



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

HERELES WILSON DE OLIVEIRA

MODELO SERVQUAL: UM ESTUDO DE CASO EM UM SETOR DE
ALMOXARIFADO DE UMA INSTITUIÇÃO FEDERAL DE ENSINO SUPERIOR DO
ESTADO DE PERNAMBUCO

Caruaru

2023

HERELES WILSON DE OLIVEIRA

MODELO SERVQUAL: um estudo de caso em um setor de almoxarifado de uma
Instituição Federal de Ensino Superior do Estado de Pernambuco

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de
ADMINISTRAÇÃO do Campus Agreste da
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE,
na modalidade de monografia, como requisito
parcial para a obtenção do grau de
bacharel/licenciado em ADMINISTRAÇÃO.

Área de concentração: Administração da
Qualidade.

Orientador (a): Maria Auxiliadora do Nascimento Melo

Caruaru

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Oliveira, Hereles Wilson de.

MODELO SERVQUAL: um estudo de caso em um setor de almoxarifado
de uma Instituição Federal de Ensino Superior do Estado de Pernambuco /
Hereles Wilson de Oliveira. - Caruaru, 2023.

63p. : il., tab.

Orientador(a): Maria Auxiliadora do Nascimento Mélo

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Administração, 2023.

Inclui referências, apêndices.

1. SERVQUAL. 2. Qualidade em serviços. 3. Instituição Federal. 4. Técnicos
Administrativos em Educação (TAEs). I. Mélo, Maria Auxiliadora do
Nascimento. (Orientação). II. Título.

650 CDD (22.ed.)

HERELES WILSON DE OLIVEIRA

MODELO SERVQUAL: um estudo de caso em um setor de almoxarifado de uma
Instituição Federal de Ensino Superior do Estado de Pernambuco

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de
ADMINISTRAÇÃO do Campus Agreste da
Universidade Federal de Pernambuco – UFPE,
na modalidade de monografia, como requisito
parcial para a obtenção do grau de
bacharel/licenciado em ADMINISTRAÇÃO.

Aprovada em: 18/09/2023

Profa. Dra. Maria Auxiliadora do Nascimento Mélo (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr^a. Alane Alves Silva (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Dra. Luciana Cramer (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico esse trabalho aos meus pais: Helio Wilson de Oliveira e Veronica Maria da Silva que sempre me incentivaram a estudar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por mais essa conquista em minha vida, pois sem a sua grandiosidade eu não chegaria até aqui.

Agradeço também aos meus pais Helio Wilson de Oliveira e Veronica Maria da Silva que com seus conselhos motivaram-me a chegar até este momento da minha caminhada acadêmica.

Agradeço a minha esposa Cleytiane Santos que me incentivou em toda essa jornada, desde o instante que iniciei meu curso até agora.

Maria Auxiliadora, minha orientadora, agradeço pela oportunidade que você me concedeu em aceitar o desafio de me conduzir nesta reta final da minha graduação, sou muito grato por tudo.

Por todos os professores que deram aula durante este curso de Administração, todos muito bem preparados, qualificados e habilidosos com suas respectivas disciplinas, foram tantos ensinamentos durante esse tempo que só tenho a agradecer.

Pelos meus colegas de turma, momentos únicos vividos de aprendizado que não sairão de minha memória, pelas reuniões de grupos que tínhamos para entregar as dezenas de trabalhos e seminários acadêmicos.

Agradeço pela Instituição, Universidade Federal de Pernambuco, pela sua representatividade na vida de um jovem que sempre sonhou em estudar nas suas dependências, sua importância para a comunidade acadêmica brasileira e na oportunidade que a Instituição oferece para quem é estudante, servidor, prestador de serviço direto ou indireto.

Por fim agradeço ao setor e aos servidores do Almoxarifado do CAA, pela disponibilidade de realização do meu trabalho.

A dúvida é o princípio da sabedoria. (Aristóteles)

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo geral avaliar a qualidade dos serviços prestados pelo setor de almoxarifado de uma Instituição federal de ensino superior do estado de Pernambuco a partir da perspectiva dos Técnicos Administrativos em Educação (TAEs). A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa e qualitativa, utilizando o modelo SERVQUAL. A coleta de dados foi realizada no mês de agosto de 2023, por meio de um questionário aplicado a uma amostra de 22 servidores TAEs, selecionados por conveniência. Os resultados foram analisados comparando as médias das expectativas e percepções dos servidores em relação a cada dimensão do SERVQUAL. As análises revelaram que, em todas as dimensões, as percepções dos TAEs foram inferiores às expectativas, indicando insatisfação com os serviços do almoxarifado. Os maiores gaps foram observados nas dimensões Tangibilidade e Confiabilidade. Itens como “Consulta informatizada de materiais” e “Instalações físicas adequadas” destacaram-se como áreas críticas que precisam de melhorias. As conclusões indicam a necessidade de ações corretivas para aprimorar o setor de almoxarifado da organização e proporcionar um serviço mais satisfatório aos servidores TAEs, contribuindo assim para a melhoria geral da instituição.

Palavras-chaves: SERVQUAL; Qualidade em serviços; Instituição Federal; Técnicos Administrativos em Educação (TAEs).

ABSTRACT

This study aimed to assess the quality of services provided by the warehouse department of a federal higher education institution in the state of Pernambuco, Brazil, from the perspective of Administrative Technicians in Education (TAEs). The research adopted both quantitative and qualitative approaches, utilizing the SERVQUAL model. Data collection took place in August 2023 through a questionnaire administered to a convenience sample of 22 TAEs. The results were analyzed by comparing the means of TAEs expectations and perceptions across each SERVQUAL dimension. The analyses revealed that, across all dimensions, TAEs perceptions fell short of their expectations, indicating dissatisfaction with the warehouse department's services. The largest gaps were observed in the Tangibility and Reliability dimensions. Items such as "Computerized material consultation" and "Adequate physical facilities" emerged as critical areas in need of improvement. The findings highlight the need for corrective actions to enhance the organization's warehouse department and provide more satisfactory services to TAEs, thereby contributing to the overall improvement of the institution.

Keywords: SERVQUAL; Service Quality; Federal Institution; Administrative Technicians in Education (TAEs).

