

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO
DO RIO GRANDE DO NORTE**

IZABELY AZEVEDO DE OLIVEIRA

**QUALIDADE NO ATENDIMENTO: O CASO DA COMPANHIA DE ÁGUAS E
ESGOTOS DO RIO GRANDE DO NORTE – CAERN, NO MUNICÍPIO DE BAÍA
FORMOSA/RN.**

**NATAL
2005**

10/10/10

1

IZABELY AZEVEDO DE OLIVEIRA

QUALIDADE NO ATENDIMENTO: O CASO DA COMPANHIA DE ÁGUAS E ESGOTOS
DO RIO GRANDE DO NORTE – CAERN, NO MUNICÍPIO DE BAÍA FORMOSA/RN.

Monografia apresentada ao curso de
Graduação em Administração da
Faculdade Natalense para o
Desenvolvimento do Rio grande do
Norte como requisito obrigatório para
obtenção do grau de bacharel em
Administração.

Orientador:

Carlos Antonio de Lima Moreira, M.Sc

NATAL

2005

FARN

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Oliveira, Izabely Azevedo de

Qualidade no atendimento: o caso da Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte – CAERN, no município de Baía Formosa/RN / Izabely Azevedo de Oliveira. – Natal: FARN, 2005.

55 f.

Orientador: Carlos Antônio de Lima Moreira (M.Sc.)

Monografia (Graduação em Administração) – Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Qualidade no Atendimento – Monografia. 2. Prestação de Serviços-CAERN – Monografia. 3. Qualidade Total – Monografia I. Título.

RN/FARN/BC

CDU 658.56

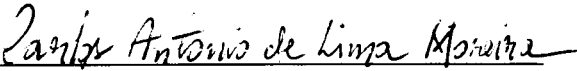
RB-26.382

FARN	M
BIBLIOTECA	658.56
Nº Reg. <u>M000362</u>	0432
<u>10 / 05 / 06</u>	2005

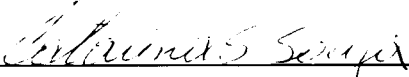
IZABELY AZEVEDO DE OLIVEIRA

QUALIDADE NO ATENDIMENTO: O CASO DA COMPANHIA DE ÁGUAS E ESGOTOS
DO RIO GRANDE DO NORTE – CAERN, NO MUNICÍPIO DE BAÍA FORMOSA/RN.

Monografia apresentada ao curso de Administração da Faculdade Natalense para
o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte. Aprovada em ____ de _____ de
2005, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:



Carlos Antonio de Lima Moreira, M.Sc
Orientador



Catarina da Silva Souza
Membro Examinador

A meus pais, Maria do Céu e José Amaldo,
pelo apoio dado em todos os momentos de
minha vida e por serem este exemplo
de vida a ser seguido.
Vocês serão meus eternos ídolos.

“Para cultivar a sabedoria, é preciso força interior.
Sem crescimento interno, é difícil conquistar
a autoconfiança e a coragem necessárias.
Sem elas, nossa vida se complica. O impossível
torna-se possível com a força de vontade.”
(Dalai Lama)

AGRADECIMENTOS

O primeiro passo de uma longa e atribulada caminhada foi dado. Resta-me agradecer a Deus, primeiramente, pela constante presença, fazendo-se atuante em minha vida, me inspirando e iluminando meus caminhos.

A meus pais que sempre lutaram para proporcionar a mim e a meus irmãos uma formação digna.

A meus irmãos e amigos, pelo companheirismo.

A todos os professores, por nos transmitir algo de precioso: o conhecimento.

Aos que participaram, ativa ou passivamente, em todo ou qualquer passo da elaboração dessa monografia.

Em especial ao amigo, professor e orientador Carlos Antônio de Lima Moreira, pela repreensão, imposição de prazos, seriedade, dedicação, ou seja, profissionalismo. Essa forma tão peculiar de se portar diante dos alunos, faz-me tomar-te como espelho para minha carreira. Espero, em um futuro breve, ser tão competente administradora como és.

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar se os clientes da CAERN encontram-se satisfeitos com a qualidade dos serviços prestados na área de atendimento ao público no município de Baía Formosa. O referencial teórico aborda os principais assuntos referentes à qualidade no atendimento, principalmente no setor público. Para pesquisa utilizou-se o método descritivo na forma de estudo de caso. No que concerne à coleta de dados foram aplicados 117 questionários, com perguntas fechadas, junto aos moradores. Os dados foram tratados através do programa *Excel* com a elaboração de tabelas que foram analisadas quantitativamente. Conclui-se, de um modo geral, que os consumidores encontram-se satisfeitos com a qualidade do atendimento da CAERN no município de Baía Formosa. Salienta-se, contudo, recomendações voltadas para melhoria contínua dos serviços prestados pela Companhia.

Palavras-chave: qualidade, serviço público, clientes

ABSTRACT

The gift work have for objective analyze if the clients from CAERN they meet satisfied with the quality from the service provider on area of attend the public into the county of Baía Formosa. The referencing abstract approach essentials affair concerning on the quality into the attend, principally into the public sector. About to research uses the method describe on form of I study of I wed. Into the what apropos the collection of data were applied 117 questionnaires, with questions closed, joined residents. The dice have been treaties via the program *Excel* with the elaboration of tables what have been analyzed quantityly. Concluded, broadly speaking, as the consumers they meet satisfied with the quality of the attend from CAERN into the county of Baía Formosa. Emphasize, all the same, recommendations round about to improvement continual from the service provider by Company.

Key words: quality, public service, clients

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – A evolução da qualidade no mundo..... 19

FIGURA 2 – Qualidade percebida do serviço..... 26

FIGURA 3 – Falhas na qualidade em serviços..... 27

FIGURA 4 – Programa da qualidade no serviço público do Brasil..... 34

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Satisfação dos clientes em relação aos serviços prestados pela CAERN.....	38
TABELA 2.1 – Opinião dos clientes quanto à localização da CAERN, em Baía Formosa.....	38
TABELA 2.2 – Opinião dos clientes quanto ao conforto no escritório da CAERN....	39
TABELA 2.3 – Opinião dos clientes quanto ao espaço do escritório da CAERN.....	39
TABELA 2.4 – Opinião dos clientes quanto ao estacionamento do escritório.....	40
TABELA 2.5 – Opinião dos clientes quanto à conservação do escritório da CAERN.....	40
TABELA 3 – Atendimento das necessidades dos clientes por parte dos funcionários da CAERN.....	41
TABELA 4.1 – Opinião dos clientes quanto à comunicação por parte dos funcionários da CAERN.....	41
TABELA 4.2 – Opinião dos clientes quanto à simpatia dispensada pelos funcionários da CAERN.....	42
TABELA 4.3 – Opinião dos clientes quanto à atenção dispensada pelos funcionários da CAERN.....	42
TABELA 4.4 – Opinião dos clientes quanto à capacidade de solucionar problemas por parte dos funcionários da CAERN.....	43
TABELA 4.5 – Opinião dos clientes quanto à educação dispensada pelos funcionários da CAERN.....	43
TABELA 5 – Opinião dos clientes quanto à superação de suas expectativas.....	44
TABELA 6 – Opinião dos clientes quanto à reputação da CAERN, no município de Baía Formosa.....	44
TABELA 7 – Opinião dos clientes quanto à preocupação da CAERN com a melhoria dos serviços.....	45
TABELA 8 – cumprimento dos prazos determinados pela CAERN.....	45
TABELA 9 – Opinião dos clientes quanto à qualidade no atendimento da CAERN.	46

TABELA 10 – Opinião dos clientes quanto ao principal fator para a melhoria da qualidade dos serviços prestados.....	46
TABELA 11 – Distribuição da população em relação ao sexo.....	47
TABELA 12 – Distribuição da população em relação à faixa etária (em anos).....	47
TABELA 13 – Distribuição da população em relação ao estado civil.....	48
TABELA 14 – Distribuição da população em relação à renda mensal (em salários mínimos).....	48
TABELA 15 – Distribuição da população em relação à escolaridade.....	49

LISTA DE SIGLAS

CAERN	Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte
CCQ	Círculos de Controle de Qualidade
SERHID	Secretaria de Estado dos Recursos Hídricos
PDCA	Planejar, Executar, Verificar e Agir corretamente
PQSP	Programa de Qualidade no Serviço Público

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
1.1 CONTEXTO E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA.....	15
1.2 CARACTERÍSTICAS DA COMPANHIA DE ÁGUAS E ESGOTOS DO RIO GRANDE DO NORTE E SEU AMBIENTE.....	16
1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA.....	17
1.3.1 Objetivo Geral.....	17
1.3.2 Objetivos Específicos.....	17
1.4 JUSTIFICATIVA.....	17
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	18
2.1 ORIGEM E EVOLUÇÃO DA QUALIDADE TOTAL.....	18
2.2 A QUALIDADE NO BRASIL.....	21
2.3 CONCEITOS DA QUALIDADE.....	22
2.4 PRINCÍPIOS DA QUALIDADE.....	22
2.5 QUALIDADE EM SERVIÇOS.....	24
2.5.1 Dimensões da qualidade em serviços.....	25
2.5.2 Falhas na qualidade em serviços.....	27
2.6 SERVIÇO PÚBLICO.....	28
2.6.1 Origem e evolução.....	28
2.6.2 Conceitos.....	30
2.6.3 Qualidade aplicada ao serviço público.....	31
2.7 PROGRAMA DA QUALIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO DO BRASIL.....	31
3 METODOLOGIA.....	35
3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA.....	35
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA.....	36
3.3 COLETA DE DADOS.....	37
3.4 TRATAMENTO PARA ANÁLISE DOS DADOS.....	37
4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	38

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES..... 50

REFERÊNCIAS..... 52

APÊNDICES

1 INTRODUÇÃO

A administração visando a qualidade para obter completa satisfação do cliente é essencial à sobrevivência e à prosperidade no atual mercado competitivo global. O termo envolve simultaneamente características tangíveis e intangíveis, pois trata, por exemplo, de segurança e durabilidade, entre outros fatores, incluindo também a satisfação do cliente, a capacidade de uma mercadoria ou serviço de atender ou exceder as necessidades e expectativas do comprador. A verdadeira mensuração da qualidade se dá quando um empreendimento satisfaz seus clientes.

