

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
ADMINISTRAÇÃO

GISELE MARIA DA SILVA

APLICAÇÃO DO MODELO SERVQUAL NA PREVIDÊNCIA SOCIAL:
ESTUDO DE CASO NA AGÊNCIA DE CARUARU.

CARUARU
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
ADMINISTRAÇÃO

GISELE MARIA DA SILVA

APLICAÇÃO DO MODELO SERVQUAL NA PREVIDÊNCIA SOCIAL:
ESTUDO DE CASO NA AGÊNCIA DE CARUARU.

Trabalho apresentado à Coordenação do Curso de Graduação
em Administração, da Universidade Federal de Pernambuco,
Centro Acadêmico do Agreste, como requisito parcial para
aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso.
Orientador: Prof. M.Sc. Mário Rodrigues dos Anjos Neto.

CARUARU
2013

Catálogo na fonte
Bibliotecária Simone Xavier CRB4 – 1242

S586a Silva, Gisele Maria da.
Aplicação do modelo SERVQUAL na previdência social: estudo de caso na
agência de Caruaru. / Gisele Maria da Silva. - Caruaru: O Autor, 2013.
75f.; il.; 30 cm.

Orientador: Mário Rodrigues dos Anjos Neto
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de
Pernambuco, CAA. Administração, 2013.
Inclui referências bibliográficas

1. Prestação de serviços - Qualidade. 2. Serviço – Público - Qualidade I. Anjos
Neto, Mário Rodrigues do. (Orientador). II. Título.

658 CDD (23. ed.) UFPE (CAA 2013-83)

GISELE MARIA DA SILVA

**APLICAÇÃO DO MODELO SERVQUAL NA PREVIDÊNCIA SOCIAL:
ESTUDO DE CASO NA AGÊNCIA DE CARUARU.**

Este trabalho foi julgado adequado e aprovado para a obtenção do título de graduação
em Administração da Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do
Agreste

Caruaru, 18 de setembro de 2013

Prof. Dr Cláudio José Montenegro de Albuquerque
Coordenador do Curso de Administração

BANCA EXAMINADORA:

Prof. M.Sc. Mário Rodrigues dos Anjos Neto
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Orientador

Prof. Dr^a. Joyce Lene Gomes Cajueiro
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Banca

Prof. Dr. Osmar Veras Araújo
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Banca

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho com muito amor aos meus queridos pais, Carmelita Maria dos Santos e José João da Silva, companheiros com quem compartilhei momentos felizes e difíceis ao longo da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço àquele que permitiu a conclusão deste trabalho, e por tudo que aconteceu em minha vida. Só Deus sabe o quanto foi difícil para chegar até aqui. E é por ti senhor que louvo e agradeço. Obrigada Deus por tudo.

Agradeço ao meu professor, orientador e mestre: Mário Rodrigues dos Anjos Neto pela paciência, compreensão, esforço, compromisso e dedicação. A sua ajuda foi singular para a conclusão deste trabalho. Parabéns pela força de vontade e determinação em ajudar a todos os estudantes para alcançar seus objetivos.

Agradeço aos professores da banca examinadora que contribuíram para a melhoria deste trabalho.

Agradeço a minha turma com quem divide momentos inexplicáveis: Ana Paula, Gisely Patrícia, Micheli Ribeiro, Juliana Nunes, Letícia da Mota, Eduarda Gonçalves, Joécia Cristina, especialmente a Lídia de Jesus muito obrigada pela noite que precisei ir à sua casa e os telefonemas que me atendeu tirando todas as dúvidas necessárias para conclusão deste trabalho. Agradeço de forma especial também a, Flávia de Lima, amiga que sempre esteve presente nos momentos de aflições em minha vida e principalmente, a Patrícia Sales, amiga de todas as horas que me ajudou a ver a vida de um jeito diferente aceitando os obstáculos como forma de aprendizado.

Agradeço a todos os professores que passaram em minha vida contribuindo para meu aprendizado, especialmente, a Célio Roberto, professor do cursinho, que acreditou em minha vitória ensinando que só existem três coisas para o sucesso: “Fé, força e foco”.

Agradeço a minha amada mãe Carmelita Maria dos Santos e o meu amado pai José João da Silva, agricultores de pouca escolaridade, mas que reconheceram a importância do estudo em minha vida. Obrigada pelos momentos de aflições que sempre estiveram do meu lado. Agradeço muito a vocês por tudo e por ser essa mulher que sou hoje, determinada, pois tudo que fiz e faço são por vocês.

Agradeço ao meu companheiro, Erivaldo Silva, por todos os dias meu amor em que se dedicou me ajudando a alcançar os objetivos.

“Posso, tudo posso naquele que me fortalece nada e ninguém no mundo vai me fazer desistir. Quero, tudo quero sem medo entregar meus projetos deixar-me guiar nos caminhos que Deus desejou pra mim e ali estar. Vou perseguir tudo aquilo que Deus já escolheu pra mim vou persistir, e mesmo nas marcas daquela dor do que ficou, vou me lembrar e realizar o sonho mais lindo que Deus sonhou em meu lugar estar na espera de um novo que vai chegar vou persistir, continuar a esperar e crer e mesmo quando a visão se turva e o coração só chora mas na alma, há certeza da vitória.”

Padre Fábio de Melo

RESUMO

A qualidade tem sido um dos itens muito importante nas organizações, principalmente, nas instituições públicas que ao longo do tempo têm modificado seu modo de pensar em relação aos serviços prestados. É com o intuito de melhoria que este estudo teve como finalidade analisar as expectativas, ou seja, os desejos, anseios dos clientes e as suas percepções em relação à qualidade do serviço prestado na Agência da Previdência Social (APS) da cidade de Caruaru. Para tanto, recorre-se a revisão da literatura, depois é realizada a aplicação de questionários, com questões fechadas, usando a escala do tipo Linkert de um a sete, tomando como respaldo a ferramenta SERVQUAL buscando identificar as dimensões que mais influencia nas percepções dos clientes/usuários. As dimensões relacionadas neste estudo foram: confiabilidade, presteza, segurança, empatia e aspectos tangíveis. Finalmente, são apresentadas as conclusões e sugestões gerenciais para a agência da Previdência Social objeto deste estudo.

Palavras-chave: qualidade, serviços, qualidade no serviço público, expectativas, percepções e SERVQUAL.

ABSTRACT

The quality of the items has been very important in organizations, especially in public institutions that over time have changed their way of thinking in relation to services rendered. It is aimed at improving this study aimed to analyze the expectations, or desires, desires of customers and their perceptions regarding the quality of service in the Social Security Agency (APS) of Caruaru. The article draws up a review of the literature is performed after the application of questionnaires with closed questions, using the type Linkert scale from one to seven, taking as a backup tool SERVQUAL seeking to identify the dimensions that most influences the perceptions of customers / users. The dimensions listed in this study were: reliability, responsiveness, security, empathy and tangible aspects. Finally, conclusions are drawn and suggestions for managerial agency Social Security object of this study.

Keywords: quality, service, quality in public service expectations, perceptions and SERVQUAL.

LISTA DE TABELAS

Tabela 5.1 – Distribuição dos participantes por gênero.....	51
Tabela 5.2 – Distribuição dos participantes por faixa etária.....	51
Tabela 5.3 – Distribuição dos participantes por estado civil.....	52
Tabela 5.4 – Distribuição dos participantes por escolaridade.....	52
Tabela 5.5 – Distribuição dos participantes por renda familiar.....	52
Tabela 5.6 – Distribuição dos participantes por serviços da APS.....	53
Tabela 5.7 – Distribuição dos participantes por tempo de serviços da APS.....	53
Tabela 5.8 – Distribuição dos participantes por Domicílio.....	54
Tabela 5.9 – Médias dos atributos da dimensão confiabilidade.....	55
Tabela 5.10 – Médias dos atributos da dimensão presteza.....	56
Tabela 5.11 – Médias dos atributos da dimensão segurança.....	57
Tabela 5.12 – Médias dos atributos da dimensão empatia.....	58
Tabela 5.13 – Médias dos atributos da dimensão aspectos tangíveis.....	59
Tabela 5.14 – Médias das dimensões de qualidade.....	61

LISTA DE IMAGEM

Imagem 2.1 – Organograma do Ministério da Previdência Social.....	24
Imagem 2.2 – Logotipo da Previdência Social.....	25
Imagem 3.1 – Como o composto de serviço se diferencia do de produto.....	36
Imagem 4.1 - Modelo de qualidade dos serviços.....	43

LISTA DE ABREVIATURAS

APS – Agência da Previdência Social

BPC-LOAS – Benefício de Prestação Continuada da Assistência Social

CEME – Central de Medicamento

DATAPREV – Empresa de Processamento de Dados da Previdência Social

FUNANBEM – Fundação Nacional do Bem-Estar do menor

IAPAS – Instituto de Administração Financeira da Previdência Social

IAPC – Instituto de Aposentadorias e Pensões dos Comerciantes

IAPI – Instituto de Aposentadorias e Pensões dos Industriários

IAPM – Instituto de Aposentadorias e Pensões dos Marítimos

IAPTC – Instituto de Aposentadorias e Pensões dos Empregados e Cargas

INAMPS – Instituto Nacional de Assistência Médica da Previdência Social

INSS - Instituto Nacional do Seguro Social

INPS – Instituto Nacional de Previdência Social

LBA – Fundação Legião Brasileira de Assistência

SINPAS – Sistema Nacional de Previdência e Assistência Social

Sumário

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO	15
1.1 JUSTIFICATIVA.....	16
1.2 PERGUNTA DE PESQUISA	18
1.3 OBJETIVOS.....	18
1.3.1 Objetivo Geral	18
1.3.2 Objetivos Específicos	18
1.4 ORGANIZAÇÃO DO TCC	18
CAPÍTULO 2 – CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	20
2.1 INTRODUÇÃO.....	20
2.2 HISTÓRIA DA PREVIDÊNCIA SOCIAL	20
2.2.1 Serviços Oferecidos.....	22
2.2.2 MISSÃO.....	23
2.2.3 VISÃO.....	23
2.2.4 VALORES E OBJETIVOS.....	24
2.2.5 ORGANOGRAMA.....	25
2.2.6 LOGOTIPO DA PREVIDENCIA SOCIAL	26
CAPÍTULO 3 – REFERENCIAL TEÓRICO	27
3.1 QUALIDADE: EVOLUÇÃO E CONCEITO.....	27
3.1.1 A EVOLUÇÃO DA QUALIDADE.....	28
3.1.2 A ERA DA INSPEÇÃO.....	28
3.1.3 A ERA DO CONTROLE ESTATÍSTICO DO PROCESSO.....	29
3.1.4 A ERA DA GARANTIA DA QUALIDADE	29
3.1.5 A ERA DA GESTÃO TOTAL DA QUALIDADE	30
3.2 SATISFAÇÃO DO CLIENTE OU USUÁRIO NO SERVIÇO PÚBLICO.....	33
3.3 SERVIÇO	35
3.4 QUALIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO	38
3.5 FERRAMENTA SERVQUAL	42

CAPÍTULO 4 – ASPECTOS METODOLÓGICOS	47
4.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	47
4.1.1 Quanto à finalidade da pesquisa	47
4.1.2 Quanto aos Meios Utilizados	48
4.2 UNIVERSO E AMOSTRA DA PESQUISA	48
4.2.1 Cálculo do Tamanho da Amostra	49
4.3 INSTRUMENTO DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS	50
4.3.1 Validade e Pré-Teste do Instrumento Utilizado	51
4.3.2 Procedimentos Estatísticos	51
CAPÍTULO 5 – ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS	52
5.1 INTRODUÇÃO.....	52
5.2 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	52
5.3 AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO SERVIÇO EM ESTUDO	55
5.3.1 Dimensão: Confiabilidade.....	55
5.3.2 Dimensão: Presteza	57
5.3.3 Dimensão: Segurança	58
5.3.4 Dimensão: Empatia	59
5.3.5 Dimensão: Aspectos Tangíveis	60
5.3.6 Análise das cinco dimensões	61
6. CONCLUSÕES.....	64
6.1 INTRODUÇÃO.....	64
6.2 CONCLUSÕES E IMPLICAÇÕES GERENCIAIS	64
6.3 LIMITAÇÕES DE ESTUDO.....	66
6.4 SUGESTÕES PARA FUTUROS ESTUDOS	67
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
APÊNDICE A.....	72
APÊNDICE B.....	76

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

A qualidade do serviço é de extrema importância para a sobrevivência da empresa no mercado, pois possibilita o investimento na diferenciação e estratégia competitiva que, se bem administrada, pode levar a empresa ao alcance de uma vantagem competitiva se destacando entre seus concorrentes (ZEITHAML, 1996).

É com o intuito de modernização que as instituições públicas vêm trazendo consigo a reflexão sobre a qualidade do serviço prestado, pois de acordo com (DEMING, 1990, p.5) “as repartições públicas deveriam se destacar por serviço bem executado”.

Nesse contexto, as instituições públicas têm aderido às técnicas de qualidade para prestar um melhor serviço à sociedade. Estudo citado corrobora nesta afirmativa:

A gestão pela qualidade no setor público do Brasil visa, em conclusão, a benefícios para toda a sociedade, dado que pretende alcançar: os cidadãos, pela melhoria dos serviços públicos e da qualidade de vida; o setor produtivo, pelo desenvolvimento da infraestrutura do país; os servidores públicos, pelas melhores condições de trabalho, participação e reconhecimento; e os órgãos públicos, pelo reconhecimento da própria sociedade pelos serviços prestados (BRASIL. MARE, 1997).

Entretanto, percebe-se que a consideração acima exposta pode não ser vista na prática dos órgãos públicos, pois a qualidade dos serviços prestados ao longo da história nas repartições públicas leva a crer que, no senso comum, existe considerável insatisfação pela sociedade e indicadores como mau atendimento por parte dos servidores, espera nas filas, entre outros fatores, são apontados como desabonadores dos referidos serviços.

Logo, “a qualidade é percebida mediante uma *comparação entre expectativas e experiências* para uma série de atributos de qualidade” (GRONROOS, 2003, p. 97) que de acordo com Horowitz (1993), para saber mais detalhadamente sobre estas expectativas e experiências deve ser realizado um autodiagnóstico pela organização, analisando como anda a qualidade de serviço através do atendimento, da rapidez na prestação, da cortesia dos funcionários, do grau de confiabilidade entre outras dimensões.

Portanto, percebe-se que o estudo detalhado da análise das dimensões é importante veículo de informação para o gerenciamento de ações estratégicas, pois a análise das postulações possibilita que as principais demandas e as maiores dificuldades sejam detectadas e propiciem o aperfeiçoamento da instituição, por meio de adequação e correções tempestivas e apropriadas de procedimentos internos para a prestação de um serviço de qualidade.

A presente pesquisa consiste em uma análise de como os conceitos de qualidade entre organizações e usuários são aplicados em instituições públicas, especificamente no contexto da Agência da Previdência Social (APS), a partir da análise teórica e prática com a finalidade de estabelecer benefícios entre os sujeitos envolvidos na organização objeto deste estudo. Visa, portanto, analisar os conceitos de qualidade alinhados ao uso de suas dimensões, enquanto meio que busca capturar as reais necessidades e anseios dos usuários e impulsionar o melhoramento dos serviços prestados, com foco na excelência do atendimento da organização.

1.1 JUSTIFICATIVA

Considerando que a qualidade do serviço em uma organização desempenha um papel essencial para a sobrevivência no mercado de trabalho, é relevante avaliar os aspectos que interferem no processo para entrega dos serviços. Oliveira *et al.* (2006) afirmam que para conseguir a melhoria da qualidade, devem ser averiguadas as atividades, o processo e deve conhecer bem os seus clientes para um melhor acompanhamento das necessidades.