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -	As eras da qualidade.....	17
Quadro 2 -	As eras da qualidade.....	18
Quadro 3 -	Conceitos de Qualidade.....	19
Quadro 4 -	Diferenças entre serviços e bens físicos.....	22
Quadro 5 -	A comparação entre produtos e serviços.....	23
Quadro 6 -	Três fases de consumo de serviços.....	24
Quadro 7 -	Gaps existentes e suas características.....	26
Quadro 8 -	Determinantes da qualidade percebida de serviço.....	27
Quadro 9 -	SERVQUAL: uma escala multidimensional para capturar as percepções e as expectativas do cliente com a qualidade do serviço....	29
Quadro 10 -	Questionário - Vantagens e desvantagens.....	35
Quadro 11 -	Apuração dos resultados das expectativas e percepções referentes à dimensão tangível.....	44
Quadro 12 -	Apuração dos resultados das expectativas e percepções referentes à dimensão confiabilidade.....	45
Quadro 13 -	Apuração dos resultados das expectativas e percepções referentes à dimensão prestação.....	46
Quadro 14 -	Apuração dos resultados das expectativas e percepções referentes à dimensão segurança.....	48
Quadro 15 -	Apuração dos resultados das expectativas e percepções referentes à dimensão empatia.....	49
Quadro 16 -	Contabilização dos resultados a respeito das dimensões.....	52
Quadro 17 -	Contabilização dos resultados a respeito das médias das dimensões.....	53

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	Pergunta de Pesquisa.....	13
1.2	Objetivos.....	13
1.2.1	Objetivo Geral.....	13
1.2.2	Objetivos Específicos.....	14
1.3	Justificativa.....	14
1.4	Organização do Trabalho.....	15
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	17
2.1	Qualidade.....	17
2.2	Serviço.....	21
2.3	Qualidade em Serviço.....	24
2.4	Ferramenta de avaliação da qualidade: SERVQUAL.....	26
2.5	Serviço Público.....	32
3	METODOLOGIA.....	34
3.1	Procedimentos Metodológicos.....	34
3.2	Empresa Estudo de Caso.....	36
3.3	Coleta de Dados.....	40
3.3.1	O Tipo de Amostragem.....	41
3.3.2	Universo da Pesquisa.....	42
3.3.3	Tamanho da Amostra.....	42
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	43
4.1	RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO.....	43
4.1.1	Dimensão Tangibilidade.....	43
4.1.2	Dimensão Confiabilidade.....	45
4.1.3	Dimensão Presteza.....	46
4.1.4	Dimensão Segurança.....	47
4.1.5	Dimensão Empatia.....	49
4.1.6	Resumo de Todas as Dimensões.....	50
4.2	IDENTIFICAÇÃO DE MELHORIAS PARA O ALMOXARIFADO.....	54
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	56
5.1	Limitações do Estudo.....	57
5.2	Sugestões para trabalhos futuros.....	57

REFERÊNCIAS	58
APÊNDICE A - Questionário.....	61

1 INTRODUÇÃO

Assim como as áreas de administração de recursos humanos, administração financeira, administração de marketing, administração estratégica, a administração da qualidade tem um papel fundamental nas organizações. Para Taguchi (1986), qualidade é uma medida em que um conjunto de características inerentes atende aos requisitos dos usuários.

Sendo uma área muito importante para o sucesso das organizações existem vários estudos sobre administração da qualidade. Ishikawa (1997) define que Qualidade é satisfazer radicalmente o cliente, para ser agressivamente competitivo. A competitividade é muito grande e agradar os clientes é primordial para obter bons resultados. Inclusive nos setores de serviços, onde a participação desse setor na economia vem aumentando nos últimos anos. (CARVALHO et al. 2005)

Meirelles (2003) define que o setor de serviço é caracterizado pela produção de produtos tangíveis ou intangíveis. Constituindo um dos setores que mais emprega pessoas no país. Segundo o IBGE (2020) exemplos de categorias que se enquadram no setor de serviço são: serviços de informação e comunicação, serviços profissionais, administrativos e complementares, transportes, atividades imobiliárias, serviço de manutenção e reparação entre outros.

Também fazendo parte dessa categoria tem-se a Administração Pública, que possui como um de seus propósitos a prestação de um serviço de qualidade e eficiente para toda a sociedade (FREITAS 2008). Com esse objetivo o Estado também busca fazer estudos para medir a qualidade em seus serviços. Visto que um dos princípios da Administração Pública é a eficiência na prestação de seus serviços, além do princípio da eficiência a Administração Pública possui os seguintes princípios: princípio da legalidade, impessoalidade, moralidade e publicidade. (CONSTITUIÇÃO, 1988, Art. 37)

Para as organizações atingirem seus objetivos, investimentos em várias áreas foram e são realizadas. Visando o desenvolvimento dessas empresas, em especial organizações do setor de serviços. A administração da qualidade desenvolveu ferramentas para aperfeiçoar seus serviços e medir a qualidade desses.

Com esse propósito muitas dessas instituições têm recorrido a ferramentas para fazer essas mensurações da qualidade prestada em seus estabelecimentos. Sendo uma das ferramentas amplamente utilizadas para avaliar a qualidade percebida pelos clientes em relação aos serviços oferecidos por uma empresa, destaca-se o modelo SERVQUAL (PARASURAMAN et alii, 1988). O modelo Servqual compara a diferença entre as

expectativas do cliente e as percepções e da qualidade do serviço prestado. Sendo composta por cinco dimensões que representam as principais áreas de avaliação da qualidade de serviço.

Outra ferramenta bastante utilizada para avaliação da qualidade em serviço é a SERVPERF (CRONIN; TAYLOR, 1992). Diferente do modelo anteriormente citado, essa ferramenta se baseia em medir a satisfação do cliente pela percepção dele em relação aos serviços prestados pela organização em estudo.

Portanto na busca de avaliar a qualidade de um serviço, este trabalho visa medir a qualidade de um serviço público, ofertado por um setor de almoxarifado de uma Instituição Federal de Ensino Superior do estado de Pernambuco, essa avaliação será realizada utilizando a ferramenta SERVQUAL, na qual busca avaliar a qualidade dos serviços comparando a diferença entre as expectativas que os usuários possuem de um setor de almoxarifado em relação à percepção que esses usuários têm do almoxarifado desta Instituição Federal de Ensino Superior, utilizando o modelo SERVQUAL, no qual é um instrumento bastante útil para medição da qualidade e eficiência de um serviço.