A disseminação mundial de princípios, teorias diversas e métodos de qualidade em setores de organizações do mundo inteiro denomina-se gestão da qualidade total, que é basicamente o princípio e a própria ação para mudança da cultura das empresas. É uma abordagem que envolve todos os funcionários numa melhoria contínua de produtos e processos de trabalho para alcançar a satisfação do cliente e um padrão internacional.

Devido ao rápido crescimento do setor de serviços nas últimas décadas, paralelamente, surgiu a preocupação das empresas com a melhoria dos serviços e a qualificação do pessoal envolvido com a prestação, pois o nível de exigência dos consumidores e a concorrência no mercado crescem juntamente com a importância do setor.

Em relação à qualidade e excelência em serviços, não só o uso de ferramentas de qualidade e estatísticas é necessário. Em serviços, além de se trabalhar com as pessoas da organização tem-se também, o cliente envolvido no processo.

Diante do exposto, objetiva-se analisar, se os clientes da Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte – CAERN encontram-se satisfeitos com a qualidade dos serviços prestados na área de atendimento ao público no município de Baía Formosa.

O referencial teórico encontra-se estruturado do seguinte modo: A origem e evolução da qualidade, A qualidade no Brasil, Conceitos da Qualidade Total, Princípios

da Qualidade Total, Qualidade em serviços, Serviço público, Programa da Qualidade no Serviço Público do Brasil.

No que concerne à metodologia, optou-se por uma pesquisa do tipo descritiva, utilizando uma abordagem na forma de estudo de caso. O universo será composto por 455 consumidores, por ser o número de ramais de água ativos, em Baía Formosa, na rede de distribuição pertencente a CAERN. Atribuiu-se uma amostra aleatória simples com 8% de erro amostral e 95% de margem de confiança, compreendendo um número de 117 clientes. Como instrumento de coleta de dados optou-se pelo questionário.

Por sua vez, no que diz respeito à análise e interpretação de dados, estruturou-se o capítulo em duas seções: dados avaliativos e dados pessoais.

Finalmente, fez-se a conclusão e recomendações.

1.1 CONTEXTO E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

Sabe-se que a qualidade total implica em mudança na cultura das organizações a partir da união de um planejamento estratégico eficaz à obtenção de um serviço otimizado por parte de todos que estão ligados à empresa, resultando na realização dos desejos dos consumidores.

Considerando-se que a gestão da qualidade total tem por finalidade a melhoria contínua dos processos que é o estado ótimo de eficiência e eficácia de todos os elementos que compõem a empresa, fator relevante no cenário empresarial atual, e que diariamente aumenta as exigências dos consumidores em relação à qualidade dos produtos e serviços é que a Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte – CAERN, percebe a importância da satisfação das necessidades de seus clientes.

Com base no que foi exposto, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa:

Até que ponto os clientes da Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte – CAERN, encontram-se satisfeitos com a qualidade dos serviços prestados na área de atendimento ao público no município de Baía Formosa?

1.2 CARACTERIZAÇÃO DA COMPANHIA DE ÁGUAS E ESGOTOS DO RIO GRANDE DO NORTE – CAERN, E SEU AMBIENTE

A CAERN, sociedade de economia mista, criada na forma da Lei nº 3.742, de 26 de junho de 1969, vinculada à Secretaria de Estado dos Recursos Hídricos – SERHID, é uma empresa monopolista tendo como finalidade a prestação de serviços públicos de abastecimento de água e coleta e tratamento de esgotos sanitários em todo território do Estado.

A Companhia tem por missão, atender a população do Rio Grande do Norte com água potável, coleta e tratamento de esgotos, de forma a contribuir para a melhoria da qualidade de vida de seus usuários, com postura empresarial adequada e inovadora, integrada aos demais setores do saneamento básico e respeitando os fatores sócio-econômicos e ambientais.

A estrutura organizacional da CAERN, alterada e instituída a partir de 17.01.2003, através da Resolução nº 01/2003 do Conselho de Administração, é composta por 4 (quatro) Diretorias, 10 (dez) Assessorias, 12 (doze) Gerências e 3 (três) Unidades de Administração Central, e de 7 (sete) Regionais, compostas de 20 (vinte) Unidades de Receita, 9 (nove) Unidades de Serviço e 7 (sete) Unidades Administrativas e Financeiras. Ademais, atualmente, a empresa possui 1589 (mil quinhentos e oitenta e nove) funcionários, ao todo.

Importa registrar que as Regionais, distribuídas pelas diversas áreas do Estado, administram um total de 28 (vinte e oito) sistemas de esgotamento sanitário e 159 (cento e cinquenta e nove) sistemas de abastecimento de água. Dessa forma, como prestadora de serviços, tem como clientes todos os usuários, atuais ou potenciais, do sistema de água e esgotos do Rio Grande do Norte. Como concessionária de serviço público, tem como clientes todas as prefeituras do Rio Grande do Norte que lhes outorgam as concessões.

1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

1.3.1 Objetivo Geral

Analisar se os clientes da Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte (CAERN) encontram-se satisfeitos com a qualidade dos serviços prestados na área de atendimento ao público no município de Baía Formosa.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar o nível de satisfação dos clientes em relação à qualidade dos serviços prestados;
- b) Conhecer a opinião dos clientes a cerca de fatores satisfacientes e insatisfacientes relativo á qualidade dos serviços prestados; e
- c) Listar sugestões dos clientes com vista à melhoria da qualidade dos serviços prestados.

1.4 JUSTIFICATIVA

Justifica-se a realização da presente proposta de estudo, do ponto de vista teórico, pelo fato de possibilitar a complementação da formação acadêmica da pesquisadora. Contribuirá, ainda, para o crescimento intelectual e o desenvolvimento profissional.

Por sua vez, do ponto de vista prático, o estudo permitirá a constituição de uma base sólida de dados capazes de colaborar para o processo decisório empresarial da CAERN.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ORIGEM E EVOLUÇÃO DA QUALIDADE TOTAL

Segundo Algarte; Quintanilha (2000), a preocupação com a qualidade existe desde os primórdios das civilizações. Ela sempre esteve presente na vida do homem. No início, por questão de sobrevivência, ele já se preocupava com a qualidade dos alimentos que extraía da natureza; em cuidar da qualidade daquilo que plantava e colhia; e, por questão de segurança, preocupava-se também com a qualidade das pedras selecionadas para fabricação de armas e ferramentas.

No período em que se sucedeu à queda do regime feudal o homem, artesão, passou a se preocupar não só com a manufatura de produtos para seu próprio uso, e sim, com a sua comercialização, todavia, a qualidade era controlada pelo mesmo.

Ainda conforme Algarte; Quintanilha, devido à proximidade entre o produtor, que era o próprio artesão, e o consumidor, tomava-se mais fácil à obtenção de um retorno imediato de informação acerca do desempenho do produto.

Com a revolução industrial, ocorreram mudanças que obrigaram as empresas a dividir o processo industrial surgindo, dessa forma, os supervisores que controlavam as atividades dos artesãos. Os artesãos, por sua vez, passaram a se preocupar apenas com a execução dos serviços. A qualidade da matéria-prima e do produto passou a ser de responsabilidade do supervisor, dando-se início, a partir deste momento, ao aumento da distância entre o produtor e o consumidor, originando os primeiros problemas sérios com a qualidade dos produtos.

Posteriormente, durante a primeira guerra mundial, a figura de inspetor assumiu o papel de supervisor no controle de qualidade.

Criada para evitar que os produtos sem qualidade saíssem das fábricas e fossem utilizadas pelos clientes, a inspeção, com ênfase no sucateamento, deu origem a um raciocínio errôneo: qualidade implicaria custos, e como consequência, aumentaria o preço do produto final. (ALGARTE; QUINTANILHA, 2000, p. 29).

Historicamente associado à realização de inspeções e testes nos serviços ou produtos acabados, o conceito de qualidade sofreu mudanças significativas com a revolução industrial, quando ganhou mais importância. A aplicação das teorias estatísticas ao plano de inspeção e testes representa uma nova etapa do conceito, denominada controle estatístico da qualidade. Na segunda metade do século XX, a complexidade tecnológica, o aumento do volume de investimentos e a necessidade de segurança, concorreram para ampliação do controle de qualidade. Tornou-se absolutamente fundamental assegurar, previamente, a qualidade dos produtos, serviços, instalações e equipamentos, o que deu origem ao controle total da qualidade.

Com o término da segunda guerra mundial, a guerra fria trouxe um novo contexto para o termo qualidade. Estudos mostravam que 80% dos problemas da falta da qualidade eram causados por falhas gerenciais e não por falhas técnicas. Esse fato fez com que alguns países passassem a exigir dos seus fornecedores a implementação de programas de garantia da qualidade (Ver figura 1).