O tema da pesquisa justifica-se por considerar a importância da qualidade, nos órgãos públicos, e a necessidade de um bom atendimento aos seus usuários. Dessa forma, serão mensuradas as dimensões que interferem na eficácia dos serviços prestados, com o propósito de melhorar a qualidade das atividades da instituição.

Nesta perspectiva, que a presente pesquisa tem como tema principal abordar aspectos que intervêm na qualidade dos serviços prestados aos usuários em uma instituição pública sendo indagada na Previdência Social por se tratar de uma organização que presta serviço a uma considerável demanda, sendo atendidas em média 400 pessoas por dia e por averiguar uma adesão dos métodos administrativos, principalmente, por uma melhor qualidade na prestação dos serviços que segundo

Nassif (2012), em 2005 o ministro da Previdência Social Nelson Machado modificou a forma de prestação dos serviços oferecidos pela instituição supracitada utilizando meios de tecnologia buscando maior eficiência em relação às filas e as fraudes existentes na organização. Essa postura foi uma das razões ao qual surgiu a motivação para desenvolver o trabalho de pesquisa na Agência da Previdência Social.

Vários fatos recentes corroboram o interesse pela qualidade de serviço na Agência da Previdência Social. Dentre os quais, destaca-se o recadastramento compulsório dos beneficiários com mais de 90 anos determinado em 2003 pelo então Ministro da Previdência Social, Ricardo Berzoini, o não comparecimento implicaria em suspensão imediata do pagamento dos benefícios. A operação ocorreu de forma açodada e sem planejamento, causando transtornos aos aposentados e desgaste ao governo Lula. Como resultado, ocorreu grande insatisfação dos usuários e acréscimos nas filas das agências da Previdência que segundo a revista Folha Online (2006) levando a um pedido público de desculpas feito pelo ministro.

As grandes filas e a duração do processo de concessão de benefícios que postergam e dificultam o pagamento aos usuários, assim como as dificuldades no agendamento e na realização de perícias também contribuem para agravar a operação nas agências da Previdência Social.

Com o desenvolvimento econômico da cidade de Caruaru, onde se instalaram novos empreendimentos em diversos setores econômicos, tais como o North Shopping Caruaru, o Shopping Difusora, o Pólo Comercial de Caruaru, e novos investimentos imobiliários que geraram mais emprego e renda para a sociedade. Percebe-se a necessidade desse estudo na Agência da Previdência Social (APS), localizada nessa cidade. Pois com esse crescimento aumenta, significativamente, a demanda dos benefícios seja de um auxílio doença, auxílio acidente, pensão, aposentadoria, salário maternidade, é de extrema importância o estudo na prestação do serviço oferecido na organização, afim de, alcançar o resultado pretendido que será a análise da qualidade do serviço em uma instituição pública.

1.2 PERGUNTA DE PESQUISA

Através desse dilema citado sobre a maneira como a Previdência Social têm deferido seus clientes, surge a seguinte indagação:

Como os usuários da agência da Previdência Social – Caruaru – avaliam a qualidade dos serviços prestados?

1.3 OBJETIVOS

Nesta seção serão abordados o objetivo geral e os objetivos específicos dessa pesquisa, que irão nortear o presente trabalho.

1.3.1 Objetivo Geral

Avaliar a percepção de qualidade dos usuários da Previdência Social – Agência Caruaru.

1.3.2 Objetivos Específicos

A título de fazer-se cumprir o objetivo geral pretendido, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- Identificar as dimensões que influenciam a qualidade do serviço prestado pela Previdência Social;
- Mensurar a qualidade do serviço utilizando a ferramenta SERVQUAL;
- Propor soluções gerenciais.

1.4 ORGANIZAÇÃO DO TCC

A presente pesquisa é formada por seis capítulos. No primeiro capítulo, explora-se uma discussão sobre a importância, da qualidade dos serviços, nas instituições públicas. Justificando-se a relevância do tema abordado na organização pesquisada. São apresentados a pergunta de pesquisa e seus objetivos, além da forma como o estudo encontra-se organizado.

O capítulo dois apresenta a Previdência Social e suas principais características.

O Referencial Teórico contemplando Qualidade é apresentado no capítulo três.

No quarto capítulo, é apresentada a metodologia, ao qual são estudados os métodos que auxiliará na indagação dessa pesquisa.

No quinto capítulo, expõe-se a análise de dados, afim, de explicar os resultados obtidos na pesquisa.

No sexto e último capítulo, são apresentadas as conclusões, implicações gerenciais e acadêmicas e sugestões para futuros estudos. E finalmente, as referências bibliográficas e os apêndices.

CAPÍTULO 2 – CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

2.1 INTRODUÇÃO

Este capítulo apresenta a história, a missão, a visão, o organograma e o logotipo da instituição da Agência da Previdência Social (APS).

2.2 HISTÓRIA DA PREVIDÊNCIA SOCIAL

Historicamente o primeiro fato predominante para o surgimento da Previdência Social no Brasil foi a Lei Elói Chaves (Decreto nº 4.682) de 1923. Ela criou a Caixa de Aposentadoria e Pensões para empregados de empresas ferroviárias, estabelecendo assistência médica, aposentadoria e pensões, válidas inclusive para seus familiares (GOES, 2011).

“Até 1930, a tendência eram os regimes previdenciários se organizarem por empresa. A partir daquele ano, no entanto o sistema começou a se organizar em torno de categorias profissionais” (GOES, 2011, p. 3). Essas categorias segundo o autor são: Instituto de Aposentadorias e Pensões dos Marítimos (IAPM); Instituto de Aposentadorias e Pensões dos Comerciários (IAPC); Instituto de Aposentadorias e Pensões dos Industriários (IAPI) e Instituto de Aposentadorias e Pensões dos Empregados e Cargas (IAPTC).

Com o decorrer do tempo, essas categorias foram sendo unificadas buscando uma padronização do sistema previdenciário. E no ano de 1977, foi instituído o Sistema Nacional de Previdência e Assistência Social (SINPAS), que integrava as atividades da previdência social, assistência médica e da assistência social. O SINPAS, segundo Goes (2011), agregava as seguintes entidades:

- INPS – Instituto Nacional de Previdência Social, que tem como objetivo organizar a concessão e manutenção dos benefícios;

- IAPAS – Instituto de Administração Financeira da Previdência Social, é o responsável em cuidar da arrecadação, fiscalização e cobrança das contribuições Previdenciárias;
- INAMPS – Instituto Nacional de Assistência Médica da Previdência Social, que prestava assistência médica;
- LBA – Fundação Legião Brasileira de Assistência, que prestava assistência social a população carente;
- FUNANBEM – Fundação Nacional do Bem-Estar do menor, que cuida do bem-estar do menor;
- DATAPREV – Empresa de Processamento de Dados da Previdência Social cuida do processamento dos dados e
- CEME – Central de Medicamento, que distribui medicamentos gratuitos ou a baixo custo.

De acordo com o autor de todas as entidades descritas acima a única que tem validade ainda hoje, é a DATAPREV, pois em 1990 a lei nº 8.029, criou o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), autarquia vinculada ao Ministério do Trabalho e da Previdência Social, mediante a fusão do IAPAS com o INPS.

Em síntese, segundo Carbone (1994, p.19) cita Oliveira para dizer que a Previdência social é:

“para alguns, apenas um seguro compulsório visando à reposição da renda do indivíduo ou grupo familiar quando da perda de capacidade laborativa causada pela morte, invalidez, doença etc. Dentro deste conceito de “seguro”, os valores das contribuições e dos benefícios devem guardar estrita correspondência, pois o princípio fundamental é a reposição do ganho”. “... Para outros, a previdência social, além de proporcionar uma 'razoável' reposição da renda, deverá garantir a todos os inativos um patamar mínimo de benefícios de forma mais ou menos independente do nível de contribuições devem ser pagas conforme a disponibilidade de cada indivíduo e os benefícios recebidos conforme as necessidades”.

2.2.1 Serviços Oferecidos

Esses são os benefícios, ou seja, os serviços prestados pela Previdência Social:

- Aposentadoria Especial: é um tipo de benefício que é concedido ao usuário que tenha trabalhado em condições que prejudique sua saúde ou integridade física;
- Aposentadoria Por Idade: é o benefício concedido ao trabalhador urbano masculino com 65 anos de idade e feminino com 60 anos. Esse tempo é reduzido há cinco anos caso sejam trabalhadores rurais;
- Aposentadoria Por Invalidez: benefício concedido aos trabalhadores que por doença ou acidentes forem considerados incapacitados para execução da atividade habitual ou de outro tipo de serviço;
- Aposentadoria Por Tempo de Contribuição: Pode ser integral ou proporcional para que o trabalhador possa receber integralmente é necessário o homem pagar 35 anos de contribuição e mulher 30 anos para usufruir o direito;
- Auxílio Acidente: benefício pago ao trabalhador que sofre acidente e fica com alguma sequela que reduz a sua capacidade laborativa;
- Auxílio doença: concedido ao usuário que não consegue exercer suas funções laborativas causados por acidente ou doença por mais de 15 dias consecutivos;
- Auxílio Reclusão: é concedido aos dependentes do trabalhador que se encontra preso;
- Pensão Por Morte: é o benefício pago aos dependentes do trabalhador quando ele morre;
- Pensão Especial Talidomida: é o benefício pago as pessoas que são portadoras da deformidade física devido ao uso da Talidomida;
- Salário-Família: é o benefício pago aos trabalhadores que tenham renda de até R\$917,78 para ajudar no sustento dos filhos menores de 14 anos e inválidos de qualquer idade;
- Salário-maternidade: é o benefício concedido as trabalhadoras gestantes na ocasião do parto, natimorto, adoção ou guarda judicial para fins de adoção e

- Assistência Social BPC – LOAS : é o benefício concedido ao idoso com idade de 65 anos e ao deficiente de qualquer idade que comprove não ter condições mínimas de uma vida digna.

Segundo Nassif (2012), no ano de 2005 houve uma reforma no planejamento estratégico da Previdência, pois o ministro da instituição da Previdência Social Nelson Machado criou um conjunto de ações para intervir em relação às grandes filas de espera no atendimento da agência.

Em síntese, existe uma modernização na forma de administração nos serviços da Previdência, pois ela tem aderido tecnologias avançadas e tem investido na melhoria da gestão buscando maximizar a qualidade nos serviços para proporcionar um bem-estar para toda sociedade.

E a missão esta diretamente ligada a essa modernização destacando ao bem-estar social para os usuários, sendo exposta a seguir:

2.2.2 MISSÃO

A missão da Previdência Social é:

Garantir a proteção ao trabalhador e sua família, por meio de um sistema público de política previdenciária solidária, inclusiva e sustentável, com objetivo de promover o bem-estar social.

2.2.3 VISÃO

A visão da Previdência Social é:

Reconhecida como patrimônio do trabalhador e sua família, pela sustentabilidade dos regimes previdenciários e pela excelência na gestão, cobertura e atendimento.

2.2.4 VALORES E OBJETIVOS

Os valores organizacionais da Previdência Social são:

- Ética;
- Respeito;
- Segurança;
- Transparência e
- Profissionalismo.

Os objetivos da Previdência Social são:

- Prover soluções em ambiente tecnológico e integrado, seguro e de alto desempenho;
- Aperfeiçoar a aplicação de recursos;
- Ampliar e adequar à rede de atendimento;
- Desenvolver cultura voltada aos valores, aos resultados e à responsabilidade socioambiental;
- Promover a valorização e a qualidade de vida das pessoas;
- Desenvolver competências compatíveis com os objetivos institucionais;
- Aperfeiçoar a gestão estratégica e a comunicação institucional;
- Simplificar e desburocratizar normas e processos e uniformizar procedimentos;
- Fortalecer os controles internos, a gestão de risco e a segurança institucional;
- Conhecer o perfil do trabalhador e sua família;
- Fortalecer a educação previdenciária;
- Aprimorar a prevenção de riscos ocupacionais e mitigar os efeitos da incapacidade laboral;
- Promover o atendimento com qualidade e o reconhecimento automático de direito;
- Garantir a qualidade no pagamento de benefícios;
- Minimizar as ocorrências de litígios e aperfeiçoar as decisões;
- Ampliar a cobertura previdenciária;
- Fortalecer a credibilidade da previdência social junto à sociedade e
- Garantir a sustentabilidade dos regimes previdenciários

2.2.5 ORGANOGRAMA

O organograma da Previdência social é apresentado abaixo:

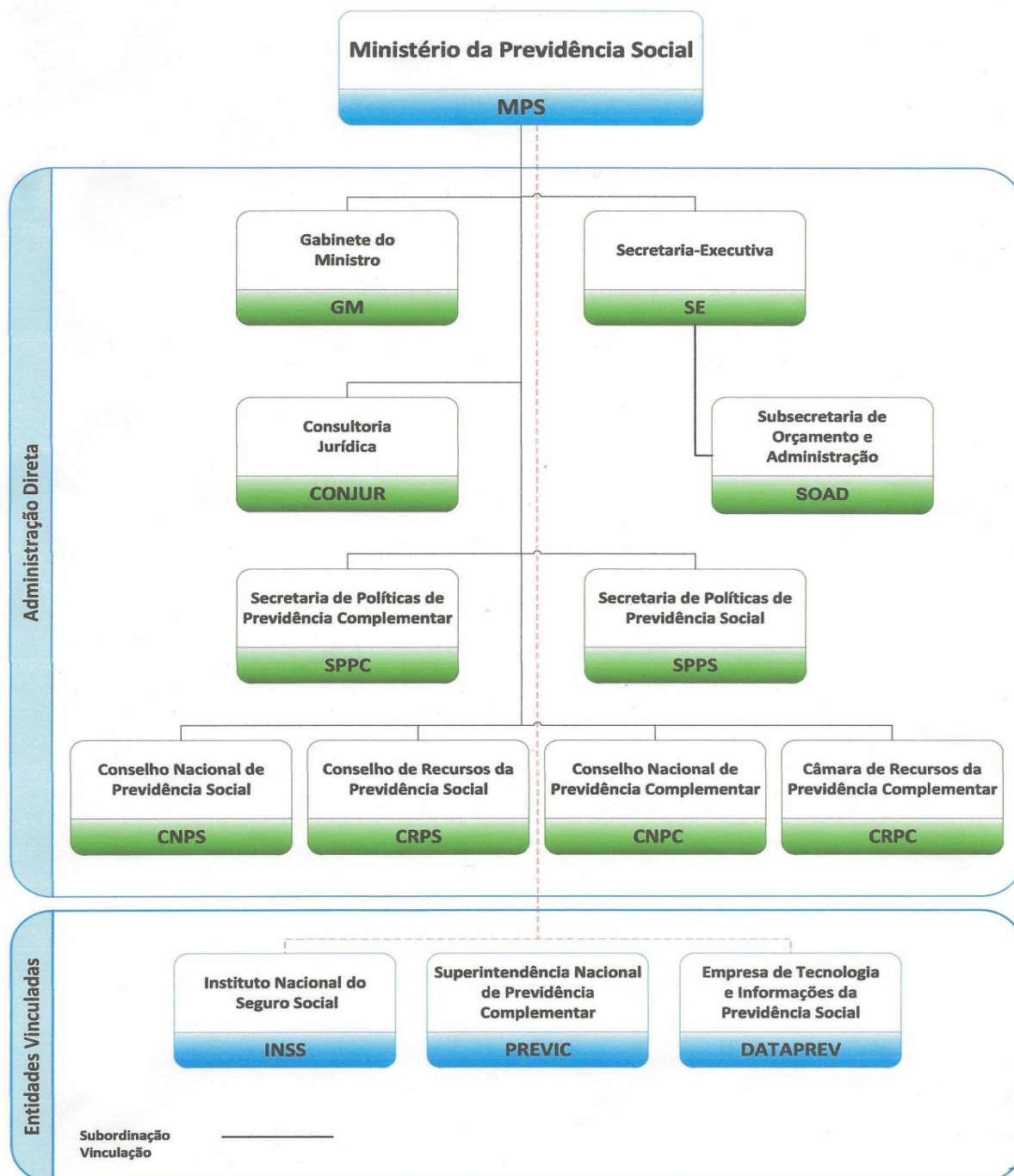


Imagem 2.1 Organograma do Ministério Da Previdência Social

Fonte: Previdência Social, 2013.