1.1 Pergunta de Pesquisa

Ofertar um serviço eficiente e de qualidade no setor público é algo que a Administração Pública prevê e busca constantemente, sendo, o princípio da eficiência, um dos princípios da Administração Pública. É preciso que haja avaliação da qualidade do setor público e, assim, os órgãos públicos percebam onde precisam melhorar. Portanto, a pergunta de pesquisa apresentada é: Como os Técnicos Administrativos em Educação (TAEs) de uma Instituição Federal de Ensino Superior do interior do estado de Pernambuco, avaliam o serviço prestado do setor de almoxarifado dessa Instituição?

1.2 Objetivos

Nesta seção serão apresentados o objetivo geral e objetivos específicos.

1.2.1 Objetivo Geral

Este trabalho tem como objetivo avaliar a qualidade do serviço prestado aos TAEs de um setor de almoxarifado de uma IFES localizada na cidade de Caruaru - PE e sugerir melhorias a alguns pontos de insatisfação dos usuários.

1.2.1 Objetivos Específicos

- Elaborar a fundamentação teórica;
- Elaborar questionário para a pesquisa utilizando o modelo SERVQUAL;
- Analisar a satisfação dos usuários com a prestação do serviço de almoxarifado da IFES em estudo;
- Propor melhorias a alguns pontos identificados como mais insatisfatórios;
- Desenvolver as considerações finais do trabalho.

1.3 Justificativa

A qualidade desempenha um papel crucial nas organizações, sendo diretamente relacionada à satisfação do cliente, à reputação da organização e à conquista de vantagens competitivas (Kotler, 2000). Sendo um diferencial que agrega valor a um serviço, aumentando a contribuição para o sucesso das organizações, tanto da esfera pública quanto privada.

Um serviço ou produto de qualidade além de ser fundamental para o desenvolvimento das empresas privadas tem seu papel primordial no que se refere ao serviço público. O serviço público pode ser definido como a prestação de serviços essenciais, como saúde, educação, segurança, transporte, visando o bem-estar e o interesse da população. Segundo a Constituição Federal do Brasil, o serviço público deve ser prestado de forma contínua, adequada e eficiente (Brasil, 1988). Dessa maneira prestar serviços de qualidade a toda população é essencial para o desenvolvimento do setor público.

Enquadrando-se na prestação de serviços públicos educacionais as Universidades Públicas tem contribuído para o desenvolvimento do país. Segundo Boni (2008), as universidades públicas desempenham um papel crucial na democratização do acesso ao ensino superior e na promoção da igualdade social, ao oferecer educação de qualidade a estudantes de diferentes origens socioeconômicas.

Para garantir a prestação de serviços as Universidades Públicas contam com vários setores dentre eles: Reitoria, Secretarias Acadêmicas, Biblioteca, Gestão de Pessoas, Coordenação de Cursos, Setor de TI, Setor Financeiro, Infraestrutura, Almoxarifado,

Patrimônio, Setor de Transportes entre outros, responsáveis pelo funcionamento de uma Instituição de Ensino Superior. Dessa forma, a prestação de um serviço de qualidade por cada setor é essencial para o funcionamento da Instituição.

Assim como os demais setores, o setor de almoxarifado de uma Universidade têm um papel crucial para o andamento das atividades. Seu principal objetivo é atender as solicitações de materiais de expediente dos servidores, neste caso, a pesquisa deste trabalho será com os servidores do Centro Acadêmico do Agreste - CAA, da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Dispondo dos seguintes insumos: papel, utilizado para impressão de documentos; lápis, canetas; *clips*; pastas, utilizada para organizar e arquivar documentos; fitas adesivas; grampeadores; régua; marcadores de textos; *post its*; envelopes. O almoxarifado do CAA contribui para o desempenho de vários setores do campus.

A solicitação desses materiais é realizada a pedido dos servidores que necessitam de diferentes materiais e em quantidades distintas de acordo com o setor solicitante. Departamentos como Secretarias, demandam muito mais de papel do que setores como o de Transportes, TI e Infraestrutura. Prestar um serviço de qualidade, atendendo os pedidos de cada setor do CAA é o principal desafio do almoxarifado.

A realização deste TCC com o tema escolhido possui uma justificativa pessoal significativa, uma vez que, como servidor que também atua no setor da universidade, compreendo a relevância de avaliar e aprimorar a qualidade dos serviços prestados. Por meio deste estudo, tenho a oportunidade de contribuir para a melhoria das condições de trabalho e da experiência dos colegas TAEs que utilizam os serviços do almoxarifado. Além disso, ao estar inserido nesse contexto, percebo a importância de aplicar ferramentas como o modelo SERVQUAL para identificar lacunas e propor melhorias concretas. Assim, minha justificativa pessoal envolve a busca por soluções que possam otimizar o funcionamento do setor e, conseqüentemente, beneficiar a todos os envolvidos.

Dentro desse contexto, esse trabalho pretende, realizar um estudo sobre a qualidade ofertada de um setor de almoxarifado de um campus de uma IFES, além de, sugerir melhorias na qualidade dos serviços, visto que, muitas vezes as Instituições Públicas são consideradas ineficientes. Para os acadêmicos servirá como fonte de estudo e pesquisa.

1.4 Organização do Trabalho

Este estudo está estruturado em 5 capítulos que seguem:

Capítulo 1 – Introdução. Apresenta o tema, contexto e relevância do estudo. Pergunta de pesquisa, objetivos gerais, específicos e justificativa.

Capítulo 2 - Referencial Teórica. Apresenta os conceitos e modelos de qualidade, serviços, qualidade em serviços, modelo SERVQUAL e serviço público.

Capítulo 3 – Descreve a abordagem metodológica utilizada na pesquisa, metodologia do trabalho e como foi desenvolvido, desde o tipo da pesquisa, a escolha da Instituição até a estrutura do questionário.

Capítulo 4 – Resultados e Análises. Apresenta e descreve os resultados da pesquisa. Relaciona os resultados com os objetivos e perguntas de pesquisa, seguido da sugestão de melhorias.

Capítulo 5 – Conclusões. Resume os principais pontos do trabalho. Responde às perguntas de pesquisa e discute os resultados obtidos, sugere possibilidade de novos trabalhos.

CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo apresenta o referencial teórico que fundamenta o estudo sobre este trabalho. Considerando a importância desse tema na área de qualidade, é fundamental compreender as principais teorias e conceitos que o permeiam.