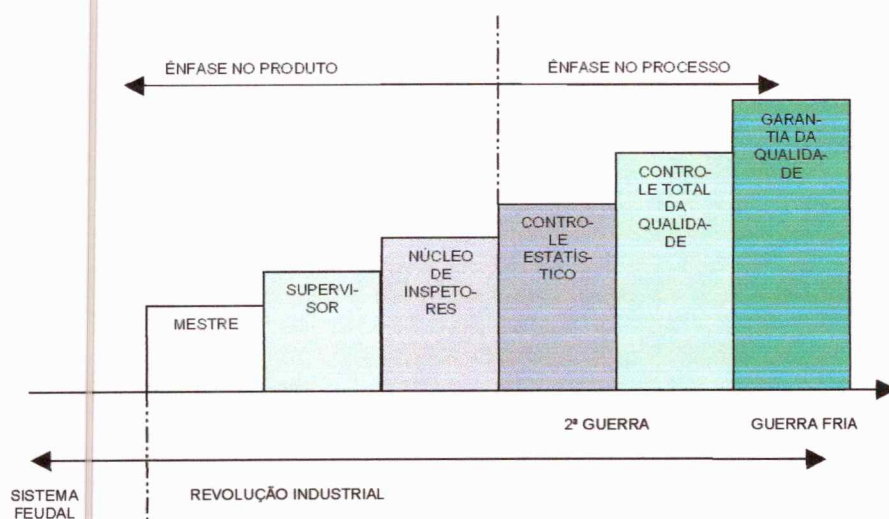


Figura 1 – A evolução da qualidade no mundo
Fonte: adaptada de Algarte; Quintanilha (2000, p. 12)

A Garantia da Qualidade está ligada, portanto, a uma transação comercial entre duas partes. É uma exigência do cliente e, sendo uma medida imposta, sofre restrições quanto ao grau de envolvimento do fornecedor e de seus funcionários. (ALGARTE; QUNTANILHA, 2000, p. 36).

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Maximiano (2000) sintetiza as três principais eras da qualidade total:

- a) *Era de inspeção*: inspeção de produtos e serviços, de forma direta, pelo seu fornecedor ou consumidor;
- b) *Era do controle estatístico*: produtos e serviços analisados com base em amostras; e
- c) *Era da qualidade total*: produtos e serviços definidos através dos interesses dos consumidores, havendo a observação dos mesmos durante o processo produtivo, assim garantia-se a qualidade do fornecedor ao cliente.

Damazio (1998), resumiu estas três eras, dando ênfase aos acontecimentos que ocorreram no início do século XX, propriamente de 1900 à 1940, onde buscava-se a qualidade no produto final, embora ocorrendo desperdícios. Neste período as teorias de Taylor e Shewhart dominavam. Por sua vez, no ano de 1950, a preocupação girava em torno do controle de qualidade, destacando-se a produção de custos. Ao reunir as teorias administrativas de Feigembau, Crosby, Juran e Deming, “papas da qualidade”, e as teorias comportamentais de Maslow, McGregor e Herzberg às técnicas de gerenciamento ocorridas nas décadas de 50/60, o gerenciamento não se resumiu só ao material e sim à tecnologia e aos recursos humanos. Nos anos 60, vieram as técnicas de garantia de qualidade denominadas de Círculos de Controle de Qualidade – CCQ. No momento da evolução final para a qualidade total, buscou-se nova relação entre o capital e o trabalho, visando constantemente obter uma maior produtividade.

2.2 A QUALIDADE NO BRASIL

O Brasil, país essencialmente agrícola até a segunda guerra mundial, não passou por todas as etapas da evolução da qualidade por que passaram a Europa e os Estados Unidos.

Quando a crise econômica de 1929 abalou a hegemonia do café, base da economia brasileira no final do século XIX e início do século XX, o governo passou a adotar uma política de protecionismo para a indústria, causando um surto industrial que favoreceu a implantação de várias fábricas, iniciando-se, nessa época, a importação de automóveis de outros países.

Com o fim da guerra, a febre de importações de veículos gerou um desequilíbrio na balança de pagamentos. Com isso, o governo restringiu as importações e passou a pensar em soluções para reposição da frota de veículos.

No governo de Juscelino Kubitschek (1956–1961), foi proposto implicitamente ao país a entrada direta no sistema de produção em massa, sem que houvesse de passar pelo sistema artesanal usado no início da produção automobilística do país. As indústrias automobilísticas que chegaram ao Brasil realizaram investimentos e passaram a produzir os veículos em suas novas instalações fabris.

O segredo da produção em massa está na intercambialidade das peças e na facilidade de ajustá-las entre si. Uma vez que a intercambialidade depende de um rígido controle de qualidade na fabricação das peças e componentes, a indústria automobilística estabeleceu controles para assegurar que os seus fornecedores tivessem um rígido sistema de garantia da qualidade. (ALGARTE; QUNTANILHA, 2000, p. 51).

A indústria automobilística desempenhou um papel fundamental na formação de uma cultura de qualidade na indústria brasileira, cultura que foi absorvida, sobretudo, pelas principais indústrias de bens de consumo duráveis, pois utilizou métodos de gestão objetivando aprimorar continuamente seus produtos e aumentar constantemente a competitividade no mercado.

2.3 CONCEITOS DA QUALIDADE TOTAL

O conceito de qualidade foi primeiramente associado à definição de conformidade às especificações. Posteriormente, evoluiu para a visão de satisfação do cliente. Estendendo este conceito a todas as entidades envolvidas com as atividades da empresa obteve-se o termo qualidade total.

Paladini (2000) conceitua qualidade total, antes de tudo, como uma *ocorrência natural da qualidade definida enquanto adequação ao uso*. A qualidade, assim, passa a ser característica que atende totalmente ao consumidor.

Por sua vez, Maximiano (2000) afirma que qualidade não se resume apenas a estar em conformidade com as especificações. A qualidade deve está embutida no produto ou serviço desde sua concepção, a partir dos desejos e interesses do cliente.

Segundo Damazio (1998), qualidade total se define como a filosofia que utiliza a qualidade como atributo básico em todos os processos, passando por todas as pessoas da empresa, fazendo o certo na primeira vez.

Pode-se, pois, definir qualidade total como a representação da busca da satisfação, não só do cliente, mas de todos que participam significativamente da existência da empresa e também de sua excelência organizacional, adequando o produto ou serviço para que este possa vir a suprir as necessidades do consumidor.

2.4 PRINCÍPIOS DA QUALIDADE

A qualidade total baseia-se em dez princípios que devem estar contidos em todas as atividades realizadas pela empresa, sejam elas estratégicas ou operacionais.

Esses princípios são como referências dos métodos utilizados para implantar qualidade na empresa que está sempre se atualizando, direcionando sua gestão com enfoque no cliente.

Segundo Damazio (1998), os princípios da qualidade total são:

a) *Total satisfação dos clientes*: avaliar a receptividade dos clientes, internos e externos, em relação aos produtos, buscando atender inclusive as necessidades e expectativas implícitas;

b) *Gerência participativa*: criar, entre os vários níveis gerenciais, uma cultura na empresa, de sempre ouvir o que pensa os subordinados. A atitude da gerência, em um processo participativo, deve ser de mobilizar seus subordinados, incentivando-os, baseando-se em sua motivação, buscando o efeito de sinergia;

c) *Desenvolvimento dos recursos humanos*: preocupar-se com o capital humano da empresa, valorizando e considerando seu crescimento e desenvolvimento do seu pleno potencial, tendo como pontos básicos à educação e o treinamento;

d) *Constância de propósitos*: absorver a mudança da cultura levando em conta a cultura existente, repetindo os princípios que norteiam a mudança desejada;

e) *Melhoria contínua*: a conscientização das pessoas pelos seus direitos, tem obrigado às empresas a se preocuparem em garantir a qualidade e atualizar tecnologicamente os produtos/serviços oferecidos. Para que possa haver um acompanhamento dessas necessidades é preciso trazer para dentro da empresa a filosofia da melhoria contínua, que só é percebida quando a empresa começa a superar as expectativas implícitas ou explícitas dos clientes nos produtos e serviços que ela oferece. No intuito de medir o desempenho atual e com isso planejar as ações necessárias à melhoria, é essencial a renovação em produtos/serviços, o questionamento permanente das ações empreendidas, a criatividade de atração da empresa e a qualificação de seus recursos humanos, pois estes são indícios da mentalidade em melhoria contínua;

f) *Gerência de processos*: aplicar a cada processo o ciclo PDCA (planejar, executar, verificar e agir corretamente), acompanhando e controlando de forma permanente, mas para isso, é necessário indicadores que meçam a produtividade (eficiência) e a qualidade (eficácia);

g) *Delegação de poderes*: cobrar o poder de decisão o mais próximo da ação ou transferir o poder e compartilhar a responsabilidade são definições de delegação. Para que ela ocorra é primordial a capacitação dos diversos níveis gerenciais, provendo

àquele que recebeu a delegação os recursos necessários ao gerenciamento do processo que lhe foi delegado;

h) *Gerência de informação e comunicação*: para disseminação da filosofia da qualidade total na empresa torna-se necessário criar um sistema de informação e comunicação que propicie um vínculo de transmissão das informações a serem conhecidas, gerenciadas por pessoas especializadas, que possam passar a informação correta, para pessoa certa, no momento exato;

i) *Garantia da qualidade*: define-se como todas as ações planejadas a sistemáticas necessárias para promover confiança adequada de que um produto ou serviço atende aos requisitos definidos em qualidade. Fazer certo pela primeira vez é fundamental, principalmente no setor de serviços, onde os serviços são consumidos no momento em que serão produzidos; e

j) *Busca da perfeição*: o padrão de desempenho cuja meta é o zero defeito, é um princípio a ser internalizado por todo pessoal da empresa que deve ter pleno conhecimento do que é formalizado como a forma correta de fazer as coisas e estar conscientizados para monitoração dos processos para evitar desvios.