2.2.6 LOGOTIPO DA PREVIDENCIA SOCIAL

O logotipo da Previdência Social é apresentado abaixo:



Imagem 2.2 Logotipo da Previdência Social
Fonte: Previdência Social, 2013.

O próximo capítulo apresenta o Referencial Teórico.

CAPÍTULO 3 – REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão abordados alguns temas que são à base desse estudo de caso. Iniciando com o tema sobre Qualidade analisando o conceito e a evolução, pois esse assunto é de total importância para o objetivo desse estudo, pois de acordo com Johnson *et.al.* (1989) qualidade deve ser entendida de uma forma geral analisando as particularidades existentes entre o produto ou serviço buscando identificar habilidades para satisfazer necessidades implícitas ou explícitas. Portanto, será apresentado o tema a satisfação para dar subsídios à análise da prestação dos serviços na instituição pesquisada. Por conseguinte, é abordado serviço que será um dos pontos relevantes para realização da pesquisa.

Demais, é estudada qualidade em serviços públicos, pois esse é um atributo relevante para o objetivo desse estudo, pois no setor público onde são identificados alguns fatores críticos como a espera nas filas e nos procedimentos de prazos de entrega dos benefícios percebemos a má adequação do serviço que interfere na satisfação dos consumidores que segundo Juran e Gryna (1991) “a qualidade é adequação ao uso”.

Por fim, é analisada a ferramenta SERVQUAL, ao qual irá dar embasamento na pesquisa deste estudo.

3.1 QUALIDADE: EVOLUÇÃO E CONCEITO

A qualidade, nos primórdios de sua história, foi direcionada para o produto, pois o artesão tinha uma visão ampla de todo o processo e era considerado como um especialista, pois sabia manusear cada etapa do processo produtivo. Nessa época a comunicação relacionada ao produto era boca a boca pelos clientes satisfeitos. Logo, o artesão procurava atender às necessidades do cliente, pois sabia que a comercialização de seus produtos dependia muito da reputação da qualidade do produto ou do serviço oferecido e com o passar do tempo essa visão foi se aperfeiçoando direcionando o olhar, exclusivamente, para o cliente visando à empresa em sua totalidade para satisfazer necessidades específicas (CARVALHO, 2005).

3.1.1 A EVOLUÇÃO DA QUALIDADE

O conceito de qualidade passou por várias transformações ao longo de sua história, com o advento da produção em massa, onde foi perceptível a aceleração da industrialização e a busca da perfeição na padronização dos produtos.

Demais, a qualidade saiu de uma visão míope da mera inspeção de produtos acabados a uma percepção estratégica de negócios direcionando para o cliente que pode ser vista através da classificação proposta por Darvid Garvin, que segundo Carvalho *et al.* (2005) são:

- A era da inspeção;
- A era do controle estatístico do processo;
- A era da garantia da qualidade;
- A era da gestão total da qualidade.

Seguem uma síntese de cada era mostrando seus impactos e suas classificações em cada momento da história da qualidade.

3.1.2 A ERA DA INSPEÇÃO

No final do século XIX e início do século XX, surge à administração científica criada pelo insigne Frederick Winslow Taylor que se baseia na aplicação do método científico com intuito de dividir as tarefas para uma maior maximização nos lucros e na padronização dos produtos gerando assim custo/benefício para as organizações (CHIAVENATO, 2005).

O sistema adotado por Taylor teve grande impacto na sociedade, e com o sucesso dos resultados outras organizações adotaram seus métodos e princípios. Nesta época, percebe-se a inquietude com a inspeção do produto que de acordo com Oliveira (2003) os principais responsáveis pela inspeção eram os artesãos, apesar do cliente também estar próximo dessa verificação, pois o foco principal estava direcionado para o produto na detecção de eventuais defeitos.

A princípio tudo parecia bem com os novos métodos estabelecidos por Taylor, mas com o tempo começa a surgir alguns efeitos indesejáveis pela ênfase que foi dado

aos produtos acabados que corrobora Bacarte (2009, p. 8) que “supervisores e operários priorizaram a produtividade e relegaram a qualidade a segundo plano”.

Então, essa prioridade que foi dada a inspeção dos produtos analisando segundo Carvalho (2005) sua classificação, contagem, avaliação e reparo foi o primeiro impacto relevante na história da qualidade tendo por base o foco no produto acabado.

3.1.3 A ERA DO CONTROLE ESTATÍSTICO DO PROCESSO

Com o advento da produção em massa ao qual foi dada ênfase nos produtos surge a necessidade do controle da linha de montagem, que será analisada se o defeito encontrado esta relacionado com o produto ou com o processo produtivo.

Na década de 1930, corrobora Carvalho (2005, p. 10) surgem alguns teóricos que dá origem aos gráficos de controle de qualidade que foi implantado nas organizações almejando a prevenção dos problemas gerados na linha de produção.

Portanto, percebe-se que os métodos estatísticos utilizados direcionados para o processo ainda estavam limitados ao produto acabado.

3.1.4 A ERA DA GARANTIA DA QUALIDADE

Durante a década de 1945 de acordo com Bacarte (2009, p. 9) “os bens para a população civil estavam escassos”. Esse fato é concretizado pela perda que a segunda guerra mundial causou na humanidade e começa a ser observada a carência de uma qualidade mais ampla direcionando o foco para a coordenação das pessoas envolvidas na cadeia de produção, a fim de buscar subsídios para resolverem os problemas que estavam sendo estabelecidos que de acordo com Carvalho (2005) foi visto um envolvimento dos departamentos com a alta administração para investigação de programas que viessem beneficiar as organizações.

Nessa época esses autores começam a pensar nos serviços oferecidos buscando uma maior integração por parte das organizações.

Esse momento histórico da qualidade segundo Bacarte (2009) deve ser analisado com enfoque em quatros principais movimentos que são:

- A quantificação dos custos da qualidade: é a qualidade voltada para redução de gastos na linha de fabricação através da análise dos custos diretos e indiretos;
- O controle total da qualidade: englobando todos os envolvidos no processo de fabricação desde o fornecedor até a entrega dos serviços ou produtos oferecidos para o cliente. As ações são investidas em todo o sistema da organização;
- As técnicas de confiabilidade: tem como principal objetivo evitar falhas durante o ciclo de vida útil do produto tentando buscar alternativas para evitar defeitos através de ações corretivas;
- O programa zero defeito: é um sistema adotado para prevenção de erros preocupa-se com a melhoria dos serviços prestados e a prevenção das falhas operacionais.

Em síntese, a garantia da qualidade busca um planejamento no sistema da organização com a integração das diversas áreas usando métodos eficazes de técnicas estatísticas.

3.1.5 A ERA DA GESTÃO TOTAL DA QUALIDADE

A Gestão da Qualidade Total (TQM) esta direcionada para os impactos estratégicos, a fim de sobreviver em um mercado atualmente competitivo e de satisfazer as necessidades dos seus clientes. Ela visa à empresa em suas mais diversas áreas, englobando todos os stakeholders envolvidos (fornecedores, funcionários, sindicatos, governo, acionistas, clientes e demais interessados no gerenciamento da empresa).

Dentro desse novo cenário, percebe-se a valorização de realizar as expectativas dos clientes, principalmente, na forma de prestar um serviço adequado para aumentar a satisfação dos consumidores e a fidelização desses clientes na organização.

Las Casas (2008, p.21) identifica alguns benefícios que a qualidade total leva para as empresas:

- Revelar satisfações e insatisfações ocultas dos clientes;
- Salientar de forma constante a importância do cliente para uma empresa;
- Gerar uma fonte de ideias e produtos;

- Diminuir custos;
- Aumentar a produtividade;
- Estabelecer uma forma de multiplicar vendas pela propaganda de boca em boca;
- Reter clientes;
- Melhorar constantemente a forma de trabalho;
- Aumentar lucros;
- Formar parcerias com clientes;
- Desenvolver um espírito de equipe;
- Promover satisfação à sociedade;
- Motivação dos funcionários;
- Maior atenção ao lado humano na negociação;
- Harmonia maior nos mercados.

Através desses benefícios pode ser visto nas organizações um envolvimento entre os integrantes que vai evidenciar aspectos capazes de proporcionar a satisfação dos clientes.

Envoltos pelas definições movediças no tocante a qualidade, percebe-se que apesar de sua evolução, ainda vem sendo aludida sobre uma ótica restrita nas suas mais diversas dimensões que de acordo com Paladini (2008, p. 3) “Qualidade não é um termo empregado em contextos bem definidos, situações bem particularizadas ou momentos próprios, ela deve ser empregada nas mais variadas situações”.

Entretanto, Garvin (1987) *apud* (CARVALHO, 2005) contribuiu, sintetizando e definindo a qualidade, sob o enfoque de cinco abordagens, as quais são:

- Transcendental: a qualidade é percebida como sinônimo de excelência inata. Ela é reconhecida universalmente por sua vantagem competitiva nas organizações. Ex: Um chefe de um órgão público reconhecido por ser um líder excelente.
- Baseado no produto: direciona o foco da qualidade para o produto analisando sob a ótica de uma variável precisa e mensurável. É avaliada diretamente através da diferença na quantidade e nos atributos do produto.

Ex: quanto mais servidor para atender a demanda de usuários nos órgãos públicos mais qualidade terá o serviço prestado;

- Baseado no usuário: a qualidade é relacionada com a subjetividade. Esta direcionada para as necessidades, os desejos dos usuários deixando-os deslumbrados pelo produto e serviço adquirido. A qualidade é vista como a satisfação das expectativas dos clientes. Ex: um servidor público que atende os usuários com empatia e compreensão se destacando pela qualidade no serviço prestado;
- Baseado na produção: a qualidade esta centralizada no grau de conformidade do planejado com o executado analisando cada etapa do processo para prevenir e corrigir falhas usando as ferramentas estatísticas baseada em uma variável precisa e mensurável. Ex: atualizar os dados dos usuários (endereço, dependentes) para que não ocorra algum erro no deferimento do benefício;
- Baseado no valor: essa abordagem mistura dois conceitos diferentes: excelência e valor pago pelo produto ou serviço adquirido. É analisada através do custo e benefício. Ex: o contribuinte individual, ou seja, usuário da Previdência Social paga um valor considerável para no futuro poder receber sua aposentadoria.

Entretanto deve ser avaliada a qualidade sob a ótica das diversas abordagens existentes para que sejam atendidas as necessidades, anseios e desejos dos clientes. Afirma Lacerda (2005, p. 20) que “Qualidade é a filosofia de gestão que procura alcançar o pleno atendimento das necessidades e a máxima satisfação das expectativas dos clientes/usuários em todos os processos de uma empresa”.

De acordo com Lacerda (2005) deve ser levada em consideração a atitude dos clientes, pois ela é que vai definir se determinado produto ou serviço é bom através do conjunto de mudanças nos comportamentos, atitudes pessoais, e ao longo do tempo em que o usuário tiver contato com a organização. Portanto, atender às necessidades dos clientes é uma peça fundamental para as empresas sobreviver à competitividade. E superar as expectativas dos clientes é primordial para a sua fidelização.

Segundo Paladini (2008, p. 22) “a qualidade pela maioria dos autores é vista como uma relação de consumo”, tais como:

- Percepção genérica dos consumidores tanto as necessidades explícitas como as implícitas as que não são definidas precisamente;
- O equilíbrio entre a quantidade do produto ou serviço e à demanda;
- Percepção do consumidor em termos de utilidade daquele bem ou serviço e valor monetário do benefício;
- Melhor forma de atender ao consumidor sendo compreensivo, atencioso, cortês;
- Atendimento as necessidades, anseios, expectativas, principalmente observar necessidades não declaradas;
- A excelência a um preço aceitável;
- Satisfação do consumidor;
- O que a organização faz para atender o mercado e merecer o respeito da sociedade;
- Percepção do valor do produto pelo cliente.

Percebe-se a valorização que é dada ao cliente e como ele é importante para a análise da qualidade do produto ou serviço prestado pela organização. Portanto, a qualidade só pode ser avaliada depois que for consumida seja de um bem tangível ou intangível, ou seja, depois de adquirido o produto ou serviço é o momento de ser averiguada a satisfação do usuário.

3.2 SATISFAÇÃO DO CLIENTE OU USUÁRIO NO SERVIÇO PÚBLICO.

O significado do termo cliente é abrangente demais para ser enquadrado no contexto da administração pública, pois os clientes das instituições privadas direciona seu foco para o aumento de vendas, diferentemente das públicas que visa o atendimento das necessidades dos usuários, ou melhor, são aqueles que usufruí do sistema público.

Entretanto, existe uma distinção relevante entre serviço privado e público, pois como se percebe as organizações públicas não visa o lucro, e sim atender às necessidades da sociedade como corrobora Meirelles (1990) que a Administração

Pública esta relacionada ao conjunto de órgãos instituídos pelo Governo visando à satisfação das necessidades da coletividade, ou seja, dos usuários.

Além disso, outra característica relevante da instituição pública é que as novas tecnologias que são aderidas não são para o aumento da concorrência, e sim para o atendimento das necessidades da organização para que os usuários sejam beneficiados.

Diante desse cenário surge um primeiro obstáculo para os usuários, pois às necessidades que são postuladas são averiguadas pelos cidadãos como consequente execução de atividades. Porém, esse entendimento não deve ser promulgado pela sociedade, pois os usuários devem ser tratados de forma personalizada almejando a satisfação de suas reais necessidades.

As organizações públicas definem seus clientes como: usuário ou cidadão. Além disso, ao longo da história foi percebido a não importância com os anseios, afeições dos usuários. Portanto, essa postura tem sido modificada por estas entidades que têm adotado estratégia para satisfazer as necessidades de seus usuários, pois clientes/usuários sejam de instituições privadas ou públicas têm características e necessidades próprias, individualizadas e devem ser respeitadas.

O foco das empresas deve estar direcionado a atender os desejos de seus usuários, pois essa postura vai implicar na avaliação da qualidade dos serviços prestados por cada organização. Logo, a qualidade é percebida, em longo prazo, já a satisfação ela é avaliada a cada contato que o cliente tem com os serviços ou produtos oferecidos pelos órgãos públicos.

Os usuários ao adquirir um produto ou serviço, eles esperam que as organizações consigam satisfazer suas necessidades que corrobora Kotler (2005, p. 42) a “Satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento de uma pessoa resultante da comparação entre o desempenho (ou resultado) percebido de um produto e suas expectativas”.

A satisfação esta relacionada com a qualidade do produto que é oferecido ou com a prestação do serviço adquirido. Logo, o usuário só vai perceber a qualidade depois que consumir o produto ou serviço. E é na interação entre o usuário e servidor que será avaliado a satisfação e consequentemente a qualidade do serviço que foi prestado.

Portanto, de acordo com Las Casas (2000) existe uma ligação entre a qualidade de serviço e a satisfação, pois essa qualidade só irá ser percebida pelo cliente quando o serviço que foi adquirido produzir para o cliente considerável satisfação.