Este capítulo está estruturado da seguinte forma: na seção 2.1, serão apresentados os principais conceitos relacionados à qualidade; na seção 2.2, serão apresentados conceitos sobre serviços; na seção 2.3, será abordada conceitos sobre qualidade em serviços; e na seção 2.4, serão abordados conceitos sobre ferramenta de qualidade, destacando-se, a ferramenta de avaliação da qualidade: SERVQUAL. Essa estrutura permitirá uma análise abrangente do referencial teórico, fornecendo uma base sólida para a compreensão do estudo proposto.

2.1 Qualidade

A qualidade é uma preocupação que remonta a tempos ancestrais, com suas origens antes do período cristão. Ao longo da história, foi necessário percorrer um longo caminho para o desenvolvimento das práticas e teorias que culminaram no conhecimento atual sobre qualidade (OLIVEIRA, 2004)

A evolução da qualidade passou por grandes transformações. Uma das classificações temporais mais adotadas é a proposta por David Garvin (1988), conforme o Quadro 1, a seguir.

Quadro 1 - As eras da qualidade

Características Básicas	Interesse principal	Visão da qualidade	Ênfase	Métodos	Papel dos profissionais da qualidade	Quem é o responsável pela qualidade
Inspeção	Verificação.	Um problema a ser resolvido.	Uniformidade e no produto.	Instrumentos de medição.	Inspeção, classificação, contagem, avaliação e reparo.	O departamento de inspeção.
Era do controle Estatístico	Controle.	Um problema a ser resolvido.	Uniformidade e do produto com menos inspeção.	Ferramentas e técnicas Estatísticas.	Solução de problemas e a aplicação de métodos estatísticos.	Os departamentos de fabricação e engenharia (o controle de qualidade).

(continua)

Características Básicas	Interesse principal	Visão da qualidade	Ênfase	Métodos	Papel dos profissionais da qualidade	Quem é o responsável pela qualidade
Garantia da qualidade	Coordenação.	Um problema a ser resolvido, mas que é enfrentado proativamente.	Toda cadeia de fabricação, desde o projeto até o mercado, e a contribuição de todos os grupos funcionais para impedir falhas de qualidade.	Programas e sistemas.	Planejamento, medição da qualidade e desenvolvimento de programas.	Todos os departamentos, com a alta administração se envolvendo superficialmente no planejamento e na execução das diretrizes da qualidade.
Era da qualidade total	Impacto estratégico.	Uma oportunidade de diferenciação da concorrência.	As necessidades de mercado e do cliente.	Planejamento estratégico, estabelecimento de objetivos e a mobilização.	Estabelecimento de metas, educação e treinamento, consultoria a outros departamentos e desenvolvimento de programas.	Todos na empresa, com a alta administração exercendo forte liderança.

Fonte: Adaptado de Garvin, 1992.

Ainda sobre a concepção sobre as eras da qualidade, Maximiano (2000) dividiu da seguinte maneira: a era da inspeção, a era do controle estatístico e a era da qualidade total, conforme o Quadro 2, a seguir.

Quadro 2 - As eras da qualidade

ERA DA INSPEÇÃO	ERA DO CONTROLE ESTATÍSTICO	ERA DA QUALIDADE TOTAL
• Produtos são verificados um a um • Cliente participa da inspeção • Inspeção encontra defeitos, mas não produz qualidade	• Produtos são verificados por amostragem • Departamento especializado faz inspeção da qualidade • Ênfase na localização de defeitos	Processo produtivo é controlado Toda empresa é responsável Ênfase na prevenção de defeitos Qualidade assegurada

Fonte: Adaptado Maximiano (2000).

O conceito de qualidade depende da conjuntura em que é empregada. Garvin (1992) identifica cinco abordagens para a definição da qualidade:

Abordagem transcendental relata que a qualidade é sinônimo de excelência absoluta, sendo amplamente reconhecível como um padrão incontestável e de alto nível de realização. Nesse sentido, Garvin enfatiza que “(...) embora seja difícil definir a qualidade de forma precisa, há um conhecimento implícito e consensual sobre o que ela é”.

A abordagem baseada no produto concentra-se nas dimensões físicas e funcionais do produto e em como elas atendem aos requisitos e especificações estabelecidas. A qualidade é determinada pela presença ou ausência de características desejáveis, como desempenho, durabilidade, confiabilidade, estética e facilidade de uso.

A abordagem baseada no usuário destaca o foco na adaptação do produto ou serviço às exigências e características do usuário final. Portanto, a qualidade é determinada pela usabilidade, acessibilidade, segurança e outros atributos relevantes para o usuário.

Abordagem na produção concentra-se nos processos de produção e nas práticas de gestão da qualidade. A qualidade é vista como a eficiência e eficácia dos processos de produção, com ênfase na melhoria contínua e na redução de defeitos.

A abordagem no valor enfatiza a perspectiva do cliente e define a qualidade em termos do valor percebido pelo cliente. A qualidade é vista como a capacidade de um produto ou serviço atender às necessidades e expectativas do cliente.

Outras definições de qualidade são mencionadas por estudiosos da área. Manãs (1995) apresenta duas outras definições: a qualidade é a adaptação às necessidades dos clientes; e a qualidade é a manutenção de todos os clientes satisfeitos, todo o tempo.

Nesse contexto, estudiosos da área conceituam a qualidade de diversas formas. No livro “Gestão estratégica da qualidade” de Paladini (2008), é apresentada uma síntese de 22 conceitos de qualidade a partir de 1955. No quadro 3, estão destacados os 10 conceitos mais recentes.

Quadro 3 – Conceitos de Qualidade

Autor	Ano	Conceito do autor
TEBOUL	1991	Qualidade é aquilo que, às vezes, manifesta-se no momento do uso, mas também dá satisfação do ponto de vista estético, até mesmo ético, quando temos a sensação de que o produto corresponde ao que se esperava e que não fomos enganados em relação à mercadoria.
HUTCHINS	1992	A qualidade não diz respeito a apenas um produto ou serviço específico, mas a tudo o que uma organização faz, poderia ou deveria fazer para determinar não só a opinião dos seus clientes imediatos ou usuários finais, mas também a sua reputação na comunidade, em todos os seus aspectos.
ROTHERY	1993	Qualidade é a característica que faz que um produto seja projetado e fabricado para executar apropriadamente a função designada.