2.5 QUALIDADE EM SERVIÇOS

Saber o que é qualidade em serviços é o ponto de partida para se entender o que será exigido do pessoal de atendimento e, assim, fornecer subsídios ao gestor na busca pela satisfação do seu cliente externo através da valorização dos seus funcionários.

Do ponto de vista de Las Casas (1999, p.24), "os serviços apresentam as seguintes características: são intangíveis, inseparáveis, heterogêneos e simultâneos". Entretanto, cada critério será mais ou menos importante dependendo do tipo de serviço prestado. Contudo, a característica mais significativa do serviço é o fato de produção e consumo serem simultâneos. O cliente participa ativamente do processo de prestação de serviço. "Gerentes de serviços tem dificuldades de identificar seus produtos. Este problema se deve a natureza intangível dos serviços, mas é a presença do cliente no

processo que cria uma preocupação com a experiência de utilização do serviço”(FITZSIMMONS, 2000, p.45).

A satisfação do cliente com a qualidade do serviço pode ser definida pela comparação da percepção do serviço prestado com a expectativa do serviço desejado. Quando se excede a expectativa, o serviço é percebido como de qualidade excepcional, e também como de agradável surpresa. Quando, no entanto, não se atende às expectativas, a qualidade em serviços passa a ser inaceitável. Quando se confirma as expectativas pela percepção do serviço, a qualidade é satisfatória.(FITZSIMMONS, 2000, p.249).

Serviço com qualidade é aquele que é capaz de proporcionar satisfação e, para isso, é necessário que as empresas concebam a nova atitude que não há clientes satisfeitos se não há funcionários satisfeitos, pois as pessoas que lidam diretamente com os clientes são a personificação da empresa e os grandes responsáveis pela imagem da mesma junto ao cliente.

Las Casas (1999) afirma que a qualidade total em serviços engloba, além dos clientes externos, todos que interagem com a empresa. A razão disso, é que os serviços, sendo atos, desempenho e ação, pressupõem que cada pessoa próxima ao indivíduo é considerada um cliente. Em decorrência a empresa deve satisfazer necessidades, resolver problemas e fornecer benefícios a todos os integrantes da mesma.

2.5.1 Dimensões da qualidade em serviços

De acordo com Fitzsimmons (2000), foram identificadas cinco dimensões que os clientes utilizam para julgar a qualidade em serviços (Ver figura 2).

a) *Confiabilidade*: ser capaz de prestar o serviço prometido com confiança e exatidão é suprir a expectativa do cliente. Significa cumprir prazos sem modificações e sem erros;

b) *Responsabilidade*: estar disposto para auxiliar o cliente e fornecer o serviço prontamente. A empresa cria uma percepção negativa da qualidade ao deixar o cliente esperando sem razões aparentes. Entretanto, se ocorre uma falha em um

serviço, a capacidade para recuperá-la rapidamente e com profissionalismo pode criar uma percepção positiva da qualidade;

c) *Segurança*: a dimensão segurança inclui as características de ser competente para realizar o serviço, ser cortês e respeitar o cliente, ter comunicação efetiva com o cliente e conceber a idéia de que o funcionário está realmente interessado no melhor para o cliente;

d) *Empatia*: demonstrar interesse, atenção personalizada aos clientes. A empatia inclui as características: acessibilidade, sensibilidade e esforço para entender as necessidades dos clientes; e

e) *Tangibilidade* é a aparência das instalações físicas, equipamentos, pessoal e materiais para comunicação. A condição do ambiente é a evidência tangível do cuidado e da atenção aos detalhes exibidos pelo fornecedor do serviço.

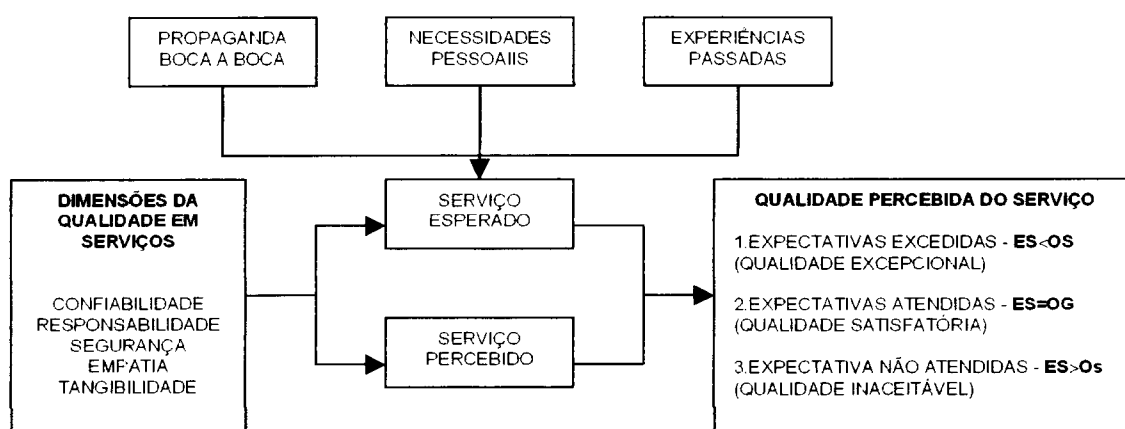


Figura 2 – Qualidade percebida do serviço
Fonte: adaptada de Fitzsimmons (2000, p.250)

2.5.2 Falhas na qualidade em serviços

A avaliação da distância entre o serviço esperado e o percebido é um processo rotineiro de retorno de informação do cliente.

Do ponto de vista de Fitzsimmons (2000), pode-se identificar cinco tipos de falhas, conforme a figura abaixo:

Cliente

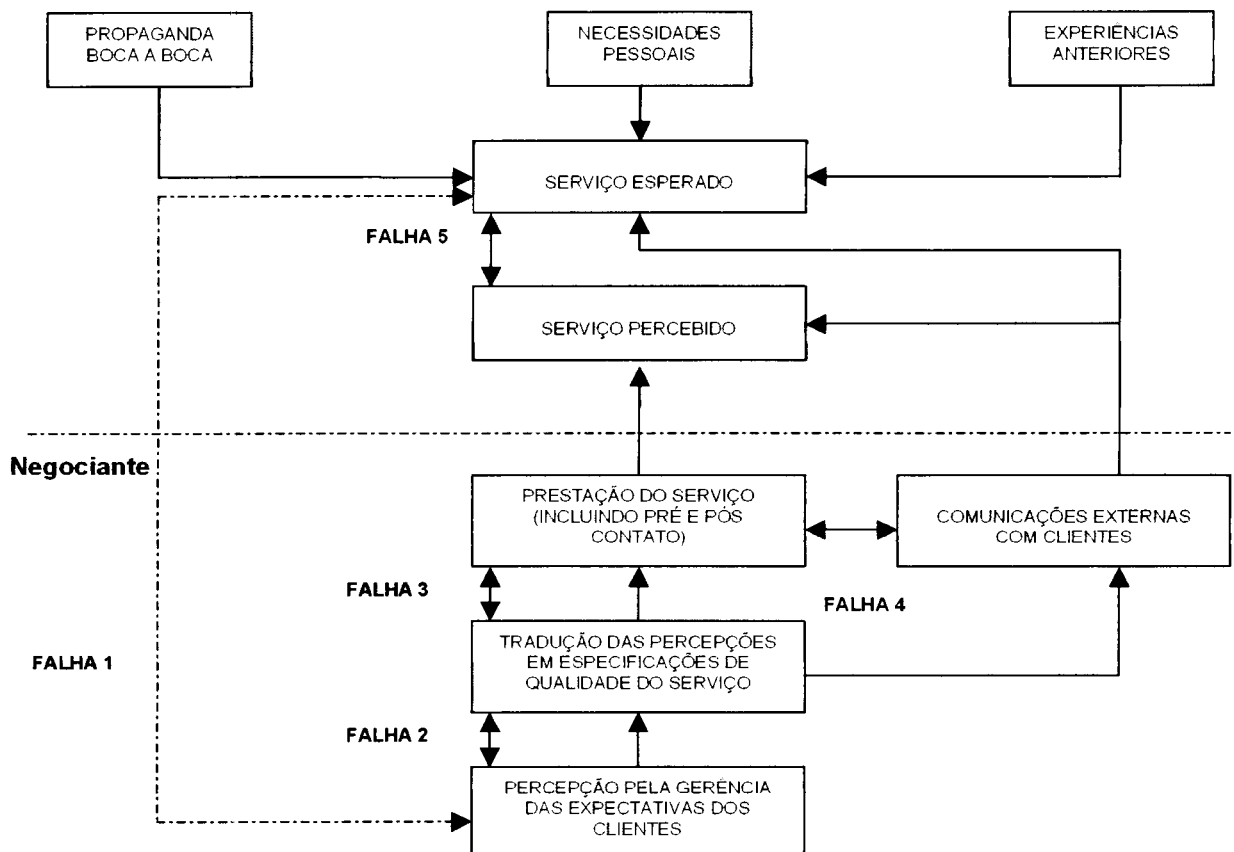


Figura 3 – Falhas na qualidade em serviços
Fonte: adaptada de Fitzsimmons (2000, p.252).

A falha 1 é resultado da divergência entre as expectativas dos clientes e a percepção, pela administração, destas expectativas. Origina-se da falha de uma plena compreensão sobre como seus clientes formulam suas expectativas, com base em experiências anteriores com a empresa e seus concorrentes, necessidades pessoais, anúncios ou comunicação com amigos. Para que estas falhas sejam minimizadas torna-se necessário a adoção de melhor comunicação entre a administração e seus funcionários, melhoria na pesquisa de mercado e redução do número de níveis gerenciais que afastam o cliente.

