessoais, individuais, que demandam uma satisfação.

2.2 Qualidade na prestação do serviço

A busca pela qualidade tem se tornado uma estratégia essencial para as organizações estabelecerem-se, de forma competitiva, no mercado, não representa mais um diferencial de poucas, mas uma meta da grande maioria. É notório que a qualidade do atendimento depende das pessoas dentro da instituição. Diante do contexto atual, as empresas têm procurado, cada vez mais, capacitar seus funcionários e fornecer-lhes subsídios para que consigam conquistar seus clientes. Deste modo, o atendimento envolve a postura do funcionário diante dos clientes, seu jeito de dialogar, expor, articular, a disposição em atender as necessidades dos clientes, em solucionar conflitos e dificuldades, entre outros aspectos. Nesta perspectiva, Pizzinato (2005, p. 29 - 30) considera que:

O melhor atendimento é o que supera as expectativas do cliente e satisfaz a suas necessidades que vão além daquelas supridas pelo produto em si, gerando contentamento, confiança e credibilidade. O cliente deve ser atendido com boa vontade, cortesia e amabilidade, lembrando que ele espera receber o produto no prazo certo, no local certo e na quantidade certa.

O que o autor retrata atualmente tanto para o serviço público como para o privado, é que o cliente precisa sair com um nível de satisfação, o mundo globalizado estimulou que rapidamente o cliente divulgue, explique sobre o melhor ou pior atendimento de uma instituição, a era das redes sociais aceleram a divulgação de forma positiva ou negativa, diante das novas exigências do indivíduo.

2.3 Qualidade na prestação de serviços em organizações públicas

No Brasil, as pesquisas de satisfação do usuário se tornaram mais frequentes, a partir da segunda metade da década de 1990, em função do processo de redemocratização do país. Nessa nova conjuntura, verifica-se a necessidade de uma reformulação da organização pública de modo que esta atinja seus objetivos e ofereça sempre respostas às necessidades e exigências da população. Ressalta-se assim que a busca pela satisfação dos clientes não se restringe apenas às organizações privadas, mas envolve também as

organizações públicas. Há pouco tempo na história da gestão pública do Brasil, não era comum se falar em qualidade de serviços a serem prestados a população. Inicialmente colocava-se a falsa idéia de que por serem públicos os serviços não poderiam ser analisados pelo patamar da qualidade, sendo que alguns ainda diziam que por ser na sua maioria serviços exclusivos não tinha como analisar a real eficiência dos serviços frente à população, que cada vez mais busca os serviços.

A qualidade do serviço de atendimento ao público dentro da realidade brasileira apresenta-se como um desafio que demonstra a exigência de transformações. As mudanças no pensar da população nas últimas décadas, que começam a perceber que o serviço público passa a ser transformado, ou seja, passa a ter a noção exata de uma nova realidade, passando ao status de cliente, em relação aos produtos ou aos serviços oferecidos pelos órgãos públicos, formam-se a partir daí a apresentar características e atributos desenvolvidos antes apenas pelo setor privado, a partir da nova lógica, contribuem para atribuir um valor para o serviço público, que tem buscado intensificar atender a satisfação, da população, fazendo com que estes possam ter um novo conceito sobre os serviços prestados pelo setor público. O atendimento passa a ter um papel fundamental nesse sentido. Ser eficiente, portanto, exige primeiro da Administração Pública o aproveitamento máximo de tudo aquilo que a coletividade possui, em todos os níveis, ao longo da realização de suas atividades. Significa racionalidade e aproveitamento máximo das potencialidades existentes. Mas não só. Em seu sentido jurídico, a expressão, que consideramos correta, também deve abarcar a idéia de eficácia da prestação, ou de resultados da atividade realizada. (CARDOZO, 1999, p. 166)