3.3 SERVIÇO

Para as organizações adquirirem sucesso na prestação dos serviços devem ser avaliadas as etapas do procedimento para entrega das atividades, no intuito de satisfazer, ou melhor, superar as expectativas para que o cliente sinta-se deslumbrado pelo serviço realizado. De acordo com Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005, p.146):

A avaliação da qualidade surge ao longo do processo de prestação do serviço. Cada contato com um cliente é referido como sendo um momento de verdade, uma oportunidade de satisfazer ou não o cliente. A satisfação do cliente com a qualidade do serviço pode ser definida pela comparação da percepção do serviço prestado com as expectativas do serviço desejado. Quando se excedem às expectativas, o serviço é percebido como de qualidade excepcional, e também como uma agradável surpresa. Quando, no entanto, não se atende às expectativas, a qualidade do serviço passa a ser vista como inaceitável. Quando se confirmam às expectativas pela percepção do serviço, a qualidade é satisfatória.

Existem quatro características de serviços relevantes definidas por Kotler e Keller (2006), tais como:

- Intangibilidade: não se podem tocar nos serviços ao contrário dos produtos físicos que podem ser vistos, sentidos, ouvidos, cheirados ou provados antes de serem comprados;
- Inseparabilidade: os serviços são produzidos e consumidos simultaneamente, ou melhor, existe o envolvimento direto no processo com o prestador de serviço e o usuário, diferente dos bens materiais, que são fabricados, estocados, distribuídos por muitos vendedores e por fim consumidos;
- Variabilidade: esta relacionada à pessoa que vai prestar o serviço, o local onde será executado e o momento ao qual irá ser fornecido o serviço. A qualidade vai depender de quem fornece o serviço. Ex: um servidor público que atende os usuários com presteza e empatia, enquanto outro atende com antipatia;

- **Perecibilidade:** os serviços não podem ser estocados, diferente dos bens materiais que podem ser armazenados para uso posterior. O problema dos serviços é quando existe uma oscilação na demanda.

Com o intuito de contribuir com os estudos sobre o contexto de “serviço” Parasuman *et. al.* (1988), se destacam por definirem três características de serviços:

- **Simultaneidade:** serviços são consumidos simultaneamente ao momento em que são produzidos, percebe-se que existe uma participação do cliente no processo do serviço, torna-se difícil de identificar e corrigir erros e falhas antes que afetem os clientes.
- **Intangibilidade:** os serviços representam bens intangíveis, pois não podem ser transportados, armazenados para depois serem consumidos, são considerados como um produto não físico;
- **Heterogeneidade:** a grande variedade de serviços e a relação existente na prestação do serviço com o fator humano dificulta a estimação de preços e padronização das atividades.

“Serviços são uma série de processos cuja produção e consumo não podem ser separados, e nos quais muitas vezes o cliente participa do processo de produção” (GRONROOS, 2003, p. 97). Portanto é de extrema relevância identificar os aspectos que intervêm na relação com os clientes entendendo suas necessidades para que alcancem o resultado desejado de satisfação e gerando assim qualidade no serviço prestado para benefício da instituição.

Las Casas (2008) elenca os quatros P’s do serviço que interferem no momento de contato entre o cliente e funcionário, que são:

- **Perfil (ambiente físico):** Esta relacionada com os bens tangíveis da empresa e seu estado de conservação: das lâmpadas caso esteja queimada, das paredes destacadas ou sujas, aparência dos computadores, impressoras. Esses fatores contribuem para denegrir a imagem da empresa e principalmente na satisfação dos usuários colocando em risco sua confiança e o seu bem estar;
- **Processo:** é a forma como o serviço é executado desde a entrada do usuário ao estabelecimento até sua saída. Existem casos da prestação de serviços

que os processos são muito complicados. Os itens que são observados são a rapidez ou demora do serviço, a forma de atendimento que foi oferecido pelos funcionários, entre outros fatores;

- Pessoas: Envolve o nível de atendimento que foi prestado, ou seja, o modo como foi transmitido para o usuário e estar relacionado também à aparência dos funcionários. Deve analisar se existe por parte dos funcionários compreensão em atender às necessidades dos usuários, educação, cortesia entre outros fatores;
- Procedimentos: Analisa o funcionamento de todo os três tópicos citados anteriormente para que sejam averiguados os defeitos ou benefícios que esta sendo gerado ao longo da cadeia de serviço.

Analisando os quatros P's dos serviços percebe-se a subjetividade existente entre eles, pois cada usuário tem sua percepção que de acordo com Las casas (2008) os resultados de todos esses aspectos irão distinguir se determinado serviço que foi prestado atingiu ou não a satisfação.

Na imagem 3.1 a seguir são demonstrados os compostos de serviço que são importantes elementos estratégicos a ser observados na elaboração do serviço.

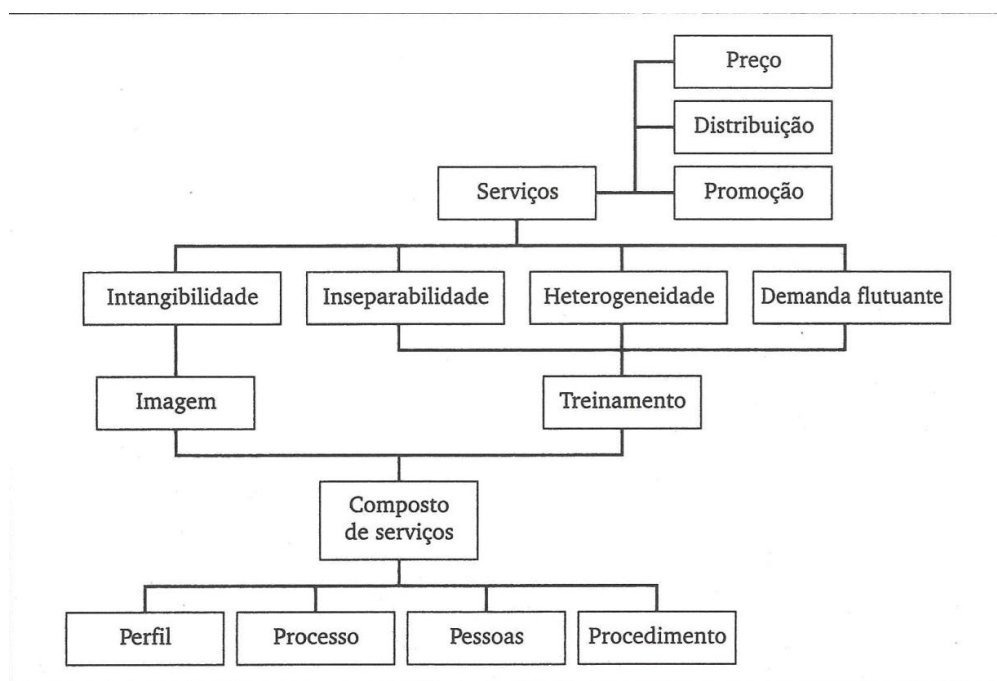


Imagem 3.1 – Como o composto de serviço se diferencia do de produto.

Fonte. Las Casas (2008).

Portanto, através da imagem exposta percebe-se que o serviço é uma combinação que envolve organização, funcionários e comportamentos para alcançar os resultados pretendidos de qualidade nos serviços e uma das características relevante que deve ser levada em consideração é a demanda flutuante, ou seja, é a necessidade de uma capacidade antecipada para a atividade (LAS CASAS 2008).

Percebe-se nos serviços a importância que se deve dar ao fator humano que estar presente no processo de entrega de serviço, sendo necessário disponibilizar treinamentos para auxiliar os funcionários a aderir técnicas para melhorar à prestação desse serviço.

Portanto, a qualidade esta diretamente relacionada com o modo do serviço que é prestado aos usuários e por ser um tema de importância para esta pesquisa será averiguada a seguir a qualidade no serviço público.

3.4 QUALIDADE NO SERVIÇO PÚBLICO

Serviço público é o conjunto de atividades que são direcionadas para a sociedade, a fim de proporcionar o maior grau possível de bem estar social e executar as atividades à disposição da coletividade (KOHAMA, 2003).

Verifica-se que o intuito do serviço público é contribuir da melhor forma para beneficiar seus usuários abrangendo as diversas dimensões existentes para o atendimento, através de comportamentos adequados que gere ao indivíduo satisfação e, principalmente, qualidade do serviço prestado. Mello (2003, p. 612) afirma que “serviço público é toda atividade de oferecimento de utilidade ou comodidade material destinada à satisfação da coletividade em geral”. Percebe-se que a qualidade do serviço público esta diretamente relacionada ao atendimento das necessidades dos usuários.

Entretanto, Cannac (2004) destaca que o impacto da gestão da qualidade nos serviços públicos é mais abrangente de que apenas atender às necessidades imediatas, esta vinculada também a competitividade de um país, pela melhoria da eficiência e da eficácia dos serviços públicos, pelo envolvimento que os cidadãos definem e avaliam esses serviços.

Segundo a Revista Habanero (2013) “Junho de 2013 entra para a história do Brasil como o retrato da mudança de perfil do cidadão brasileiro: o antes conhecido

como acomodado, passivo e indiferente, agora renasce como ser político, como participante ativo na democracia do país”. Esse fato foi visto pelas revoltas geradas relacionadas às insatisfações dos serviços prestados pelos Órgãos Públicos com a má adequação do uso dos serviços que são oferecidos aos usuários.

Portanto, deve ser analisada a percepção dos usuários, pois os cidadãos estão cada dia mais exigentes e esse fator é relevante para a qualidade do serviço executado.

Demais, Gronroos (2003) identificam os sete critérios da boa qualidade percebida de serviço:

- Profissionalismo e capacidade: os usuários percebem que a empresa prestadora de serviço, seus colaboradores, os sistemas operacionais e recursos físicos conseguem resolver seus problemas, pois tem o conhecimento adequado para a execução do serviço. O foco está direcionado para o resultado. Ex: um usuário que vai a uma agência pública para dar entrada de um benefício (aposentadoria) e recebe todas as informações necessárias;
- Atitudes e comportamentos: os usuários sentem que o pessoal que presta o serviço (funcionários) preocupa-se em atender suas necessidades e seus problemas de maneira amigável e espontânea. A análise dos critérios está ligada com o processo. Ex: um usuário que sai de uma agência satisfeito com o atendimento recebido;
- Acessibilidade e flexibilidade: os usuários sentem que a localização da empresa, os horários são convenientes, e toda a instituição está integrada para que a atividade seja projetada para facilitar o acesso ao serviço e atender às necessidades e anseios dos usuários. Os atributos estão relacionados com o processo. Ex: um usuário que consegue ser atendido em um horário conveniente.
- Confiabilidade e integridade: os usuários sabem que podem confiar no prestador de serviços, pois a organização se preocupa em atender os anseios e interesses dos usuários. O foco está relacionado com o processo. Ex: Um usuário que confia nos serviços da Agência da Previdência Social (APS).
- Recuperação de serviço: os usuários percebem que sempre que estão em uma instituição alguma coisa dá errado ou acontece algum imprevisto, mas o prestador de serviço descobre imediatamente uma nova solução para

resolver o problema imprevisto. Critério direcionado para o processo. Ex: O usuário quando esta em um órgão público e o sistema sai do ar e o gestor manda os funcionários atender a todos passando as informações necessárias e agendando o atendimento para um horário conveniente ao usuário;

- Panorama de serviço (Servscape): os usuários sentem que o ambiente físico é aconchegante e adequado e que os outros atributos envolvidos no serviço geram resultados positivos no processo. Os atributos são relacionados para o processo. Ex: As paredes, poltronas, computadores, impressoras estão bem conservadas da Agência da Previdência Social e o usuário percebe um ambiente adequado e positivo;
- Reputação e credibilidade: os usuários acreditam que a instituição é confiável e que o dinheiro para adquirir o serviço da empresa tem considerável valor, ou seja, o custo e benefício estão no mesmo nível. Critério esta direcionado para a imagem. Ex: A aposentadoria é um seguro de vida para o usuário essa é a imagem que a agência da Previdência Social transmite para a sociedade.

Então a qualidade do serviço público deve estar de acordo com os interesses dos usuários buscando atender às necessidades explícitas e implícitas de cada cidadão e deve analisar todos os critérios que estão envolvidos na entrega do serviço.

Todavia Paladini (2010, p. 204) identifica que os serviços públicos brasileiro têm alguns aspectos que devem ser averiguados antes de ser definida a gestão da qualidade no setor público, que são os seguintes:

- Ainda que sem força de lei, uma cultura de estabilidade do servidor público;
- Monopólio da prestação da quase totalidade de serviços em áreas específicas;
- Baixos salários;
- Falta de qualificação do pessoal;
- E cultura de descaso a coisa pública.

Esses fatores que são identificados pelo autor deve ter considerável atenção, pois algumas críticas que são expostas pelos usuários podem estar diretamente ligadas a esses fatores. Isso pode ser visto através da comodidade, ou melhor, a estabilidade do servidor público por pensar que não precisa se qualificar ou melhorar a forma de

atendimento com os usuários, outro obstáculo relevante que o autor dispõe é o monopólio existente no setor público e por esse motivo não existe uma concorrência entre as organizações.

Com o intuito de aprimorar a qualidade do serviço público os autores Parasuraman, Zeithaml, Berry (1996) *apud* Kotler e Keller (2006) disponibiliza dez recomendações essenciais para melhorar a qualidade dos serviços, que são:

- Ouvir: é um fator importante para compreender o que as pessoas realmente querem buscando aprender continuamente sobre as expectativas dos usuários e não usuários.
- Confiabilidade: deve ser priorizada, pois é a dimensão mais importante na qualidade de serviço que visa o atendimento das expectativas dos clientes, esta relacionada com o cumprimento dos prazos de entrega de determinado serviço, segurança, capacidade de resposta e empatia;
- Serviço básico: são os requisitos mínimos em que uma prestadora de serviço deve fornecer para o procedimento de suas atividades que são cumprir as promessas, usar o bom senso, ouvir os usuários, mantê-los informados e estar determinada a lhes entregar valor;
- Design do serviço: desenvolver uma visão englobando todos os aspectos relacionados ao serviço;
- Reparação: as organizações devem estimular os usuários a reclamar desenvolvendo um sistema de solução de problemas com o intuito de resolver os principais obstáculos vistos pelos usuários;
- Surpreender os usuários: é a dimensão importante para superar as expectativas dos usuários com rapidez, boa vontade, cortesia, competência, compromisso e compreensão. É a dimensão que o indivíduo fica deslumbrado com o atendimento adquirido pela organização;
- Justiça: as prestadoras de serviço devem ser justas e transmitir essa dimensão para seus usuários. Ex: cumprir a ordem de chegada para o atendimento;
- Trabalho em equipe: ajuda as empresas a manter os funcionários/servidores motivados e dá subsídio para fornecer um serviço cuidadoso e atencioso por parte das prestadoras de serviços;

- Pesquisa com funcionários/servidores: conduzir pesquisas com os integrantes da organização ajudam a identificar alguns gargalos que podem ocorrer no processo do serviço e a empresa deve estar disposta para encontrar soluções para resolvê-los;
- Liderança: serviço de qualidade resulta em um bom líder que gera confiança por parte dos seus subordinados e elenar inspiração em todo o sistema da organização com uso eficaz da informação e da tecnologia.

Essas recomendações possibilita uma maior integração entre organização e usuário e caso sejam executadas nos serviços da instituição fomenta na satisfação por parte dos usuários (KOTLER E KELLER, 2006).