A falha 2 pode resultar da falta de comprometimento da administração com a qualidade do serviço ou de uma percepção da impossibilidade de atender as expectativas dos clientes. Entretanto, o estabelecimento de metas e a padronização da prestação do serviço podem eliminar a falha.

Quando o serviço efetivamente prestado não atende às especificações estabelecidas pelas organizações, é definido com falha 3, podendo ter origem em várias razões, entre elas falha da equipe de trabalho, seleção inadequada de funcionários, treinamento inadequado e projeto inapropriado das tarefas.

A falha 4 ocorre quando há discrepância entre o serviço prestado e o serviço prometido na forma de promessas exageradas e falta de informação fornecida pelos funcionários da linha-de-frente.

A diferença entre as expectativas e a percepção dos clientes é definida como falha 5, e esta depende do tamanho e da direção das quatro outras falhas associadas à prestação de serviços.

2.6 SERVIÇO PÚBLICO

2.6.1 Origem e evolução

A noção brasileira atual do que seja serviço público foi importada da França onde teve seu marco inicial a partir da Revolução Francesa, onde se firmou como escola do serviço público, durante o século XIX.

Do ponto de vista de Maciel (2003), a partir da revolução francesa, começou a haver uma maior definição das atividades do Estado, que ainda fazia muito pouco pela sociedade. A prestação dos serviços pelo Estado era mínima e a noção de serviço público restrita, assim, a sociedade começou a se organizar para satisfazer suas necessidades. A partir da segunda metade do século XX o serviço público começou a ter outra feição, pois, a partir de então, a Constituição criou uma série de direitos, de garantias ao cidadão que deveriam ser cumpridas pelo Estado. A Constituição definiu claramente e traçou quais eram os serviços públicos que seriam prestados aos cidadãos e a quem competia, dentro das três esferas - Federal, Estadual ou Municipal - a prestação de determinado serviço. Com esta definição e determinação de deveres pode-se afirmar que o Estado deixa de ser um Estado Mínimo para ser um Estado Social, com uma postura intervencionista e de providência. Foi em meados da década de 70, sobretudo a partir da crise do petróleo em 1973, que esse modelo, burocrático, criado especificamente para atividades estatais, entrou em crise. Essa crise mundial pôs fim à era da prosperidade e começa a vigorar um grande período recessivo. A partir da década de 80, inicia-se um novo conceito de que as atividades do Estado, "a coisa pública" deveria se encaminhar para o privado, tendo como objetivo principal dessa mudança o aumento da eficiência governamental, uma vez que o sentimento era de que o setor privado possuía o modelo ideal de gestão e de que as atividades não deveriam estar totalmente sobre a obrigação do Estado. Por outro lado, o setor privado começou a mostrar interesse em algumas atividades prestadas pelo Estado e que poderia ser beneficiada pela prestação desses serviços. Este é o marco para o início das privatizações, que na Inglaterra o processo todo levou cerca de dez anos para se concluir.

Ainda conforme Maciel (2003), após passarmos por algumas privatizações, vive-se hoje a era do Estado Pós-Social onde há fiscalização do Estado sobre algumas das atividades exercidas pelo poder privado. Ele interage e cria regras para que essas atividades sejam exercidas dentro de limitações e condições ditadas, aplica multas e sanções para o bom relacionamento entre cidadãos/consumidores e prestadores de serviços.

Seja o serviço público exercido pelo poder público ou pelo privado, o objetivo único é o da satisfação coletiva. Todos os serviços devem ser prestados em função da coletividade, do usuário final que é o cidadão.

2.6.2 Conceitos

Entende-se serviço público como sendo as atividades de interesse geral, assumidas de uma forma ou de outra pela sociedade. A justiça, a polícia, a educação e a prevenção sanitária, mas também o transporte ferroviário e o abastecimento de energia são serviços públicos.

Do ponto de vista de Meirelles (1999), serviço público é todo aquele prestado pela Administração ou por seus delegados, sob normas e controles estatais, para satisfazer necessidades essenciais ou secundárias da coletividade ou simples conveniências do Estado. Fora dessa generalidade não se pode indicar as atividades que constituem serviço público, porque variam de acordo com a exigência de cada povo e de cada época. Nem se pode dizer que são as atividades coletivas vitais que caracterizam os serviços públicos, porque ao lado destas existem outras, que são dispensáveis pela comunidade, realizadas pelo Estado como serviço público.

Moreira Neto (2000) atribui duas formas de conceito para o serviço público. Conceituando de forma tradicional, serviço público é uma atividade da Administração Pública que tem por fim assegurar de modo permanente, contínuo e geral, a satisfação de necessidades essenciais ou secundárias da sociedade, assim por lei consideradas, e sob as condições impostas unilateralmente pela própria administração. Entretanto, definindo de forma contemporânea, serviço público são as atividades pelas quais o Estado, direta ou indiretamente, promove ou assegura a satisfação de interesses públicos, assim por lei considerados, sob regime jurídico próprio a elas aplicável, ainda que não necessariamente de direito público.

2.6.3 Qualidade aplicada ao serviço público

Entende-se qualidade como sendo a conformidade daquilo que se é produzido com aquilo que o cliente quer, de modo que suas expectativas sejam superadas e sua satisfação alcançada.

Ao contrário da iniciativa privada, as questões postas pela qualidade têm sido menos investigadas na administração pública talvez pelas peculiaridades que norteiam este setor.

Na maioria das repartições públicas, não há um mercado a ser buscado. Ao invés de conquistar um mercado, uma agência governamental deveria prestar, de forma econômica, o serviço prescrito pela legislação vigente. O objetivo deveria se destacar por serviço bem executado. (DEMING,1990, p.5).

Para Osborne; Gaebler (1997), o governo é uma instituição fundamentalmente diferente da empresa. Os empresários são motivados pela busca do lucro, já as autoridades governamentais, se orientam pelo desejo de serem reeleitos. As empresas recebem de seus clientes a maior parte de seus recursos, os governos são custeados pelos contribuintes. Esta diferença leva a uma conclusão: não se pode governar como quem administra uma empresa, embora certamente haja muita semelhança entre as duas atividades.

Paladini (2000) acrescenta como aspecto que leva o poder público a se interessar a discutir qualidade, além da possibilidade de reeleição, os relacionados a dificuldades financeiras e o forte apelo de melhorias que a qualidade desperta.

2.7 PROGRAMA DA QUALIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO DO BRASIL

Desde 1991, pelo Ministério de Planejamento, Orçamento e Gestão, no contexto do Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade - PBQP, vem-se desenvolvendo na administração pública brasileira ações cujo propósito é transformar as organizações públicas, procurando torná-las cada vez mais preocupadas com o cidadão e não, apenas, com os seus processos burocráticos internos, buscando fazer com que a organização pública passe a considerá-lo como parte interessada e

essencial ao sucesso da gestão pública e, em função disso, que a avaliação do desempenho institucional somente seja considerada aceitável se incluir a satisfação do cidadão como item de verificação.

A base desse movimento nacional pela qualidade no serviço público é uma rede de parcerias entre organizações, servidores e cidadãos mobilizados para a promoção da melhoria da gestão no setor público.

Elevar o padrão dos serviços prestados ao cidadão e, ao mesmo tempo, torná-lo mais exigente em relação aos serviços públicos a que tem direito é o grande desafio da qualidade na administração pública e o foco de sua atuação. Para isso, as ações do Programa se desenvolvem, principalmente, no espaço em que a organização pública se relaciona diretamente com o cidadão, seja na condição de prestadora de serviço, seja na condição de executora da ação do Estado.

De acordo com Brasil (2005), o Programa da Qualidade no Serviço Público – PQSP, atua mobilizando e sensibilizando as organizações para a melhoria da qualidade da gestão pública e do desempenho institucional. Atua, também, junto aos cidadãos procurando torná-los participantes das atividades públicas, desempenhando o papel de avaliadores dos serviços e das ações do Estado.

Podem aderir ao Programa da Qualidade no Serviço Público, as organizações públicas brasileiras, ou suas unidades, dos níveis federal, estadual e municipal, dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

Ao aderir ao PQSP a organização pública compromete-se a:

- a) Orientar a prática gerencial pelos princípios da excelência em gestão pública, preconizados pelo programa;
- b) Implementar ciclos contínuos de auto-avaliação e melhoria da gestão com base no modelo de excelência em gestão pública. A manutenção de ciclos contínuos de avaliação e melhoria da gestão determina a continuidade, ou não, da organização pública no programa;
- c) Indicar dois servidores para integrarem a rede nacional de consultores do PQSP;

d) Receber dois avaliadores externos, indicados pelo programa para procederem à validação da auto-avaliação realizada;

e) Estabelecer e divulgar padrões de qualidade de atendimento aos usuários dos serviços da organização;

e) Avaliar periodicamente a satisfação dos usuários, observando os parâmetros de pesquisa fixados pelo programa;

f) Adotar a prática da colaboração institucional, trocando experiências com outras organizações públicas; e

g) Dar ampla divulgação à participação da organização no programa, utilizando sua logomarca no material técnico e de divulgação.

Os serviços de atendimento fornecidos aos cidadãos pelo setor público, caracterizam-se, em sua maioria, por um grau inadequado e também heterogêneo de qualidade; os casos isolados de bom atendimento, atualmente existentes, precisam ser convertidos em regra geral.

Para Brasil (2005), o maior objetivo é a implementação e a divulgação de padrões mínimos de qualidade no atendimento prestado pelo setor público. Pretende, ainda mais, orientar o processo de definição de padrões, que deve estar associado a um sistema permanente de aferição e revisão dos padrões estabelecidos.