(continua)

Autor	Ano	Conceito do autor
HARVEY; GREEN	1993	Qualidade é o atendimento à finalidade a que o produto se destina, o que significa que na qualidade é vista como o atendimento aos requisitos, às necessidades ou aos desejos fixados pelo consumidor.
FEIGENBAUM	1994	Qualidade em produtos e serviços pode ser definida como a combinação de produtos e serviços referentes a marketing, engenharia, produção e manutenção, através dos quais produtos e serviços em uso corresponderão às expectativas do cliente.
SHIBA; WALDEN	1997	A definição de qualidade se divide em quatro adequações, ou níveis da qualidade, a saber: adequação ao padrão (o produto deve estar adequado ao padrão estabelecido, ou seja, o produto deve fazer aquilo que os projetistas pretendiam que ele fizesse); adequação ao uso (o produto deve satisfazer às necessidades de mercado, ou seja, deve ser utilizado da maneira como os clientes querem utilizá-lo); adequação ao custo (produto com alta qualidade e custo baixo, ou seja, produto com o máximo de qualidade a um custo mínimo) e adequação à necessidade latente (o produto deve satisfazer às necessidades do cliente antes que os clientes estejam conscientes dela, podendo assim proporcionar um monopólio pela empresa por um curto período de tempo)
CROSBY	1999	Qualidade é simplesmente fazer o que havíamos dito que iríamos fazer; dar ao cliente (tanto interno como externo) exatamente o que ele pediu.
DRUCKER	1999	Qualidade não é algo que o fornecedor coloca num produto ou serviço, mas algo que o cliente obtém e pelo qual paga. Os clientes pagam apenas por aquilo que lhes é útil e lhes traz valor. Nada mais constitui qualidade.
CAMPBELL; ROZSNYAI	2002	Qualidade enquanto ajuste aos fins a que se destinam os produtos é um dos possíveis critérios mensuráveis para estabelecer se uma unidade do produto atende ao objetivo a que se propõe.
VLĂSCEANU et al. (p.47)	2004	A qualidade é um conceito no qual se concretiza o esforço para atender padrões usualmente aceitos, como aqueles definidos por organismos de normalização ou credenciamento, tendo como foco o processo em andamento na organização ou o programa que foi estabelecido, considerando-se sempre objetivos e missão da própria organização.

Fonte: Paladini (2008 p. 19 a 21) Adaptado pelo autor.

A maioria dos autores acima, define qualidade como uma relação de consumo. Essa relação foi habilmente resumida por JURAN (1991), “qualidade é adequação ao uso”. Dessa forma englobando os demais conceitos.

Abaixo são citados alguns nomes ligados ao desenvolvimento da qualidade, os Gurus da Qualidade segundo CARVALHO (2005), são eles:

- Deming, nasceu nos Estados Unidos em 1900. Foi para o Japão no pós-guerra, sua convivência com os japoneses durou quase duas décadas e formulou os 14 pontos de Deming, sendo pontos enfatizados na Gestão da Qualidade.
- Juran, nasceu na Romênia, em 1904, foi o primeiro a propor uma abordagem classificada em três categorias: falhas, prevenção e avaliação. Propôs a trilogia da qualidade que envolve: planejamento da qualidade, controle da qualidade e melhoria.
- Feigenbaum, nasceu nos Estados Unidos, em 1922, tornando-se conhecido por formular o sistema de Controle Total da Qualidade (TQC)

- Crosby, nasceu nos Estados Unidos, em 1962, lançou o programa Zero Defeito, na época muito popular, tanto nas empresas, quanto em programas militares.
- Taguchi, nasceu no Japão, em 1942, ele julgava que a única forma de satisfazer o cliente era criar produto de qualidade robusta (*robust quality*).

Ao longo dos anos, a definição de tem evoluído e assumido diversas definições. Isso reflete a necessidade das organizações de se manterem atualizadas, para não perderem sua competitividade, diante das transformações do mundo globalizado. Utilizar a qualidade como uma ferramenta de competitividade em produtos e serviços é um dos principais passos para se destacar no mundo dos negócios e superar as expectativas dos consumidores. Sendo essencial que as organizações busquem o aprimoramento contínuo da qualidade.

2.2 Serviços

O enfoque na temática de serviço tem se mostrado crucial para o sucesso das organizações em diversos setores. A satisfação do cliente é um dos pilares fundamentais para qualquer empresa. Ao colocar o serviço em destaque, as organizações reconhecem que a experiência do cliente vai além da simples aquisição de um produto ou serviço.

Segundo Lovelock et. al (2011, p. 19), argumenta que os serviços envolvem uma forma de locação por meio da qual os consumidores podem obter benefícios. Outra definição é dada por Zeithaml (2011), serviços são atos, processos e atuações oferecidos ou co-produzidos por entidades ou pessoas, para outra entidade ou pessoa.

Tendo uma ampla diversidade de atividades envolvidas, os serviços, teve uma variedade de definições com o passar dos tempos. Lovelock et. al (2011) comentam que no Livro, *A riqueza das nações*, publicado em 1776, por Adam Smith, distinguiu produtos em duas categorias: “produtivos” e “improdutivo”, sendo o primeiro o que gerava bens, já o segundo criava serviços que *findavam*. Nesse caso reconhecendo como riqueza apenas os “produtivos”.

Assim sendo, conforme Lovelock et. al (2011, p. 21) menciona.

Serviços são atividades econômicas que uma parte oferece a outra. Geralmente baseadas no tempo, seu desempenho traz a seus destinatários os resultados desejados, objetos ou outros ativos pelos quais os compradores têm responsabilidade.

Em troca de dinheiro, tempo e esforço, os consumidores de serviços esperam receber o valor do acesso a bens, mão de obra, habilidade profissionais, instalações, redes e sistemas, mas eles não costumam deter a propriedade de qualquer um dos elementos físicos envolvidos.

Outra definição de serviço é dada por Gummesson (1987) “Um serviço é algo que pode ser comprado e vendido mas não se pode derrubar nos pés”. Com base em seus estudos Gronroos (2003 p. 65) conceituou serviço da seguinte maneira:

Um serviço é um processo, consistindo em uma série de atividades mais ou menos intangíveis que, normalmente, mas não necessariamente sempre, ocorrem nas interações entre o cliente e os funcionários de serviço e/ou recursos ou bens físicos e/ou sistemas do fornecedor de serviços e que são fornecidas como soluções para problemas do cliente.