A qualidade do serviço público deve buscar vantagem competitiva que mobilize toda a organização com a finalidade de atrair clientes, ou seja, usuários buscando consolidar relacionamento que irá proporcionar o desenvolvimento de tecnologias de bens e uma maior adequação na prestação dos serviços, acima de tudo é um modelo de gestão que busca a melhoria contínua de processos a satisfação do cliente (SANTOS, 2008).

Portanto, com o intuito de analisar a qualidade do serviço público é necessário averiguar às expectativas e percepções dos usuários para uma melhor maximização dos resultados e para isso deverá ser verificada a ferramenta SERVQUAL exposta a seguir.

3.5 FERRAMENTA SERVQUAL

Bitner e Zeithaml (2003) destacam que para utilizar o método da ferramenta SERVQUAL com o intuito de medir a qualidade do serviço, é necessário, analisar primeiramente a diferença entre às expectativas e percepções vistas pelos usuários.

Dessa forma é que são expostas às dimensões que influenciam na avaliação da qualidade que segundo Parasuraman, Zeithaml, Berry (1996) *apud* Kotler e Keller (2006) identificam cinco lacunas ou *gap's* como são destacados por outros autores, que interfere na prestação dos serviços:

- Lacuna entre as expectativas do consumidor e as percepções da gerência: nem sempre os gestores entendem o que os usuários querem, desejam. E isso muitas vezes leva a interpretações que não esta de acordo com as expectativas dos usuários. Ex: um usuário que ao chegar a uma instituição

pública quer saber informação sobre seu benefício (aposentadoria) e por má entendimento do servidor é levado para entrar com pedido de um benefício.

- Lacuna entre as percepções da gerência e as especificações da qualidade dos serviços: a gerência entende corretamente os desejos dos clientes, mas não consegue padronizar o desempenho dos serviços que é oferecido. Ex: Os chefes de instituições públicas podem dizer aos servidores que prestem serviços rápidos, e não especificam os procedimentos para execução do serviço.
- Lacuna entre as especificações da qualidade dos serviços e sua entrega: os funcionários podem ser mal treinados, incapazes ou desinteressados para executar a padronização dos serviços. Eles podem receber orientações que gera conflito para a execução do serviço. Ex: funcionário de instituição pública recebe ordem para ser atencioso e ouvir com paciência o que o usuário tem a dizer, mas deve atendê-los rapidamente.
- Lacuna entre as entregas aos serviços e as comunicações externas: as expectativas do cliente são afetadas pela propaganda que é feita da empresa perante a sociedade. Ex: Órgão Público faz propaganda na mídia das instalações de conforto em determinado setor, mas ao chegar ao local o usuário se depara com o ambiente modesto e sem conforto, as comunicações externas distorcem as expectativas dos usuários.
- Lacuna entre o serviço percebido e o serviço esperado: o cliente não percebe a qualidade do serviço. Ex: o servidor demora atendendo o usuário para saber com precisão os dados do usuário, porém o usuário interpreta que esse atraso é um sinal que o servidor não quer aprovar seu benefício (auxílio doença).

A imagem 3.2 exposta a seguir demonstra o modelo de qualidade dos serviços que interferem na avaliação do serviço esperado ao serviço percebido:

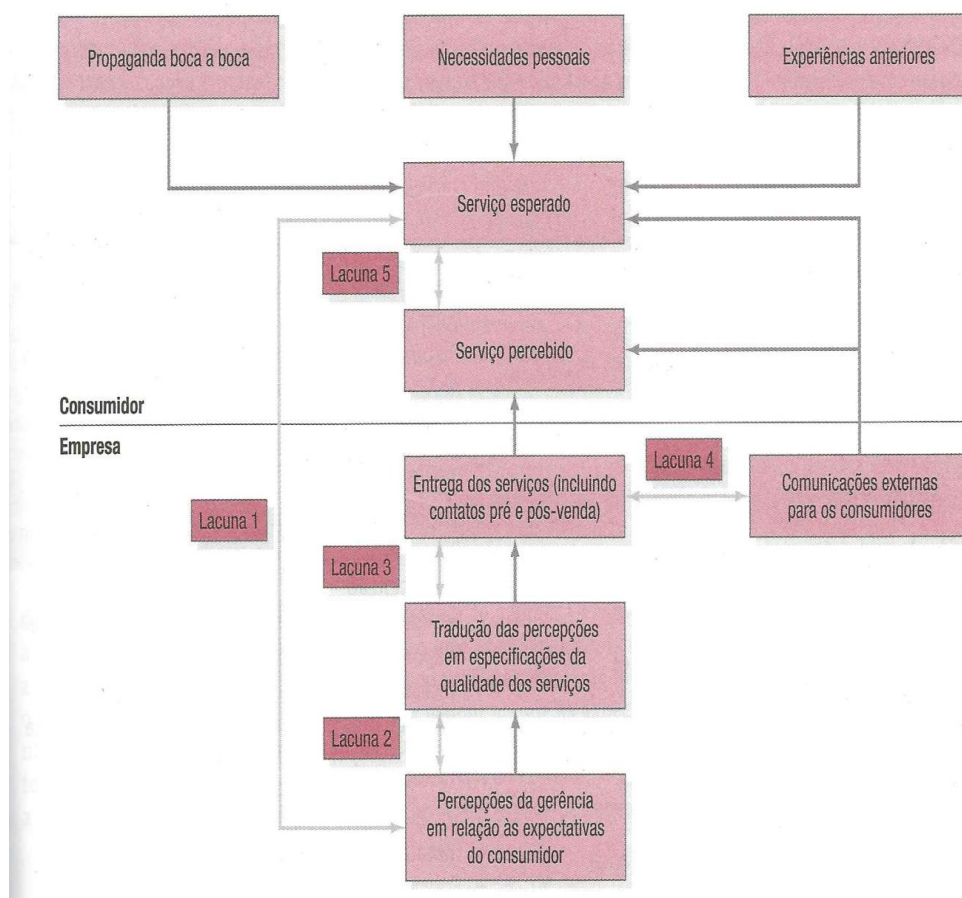


Imagem 3.2 Modelo de qualidade dos serviços.

Fonte: Parasuman, Zeithaml e Berry (1996) *apud* Kotler e Keller (2006).

Com base nas lacunas demonstradas pelos autores foi definida a ferramenta SERVQUAL, que proporciona a avaliação da qualidade em serviços. Cardoso (2004) explica que essa ferramenta faz uma análise da diferença entre a expectativa e a percepção que os clientes têm do serviço recebido identificado cinco dimensões que são relevantes para a prestação dos serviços:

- **Confiabilidade:** é a capacidade da organização de prestar o serviço como foi combinado, mantendo a precisão, a consistência e a segurança.
- **Receptividade ou presteza:** engloba a rapidez e prontidão no atendimento a disposição de ajudar os clientes no prazo que foi estabelecido.

- Tangibilidade: Esta relacionada a todas as evidências físicas a que o serviço esta inserido, bem como fazerem análises da aparência das instalações físicas (pintura das paredes, assentos adequados), dos equipamentos (computadores, impressoras), dos funcionários (barbas e cabelos cortados) e o material de comunicação.
- Empatia: é atenção personalizada e individualizada para os clientes, quando o funcionário coloca-se no lugar do cliente e busca atender suas reais necessidades.
- Segurança: é a simplicidade e segurança nos serviços prestados é a habilidade dos funcionários em transmitir as informações adequadas, tendo por base conhecimento e cortesia para atender bem os clientes.

A ferramenta SERVQUAL é um instrumento que analisa as expectativas e percepções dos usuários. Esse modelo tem como base cinco dimensões: confiabilidade, presteza, aspectos tangíveis, empatia e segurança, havendo uma comparação entre as expectativas, o que o cliente deseja, e a percepção como foi prestado o serviço, esta relacionado com a desconfirmação e confirmação das expectativas (GRONROOS, 2003).

De acordo com o autor acima, o modelo SERVQUAL é constituído por 22 atributos que compõem as cinco dimensões ou determinantes da Qualidade. Sendo realizada a ferramenta SERVQUAL em duas etapas: na primeira etapa são mensuradas às expectativas dos clientes e, na segunda etapa, são mensuradas às percepções dos clientes em relação ao serviço prestado. Com base nas diferenças entre o nível de expectativas e percepções será calculada a qualidade através do resultado.

No que tange as avaliações é realizada a entrevista através de um questionário utilizando a escala do tipo Linkert de sete pontos, cujos extremos são definidos com os conceitos “Discordo Totalmente” e “Concordo Totalmente”. É analisado o resultado da pesquisa verificando se o *Gap* é positivo ou negativo (CARDOSO, 2004).

Dentre outros aspectos a ferramenta SERVQUAL de acordo com Cardoso (2004) serve para:

- Medir as pontuações obtidas através dos itens que compõem cada determinante, possibilitando a avaliação da qualidade do serviço, baseando se nas cinco dimensões da qualidade;

- Obter a mensuração geral da qualidade dos serviços, por meio da média da pontuação obtida de todas as dimensões;
- Servir de base para a melhoria dos serviços, através da identificação dos pontos fortes e fracos da organização; e
- Identificar em qual dimensão o serviço de uma empresa é superior em relação aos serviços dos concorrentes e em quais dimensões o serviço precisa ser aprimorado.

Entretanto existem algumas críticas direcionadas ao modelo SERVQUAL relacionado aos problemas na escala que por Gronroos (2003) um dos problemas seria que as expectativas são medidas após as experiências ou no momento em que ocorre esta experiência, pois o que foi então medido na verdade foi um viés de experiência.

No entanto, segundo Parasuman (1993) *apud* Duarte (2008, p.38):

reagiu às críticas e quebrou a suposta superioridade de outros modelos em relação ao SERVQUAL, argumentando que os modelos, em termo de validade e confiabilidade, são praticamente equivalentes ao seu modelo. E ainda afirma que o modelo baseado apenas em percepções, apesar de ter a vantagem de ser mais econômico, tem a desvantagem de ser menos confiável.

O próximo capítulo apresenta os procedimentos utilizados na operacionalização da pesquisa.

CAPÍTULO 4 – ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo tem o objetivo de apresentar os procedimentos metodológicos na abordagem da problemática desta pesquisa. Oliveira (1997, p. 45) traz a seguinte definição que “a Metodologia estuda os meios ou métodos de investigação do pensamento concreto e do pensamento verdadeiro”. E continua dizendo que ela “procura estabelecer a diferença entre o que é verdadeiro e o que não é entre o que é real e o que é ficção”. É com esse entendimento que é abordada a pesquisa no intuito de identificar as expectativas e percepções dos usuários da organização objeto de estudo.

Inicia-se com o delineamento da pesquisa onde serão destrinchados os aspectos relacionados à finalidade e os meios realizados para sua validação. Posterior é analisado o universo e a amostra e o cálculo do tamanho da amostra a ser avaliada. Finalmente, são expostos os instrumentos utilizados para coleta e a análise dos resultados.

4.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Este trabalho de natureza exploratório-descritiva tem o intuito de analisar as características que intervêm nas expectativas e percepções dos usuários da Agência da Previdência Social relacionado à qualidade do serviço prestado.

4.1.1 Quanto à finalidade da pesquisa

Para elaboração desse estudo foi realizada inicialmente uma pesquisa exploratória, verificando-se um estudo bibliográfico relacionados com o problema da pesquisa que de acordo com Malhotra (2006, p. 100) “o objetivo da pesquisa exploratória é explorar ou fazer uma busca em um problema ou em uma situação para prover critérios e maior compreensão”. Assim, Hair Jr. *et al* (2005) corroboram que uma pesquisa exploratória bem conduzida promove um maior entendimento sobre o tema e da alicerce para chegar ao objetivo esperado que é saber as reais necessidades, ou seja, as percepções aceitáveis pelo consumidor.

Portanto, trata-se de uma pesquisa descritiva que dará embasamento a análise das expectativas e percepções dos serviços prestados da Agência da Previdência Social

identificadas na visão de seus usuários que corrobora Malhotra (2006, p. 101) “A pesquisa descritiva é realizada para descrever as características de grupos relevantes, como consumidores, vendedores, organizações ou áreas de mercado”.

4.1.2 Quanto aos Meios Utilizados

Com vistas a obter informações mais detalhadas para validação da pesquisa foram utilizadas fontes primárias (pesquisa de campo) e fontes secundárias (pesquisa bibliográfica) que de acordo com Cooper e Schindler (2003) as fontes primárias são de extrema importância, pelo fato de representar uma opinião ou posição oficial e as secundárias proporcionam fundamentos teóricos que dar sustentação a pesquisa supracitada.

Assim, foi realizada inicialmente uma pesquisa bibliográfica que segundo Gil (2002) é desenvolvida com base em materiais já elaborados como enciclopédias, revistas, e principalmente em livros e artigos científicos.

Em seguida, utilizou-se a pesquisa de campo com o objetivo de investigar e esmiuçar as particularidades do problema em questão. Marconi e Lakatos (2005) afirmam que a pesquisa de campo permite obter mais informações e conhecimentos em relação a um problema.

Diante desse contexto, foi aplicado um questionário baseado na ferramenta SERVQUAL, desenvolvida por Parasuman *et. al.* (1998) – através das dimensões: confiabilidade, presteza, segurança, empatia e aspectos tangíveis – mensurando as expectativas e percepções dos usuários da Previdência Social – Agência Caruaru. Assim, foi elaborada uma pesquisa quantitativa por averiguar ser mais adequada para o presente trabalho utilizando questionários pré-elaborados que possibilitam mensurar as afirmativas, dando suporte através da avaliação estatísticas dos dados.

4.2 UNIVERSO E AMOSTRA DA PESQUISA

O universo da pesquisa segundo Mattar (1996) está relacionado com o conjunto de especificações previamente estabelecido. Ou seja, deve ser definida a unidade sobre a qual se procura obter os dados a empresa pesquisada, a unidade amostral envolve homens e mulheres usuários dos serviços da empresa supracitada, a

abrangência esta relacionada com a localização da empresa e o período de tempo que foi realizada a pesquisa.

Assim, foi escolhido como universo da pesquisa a Agência da Previdência Social, situado na Avenida Rui Barbosa, 250, bairro Centro em Caruaru no Estado de Pernambuco.

Portanto, entre as diversas Agências existentes em Pernambuco, a APS de Caruaru tem uma demanda considerável, pois de acordo com as informações da organização a instituição recebe em média 400 pessoas por dia, resultando em média num total de 8.000 mil atendimentos por mês. Os serviços realizados pela instituição abrangem: aposentadoria, pensão, auxílio doença, dentre outros.

4.2.1 Cálculo do Tamanho da Amostra

De acordo com amostras desenvolvidas por Hair Jr. *et al* (2005) e informações fornecidas pela administração da Agência da Previdência Social, foi realizada o cálculo da amostra necessária para que a pesquisa viesse apresentar resultados válidos. O cálculo a seguir expõe o método para definição do tamanho da amostra.

$$n = [N \times p \times q \times (V)^2] \div [p \times q \times (V)^2 + (N - 1) \times (e)^2]$$

Em relação à quantidade de usuários que frequentaram a APS no período de agosto de 2013 foram estipulados os dados a seguir:

n = tamanho da amostra

N = tamanho da população 8.000 usuários

p = os valores da população conhecida

q = população não conhecida

v = valor crítico de 95% com 5% de margem de erro.

No caso de conhecimento (p) e desconhecimento (q) da população amostra é calculada com base da constante de 0,5. Mediante essa equação foi obtido como resultado, o valor aproximado de 367 do total da amostra (n) como segue:

$$n = [8000 \times 0,5 \times 0,5 \times (1,96)^2] \div [0,5 \times 0,5 \times (1,96)^2 + (8000 - 1) \times (0,05)^2]$$

$$n = 366,60$$

$$n \cong 367 \text{ respondentes}$$

4.3 INSTRUMENTO DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Sobre a coleta de dados Hair Jr. *et al* (2005) relatam que deve existir uma codificação que consiste em atribuir um número para determinada resposta de modo que esta possa ingressar em um banco de dados. Como técnica de levantamento de dados e informações, foi utilizado questionário fechado e usada a escala do tipo Linkert dentre os sete pontos que são Discordo Totalmente – 1, Discordo – 2, Discordo Parcialmente – 3, Nem Concordo e Nem Discordo – 4, Concordo Parcialmente – 5, Concordo – 6 e Concordo Totalmente – 7.