A adoção e a divulgação de padrões de qualidade configuram um instrumento valioso para assegurar o comprometimento das organizações públicas com a excelência do atendimento e para torná-las mais acessíveis à população. Os cidadãos-usuários, graças à existência de padrões de qualidade, saberão o que podem e devem passar a exigir.

Ainda conforme Brasil (2005), três fases caracterizam o desenvolvimento do programa (Ver figura 4):

a) *Fase 1: Sensibilização e capacitação:* fase com foco interno. Visa sensibilizar e capacitar os funcionários com o uso de técnicas e ferramentas para motivar e conscientizar, primeiramente, os clientes externos para que estes executem um serviço de qualidade para os cidadãos;

b) *Fase 2: Avaliação e premiação*: foco interno e externo. Através de implementação de ciclos contínuos de avaliação e melhoria da gestão às organizações públicas adesas ao programa, busca os resultados que são congratulados através de premiações. Como exemplo, tem-se o Prêmio Nacional de Gestão Pública que possui por finalidade reconhecer e premiar as organizações públicas que comprovem alto desempenho institucional, com qualidade em gestão; e

c) *Fase 3: Qualidade dos serviços*: foco externo. Tem por finalidade satisfazer os clientes, em busca da conformidade daquilo que é produzido com aquilo que o cliente quer, de modo que suas expectativas sejam superadas e sua satisfação alcançada.

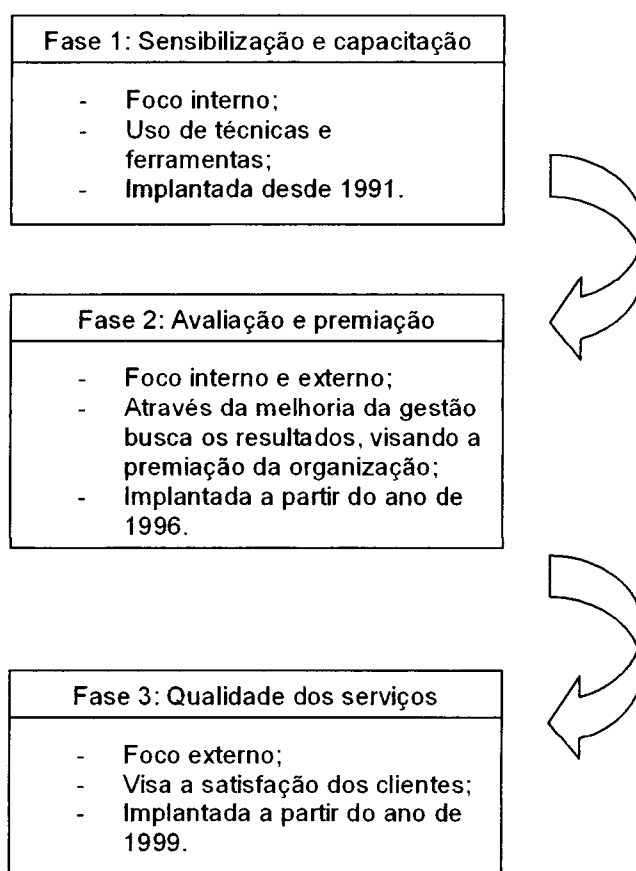


Figura 4 - Programa da qualidade no serviço público do Brasil

Fonte: adaptada de Brasil (2005)

3 METODOLOGIA

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

Optou-se por uma pesquisa do tipo descritiva, pois pretende-se observar, registrar, analisar e correlacionar fatos ou fenômenos sem manipulá-los.

A pesquisa descritiva objetiva descrever as características de determinado fenômeno ou população, correlacionar fatos ou fenômenos (variáveis) sem, no entanto, manipulá-los. Implica observação, registro e análise do objeto que está sendo estudado. (MARION; DIAS; TRALDI, 2002, p. 62).

Utilizou-se, ainda, uma abordagem na forma de estudo de caso, pois deseja-se retratar uma situação de maneira que os dados permaneçam mais próximos do que acontece na realidade.

De acordo com Cervo; Bervian (1996), o estudo de caso consiste na pesquisa sobre um determinado indivíduo, família, grupo ou comunidade para examinar aspectos variados de sua vida.

Por sua vez, Vergara (1997) afirma que o estudo de caso é compreendido como circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como uma pessoa, uma família, um produto, uma empresa, um órgão público, uma comunidade ou mesmo um país. Portanto, tem caráter de profundidade e detalhamento.

Por fim, do ponto de vista de Marion; Dias; Traldi (2002), no estudo de caso, foca-se um caso/fenômeno contemporâneo que esteja acontecendo na realidade, descrevendo totalmente o contexto onde acontece às relações, prestigiando o processo em detrimento dos resultados, na tentativa de captar sua evolução.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

Do ponto de vista de Marconi; Lakatos (1999), universo ou população é um conjunto de seres animados ou inanimados, que apresentam pelo menos uma característica em comum.

Entenda-se aqui como população não só o número de habitantes de um local, como é largamente conhecido o termo, mas um conjunto de elementos (empresas, produtos, pessoas, por exemplo), que possuem as características que serão objeto de estudo. (VERGARA, 1998, p. 48).

Definiu-se a população da pesquisa a partir do número de ligações residenciais cadastradas pela CAERN no município de Baía Formosa, distante 93 km da capital do Estado do Rio Grande do Norte, obtendo-se um total de 455 consumidores na cidade.

Entende-se amostra como sendo um subconjunto da população. Samara; Barros (1997) consideram a amostra como uma parte integrante do universo, ou população, com as mesmas características.

Para realização do presente estudo optou-se por uma amostra probabilística do tipo aleatória simples. Segundo Vergara (1998, p.49), na amostra aleatória simples "cada elemento da população tem uma chance determinada de ser selecionado. Em geral, atribui-se a cada elemento da população um número e depois faz-se a seleção aleatoriamente, casualmente."

Para efeito de cálculo, estabeleceu-se 8% de erro amostral e 95% de margem de confiança, compreendendo a amostra um número de 117 consumidores.

3.3 COLETA DE DADOS

No que concerne ao instrumento de coleta de dados, foi utilizado o questionário. Vergara (1998, p.53) afirma que “o questionário caracteriza-se por uma série de questões apresentadas ao respondente por escrito”.

De acordo com Cervo; Bervian (1996) o questionário permite medir com melhor exatidão o que se deseja.

O questionário foi composto por perguntas fechadas, uma vez que é capaz de proporcionar respostas mais precisas, devidamente feitas aos clientes externos da empresa.

3.4 TRATAMENTO PARA ANÁLISE DOS DADOS

Do ponto de vista de Vergara (1998, p.56), “tratamento de dados refere-se àquela seção na qual se explicita para o leitor como se pretende tratar os dados a coletar, justificando por que tal tratamento é adequado aos propósitos do projeto”.

Efetuuou-se a análise dos dados mediante a aplicação de ferramentas de estatística descritiva. Os dados resultantes da pesquisa foram tratados utilizando-se o *Microsoft Excel*.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

I – Dados Avaliativos

TABELA 1 – SATISFAÇÃO DOS CLIENTES EM RELAÇÃO AOS SERVIÇOS PRESTADOS PELA CAERN

Itens	Nº de Entrevistados	%
Não	3	2,6
Sim	80	68,4
Às vezes	19	16,2
Raramente	2	1,7
Sempre	13	11,1
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

A satisfação do cliente com a qualidade do serviço pode ser definida pela comparação da percepção do serviço prestado, com a expectativa do serviço desejado. Quando se confirma as expectativas pela percepção do serviço, a qualidade é satisfatória. Diante do exposto, observa-se, na Tabela 1, que 68,4% dos entrevistados considera-se satisfeito com os serviços prestados pela CAERN.

TABELA 2.1 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO À LOCALIZAÇÃO DA CAERN, EM BAÍA FORMOSA.

Itens	Nº de entrevistados	%
Ótimo	20	17,1
Bom	91	77,8
Regular	4	3,4
Ruim	2	1,7
Péssimo	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

De acordo com os dados dispostos na Tabela 2.1, verifica-se que 77,8% dos entrevistados considera que o escritório da CAERN, situado no município de Baía Formosa, possui uma boa localização.

TABELA 2.2 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO AO CONFORTO NO ESCRITÓRIO DA CAERN

Itens	Nº de entrevistados	%
Ótimo	6	5,1
Bom	69	59,0
Regular	29	24,8
Ruim	9	7,7
Péssimo	4	3,4
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Dentre os opinantes 59% afirma ter em sua cidade um escritório, que de acordo com a opinião dos mesmos, foi considerado confortável.

TABELA 2.3 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO AO ESPAÇO DO ESCRITÓRIO DA CAERN

Itens	Nº de entrevistados	%
Ótimo	6	5,1
Bom	72	61,5
Regular	29	24,8
Ruim	3	2,6
Péssimo	7	6,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Através da Tabela 2.4, pode-se observar que 61,5% dos clientes entrevistados afirma que o escritório possui um bom espaço.

TABELA 2.4 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO AO ESTACIONAMENTO DO ESCRITÓRIO

Itens	Nº de entrevistados	%
Ótimo	6	5,1
Bom	100	85,5
Regular	11	9,4
Ruim	0	0,0
Péssimo	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Dentre os respondentes, 85,5% considera “Bom” o estacionamento do escritório. No entanto, por Baía Formosa não ser um grande município, a população não costuma se deslocar até o escritório através de veículo automotivo. Na maioria das vezes os consumidores chegam ao local a pé.