Outro conceito relevante é apresentado da seguinte forma: “serviço é qualquer ato ou desempenho, fundamentalmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada. A execução de um serviço pode estar ligada ou não a um produto palpável”. (KOTLER 2000, p. 448).

Para Kotler (2000, p. 449) os serviços podem ser classificados em cinco categorias:

- Bem tangível.
- Bem tangível associado a serviços.
- Híbrida.
- Serviço principal associado a bens ou serviços secundários.
- Serviço puro.

No âmbito das atividades comerciais, é comum que os serviços sejam comparados à venda de produtos tangíveis. Enquanto os produtos físicos são facilmente percebidos pelos sentidos, os serviços, por sua natureza intangível, muitas vezes podem ser mais complexos de entender e avaliar. O quadro 4 mostra essas diferenças.

Quadro 4 – Diferenças entre serviços e bens físicos

Bens físicos	Serviços
Tangíveis	Intangíveis
Homogêneos	Heterogêneos
Produção e distribuição separadas do consumo	Processos simultâneos de produção, distribuição e consumo
Um coisa	Uma atividade ou processo
Valor central produzido na fábrica	Valor central produzido em interações comprador-vendedor
Clientes não participam (normalmente) no processo de produção	Clientes participam da produção
Podem ser mantidos em estoque	Não podem ser mantidos em estoque
Transferência de propriedade	Não há transferência de propriedade

Fonte: Adaptado de Gronroos (2004 p. 66)

Gronroos (2003, p. 65) identificou três atributos que são comuns à maioria dos serviços. São elas:

1. Serviços são processos consistindo em atividades ou uma série de atividades em vez de coisa
2. Serviços são, no mínimo até certo ponto, produzidos e consumidos simultaneamente.
3. O cliente participa do processo de produção, no mínimo até certo ponto.

Ainda em relação a essa comparação, o quadro 5 destaca as distinções fundamentais entre produtos e serviços e as implicações de cada uma destas características (ZEITHAML 2011 p.56).

Quadro 5 – A comparação entre produtos e serviços

Produtos	Serviços	Implicações resultantes
Tangíveis	Intangíveis	Os serviços não podem ser estocados. Os serviços não podem ser patenteados com facilidade. Os serviços não podem ser dispostos nem deslocados rapidamente. A precificação dos serviços é difícil.
Padronizados	Heterogêneos	A execução de um serviço e a satisfação do cliente dependem das ações do funcionário e do cliente. A qualidade do serviço depende de muitos fatores incontroláveis. Não há certeza de que o serviço executado atende ao proposto e planejado.
A produção é separada do consumo	A produção e o consumo são simultâneos	Os clientes participam e afetam a transação. Os clientes afetam-se reciprocamente. Os funcionários afetam o desfecho do serviço. A descentralização dos serviços pode se tornar essencial. A produção em massa de serviços é difícil.
Não perecíveis	Perecíveis	É difícil sincronizar a oferta e a demanda em serviço. Os serviços não podem ser devolvidos ou revendidos.

Fonte: Adaptado de Parasuraman (1985)

No que diz respeito ao comportamento dos consumidores, Levitt (1980) destaca que “os clientes não compram bens ou serviços, mas sim os benefícios que os bens e serviços lhes proporcionam”. Essa perspectiva enfatiza a importância de compreender os desejos e necessidades dos clientes, priorizando os benefícios percebidos em vez dos produtos ou serviços em si

Quanto à relação dos clientes apenas com o consumo de serviços, Lovelock et al. (2011) enfatizam que ela se desenvolve por meio de processos complexos, compreendendo três principais fases, conforme demonstrado no quadro 6.

Quadro 6 - Três fases de consumo de serviços

Três fases	Principais conceitos
1. Fase pré-compra Conscientizar-se da necessidade Buscar informações • Esclarecer necessidades • Explorar soluções • Identificar serviços e fornecedores alternativos Avaliar alternativas (soluções e fornecedores) • Examinar informações de fornecedores • Examinar informações de terceiros • Discutir opções com equipe de atendimento • Obter recomendações e feedback de consultores e outros clientes Decidir comprar o serviço e frequentemente fazer reserva	Despertar da necessidade Conjunto evocado Atributos de busca, experiência e credibilidade Risco percebido Geração de expectativas • Nível de serviço desejado • Nível de serviço previsto • Nível de serviço adequado • Zona de tolerância
2. Fase de encontro de serviço Solicitar serviço do fornecedor escolhido ou iniciar autosserviço	Momentos de verdade Encontros de serviço Sistema servuction Teorias de papéis e roteiro Metáfora teatral
3. Fase de pós-encontro Avaliar o desempenho do serviço Futuras intenções	Confirmação/não confirmação de expectativas Insatisfação, satisfação e encantamento Recompra Boca boca

Fonte: Adaptado de Lovelock et al (2011 p. 47)

Dessa forma é visto que na fase de pré compra o cliente compreende a necessidade de utilizar um serviço, busca informações sobre esse determinado serviço por fim toma a decisão se utiliza ou não. Já na fase seguinte o cliente consome esse determinado serviço, iniciando assim a experiência de consumo. A última fase consiste em avaliar o desempenho daquele determinado serviço, confirmando positivamente ou negativamente o serviço utilizado.

Dessa forma, torna-se imprescindível para praticamente todas as organizações possuir um serviço de qualidade, uma vez que isso é essencial para atrair novos clientes e fidelizá-los. Garantir a excelência nos serviços oferecidos é uma estratégia-chave para se estabelecer positivamente no mercado.

2.3 Qualidade em Serviços

A qualidade em serviços desempenha um papel crucial na organização, tanto nas empresas privadas quanto nos órgãos públicos. A satisfação do cliente é um fator determinante para o sucesso de qualquer organização.

Uma definição de qualidade direcionada para o cliente é apresentada por Kotler (2000, p. 79) como “a totalidade dos atributos e características de um produto ou serviço que afetam sua capacidade de satisfazer necessidades declaradas ou implícitas.” Essa perspectiva enfatiza a importância de compreender as necessidades e expectativas dos clientes e garantir que o produto ou serviço oferecido atenda plenamente a essas demandas, resultando em maior satisfação e fidelização dos consumidores.