É importante destacar que a qualidade do atendimento depende das pessoas dentro da instituição. Diante disso, os órgãos públicos têm buscado, cada vez mais, capacitar seus funcionários e fornecer-lhes subsídios para que consigam conquistar a confiabilidade da sociedade. Deste modo, o atendimento envolve a postura do funcionário diante do cidadão, sua fala, sua articulação, a disposição em atender as necessidades dos indivíduos, em solucionar conflitos e dificuldades, entre outros aspectos. Para Teixeira; Santana (1994, p.7) Introduzir mudanças na Administração Pública, propor

novas diretrizes e mecanismos de gestão, representa ir de encontro de interesses estabelecidos, ultrapassados pelas novas exigências da sociedade, interferindo na cultura organizacional. Segundo Corrêa (1993), o papel social da organização pública é a prestação de serviços com qualidade, responsabilidade pelo atendimento ao público e a economia de seus recursos sem esquecer é claro de seus princípios fundamentais como a legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

2.4 Mensuração de Qualidade (Escala SERVQUAL)

No mundo globalizado é fundamental tanto em instituições privadas como públicas conhecer a satisfação dos clientes internos (funcionários) e externos (usuários) com relação à eficiência do serviço prestado é o início para traçar estratégias para o desenvolvimento de ações que levarão a melhorias na prestação de serviços. É necessário que os gestores reconheçam a sociedade como um entendimento dos diversos grupos de clientes para melhor direcionar suas estratégias e ações visando atender suas expectativas. No século XXI, existe uma consciência maior no sentido de cobrar uma maior eficiência na prestação de serviços na instituição pública com maior qualidade e agilidade.

A importância, que cada vez se acentua mais do setor de serviços, caracteriza a necessidade de se empreender esforços na mensuração da qualidade nos serviços prestados. Nesse sentido, alguns pesquisadores têm dedicado esforços nesta área, buscando aprimorar sua conceituação e desenvolver técnicas de medição (MIGUEL & SALOMI, 2004). Neste contexto as empresas privadas e atualmente as instituições públicas tem proposto o modelo avaliativo denominado de SERVQUAL que mede a diferença entre a expectativa e a percepção do cliente tendo como base cinco fatores capazes de influenciar a avaliação geral da sociedade, ou do indivíduo, enquanto cliente com relação à qualidade do serviço. Apresentamos cinco dimensões que serão aferidas de acordo com a avaliação pela sociedade, ou seja, em uma instituição pública que apresenta uma grande demanda de pessoas visando a realização da prestação de serviços, torna-se essencial uma amostra de como está sendo realizado essa prestação de serviços e a percepção da sociedade. Neste enfoque, o objetivo é detectar a capacidade de resposta sobre os tópicos

principais que são: os serviços tangíveis; a confiabilidade, garantia e empatia do serviço público; Parasuramam, Zeithaml e Berry (1988 *apud* REIS, 2001), desenvolveram o instrumento de mensuração da qualidade de serviços e a percepção de valor pelo usuário, denominado Escala SERVQUAL. Essa escala consiste num questionário elaborado que procura delinear as expectativas gerais do respondente em relação ao serviço a ser investigado, buscando medir o julgamento do usuário sobre o serviço prestado pela instituição com a qual tem vivenciado, como ponto de realização por meio da SERVQUAL no sentido de averiguar o desempenho da instituição na prestação de serviços, por meio deste instrumento as empresas ou instituições públicas podem não apenas avaliar como seus clientes percebem a qualidade os serviços prestados como um todo, mas também verificar que dimensões dessa qualidade requerem maior atenção por parte dos gestores, no sentido de melhorá-las através de uma questão contendo escala de soma constante, na qual o respondente é solicitado a alocar 10 pontos de acordo com as dimensões da qualidade que ele considera como sendo os mais significativos. Os principais pontos estão representados na figura 1, que sintetiza os pontos trabalhados na busca de melhor atender ao nosso cliente. Não podemos deixar de observar que o indivíduo que requer uma prestação de uma instituição pública, como responsável pelo pagamento dos impostos é um cliente nato, é preciso pensar neste novo contexto, e não como no passado, quando era visto apenas como um simples indivíduo.