O questionário é dividido em três blocos: iniciando com 18 afirmativas com o objetivo de saber as expectativas dos usuários a respeito do serviço prestado por qualquer Agência do (INSS) Instituto Nacional do Seguro Social, foi utilizada essa nomenclatura por ser mais conhecida no mercado pelos usuários. No segundo bloco, são 18 afirmativas com o intuito de capturar as percepções a respeito do serviço prestado pela Agência do INSS de Caruaru. E no terceiro e último bloco é destrinchadas as características demográficas relacionadas ao gênero, idade, estado civil, escolaridade, renda familiar, o tipo de benefício/serviço que o entrevistado recebe e o tempo em que recebe o benefício/serviço e o domicílio, ou seja, o perfil dos entrevistados.

Para a pesquisa de campo foram aplicados os questionários no mês de agosto e setembro de 2013, com um total de sete visitas ao local da pesquisa durante o seu horário de funcionamento, das 7:00h às 19:00h.

Assim, foram aplicados 415 questionários. Desse total, 45 foram excluídos devido a problemas de preenchimentos. Resultando, portanto, em 370 casos válidos.

4.3.1 Validade e Pré-Teste do Instrumento Utilizado

Adotou-se o critério de validade de face. Segundo Hair *et al* (2005) esse tipo de procedimento consiste na avaliação subjetiva de aspectos como vocabulário, estrutura, ordem de apresentação, entre outros. É realizado por especialistas, professores e pesquisadores da área. Segundo aqueles autores, trata-se de uma validade frágil, embora se destaquem as vantagens, tais como as melhorias em termos de vocabulário e de compreensão dos respondentes.

Após essa validação, realizou-se um pré-teste com 20 questionários. Foram aplicados 10 (dez) questionários no Centro Acadêmico do Agreste, pertence à Universidade Federal de Pernambuco e 10 (dez) questionários aos usuários da Previdência Social, totalizando 20 (vinte) respondentes.

Assim, com o intuito de não prejudicar a amostra, os resultados obtidos nessa fase não foram utilizados para ser analisada nesta amostra e serviu apenas para ajudar na validação do questionário e pela inclusão de algumas considerações que foram propostas.

4.3.2 Procedimentos Estatísticos

Em relação à análise dos dados da presente pesquisa foi utilizada a média e o desvio padrão, sendo analisados de forma isolados buscando uma mensuração entre o primeiro bloco com as expectativas e o segundo com as percepções dos respondentes gerando assim a análise das lacunas entre as diferenças coletadas. E no terceiro bloco utilizou a frequência com o intuito de verificar a maior porcentagem dentre as características dos participantes.

Esses dados foram inseridos em uma planilha eletrônica do software Microsoft Excel 2007 para serem calculados através de uma tabulação. E no Apêndice B deste trabalho apresenta a tabulação dos dados.

O próximo capítulo apresenta a análise de dados.

CAPÍTULO 5 – ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS

5.1 INTRODUÇÃO

Este capítulo apresenta a análise dos dados e resultados desta pesquisa através da mensuração das expectativas dos usuários em relação ao serviço prestado e as suas percepções acerca do serviço experimentado. Essa análise serviu como subsídio para verificar as lacunas (*gaps*) em relação aos desejos, anseios dos usuários e suas percepções do serviço oferecido. E em seguida será verificada o perfil destes usuários.

5.2 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Com o intuito de descrever o perfil dos usuários da Agência da Previdência Social (APS), foram verificadas as seguintes características: gênero, faixa etária, estado civil, escolaridade, renda familiar, o tipo de serviço, o tempo que recebe o serviço e domicílio.

De acordo com os dados obtidos, dentre os 370 questionários válidos, 253 deles são do sexo feminino correspondendo a 68,4% do total e 117 do sexo masculino correspondendo a 31,6%. A tabela 5.1 apresenta esses dados a seguir:

GÊNERO	TOTAL	%
Feminino	253	68,4%
Masculino	117	31,6%
Total	370	100,0%

Tabela 5.1: Distribuição dos Participantes por Gênero

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo, 2013

Em relação à faixa etária, do total de participantes 15 deles tinham até 17 anos de idade (4,05%), 134 possuíam entre 18 e 35 anos (36,2%), 97 deles entre 36 e 53 anos (26,2%) e 124 encontravam-se na faixa acima de 53 anos (33,5%). A tabela 5.2 demonstra esses dados a seguir:

FAIXA ETÁRIA	TOTAL	%
Até 17 anos	15	4,05%
Entre 18 e 35 anos	134	36,2%
Entre 36 e 53 anos	97	26,2%
Acima de 53 anos	124	33,5%
Total	370	100,00%

Tabela 5.2: Distribuição dos Participantes por Faixa Etária

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo, 2013

Em relação ao estado civil, os dados coletados mostram que do total de 370, o número de participantes, 107, são solteiros (28,9%), o maior número de respondentes nessa categoria foram que 220 são casados (59,46%), deste total a menor quantidade foi de divorciados, um total de 18 (4,86%) e a quantidade de viúvos totalizou 25 (6,76%). A tabela 5.3 apresenta a sequência:

ESTADO CIVIL	TOTAL	%
Solteiro	107	28,9%
Casado	220	59,46%
Divorciado	18	4,86%
Viúvo	25	6,76%
Total	370	100,00%

Tabela 5.3: Distribuição dos Participantes por Estado Civil

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo, 2013

Em relação à escolaridade (completa ou incompleta), a tabela 5.4 apresenta os seguintes dados: 228 (61,6%) possuem o ensino fundamental, 113 (30,5%) ensino médio, 25 (6,76%) ensino superior e 4 (1,08%) pós-graduação.

ESCOLARIDADE	TOTAL	%
Fundamental	228	61,6%
Médio	113	30,5%
Superior	25	6,76%
Pós-graduação	4	1,08%
Total	370	100,00%

Tabela 5.4: Distribuição dos Participantes por Escolaridade

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo, 2013

Em relação à renda familiar, o questionário aplicado possibilitou verificar que 276 respondentes (74,6%) possuem uma renda de até R\$678,00, os que possuem renda entre R\$678,01 e R\$1.356,00 foram 61 (16,5%) respondentes, a renda entre R\$1.356,01 e R\$2.034,00 com 17 (4,6%) respondentes e a partir 2.034,01 com 16 (4,3%) respondentes. A tabela 5.5 expõe os dados supracitados:

RENDA FAMILIAR	TOTAL	%
Até R\$678,00	276	74,6%
Entre R\$678,01 e R\$1.356,00	61	16,5%
Entre R\$1.356,01 e R\$2.034,00	17	4,6%
Acima de R\$2.034,01	16	4,3%
Total	370	100,0%

Tabela 5.5: Distribuição dos Participantes por Renda Familiar

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo, 2013

No que tange ao tipo de serviço na APS às informações coletadas dos 370 participantes, 229 (61,9%) destes ainda não recebem benefício, 62 (16,7%) recebem aposentadoria, 23 (6,2%) recebem pensão, 17 (4,6%) recebem salário-maternidade, 27 (7,3%) recebem auxílio doença e 12 (3,24%) responderam que recebem outro serviço. A tabela 5.6 expõe os dados a seguir:

SERVIÇOS DA APS	TOTAL	%
Não recebe	229	61,9%
Aposentadoria	62	16,7%
Pensão	23	6,2%
Salário-maternidade	17	4,6%
Auxílio doença	27	7,3%
Outros	12	3,24%
Total	370	100,00%

Tabela 5.6: Distribuição dos Participantes por Serviços da APS

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo, 2013

Em relação ao tempo em que recebe o serviço da APS dos 370 entrevistados, 229 (61,9%) ainda não recebem benefício, 42 (11,35%) recebem a menos de 1 ano, 64 (17,3%) recebem entre 1 ano e 5 anos, 27 (7,3%) recebem entre 5 anos e 10 anos e 8 (2,2%) recebem a mais de 10 anos. A tabela 5.7 demonstra esses dados a seguir:

TEMPO EM QUE RECEBE O SERVIÇO(BENEFÍCIO)	TOTAL	%
Não Recebe	229	61,9%
Até 1 ano	42	11,35%
Entre 1 ano e 5 anos	64	17,3%
Entre 5 anos e 10 anos	27	7,3%
Acima de 10 anos	8	2,2%
Total	370	100,00%

Tabela 5.7: Distribuição dos Participantes por tempo de Serviços da APS

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo, 2013

O último questionamento foi em relação à localização, ou seja, domicílios dos participantes foram revelados na entrevista que do total de 370, 227 (61,3%) destes reside em Caruaru, 22 (5,9%) mora em Riacho das Almas, 0 (0,0%) dos participantes não moram em São Caetano, 25 (6,8%) reside na cidade de Toritama e 96 (26%) moram em outra cidade. A tabela 5.7 apresenta os dados a seguir:

Domicílio	TOTAL	%
Caruaru	229	61,3%
Riacho das Almas	42	5,9%
São Caetano	64	0,0%
Toritama	27	6,8%
Outros	8	26%
Total	370	100,00%

Tabela 5.8: Distribuição dos Participantes por Domicílio

Fonte: Dados da Pesquisa de Campo, 2013

5.3 AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO SERVIÇO EM ESTUDO

Com a utilização da ferramenta SERVQUAL foi possível mensurar as expectativas e percepções da qualidade de serviços na Agência da Previdência Social (APS) de Caruaru.

Dessa forma a avaliação foi feita com base na literatura exposta na seção 3.5 relacionada às cinco dimensões da qualidade (confiabilidade, presteza, segurança, empatia e aspectos tangíveis). O questionário aplicado foi composto por duas etapas, cada uma com 18 afirmativas nas quais essas dimensões foram distribuídas. A etapa 01 proporcionou a compreensão das expectativas dos usuários analisando seus desejos em relação ao serviço. Já na etapa 02 o objetivo foi de identificar as suas percepções em relação ao serviço prestado pela APS. Assim, com base na subtração da (lacuna) entre expectativas e percepções dos usuários foi possível identificar a qualidade do serviço oferecido por essa instituição.

Portanto na seção seguinte são analisadas as expectativas, percepções e os gaps existentes com a finalidade de medir os atributos de cada uma das cinco dimensões da qualidade.

5.3.1 Dimensão: Confiabilidade

A tabela 5.9 demonstra a seguir os aspectos relacionados à dimensão da confiabilidade que deu subsídio a elaboração das afirmativas do questionário aplicado. A partir desses, foram calculadas as médias das expectativas, das percepções, dos *gaps* e, por fim, da confiabilidade em sua totalidade.

DIMENSÃO		MÉDIA		
Q	CONFIABILIDADE	EXPECTATIVA	PERCEPÇÃO	GAP
01	Cumprir os prazos prometidos aos usuários.	6,73	4,65	2,08
02	As agências transmitem confiança para os usuários.	6,53	5,37	1,16
03	As agências mantêm seus registros atualizados.	6,34	5,65	0,69
04	Os usuários sentem seguros em relação aos procedimentos da agência.	6,37	5,69	0,68
MÉDIA GERAL		6,49	5,34	1,15

Tabela 5.9: Médias dos atributos da dimensão confiabilidade

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Analisando o primeiro atributo, “cumprir os prazos prometidos aos usuários”, é notório um nível de expectativa elevado em relação aos outros atributos (média = 6,73 e desvio-padrão = 0,66). Todavia, de acordo com o desempenho da APS para esse atributo os usuários demonstraram-se insatisfeitos visto que as expectativas apresentou um valor inferior ao desejado pelos usuários (média = 4,65 e desvio-padrão = 1,74). O nível de qualidade está bem abaixo das expectativas deles, pois o valor da lacuna é o mais alto desta dimensão (2,08) a qualidade percebida desse atributo deve ser verificada porque a qualidade vista pelos usuários é inferior ao almejado.

Em relação ao atributo, “as agências transmitem confiança para os usuários”, os dados apresentam uma considerável expectativa (média = 6,53 e desvio-padrão = 0,72). Este item também revelou um desempenho da APS inferior ao esperado pelos usuários (média = 5,37 e desvio-padrão = 1,28) e a diferença da lacuna muito alta (1,16) possibilitando assim uma qualidade baixa dessa atribuição.

Verifica-se no terceiro atributo, “as agências mantêm seus registros atualizados”, apresentou um nível de expectativa ainda elevada (média = 6,34 e desvio-padrão = 0,76). Essa esfera é demonstrada pelos os dados como insatisfatória, pois o desempenho da APS esta abaixo do que é desejado pelos usuários (média = 5,65 e desvio-padrão = 1,23) e a discrepância do *gap* configura-se alta (0,69). Observando uma baixa qualidade na percepção dos usuários.

No quarto atributo, “os usuários sentem seguros em relação aos procedimentos da agência”, é averiguada um nível de expectativa elevada (média = 6,37 e desvio-padrão = 0,73). Contudo, o nível de qualidade percebida nessa esfera é insatisfatório

perante aos usuários (média = 5,69 e desvio-padrão = 1,14). Apesar do menor valor da lacuna dentre os outros atributos, ainda assim, o *gap* continua alto (0,68). A análise ainda demonstra baixa qualidade por parte dos usuários.

5.3.2 Dimensão: Presteza

A tabela 5.10 demonstra a seguir os aspectos relacionados à dimensão de presteza que deu subsídio à elaboração das afirmativas do questionário aplicado. A partir desses, foram calculadas as médias das expectativas, das percepções, dos *gaps* e, por fim, da presteza em sua totalidade.

Q	DIMENSÃO	MÉDIA		
	PRESTEZA	EXPECTATIVA	PERCEPÇÃO	GAP
05	Os funcionários demonstram boa vontade e presteza (rapidez) no atendimento.	6,76	4,19	2,57
06	Os funcionários tratam os usuários de forma educada e cortês.	6,74	4,85	1,89
MÉDIA GERAL		6,75	4,52	2,23

Tabela 5.10: Médias dos atributos da dimensão presteza

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

No que tange ao primeiro atributo, “os funcionários devem demonstrar boa vontade e presteza (rapidez) no atendimento”, revelou-se um fator relevante para os usuários, pois o nível de expectativa alto (média = 6,76 e desvio-padrão = 0,66). Em contrapartida, a APS obteve um nível de percepções muito baixa (média = 4,19 e desvio-padrão = 1,79) e, além disso, obteve um convincente valor de lacuna (2,57) para essa insatisfação. Dessa forma, mostra a qualidade percebida por este atributo como insatisfatória.

No atributo seguinte, “os funcionários devem tratar os usuários de forma educada e cortês”, os dados apresentados demonstram elevado nível de expectativa por parte dos usuários (média = 6,76 e desvio-padrão = 0,72). Entretanto, a percepção em relação a esta categoria deixou a desejar por parte da APS, pois foi vista como insatisfatória pelos usuários (média = 6,74 e desvio-padrão = 1,76). Analisando a lacuna percebe-se um valor relativamente alto diante do outro atributo (1,89). Pois mostra a qualidade percebida aquém do desejado pelos usuários.

5.3.3 Dimensão: Segurança

A tabela 5.11 demonstra a seguir os aspectos relacionados à dimensão da segurança que deu subsídio a elaboração das afirmativas do questionário aplicado. A partir desses, foram calculadas as médias das expectativas, das percepções, dos *gaps* e, por fim, da segurança em sua totalidade.