A qualidade de serviço pode ser difícil de administrar, mesmo quando as falhas são de natureza tangível (LOVELOCK, 2011 p, 451). Segundo Gronroos (2003, p. 85) “dentro das organizações é preciso definir qualidade da mesma maneira que os consumidores o fazem, do contrário as empresas podem tomar decisões errôneas em programas de qualidade.” Ao considerar o contexto de qualidade e a entrega do serviço aos clientes, as empresas se organizam com base nessa perspectiva, visando alcançar a excelência na visão dos clientes e aprimorar continuamente seus processos para atender às expectativas do mercado.

Segundo Albrecht (1992) almejar a excelência em serviços abrange “um cenário no qual uma organização oferece uma qualidade e nível de serviço que superam as expectativas não apenas de seus clientes, mas também de seus proprietários e colaboradores”.

Zeithaml (2011, p. 149) afirma “no que se refere a serviços puro, por exemplo, serviços de saúde, educação, segurança, a qualidade do serviço é sempre o componente dominante nas avaliações dos clientes.”

Em relação a pesquisas sobre qualidade de em serviços, Zeithaml et al, (1990), constataram um alto grau de correlação entre diversas variáveis, consolidando-as em cinco dimensões:

- Tangibilidade (aparência de elementos físicos, equipamentos, pessoal e comunicação material);
- Confiabilidade (desempenho preciso, digno de confiança, habilidade em realizar o serviço prometido de forma confiável e acurada);
- Responsividade (vontade de ajudar o cliente e fornecer serviços rápidos, rapidez e prestimosidade);
- Segurança (credibilidade, segurança, competência, inexistência de perigo, risco ou dúvida);

- Empatia (fazer o esforço de conhecer o cliente, boa comunicação e entendimento do cliente).

2.4 Ferramenta de avaliação da qualidade: SERVQUAL

Gronroos (2003, p.97) “a maneira como a qualidade em serviço é percebida tem sido estudada desde 1980. Sendo a qualidade percebida mediante uma comparação entre expectativas e experiências.”. Os estudos mais conhecidos e mais influentes são os realizados por Berry, Parasuraman e Zeithaml, desenvolveram o instrumento SERVQUAL (GRONROOS 2003)

Antes de discutir a ferramenta SERVQUAL, é relevante destacar que a mensuração da qualidade dos serviços desempenha um papel fundamental, sendo amplamente empregada como uma estratégia essencial para a busca pela vantagem competitiva.

Parasuraman et al. (1985) desenvolveram o modelo conhecido como “5 Gaps da Qualidade de Serviços”. Este modelo tem como objetivo avaliar a discrepância entre as expectativas geradas pelos cliente e a percepção do desempenho do serviço. Nesse modelo, são identificadas cinco lacunas distintas (Gaps) diferentes. Conforme mostra o quadro 7.

Quadro 7 - Gaps existentes e suas características

Gaps (lacunas)	Características
Gap 1	Diferença entre as verdadeiras expectativas do consumidor e a percepção dessas expectativas dos gerentes.
Gap 2	Diferença entre a percepção gerencial acerca das expectativas dos clientes e a tradução dessa percepção em normas e especificações (padrões) em especificações de serviço.
Gap 3	Diferença entre as normas e especificações (padrões) descritas e o serviço efetivamente fornecido ao cliente.
Gap 4	Diferença entre o serviço realmente prestado e a comunicação externa realizada pela empresa.
Gap 5	Diferença entre o serviço prestado e o serviço percebido, sendo a resultante final em função dos outros quatro gaps.

Fonte: Adaptado Fitzsimmons e Fitzsimmons (2010)

Ao analisar o modelo dos 5 Gaps, fica evidente que essas discrepâncias podem ser avaliadas e examinadas separadamente. No entanto, a última lacuna, o Gap 5, se destaca dos demais, pois sintetiza a ocorrência de um ou mais Gaps anteriores. É por meio da mensuração do Gap 5 que a essência da utilização da escala SERVQUAL (PARASURAMAN et al, 1988)

foi desenvolvida.

A partir do Modelo de Gaps, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) conceberam o instrumento SERVQUAL para a avaliação da qualidade percebida. Este instrumento, também conhecido como modelo ou escala SERVQUAL, tornou-se uma ferramenta valiosa para medir a qualidade dos serviços.

Mensurar a qualidade de serviço é totalmente diferente de medir a qualidade de um produto, pois "...medir a qualidade de um produto pode ser objetiva, utilizando indicadores como durabilidade e números de defeitos, já a qualidade de serviços é abstrata" (ZEITHAML 2011, p. 188). A ferramenta SERVQUAL foi um dos primeiros indicadores desenvolvidos para medir a qualidade de um serviço.

Inicialmente o estudo inicial propôs 10 determinantes da qualidade de serviço (GRONROOS 2003). Conforme demonstra o quadro 8 abaixo.

Quadro 8 - Determinantes da qualidade percebida de serviço

1. Confiabilidade/Credibilidade envolve consistência de desempenho e confiança.
 - a. a empresa desempenha o serviço corretamente da primeira vez
 - b. exatidão no faturamento
2. Capacidade de resposta/Prontidão refere-se à disposição ou presteza dos funcionários para prestar o serviço:
 - a. serviço executado na hora certa
 - b. envio imediato de boletos de transação
3. Competência significa possuir a capacidade e os conhecimentos requeridos:
 - a. conhecimento e capacidade dos empregados de contato
 - b. conhecimento e capacidade do pessoal de suporte operacional
4. Acesso envolve facilidade de acesso e facilidade de contato:
 - a. o serviço é facilmente acessível por telefone
 - b. o tempo de espera pela prestação do serviço não é grande
5. Cortesia envolve polidez, respeito, consideração e atitude amigável do pessoal de contato:
 - a. consideração pela propriedade do consumidor
 - b. aparência limpa e cuidada do pessoal de contato
6. Comunicação significa manter clientes informados em linguagem que possam entender e ouvi-los:
 - a. explicar o serviço em si
 - b. explicar quanto custará o serviço
7. Credibilidade envolve confiança, confiabilidade, honestidade e realmente cuidar dos interesses do cliente:
 - a. nome da empresa
 - b. reputação da empresa
8. Segurança é estar livre de perigo, risco ou dúvida:
 - a. segurança física
 - b. segurança financeira
9. Compreender/conhecer o cliente envolve esforçar-se para entender as necessidade do cliente
 - a. conhecer os requisitos específicos do cliente
 - b. dar atenção individualizada
10. Tangíveis/Visíveis inclui evidência física do serviço:
 - a. instalações físicas
 - b. aparência do pessoal

Fonte: Adaptado de Gronroos (2003 p. 100)

Contudo, com resultados de estudos posteriores, os 10 determinantes da qualidade de

serviço foram reduzidos aos cinco seguintes (PARASURAMAN 1988).