Sobre a escala SERVQUAL, Eleutério e Souza (2002) relatam que na literatura sobre serviços, uma das ferramentas mais destacadas para a avaliação da qualidade de serviço é a escala SERVQUAL que tem como referências as expectativas e percepções dos clientes sobre o serviço prestado. Entre as aplicações possíveis da escala SERVQUAL, os autores apontam sua utilização e departamentos de uma instituição, com a finalidade de avaliar a qualidade de serviço por eles prestados.

MODELO SERVQUAL

	Critérios Propostos	Significado
Tangíveis	Equipamentos	Equipamentos usados na manutenção de computadores
	Instalações Físicas	Aparência das instalações físicas; Localização
	Aspecto do Pessoal	Funcionários com aparência limpa e profissional.
Confiabilidade	Conhecimento Técnico	Execução correta do serviço; capacidade de tirar as dúvidas da população; formação dos funcionários; certificações.
Presteza	Rapidez no atendimento	Boa vontade para servir o cliente; Agilidade no atendimento.
Garantias	Cumprimento de prazos	Serviço concluído no prazo combinado
	Cumprimento de especificações	Realização do serviço conforme anunciado ou prometido
	Segurança	Funcionários que inspiram confiança.
	Interesse	Interesse sincero em resolver problemas na prestação de serviço ao usuário.
Empatia	Acessibilidade	Horários de funcionamento conveniente
	Comunicação	Facilidade e variedade de meios de acesso (MSN, e-mail, telefone).
	Conhecimento do solicitante	Banco de dados que minimiza a burocracia na prestação do serviço.

Fonte: Parasuramam, Zeithaml e Berry (1985)

O modelo SERVQUAL se mostra um instrumento apropriado para medir a qualidade dos serviços prestados pelo serviço público, a partir da perspectiva dos clientes, como pode ser considerado um instrumento de gestão e tomada de decisão, pois evidencia os pontos fracos e fortes dos serviços, bem como mostra ser um meio de se contribuir para o sucesso da instituição, como um todo, podendo ser utilizado em todos os setores públicos ou privados. Pode-se também indicar como ponto positivo o fato de aproximar a prestação de serviço dos funcionários e a sociedade. Porém, deve-se ter em conta que o cliente sempre pode mudar a direção, forma e característica de qualquer serviço, dependendo de suas necessidades. Por esta razão, entende-se que o

processo de avaliação deve ser constante, de modo a captar as nuances das necessidades de seus usuários, visando superar suas expectativas.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na compreensão de que as organizações públicas necessitam ter uma ampliada preocupação em oferecer a seus usuários serviços de qualidade, bem como, buscar a excelência na qualidade do atendimento tal qual as organizações do âmbito privado, as pesquisas de satisfação dos clientes constituem-se em instrumento fundamental para a avaliação da percepção de qualidade do ponto de vista do cliente, do seu grau de satisfação quanto aos mais diversos aspectos e quais são aqueles fatores mais valorizados pelos mesmos. O seu principal benefício é proporcionar à instituição uma avaliação realista da prestação de seus serviços. A excelência em serviços pode ser alcançada através de persistência, expectativas elevadas, conhecimento, empatia, poder de persuasão e integridade, qualidades freqüentemente atribuídas aos funcionários. Dessa forma, fica claro que cabe hoje a instituição que atua nos diversos setores que se trabalha com a população em geral, uma postura correta, ética e de profundo interesse pelos problemas para o qual o usuário, estamos nos referindo ao cliente procura solução. Na realização desta pesquisa bibliográfica analisamos que o princípio do bom atendimento é uma bandeira a ser levantada pelos funcionários, gestores e chefes que exercem suas funções e que os mesmos jamais devem esquecer que seus proventos são pagos pelo contribuinte que nada mais são do que os que buscam um atendimento de qualidade e dentro de seus propósitos. A estratégia utilizada para analisar a satisfação e qualidade na prestação de serviços públicos sugerida foi a escala SERVQUAL que pode ser adaptada, conforme os determinantes definidos para a realidade do serviço específico em análise. Propusemos mostrar a importância da qualidade de serviços, a satisfação e qualidade na prestação do serviço em organizações públicas, considerando o serviço ideal *versus* o serviço percebido, por meio da ferramenta SERVQUAL, técnica que facilita a interpretação dos dados. Os autores Zeithaml, Parasuraman e Berry (1985) atribuem à qualidade de serviços à discrepância que existe entre as expectativas e as percepções do