DIMENSÃO		MÉDIA		
Q	SEGURANÇA	EXPECTATIVA	PERCEPÇÃO	GAP
07	Atender nas datas e horários prometidos (agendados).	6,75	3,75	3
08	Os funcionários transmitem segurança nas informações fornecidas.	6,46	5,57	0,89
09	Os usuários são capazes de confiar nos funcionários (servidores).	6,30	5,64	0,66
10	Os funcionários recebem treinamento adequado.	6,28	5,32	0,96
MÉDIA GERAL		6,45	5,07	1,38

Tabela 5.11: Médias dos atributos da dimensão segurança

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Em relação ao primeiro atributo, “atender nas datas e horários prometidos (agendados)”, verifica-se um elevado nível de expectativa e este atributo tem importante preito por parte dos usuários (média = 6,75 e desvio-padrão = 0,62). Em se tratando das percepções, esse atributo obteve um nível extremamente baixo relacionado aos outros atributos (média = 3,75 e desvio-padrão = 1,88), sendo o valor de *gap* extremamente alto (3) havendo assim uma discrepância considerável por parte dos usuários. Revelando assim, que a qualidade do serviço oferecido pela APS está abaixo do desejado pelos usuários.

O atributo seguinte, “os funcionários transmitem segurança nas informações fornecidas”, também reflete um elevado nível de expectativa (média = 6,46 e desvio-padrão = 0,79). E as percepções almejadas pelos usuários são de relativa deferência (média = 65,57 e desvio-padrão = 1,29) e o valor da lacuna (0,89) tem considerável insatisfação. Logo, essa categoria não alcançou um nível desejado por parte dos usuários.

Observando o terceiro atributo, “os usuários são capazes de confiar nos funcionários (servidores)”, é constatado pelos dados como um nível elevado de perspectiva (média = 6,30 e desvio-padrão = 0,80). Em relação à percepção os resultados demonstram que estar aquém do desejado. (média = 5,64 e desvio-padrão = 1,09).

Apesar desta lacuna (0,66) ser a menor dentre as outras, ainda assim existe uma qualidade percebida aquém das expectativas.

No que se refere ao último atributo desta categoria, “os funcionários recebem treinamento adequado”, o nível de expectativa é o menor desta dimensão apesar de ainda ser elevada a perspectiva dos usuários (média = 6,28 e desvio-padrão = 0,75). O nível de qualidade percebida é inferior do desejado pelos usuários (média = 5,32 e desvio-padrão = 1,38). Esse item revela que os usuários tem considerável insatisfação por este atributo e é perceptível na diferença vista pelo *gap* (0,96). É verificada através dos dados uma má qualidade por esta atribuição.

5.3.4 Dimensão: Empatia

A tabela 5.12 demonstra a seguir os aspectos relacionados à dimensão da empatia que deu subsídio a elaboração das afirmativas do questionário aplicado. A partir desses, foram calculadas as médias das expectativas, das percepções, dos *gaps* e, por fim, da empatia em sua totalidade.

Q	DIMENSÃO	MÉDIA		
	EMPATIA	EXPECTATIVA	PERCEPÇÃO	GAP
11	Os funcionários devem tratar os usuários de forma personalizada e individual.	6,08	3,51	2,57
12	Os procedimentos devem levar em consideração a satisfação dos usuários.	6,21	3,24	2,97
13	Funcionar em horário conveniente.	6,59	6,39	0,2
MÉDIA GERAL		6,29	4,38	1,91

Tabela 5.12: Médias dos atributos da dimensão empatia.

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

O primeiro atributo, “os funcionários devem tratar os usuários de forma personalizada e individual”, apesar de ser o menor dentre os demais atributos nesta categoria demonstra um nível alto (média = 6,08 e desvio-padrão = 1,27). Em contrapartida, a percepção dos usuários esta longe do esperado. (média = 3,511 e desvio-padrão = 1,91). Denota-se uma má adequação dessa categoria, e esse fato é perceptível pela discrepância vista pelo *gap* (2,57), esse fator expõe um nível de qualidade bem abaixo da média por parte dos usuários.

O atributo posterior, “os procedimentos devem levar em consideração a satisfação dos usuários”, tem um elevado nível de expectativa (média = 6,21 e desvio-padrão = 1,14). Já, a percepção dos dados comprova estar abaixo da qualidade neste

atributo (média = 3,24 e desvio-padrão = 1,84). Portanto, existe uma considerável qualidade percebida pela lacuna exposta (2,97), pois essa categoria não alcançou um nível desejado por parte dos usuários.

Observa no último atributo, “funcionar em horário conveniente”, que nesta esfera os dados comprovam que existe uma grande expectativa em torno deste atributo (média = 6,59 e desvio-padrão = 0,82). E que a percepção apesar de ser alta (média = 6,39 e desvio-padrão = 1,11) ainda fica abaixo do considerável como ideal para os usuários. Em relação à lacuna apesar de ser a menor entre as demais (0,2) os dados demonstram que ainda existe uma qualidade abaixo do esperado pelos usuários.

5.3.5 Dimensão: Aspectos Tangíveis

A tabela 5.13 demonstra a seguir os aspectos relacionados à dimensão dos aspectos tangíveis que deram subsídio a elaboração das afirmativas do questionário aplicado. A partir desses, foram calculadas as médias das expectativas, das percepções, dos *gaps* e, por fim, dos aspectos tangíveis em sua totalidade.

DIMENSÃO		MÉDIA		
Q	ASPECTOS TANGÍVEIS	EXPECTATIVA	PERCEPÇÃO	GAP
14	Equipamentos modernos.	6,33	5,57	0,76
15	Ambiente físico visualmente atraente.	6,16	5,23	0,93
16	Funcionários se preocupam com roupas e acessórios (brincos, colares) discretos e elegantes.	5,86	5,08	0,78
17	Funcionários se preocupam com a aparência.	6,05	5,75	0,30
18	As instalações levam em conta o tipo de serviço prestado.	6,12	5,56	0,56
MÉDIA GERAL		6,10	5,44	0,66

Tabela 5.13: Médias dos atributos da dimensão aspectos tangíveis.

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Inicialmente o atributo, “equipamentos modernos” tem um nível alto de expectativa (média = 6,33 e desvio-padrão = 0,85). Em relação às percepções, esse atributo tem um nível alto (média = 5,57 e desvio-padrão = 1,08). De acordo com a lacuna é percebido um nível inferior do aceitável (0,76). O desempenho da APS é considerado como inadequado na percepção dos usuários.

O atributo seguinte, “ambiente físico visualmente atraente”, existe uma alta perspectiva por parte dos usuários (média = 6,16 e desvio-padrão = 0,84). O desempenho da APS está abaixo das expectativas dos usuários vista através das percepções (média = 5,23 e desvio-padrão = 1,51). Deve ser averiguado este atributo com cuidado, pois a lacuna nessa dimensão foi a mais alta (0,93) dentre as outras. Essa condição mostra um nível de qualidade inferior do esperado pelos usuários.

O terceiro atributo refere-se, “funcionários se preocupam com roupas e acessórios (brincos, colares) discretos e elegantes”, observando percebe que é o menor nível de expectativa perante os outros, mas ainda assim deve dar uma atenção considerável a este atributo (média = 5,86 e desvio-padrão = 1,05). Diante dos outros atributos as percepções nesta categoria apresenta um valor inferior, mas significantes em sua totalidade (média = 5,08 e desvio-padrão = 1,61). A qualidade deixa a desejar nesta esfera da dimensão vista através da lacuna (0,78).

No que se refere ao atributo posterior, “funcionários se preocupam com a aparência”, existe uma alta expectativa (média = 6,05 e desvio-padrão = 0,94). E em relação às percepções deve ser analisada com bastante atenção, pois é a maior dentre as outras (média = 5,75 e desvio-padrão = 1,63). Apesar do valor da divergência da lacuna (0,30) ser bem abaixo perante as outras é significativa, pois ainda a qualidade é percebida como insatisfatória.

No último atributo, “as instalações levam em conta o tipo de serviço prestado”, os dados revelam uma grande expectativa por parte dos usuários (média = 6,12 e desvio-padrão = 1,11). No tocante à percepção existe um valor alto diante dos entrevistados (média = 5,56 e desvio-padrão = 1,28). O desempenho da APS ainda é inferior nesta categoria percebida através da lacuna (0,56).

5.3.6 Análise das cinco dimensões

A tabela 5.14 demonstra a seguir os aspectos relacionados a todas as dimensões que deram subsídio a elaboração das afirmativas do questionário aplicado. A partir desses, foram calculadas as médias das expectativas, das percepções, dos *gaps* e, por fim, das dimensões em sua totalidade.

DIMENSÃO		MÉDIA		
		EXPECTATIVA	PERCEPÇÃO	GAP
01	CONFIABILIDADE	6,49	5,34	1,15
02	PRESTEZA	6,75	4,52	2,23
03	SEGURANÇA	6,45	5,07	1,38
04	EMPATIA	6,26	4,38	1,91
05	TANGIBILIDADE	6,10	5,44	0,66
MÉDIA GERAL		6,41	4,95	1,46

Tabela 5.14: Médias das Dimensões da Qualidade

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

No que tange a dimensão que trata da confiabilidade, percebe-se uma considerável insatisfação por parte dos usuários, visto que as percepções do serviço da APS foram consideradas inadequadas por apresentarem um *gap* elevado (média = 1,15) com uma alta discrepância entre a expectativa e a percepção. Desde modo, esta dimensão é considerada pelos respondentes como insatisfatória.

Verifica-se na dimensão da presteza, que as expectativas obtiveram valor elevado, destacando-a em relação aos demais aspectos. Conclui-se assim, que esta dimensão é uma das mais almejadas pelos usuários da APS e que o desempenho visto pela percepção está aquém do esperado pelos usuários. E esse entendimento fica explícito com o elevado valor da lacuna (média = 2,23).

No tocante a dimensão da segurança observa-se um índice considerável relacionado à expectativa, porém ainda muito elevado diferentemente da percepção que ainda esta aquém do esperado pelos usuários. É perceptível a divergência existente entre o que os usuários esperam em relação aos serviços daquilo que é evidenciado nos dados obtidos percebido através da lacuna (média = 1,38).

Analisando a dimensão da empatia os dados revelam que os aspectos relacionados à expectativa são de extrema importância visto que a percepção nesta dimensão é a mais baixa diante das outras e que a qualidade nesse aspecto é inaceitável verificado na lacuna (média = 1,91) sendo a segunda maior entre as demais dimensões. O desempenho da APS nessa categoria vista pelos seus usuários tem sido pouco considerado pela organização havendo assim uma má adequação da qualidade.

Em relação à dimensão direcionada aos aspectos tangíveis os dados coletados demonstram que foi o de menor índice no que tange a expectativa e a percepção obteve o maior valor manifestado por parte dos usuários. Essa dimensão é considerada

extremamente importante na percepção apesar de ser o menor valor dentre as outras lacunas (média = 0,66) visto que os dados expostos comprova esta afirmativa.

Na sua totalidade, o que se pode deduzir é que existe na Agência da Previdência Social (APS) uma defasagem percebida pelos os seus usuários, visto que suas expectativas apresentam um valor superior em relação à percepção e o *gap* (média = 1,46) obtido dentre a média das cinco dimensões é considerado extremamente alto pela discrepância entre a expectativa e a percepção. Pode averiguar é que a qualidade está aquém do esperado, pelos entrevistados.

O próximo capítulo apresenta às conclusões, implicações gerenciais, as limitações e as sugestões para futuros estudos.

6. CONCLUSÕES

6.1 INTRODUÇÃO

Este capítulo apresenta as conclusões, implicações gerenciais, limitações e sugestões para novas pesquisas.

6.2 CONCLUSÕES E IMPLICAÇÕES GERENCIAIS

A qualidade percebida é influenciada sob a ótica dos clientes em suprir necessidades específicas seja de bens ou serviços e da expectativa em relação ao serviço prestado, sendo analisado através dos desejos e anseios dos usuários (LOVELOCK; WIRTZ 2006).

É nessa perspectiva, que a pesquisa realizada teve como finalidade medir as expectativas e percepções na visão dos usuários, visando averiguar as diferenças encontradas no que tange as lacunas existentes, do que os usuários esperam do serviço e o que de fato é adquirido na percepção destes, sendo analisada na instituição da Previdência Social.

Baseado na revisão literária e dos dados coletados a partir da comparação dos cinco atributos das dimensões da qualidade (confiabilidade, presteza, segurança, empatia e aspectos tangíveis) distribuídas entre os dezoito atributos presentes nas afirmativas do questionário, constatou-se que na APS existe uma defasagem na qualidade dos serviços prestados, visto que, as expectativas são superiores as percepções na visão dos usuários da organização supracitada.

Na dimensão da confiabilidade foi revelado que as percepções foram inferiores as expectativas, principalmente no atributo relacionado ao cumprimento dos prazos. Percebe-se uma insatisfação dos usuários, sendo necessário urgentemente aderir uma estratégia gerencial relacionada aos prazos estabelecidos analisando previamente a demanda existente.

No tocante a dimensão da presteza, é perceptível nos dados coletados que dentre as outras dimensões, esta foi a que teve uma maior insatisfação por parte dos usuários e dentre os dois atributos abordados, aquele que teve um maior índice de reprovação foi dos funcionários demonstrarem boa vontade e rapidez no atendimento. Sugere-se realizar um *braisntorming* entre os servidores e analisar os pontos fortes e fracos para que sejam melhorados nesta atribuição.

Em relação aos aspectos que envolvem a dimensão da segurança, o atributo que foi destacado é direcionado ao cumprimento das datas e horários prometidos que dentre todos os atributos, ou seja, das dezoito afirmações vista no questionário foi a que teve maior índice de insatisfação por parte dos usuários, revelando assim, um nível de qualidade muito abaixo da ideal. E uma estratégia gerencial para essa dimensão seria uma reorganização de toda instituição na distribuição dos funcionários priorizando o atendimento aos usuários.

No que tange a dimensão da empatia, estar em segundo lugar ficando atrás da presteza com um alto índice de uma má qualidade relacionados à satisfação dos serviços percebidos. Pois de acordo com os dados, o atributo dos “procedimentos que levam em consideração a satisfação dos usuários” obteve um nível negativo perante os usuários. E em relação ao atributo do atendimento personalizado e individual também teve um nível considerado alto de insatisfação. Entretanto, o atributo relacionado ao horário conveniente dentre as dezoito afirmativas foi o que teve um índice menor entre a discrepância do *gap*, mas apesar de ser a menor dentre as outras, ainda assim deve ser analisado, pois o serviço percebido não atingiu o patamar normal, ou seja, ideal de qualidade. Uma sugestão de estratégia para essa dimensão é treinar os servidores/funcionários para atender os usuários de forma personalizada buscando saber as reais necessidades destes.

Ao tratar dos aspectos tangíveis, percebe-se que dentre as outras dimensões foi a que obteve a menor média de discrepância destacada nas lacunas, mas apesar de ter sido dentre as dimensões a de menor valor ainda existe uma considerável insatisfação, pois o serviço desejado ainda esta aquém do esperado pelos usuários. E aos atributos desta categoria o que mais obteve destaque foi o ambiente físico atraente. Uma estratégia que pode ser solicitada nesta dimensão é servir produtos como exemplo “cafezinho” uma forma de despertar valor aos serviços oferecidos pela APS.

Portanto, “os gerentes precisam pensar sistematicamente em todas as facetas do pacote de serviços e enfatizar a vantagem competitiva em atributos que serão valorizados pelos clientes” (LOVELOCK; WIRTZ, 2006, p. 52).