TABELA 2.5 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO À CONSERVAÇÃO DO ESCRITÓRIO DA CAERN

Itens	Nº de entrevistados	%
Ótimo	7	6,0
Bom	78	66,7
Regular	25	21,4
Ruim	7	6,0
Péssimo	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

De acordo com os dados dispostos na Tabela 2.5, verifica-se que 66,7% dos entrevistados considera o escritório conservado.

TABELA 3 – ATENDIMENTO DAS NECESSIDADES DOS CLIENTES POR PARTE DOS FUNCIONÁRIOS DA CAERN

Itens	Nº de entrevistados	%
Sempre	84	71,8
Às vezes	33	28,2
Raramente	0	0,0
Nunca	0	0,0
Indiferentes	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Em relação à qualidade em serviços, não só o uso de ferramentas de qualidade e estatísticas é necessário. Além de se trabalhar com as pessoas da organização têm-se também os clientes envolvidos no processo. A prática da administração exige foco no cliente. Diante disso, e de acordo com os dados dispostos na Tabela 3, observa-se que 71,8% dos entrevistados têm suas necessidades atendidas pelos funcionários da CAERN, em Baía Formosa.

TABELA 4.1 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO À COMUNICAÇÃO POR PARTE DOS FUNCIONÁRIOS DA CAERN

Itens	Nº de entrevistados	%
Ótimo	23	19,7
Bom	87	74,4
Regular	7	6,0
Ruim	0	0,0
Péssimo	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Para a CAERN é primordial o estabelecimento de um processo de comunicação, eficiente, eficaz e efetiva, por parte dos funcionários, nos âmbitos interno e externo. Diante disso, percebe-se, na Tabela 4.1, que 74,4% dos entrevistados afirma que os funcionários da empresa possuem uma boa comunicação.

TABELA 4.2 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO À SIMPATIA DISPENSADA PELOS FUNCIONÁRIOS DA CAERN

Itens	Nº de entrevistados	%
Ótimo	22	18,8
Bom	89	76,1
Regular	6	5,1
Ruim	0	0,0
Péssimo	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Observa-se, na Tabela 4.2, que 76,1% dos entrevistados considera os funcionários do escritório da CAERN, no município de Baía Formosa, simpáticos.

TABELA 4.3 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO À ATENÇÃO DISPENSADA PELOS FUNCIONÁRIOS DA CAERN

Itens	Nº de entrevistados	%
Ótimo	20	17,1
Bom	77	65,8
Regular	20	17,1
Ruim	0	0,0
Péssimo	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Através da Tabela 4.3, pode-se observar que 65,8% dos entrevistados considera os funcionários do escritório da CAERN, no município de Baía Formosa, atenciosos.

TABELA 4.4 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO À CAPACIDADE DE SOLUCIONAR PROBLEMAS POR PARTE DOS FUNCIONÁRIOS DA CAERN

Itens	N° de entrevistados	%
Ótimo	17	14,5
Bom	81	69,2
Regular	19	16,2
Ruim	0	0,0
Péssimo	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

As empresas necessitam, dentro de suas possibilidades, de pessoas treinadas, com capacitação profissional, que possam atender as necessidades apresentadas pelos clientes, solucionando seus problemas para que eles se sintam satisfeitos. Através da análise da Tabela 4.4, pode-se observar que 69,2% dos entrevistados considera os funcionários capacitados para solucionar, dentro de sua possibilidade hierárquica, os problemas levados pelos consumidores ao escritório.

TABELA 4.5 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO À EDUCAÇÃO DISPENSADA PELOS FUNCIONÁRIOS DA CAERN

Itens	N° de entrevistados	%
Ótimo	20	17,1
Bom	86	73,5
Regular	11	9,4
Ruim	0	0,0
Péssimo	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Verifica-se, através da análise da Tabela 4.5, que 73,5% dos entrevistados considera os funcionários educados.

TABELA 5 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO À SUPERAÇÃO DE SUAS EXPECTATIVAS

Itens	N° de entrevistados	%
Concordo totalmente	4	3,4
Concordo	91	77,8
Nem concordo nem discordo	18	15,4
Discordo	3	2,6
Discordo totalmente	1	0,9
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Devido ao rápido crescimento do setor de serviços nas últimas décadas, paralelamente, surgiu a preocupação das empresas com a melhoria dos serviços e a qualificação do pessoal envolvido com a prestação, pois o nível de exigência dos consumidores e a concorrência no mercado crescem juntamente com a importância do setor. Atualmente, com a conscientização, por parte dos consumidores, em relação a sua importância para o mercado, cada vez mais as empresas buscam superar as expectativas destes com o intuito de fidelizá-los. Analisando-se a Tabela 5, pode-se observar que 77,8% dos entrevistados afirma que a CAERN busca superar as expectativas de seus clientes.

TABELA 6 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO À REPUTAÇÃO DA CAERN, NO MUNICÍPIO DE BAÍA FORMOSA

Itens	N° de entrevistados	%
Concordo totalmente	8	6,8
Concordo	95	81,2
Nem concordo nem discordo	14	12,0
Discordo	0	0,0
Discordo totalmente	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

A CAERN é uma empresa que se preocupa em obter e manter concessões de exploração de serviços de água e esgotos, através de sua prestação em condições satisfatórias de qualidade, quantidade, regularidade, confiabilidade e custos. Diante disso, verifica-se, na Tabela 6, que 81,2% dos entrevistados afirma que a CAERN é uma empresa bem vista pelos moradores da cidade de Baía Formosa.

TABELA 7 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO À PREOCUPAÇÃO DA CAERN COM A MELHORIA DOS SERVIÇOS

Itens	Nº de Entrevistados	%
Não	15	12,8
Sim	73	62,4
Às vezes	11	9,4
Raramente	6	5,1
Sempre	12	10,3
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

A conscientização das pessoas pelos seus direitos, tem obrigado às empresas a se preocuparem em garantir a qualidade e atualizar tecnologicamente os produtos/serviços oferecidos. Para que possa haver um acompanhamento dessas necessidades é preciso trazer para dentro da empresa a filosofia da melhoria contínua, que só é percebida quando a empresa começa a superar as expectativas implícitas ou explícitas dos clientes nos produtos e serviços que ela oferece. Diante do exposto, pode-se observar, na Tabela 7, que 62,4% dos entrevistados afirma que a CAERN preocupa-se com a melhoria dos serviços, de acordo com as necessidades dos clientes.

TABELA 8 – CUMPRIMENTO DOS PRAZOS DETERMINADOS PELA CAERN

Itens	Nº de Entrevistados	%
Muito satisfeito	11	9,4
Satisfeito	94	80,3
Indiferente	10	8,5
Insatisfeito	2	1,7
Muito insatisfeito	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Verifica-se que 80,3% dos entrevistados considera-se satisfeito em relação aos prazos determinados pela CAERN.

**TABELA 9 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO À QUALIDADE NO
ATENDIMENTO DA CAERN**

Itens	N° de entrevistados	%
Ótimo	9	7,7
Bom	98	83,8
Regular	10	8,5
Ruim	0	0,0
Péssimo	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Atender com qualidade é primordial para sobreviver no mercado atual. As pessoas que lidam diretamente com o cliente têm uma grande responsabilidade, pois elas representam a personificação da empresa e são responsáveis pela imagem da mesma junto ao cliente. É necessário conhecer o produto/serviço, para transmitir segurança ao cliente e evitar que o serviço perca consistência. Observa-se, na Tabela 9, que 83,8% dos entrevistados considera boa a qualidade no atendimento da CAERN, em Baía Formosa.

**TABELA 10 – OPINIÃO DOS CLIENTES QUANTO AO PRINCIPAL FATOR PARA A
MELHORIA DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS**

Itens	N° de entrevistados	%
Comunicação	44	37,6
Tarifa	72	61,5
Prazos	1	0,9
Atenção	0	0,0
Iniciativa	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Através da análise da Tabela 10, pode-se observar que 61,5% dos entrevistados afirma ser primordial para a melhoria da qualidade dos serviços prestados a redução da tarifa de água cobrada no município.

II – Dados Pessoais

TABELA 11 – DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO AO SEXO

Itens	Nº de Entrevistados	%
Masculino	58	49,6
Feminino	59	50,4
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Observa-se, na Tabela 11, que a maior parcela dos entrevistados (50,4%) é do sexo feminino. Por sua vez, o sexo masculino é representado por 49,6% dos entrevistados.

TABELA 12 – DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO À FAIXA ETÁRIA (EM ANOS)

Itens	Nº de entrevistados	%
Abaixo de 25 anos	13	11,1
25 a 30	25	21,4
31 a 35	19	16,2
36 a 40	18	15,4
41 a 45	15	12,8
Acima de 45	27	23,1
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Observa-se, através da Tabela 12, que a faixa etária predominante foi de pessoas acima de 45 anos (23,1%). Importa registrar, ainda, que 21,4% dos entrevistados foram de pessoas com faixa etária entre 25 e 30 anos.

TABELA 13 – DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO AO ESTADO CIVIL

Itens	Nº de entrevistados	%
Casado (a)	43	36,8
Solteiro (a)	31	26,5
Divorciado (a)	3	2,6
Separado (a)	3	2,6
Viúvo (a)	2	1,7
Amasiado (a)	35	29,9
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Através da análise da Tabela 13, pode-se observar que 36,8% dos entrevistados foram de pessoas casadas. Importa registrar, ainda, que 29,9% dos entrevistados foram de pessoas amasiadas.

TABELA 14 – DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO À RENDA MENSAL (EM SALÁRIOS MÍNIMOS)

Itens	Nº de entrevistados	%
Menos de 1	29	24,8
1 a 2	55	47,0
3 a 4	21	17,9
5 a 6	10	8,5
7 a 8	2	1,7
Acima de 8	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Através da Tabela 14, observa-se que 47% dos entrevistados possui renda correspondente de 1 a 2 salários mínimos, importando registrar, ainda, que 24,8% recebe mensalmente menos de 1 salário mínimo. Diante disso, pode-se verificar que a população do município apresenta uma baixa renda mensal, sendo composta, em sua maioria, por pessoas humildes.