cliente com relação a um serviço experimentado. A chave para assegurar uma boa qualidade de serviço acontece quando as percepções dos clientes excedem suas expectativas. Eles ressaltam que embora este raciocínio seja válido, não basta compreender a importância de fornecer serviços com excelente qualidade; é preciso que atenção seja dedicada a um processo contínuo no sentido de monitorar as percepções dos clientes sobre a qualidade do serviço, identificar as causas das discrepâncias encontradas e adotar mecanismos adequados para a melhoria. O SERVQUAL é um instrumento de escala múltiplo, com alto nível de confiabilidade e validade, baseado na definição conceitual da qualidade do serviço e em cinco dimensões que pode dar uma conotação real da prestação de serviços realizadas por empresas privadas ou públicas buscando compreender melhor as expectativas e percepções que os clientes têm com respeito ao serviço. As cinco dimensões são: Tangibilidade; Confiabilidade; Responsividade; Segurança e Empatia. Zeithaml, Parasuraman e Berry (1985) propuseram uma visão unificada da qualidade, que pode ser definida como o grau de adequação entre as expectativas dos clientes e as percepções dos desempenhos que eles têm dos produtos ou serviços. Nesse contexto, os autores afirmam que os clientes utilizam suas expectativas para avaliar o produto ou serviço, comparando o que esperavam com o que receberam. Conseqüentemente, é mais fácil apontar suas expectativas do que suas reais necessidades. Portanto, deve-se considerá-las do ponto de vista como é percebida pelos clientes.

REFERÊNCIAS

BOONE, Louis E.; e KURTZ, David L. **Marketing Contemporâneo**. 8 ed. Rio de Janeiro, RJ: Editora LTC, 1998.

CEOLIM, A. J. **Aplicação de metodologias multi-critério na avaliação dos cursos da Unespar / Fecilcam**. Curitiba: UFPR. Dissertação de Mestrado, 2005.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Atendimento ao público nas organizações: quando o marketing de serviços mostra a cara**. Brasília, DF: Editora Senac, 2004.

ESTEFANO, E.V.V. I **Satisfação dos recursos humanos no trabalho: um estudo de caso na biblioteca central da Universidade Federal de Santa Catarina**. 1996. Dissertação (Mestrado em Engenharia) – Curso de PósGraduação em Engenharia da Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

ELEUTÉRIO, S.; SOUZA, M. **Qualidade na prestação de serviços: uma avaliação com clientes internos**. Caderno de Pesquisas em Administração. São Paulo, v. 09, nº 3, julho/setembro 2002.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. Tradução Ailton Bonfim Brandão. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas, 1998.

LOVELOCK, C; WRIGHT, L. **Serviços: Marketing e Gestão**. São Paulo: Saraiva, 2001.

MIGUEL, P. A. C., SALOMI, G. G. E. **Uma revisão do modelos para medição da qualidade em serviços**. Revista Produção. Vol. 14, Nº 1, pp. 12-30, 2004.

PARASURAMAN, A; ZEITHAML, V. A; BERRY, L. L. **A Conceptual model of service quality and its implications for future research**. Journal of Marketing. V. 49, 41-50, 1985.

_____. **Servqual: A multiple-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality**. Journal of Retailing. V. 64, number 1, 12-40, 1988.