Dessa forma, percebe-se que a Previdência Social precisa rever os conceitos relacionados a cada atributo que foi proposto nas afirmativas do questionário aplicado com o intuito de intervir na forma de organizar suas tarefas buscando em sua totalidade uma melhor interação entre líderes, funcionários e usuários.

E com o objetivo de melhorar a qualidade dos serviços sugere-se que a organização pesquisada analise as recomendações citadas por Kotler e Keller (2006) citadas na seção 3.4, as quais são:

- Ouvir e saber entender as necessidades dos usuários;
- cumprir os prazos prometidos analisando a confiança;
- ter serviços básicos que são os requisitos mínimos para a prestação do serviço;
- observar o *designer* do serviço englobando todos os aspectos relacionados;
- obter um sistema de reparação estimulando os usuários a reclamar buscando soluções gerenciais para os problemas;
- superar as expectativas dos usuários;
- preservar pela justiça no procedimento do serviço;
- trabalhar em equipe com o intuito de motivar os funcionários;
- fazer pesquisa e
- ter um bom líder que transmita confiança.

6.3 LIMITAÇÕES DE ESTUDO

Em relação a esta pesquisa um dos pontos de restrições esta direcionada a coleta dos dados que podem ser abrangidas para as diversas Agências da Previdência Social do Estado de Pernambuco, buscando assim uma maior precisão no estudo apresentado.

Outro ponto destacado é que para uma maior adequação dos resultados da pesquisa é necessário uma análise qualitativa dentre os entrevistado que de acordo com Malhotra (2006, p. 156) “a pesquisa qualitativa é muito útil para descobrir quais os sentimentos são importantes para os clientes”.

6.4 SUGESTÕES PARA FUTUROS ESTUDOS

Inicialmente, sugere-se que esta pesquisa seja utilizada entre outras instituições públicas, tendo como base a ferramenta SERVQUAL a qual deu embasamento ao resultado desta pesquisa.

Demais é de extrema importância que esta pesquisa seja realizada entre as Agências de outras cidades circunvizinhas com o objetivo de comparar os resultados obtidos.

Finalmente, recomenda-se que esse estudo seja analisado posteriormente pela instituição pesquisada Agência da Previdência Social de Caruaru, a fim de que sejam analisados alguns gargalos destacados nos resultados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACARTE (2009). Disponível em <<http://professorbarcante.files.wordpress.com/2009/05/capitulo1.pdf>>. Acesso em 20 de junho de 2013.

BRASIL. Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado. MARE. Programa da qualidade e participação na administração pública. Brasília, 1997. (Caderno MARE da Reforma do Estado, 4).

CANNAC, Y. *La qualité des services publics*. Paris: La Documentation Française, 2004. (Bibliothèque des Rapports Puablics).

CARBONE, Célia Opice. *Seguridade social no Brasil: ficção ou realidade?* São Paulo : Atlas, 1994.

CARDOSO, F. A. R., NETO, A. C. *Análise da qualidade no setor de serviços segundo o método de avaliação SERVQUAL*. Tese de Doutorado. Curitiba: UFPR, 2004.

CARVALHO, Marly Monteiro de. *et al. Gestão da qualidade: teoria e casos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. – 7ª reimpressão.

CHIAVENATO, Idalberto. *Introdução à Teoria Geral da Administração*. São Paulo: Campus, 2005.

COOPER, DONALD R. *Métodos de pesquisa em administração*/ Donald R. Cooper e Pamela S. Schilder; trad. Luciana de Oliveira da Rocha. – 7. ed. – Porto Alegre: Bookman, 2003.

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

DUARTE, Carolina Costa Cinelli Pimentel. *Avaliação da qualidade percebida em serviços: aplicação da escala SERVQUAL em uma empresa brasileira de telefonia*. Dissertação de Mestrado Profissionalizante. Rio de Janeiro: Curso de Administração Geral. Faculdade de Economia e Finanças IBMEC, 2008.

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

Gil, A.C. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002

GOES, Hugo Medeiros de, 1968- *Manual de direito previdenciário*/ Hugo Goes. – 4.ed. – Rio de Janeiro: Ed. Ferreira, 2011.

GRÖNROOS, Christian. *Marketing Gerenciamento e Serviços*/ Christian Grönroos; tradução de Arlete Simille Marques. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 3ª reimpressão.

GOOGLE. *Logotipo da Previdência Social*. Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=logotipo+da+previdencia+social&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=FlkrUpTfAa6s4AOwoIDAAg&sqi=2&ved=0CDUQsAQ&biw=1280&bih=699#facrc=&imgdii=&imgsrc=YuTm2ffhWAAq3M%3A%3BpKnM3jiigknTnM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.blogdomax.com.br%252Fwp-content%252Fuploads%252F2012%252F10%252FPrevidencia-Social-logo1.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.blogdomax.com.br%252Fdesvio-de-dinheiro-ou-ma-conduta-na-previdencia-social-pode-se-tornar-crimehediondo%3B437%3B202>>. Acesso em: 07 de setembro de 2013.

HAIR, JR., JOSEPH F. *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*/ Joseph F. Hair, Jr., Barry Babin, Arthur H. Money e Phillip Samouel. Trad. Lene Belon Ribeiro. – Porto Alegre: Bookman, 2005.

HOROWITZ, J. *Qualidade de Serviço: a batalha pela conquista do cliente*. São Paulo: Nobel, 1993.

JOHNSON, Ross, WINCHELL, Willian O. *Production and Quality*. Milwaukee (WI): American Society of Quality Control, 1989, p.2.

JURAN, J. M. *Total Service Quality*. Juran Institute Inc., Wilton, CT, USA, 1990.

JURAN, J. M., GRYNA, F. *Controle da Qualidade handbook*. Conceitos, Políticas e Filosofias da Qualidade. São Paulo: Makron Books, v.1., 1991.

KOHAMA, H. *Contabilidade pública*. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

KOTLER, PHILIP. Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos. 2. ed. São Paulo: Pearson education S. A., 2005.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L; *Administração de Marketing*. 12 ed. - São Paulo:

LACERDA, Flávia Alves de Brito. *Gestão da qualidade: fundamentos da excelência*. Brasília: SEBRAE, 2005.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Marketing de serviços*. 2ª ed. – São Paulo: Atlas, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Qualidade total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos*/ Alexandre Luzzi Las Casas. – 6. ed. – São Paulo: Atlas, 2008.

LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. *Serviços: marketing e gestão*. São Paulo: Saraiva, 2006.

MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*/ tradução Laura Bocco. – 4. ed.- Porto Alegre: Bookman, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos da metodologia científica*. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MATTAR, Fauze N. *Pesquisa de marketing*: Edição compacta. São Paulo: Atlas, 1996.

MEIRELLES, H. L. *Direito administrativo brasileiro*. 23 ed. São Paulo: Malheiros, 1990.

MELLO, Celso A. Bandeira de. *Curso de direito administrativo*. 15. ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2003.

NASSIF, LUIS DE. *A modernização da previdência social*. Disponível em: <http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/a-modernizacao-da-gestao-da-previdencia>.

Acesso em: 02 de julho de 2013.

OLIVEIRA, Otavio J. *Gestão da qualidade: Tópicos avançados*. São Paulo: Pioneira Thopson Learning, 2003.

OLIVEIRA, Otavio J. *Gestão da qualidade: Tópicos avançados*. São Paulo: Pioneira Thopson Learning, 2006.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. *Tratado de Metodologia Científica*. São Paulo: Pioneira, 1997.

PALADINI, EDSON PACHECO. *Gestão estratégica da qualidade: princípios, métodos, e processos*/ Edson Pacheco Paladini – São Paulo: Atlas, 2008.

PALADINI, EDSON PACHECO. *Gestão de Qualidade: teoria e prática*. – 2. ed. – 10. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, *Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. Journal of Retailing, New York, v. 64, n. 1, Spring 1988.

PREVIDÊNCIA SOCIAL. *Benefícios da Previdência Social*. Disponível em: <http://www.mpas.gov.br/>. Acesso em: 28 de Junho de 2013.

REVISTA FOLHA ONLINE. *Eleições 2006*. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2006/eleicoes/candidatosdeputado_federal-sp-1331.shtml. Acesso em: 06 de Junho de 2013.

REVISTA HABANERO: O homem cordial na revolta popular: como o comportamento do cidadão brasileiro dilui o sentimento de indignação e facilita a cooptação. Disponível em: <http://www.revistahabanero.org/v4/2013/07/05/o-homem-cordial-na-revolta-popular-como-o-comportamento-do-cidadao-brasileiro-dilui-o-sentimento-de-indignacao-e-facilita-a-cooptacao/> Acesso em: 06 de agosto de 2013.

SANTOS, Luciano Costa. *Gestão da qualidade no serviço público*: livro didático. Palhoça: UnisulVirtual, 2008

ZEITHAML, Valarie A.; BERRY, L.; PARASURAMAN, A. *The behavioral consequences of service Quality. Journal of Marketing*, v.60, april 1996.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. *Marketing de serviços: A empresa com foco no cliente*. 2ª ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2003.

APÊNDICE A

MODELO DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Bloco 3: Perfil do usuário/cliente

Por gentileza, fale sobre você.

1. Qual é o seu sexo?

() Feminino () Masculino

2. Qual é a sua idade?

- () até 17 anos
() de 18 a 35 anos
() de 36 a 53 anos
() acima de 53 anos

3. Qual é o seu estado civil?

- () solteiro (a)
() casado (a)
() divorciado (a)
() viúvo (a)

4. Qual é a sua escolaridade?

- () 1º grau incompleto/ completo
() 2º grau incompleto/ completo
() ensino superior incompleto/completo
() pós-graduação incompleta/completa

5. Qual sua renda familiar mensal?

- () até 1 salário mínimo (R\$ 678,00)
() entre 1 e 2 salários (R\$ 678,01 a R\$ 1356,00)
() entre 2 e 3 salários (R\$ 1356,01 a R\$ 2034,00)
() mais de 3 salários (a partir de R\$ 2034,01)

6. Qual benefício que você recebe da agência do INSS?

- () não recebo
() aposentadoria
() pensão
() salário-maternidade
() auxílio doença
() outros

7. Há quanto tempo recebe benefício da agência do INSS?

- () não recebo
() menos de 1 ano
() entre 1 ano e 5 anos
() entre 5 anos e 10 anos
() mais de 10 anos

8. Domicílio (onde você mora)?

- () Caruaru
() Riacho das Almas
() São Caetano
() Toritama
() outros

**QUESTIONÁRIO****Bloco 1: Expectativas dos usuários/clientes.**

O objetivo desta pesquisa é saber suas opiniões a respeito do serviço prestado pelas Agências do INSS. Primeiramente, é importante entender suas expectativas, ou seja, o que um usuário/cliente espera a respeito dos serviços prestados por qualquer Agência do INSS. Por gentileza, indique seu nível de concordância para cada afirmativa marcando com "X" em um dos sete números marcando de acordo com a seguinte escala:

Discordo Totalmente	Discordo	Discordo Parcialmente	Nem Concordo Nem Discordo	Concordo Parcialmente	Concordo	Concordo Totalmente
1	2	3	4	5	6	7
1. As agências do INSS devem ter equipamentos modernos (computadores, impressoras, entre outros).	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. As instalações físicas devem ser visualmente atraentes (móveis, ar condicionado, iluminação,...) e bem conservadas (limpeza e manutenção).	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Os funcionários do INSS devem usar roupas e acessórios (brincos, colares, entre outros) discretos (não chame atenção) e elegantes.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Os funcionários do INSS devem se preocupar com a aparência (barba e cabelos cortados, unhas limpas).	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. As agências do INSS (localização da agência, organização dos setores, entre outros) devem levar em consideração o tipo de serviço prestado (atendimento).	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. As agências do INSS devem cumprir os prazos prometidos aos usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. As agências do INSS devem inspirar (transmitir) confiança em seus usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. As agências do INSS devem atender o usuário nas datas e horários prometidos (agendados).	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9. As agências do INSS devem manter seus registros (informações sobre os usuários, tais como endereço, dependentes, entre outras) atualizados.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10. Os funcionários das agências do INSS devem demonstrar boa vontade e presteza (rapidez) no atendimento aos usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
11. Os funcionários da agência do INSS devem transmitir segurança nas informações fornecidas aos usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
12. Os usuários da agência do INSS devem ser capazes de confiar nos funcionários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
13. Os usuários devem se sentir seguros em relação aos procedimentos (marcação dos atendimentos, processo de aposentadoria, perícia médica, entre outros).	☐	☐	☐	☐	☐	☐
14. Os funcionários das agências do INSS devem tratar os usuários de forma educada e cortês (gentil).	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Continuando...

15. Os funcionários das agências do INSS devem tratar os usuários de forma personalizada e individual.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
16. Os funcionários das agências devem receber treinamento adequado do INSS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
17. Os procedimentos (durante o atendimento) do INSS devem levar em consideração a satisfação dos seus usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
18. As agências do INSS devem funcionar em horário conveniente para seus usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Bloco 2: Percepções dos usuários/clientes.

Agora é necessário entender as suas percepções a respeito do serviço prestado pela Agência do INSS de Caruaru, ou seja, como você percebe as características de qualidade ligadas ao desempenho desse serviço. Por gentileza, indique seu nível de concordância para cada afirmativa a seguir marcando um "X" em um dos sete números de acordo com a seguinte escala:

Discordo Totalmente	Discordo	Discordo Parcialmente	Nem Concordo Nem Discordo	Concordo Parcialmente	Concordo	Concordo Totalmente
1	2	3	4	5	6	7
1. A agência do INSS de Caruaru tem equipamentos modernos (computadores, impressoras, entre outros).	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. As instalações físicas do INSS de Caruaru são visualmente atraentes (móveis, ar condicionado, iluminação,...) e bem conservadas (limpeza e manutenção frequentes).	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Os funcionários do INSS de Caruaru usam roupas e acessórios (brincos, colares, entre outros) discretos (não chama atenção) e elegantes.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Os funcionários do INSS de Caruaru se preocupam com a aparência (barba e cabelos cortados, unhas limpas).	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. A agência do INSS de Caruaru (localização da agência, organização dos setores, entre outros) levam em consideração o tipo de serviço prestado (atendimento aos usuários).	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Continuando...

6. A agência do INSS de Caruaru cumpre os prazos prometidos aos usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. A agência do INSS de Caruaru inspira (transmitir) confiança para seus usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. A agência do INSS de Caruaru atende o usuário nas datas e horários prometidos (agendados).	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9. A agência do INSS de Caruaru mantém seus registros (informações sobre os usuários, tais como endereço, dependentes, entre outros) atualizados.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10. Os funcionários da agência do INSS de Caruaru demonstram boa vontade e presteza (rapidez) no atendimento aos usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
11. Os funcionários da agência do INSS de Caruaru transmitem segurança nas informações fornecidas aos usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
12. Os usuários da agência do INSS de Caruaru são capazes de confiar nos funcionários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
13. Os usuários sentem seguros em relação aos procedimentos (marcação dos atendimentos, processo de aposentadoria, perícia médica, entre outros) da agência do INSS de Caruaru.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
14. Os funcionários da agência do INSS de Caruaru tratam os usuários de forma educada e cortês (gentil).	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
15. Os funcionários da agência do INSS de Caruaru tratam os usuários de forma personalizada e individual.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
16. Os funcionários da agência de Caruaru recebem treinamento adequado do INSS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
17. Os procedimentos (durante o atendimento) do INSS de Caruaru levam em consideração a satisfação dos seus usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
18. A agência do INSS de Caruaru funciona em horário conveniente para seus usuários.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

APÊNDICE B

TABULAÇÃO DOS DADOS