TABELA 15 – DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO À ESCOLARIDADE

Itens	N° de entrevistados	%
1° grau incompleto	50	42,7
1° grau completo	43	36,8
2° grau incompleto	9	7,7
2° grau completo	15	12,8
Superior incompleto	0	0,0
Superior completo	0	0,0
Total	117	100,0

Fonte: Pesquisa realizada durante o mês de Setembro/2005

Analisando-se a Tabela 15, pode-se verificar que o nível de escolaridade dos moradores do município de Baía Formosa é baixo, pois 42,7% dos entrevistados possui o 1° grau incompleto. Sendo importante registrar, ainda, que 36,8% possui o 1° grau completo.

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Com base nos dados obtidos através de pesquisa realizada junto aos consumidores da Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte – CAERN, no município de Baía Formosa, verificou-se que os entrevistados anseiam por um atendimento objetivo, com valores justos a serem cobrados, cumprimento dos prazos estipulados e suprimento das necessidades de abastecimento e manutenção na rede de água.

Dentre os entrevistados, totalizou-se um número balanceado de opinantes, 49,6% foram homens e 50,4%, mulheres. Predominou a faixa etária de pessoas acima de 45 anos, a renda individual mensal predominante de 1 a 2 salários mínimos e a maioria das pessoas com nível de escolaridade baixo, ou seja, 42,7% possui o 1º grau incompleto.

De acordo com a pesquisa, para os consumidores do município, a percepção da qualidade dos serviços prestados pela CAERN se dá, principalmente, no momento em que chega água de boa qualidade para o consumo em suas residências.

A estrutura física do escritório e a qualidade dos serviços prestados foram classificadas como boas, só deixando a desejar no tocante comunicação, devido à distância existente entre o município e a capital, dificultando a execução de determinados serviços, já que os funcionários não possuem autonomia, devido a centralização da delegação de atividades existente dentro da empresa.

Portanto, conclui-se, de um modo geral, que os consumidores do município encontram-se satisfeitos com a qualidade do atendimento da CAERN, salienta-se, contudo, as seguintes sugestões dos consumidores com vistas à melhoria contínua:

a) Redução da tarifa de água, por se tratar de um município que possui uma população extremamente humilde, composta, em sua maioria, por moradores que vivem da pesca para subsistência; e

b) Melhoria da comunicação por parte da administração, tanto entre os próprios funcionários da empresa, quanto entre a CAERN e a população.

No que concerne à tarifa de água, torna-se inviável a redução da mesma, devido a política tarifária existente na empresa que submete a todos que outorgam concessões a pagar o valor de acordo com a classe de consumo a que o imóvel se encere. Podendo ser classificado como: residencial social, residencial normal, rural, comercial, industrial e público.

Recomenda-se, ainda, implantar as diretrizes de qualidade concebidas pela empresa, pois existem, mas, ainda, não foram executadas de forma que agregassem valor aos serviços prestados pela empresa. Entretanto, torna-se necessário que desenvolvam os recursos humanos da empresa, exista delegação de poderes e criem dentro da empresa a cultura de ouvir e motivar seus funcionários buscando o efeito de sinergia.

REFERÊNCIAS

ALGARTE, Waldir; QUINTANILHA, Delma. **A história da qualidade e o programa brasileiro da qualidade e produtividade**. Rio de Janeiro: INMETRO/ SENAI, 2000.

BARBOSA, Renato. **Gestão de serviços**: valorizando o cliente interno, em busca pela qualidade na prestação de serviço. Techoje, 2005. Disponível em: <http://www.ietec.com.br/ietec/techoje/techoje/gestaodeservicos.html>>. Acesso em 20 set. 2005.

BASTOS, Lília da Rocha et al. **Manual**: para elaboração de projetos e relatórios de pesquisas, teses, dissertações e monografias. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2003.

BERGAMASCO, Cláudia. A revolução da qualidade. **Revista Pequenas Empresa Grandes Negócios**. São Paulo n. 177. Out.2003.

BRASIL.Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. **Programa da qualidade no serviço público**. Disponível em: <http://www.pqsp.planejamento.gov.br> >. Acesso em: 31 out. 2005.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

DAMAZIO, Alex. **Administrando pela gestão da qualidade total**. Rio de Janeiro: Interciência, 1998.

DEMING, Edwards W. **Qualidade**: a revolução na produtividade. Rio de Janeiro, Marques Saraiva, 1990.

FITZSIMMONS, James. **Administração de serviços**: operações, estratégias e tecnologia de informação. 2 ed. Porto Alegre: Bookman,2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade Total em serviços**: conceitos, exercícios, casos práticos. 3 ed. São Paulo: Atlas,1999.

MACIEL, Alba Regina. **Conceito de serviço público**. Celepar,2002. Disponível em : <http://www.pr.gov.br/batebyte/edicoes/2002/bb123/conceito.htm>>. Acesso em: 31 out. 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARION, José Carlos; DIAS, Reinaldo; TRALDI, Maria Cristina. **Monografia para os cursos de Administração, Contabilidade e Economia**. São Paulo: Atlas, 2002.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Teoria geral da administração**: da escola científica à competitividade na economia globalizada. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MEIRELLES, H. L. **Direito administrativo brasileiro**. 25. ed. São Paulo: Malheiros, 1999.

MOREIRA NETO, D. F. **Mutações do direito administrativo**. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

OSBORNE, D; GAEBLER, T. **Reinventando o governo**. 9.ed. Brasília, MH Comunicação, 1997.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da Qualidade**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos. **Pesquisa de marketing**: conceitos e metodologia. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 1997.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1998.

APÊNDICES

APÊNDICE I

QUESTIONÁRIO

DADOS AVALIATIVOS

1) O Sr(a) encontra-se satisfeito com o serviços prestados pela CAERN no município de Baía Formosa?

1.(☐) Não 2.(☐) Sim 3.(☐) Às vezes 4.(☐) Raramente 5.(☐) Sempre

2) Qual a sua opinião com relação aos seguintes itens da estrutura física do escritório da empresa nesta cidade:

ITEM	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO
1. Localização					
2. Conforto					
3. Espaço					
4. Estacionamento					
5. Conservação					

3) Quando você solicita um serviço ao escritório local da CAERN os funcionários:

- 1.(☐) Sempre atendem minhas necessidades
2.(☐) Às vezes atendem minhas necessidades
3.(☐) Raramente atendem minhas necessidades
4.(☐) Nunca atendem minhas necessidades
5.(☐) São indiferentes à minhas necessidades

4) Qual a sua opinião acerca dos seguintes itens relacionados ao atendimento, por parte dos funcionários, no escritório da CAERN em Baía Formosa:

ITEM	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	PÉSSIMO
1. Comunicação					
2. Simpatia					
3. Atenção					
4. Capacidade de solucionar problemas					
5. Educação					

5) Na sua opinião a CAERN busca superar as expectativas de seus clientes?

- 1.(☐) Concordo totalmente 2.(☐) Concordo 3.(☐) Nem concordo nem discordo
4.(☐) Discordo 5.(☐) Discordo totalmente

6) Na sua opinião, a CAERN é uma empresa bem vista pelos moradores do município de Baía Formosa?

- 1.(☐) Concordo totalmente 2.(☐) Concordo 3.(☐) Nem concordo nem discordo
4.(☐) Discordo 5.(☐) Discordo totalmente

7) A CAERN preocupa-se com a melhoria dos serviços de acordo com as necessidades dos consumidores?

- 1.(☐) Não 2.(☐) Sim 3.(☐) Às vezes 4.(☐) Raramente 5.(☐) Sempre

8) Com relação ao cumprimento de prazos determinados pela CAERN você se considera?

- 1.(☐) Muito satisfeito 2.(☐) Satisfeito 3.(☐) Indiferente
4.(☐) Insatisfeito 5.(☐) Muito insatisfeito

9) Qual a sua opinião em relação a qualidade no atendimento da CAERN?

- 1.(☐) Ótimo 2.(☐) Bom 3.(☐) Regular 4.(☐) Ruim 5.(☐) Péssimo

10) Dentre os itens listados abaixo, qual o principal fator que na sua opinião melhoraria a qualidade no atendimento da CAERN no município de Baía Formosa?

- 1.(☐) Comunicação 2.(☐) Tarifa 3.(☐) Prazos 4.(☐) Atenção 5.(☐) Iniciativa

DADOS PESSOAIS

11) Sexo 1.(☐) Masculino 2.(☐) Feminino

12) Faixa etária (em anos)

- 1.(☐) Abaixo de 25 2.(☐) 25 à 30 3.(☐) 31 à 35
4.(☐) 36 à 40 5.(☐) 41 à 45 6.(☐) acima de 45

13) Estado civil

- 1.(☐) Casado(a) 2.(☐) Solteiro(a) 3.(☐) Divorciado(a)
4.(☐) Separado(a) 5.(☐) Viúvo(a) 6.(☐) Amasiado(a)

14) Renda familiar (em salário mínimo)

- 1.(☐) Menos de 1 2.(☐) 1 à 2 3.(☐) 3 à 4
4.(☐) 5 à 6 5.(☐) 7 à 8 6.(☐) Acima de 8

15) Escolaridade

- 1.(☐) 1º grau incompleto 2.(☐) 1º grau completo 3.(☐) 2º grau incompleto
4.(☐) 2º grau completo 5.(☐) Superior incompleto 6.(☐) Superior completo