Tangíveis visíveis: Este determinante está relacionado à atratividade das instalações, equipamentos e materiais usados por uma empresa de serviços, bem como à aparência dos funcionários de serviço.

Confiabilidade credibilidade: Significa que a empresa de serviço oferece a seus clientes serviço correto da primeira vez, sem cometer nenhum erro, e entrega o que prometeu dentro do prazo estipulado.

Capacidade de resposta/ Prontidão: Significa que os funcionários de uma empresa de serviço estão dispostos a ajudar os clientes e atender aos seus requisitos, bem como informá-los quando o serviço será prestado e então executá-lo com presteza.

Segurança/Domínio: Significa que o comportamento dos empregados transmitirá aos clientes confiança na empresa e que esta faz com que sintam-se seguros. Significa também que os empregados são sempre corteses e têm o conhecimento necessário para responder às perguntas dos clientes.

Empatia: Significa que a empresa entende os problemas dos clientes e executa o serviço tendo em vista seus melhores interesses, bem como lhes dá atenção pessoal individual, e trabalha em horários convenientes.

Esse instrumento, SERVQUAL, tem esses cinco determinantes para medir como os clientes percebem a qualidade de um serviço. (GRONROOS 2003 p. 99).

Sendo uma ferramenta valiosa para as organizações medirem a qualidade de um determinado serviço. O instrumento utiliza 22 atributos para descrever os cinco determinantes/dimensões, solicitando aos consumidores o que esperavam do serviço e como perceberam o serviço. (GRONROOS 2003 p. 99)

Funciona da seguinte forma, a pesquisa solicita aos clientes que forneçam duas notas para cada atributo - a primeira nota, reflete o nível de satisfação que os clientes esperam de um serviço de excelente desempenho, e a segunda nota, reflete o serviço executado pela organização na qual está medindo a qualidade do serviço prestado. A diferença entre as notas de expectativa e de percepção constitui uma mensuração quantificada da qualidade percebida do serviço. (ZEITHAML, 2011).

No quadro 9, abaixo a escala SERVQUAL, proposta por Zeithaml, Parasuraman e Berry (1988), ilustra os 21 atributos de serviços de uma forma geral. Os 21 atributos abrangem as cinco dimensões fundamentais do SERVQUAL, incluindo confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e tangibilidade.

Quadro 9 - SERVQUAL: uma escala multidimensional para capturar as percepções e as expectativas do cliente com a qualidade do serviço

PERCEPÇÕES							
Os quesitos sobre a percepção para a dimensão confiabilidade							
	Discorda totalmente				Concorda totalmente		
1. Quando a Companhia ABC promete fazer algo em dado intervalo de tempo, ela cumpre.	1	2	3	4	5	6	7
2. Quando você tem um problema, a Companhia ABC demonstra interesse sincero em resolvê-lo.	1	2	3	4	5	6	7
3. A Companhia ABC executa o serviço certo já na primeira vez.	1	2	3	4	5	6	7
4. A Companhia ABC oferece seus serviços na hora prometida.	1	2	3	4	5	6	7
5. A Companhias ABC insiste em ter registros sem erros.	1	2	3	4	5	6	7
Os quesitos para a dimensão responsividade							
	Discorda totalmente				Concorda totalmente		
1. A Companhia ABC mantém os clientes informados acerca do momento em que os serviços serão executados.	1	2	3	4	5	6	7
2. Os funcionários da Companhia ABC executam o serviço prontamente.	1	2	3	4	5	6	7
3. Os funcionários da Companhia ABC estão sempre dispostos a auxiliá-los.	1	2	3	4	5	6	7
4. Os funcionários da Companhia ABC nunca estão ocupados demais para responder a suas solicitações	1	2	3	4	5	6	7
Os quesitos para a dimensão segurança							
	Discorda totalmente				Concorda totalmente		
1. O comportamento dos funcionários da Companhia ABC inspira confiança.	1	2	3	4	5	6	7
2. Você se sente seguro em suas transações com a Companhia ABC.	1	2	3	4	5	6	7
3. Os funcionários da Companhia ABC são corteses com você o tempo todo.	1	2	3	4	5	6	7
4. Os funcionários da Companhia ABC têm o conhecimento para responder a todas as suas questões.	1	2	3	4	5	6	7

(continua)

Os quesitos para a dimensão empatia							
	Discorda totalmente				Concorda totalmente		
1. A Companhia ABC oferece a você uma atenção individual.	1	2	3	4	5	6	7
2. A Companhia ABC tem empregados que dão a você atenção personalizada.	1	2	3	4	5	6	7
3. A Companhia ABC leva a sério seus maiores interesses.	1	2	3	4	5	6	7
4. Os funcionários da Companhia ABC entendem suas necessidades específicas.	1	2	3	4	5	6	7
5. A Companhia ABC tem horários de atendimento que são convenientes a todos os seus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
Os quesitos para a dimensão tangíveis							
	Discorda totalmente				Concorda totalmente		
1 A Companhia ABC tem equipamentos modernos	1	2	3	4	5	6	7
2 A Companhia ABC tem instalações visualmente atraentes	1	2	3	4	5	6	7
3 A Companhia ABC tem funcionários que se vestem apropriadamente.	1	2	3	4	5	6	7
4 Os materiais associados ao serviço (como panfletos ou balanços) são visualmente atraentes na Companhia ABC	1	2	3	4	5	6	7
EXPECTATIVAS							
Apresentamos duas maneiras de averiguar as expectativas em pesquisas: (1) Os quesitos equivalentes para as expectativas, e (2) os formatos referentes de expectativas.							
(1) Os quesitos equivalentes para as expectativas (pareados com os quesitos para as percepções, mostrados anteriormente)							
Os quesitos sobre a percepção para a dimensão confiabilidade							
	Discorda totalmente				Concorda totalmente		
1. Quando as empresas de desempenho excelente prometem fazer algo em dado intervalo de tempo, elas cumprem.	1	2	3	4	5	6	7
2. Sempre que os clientes tem um problema, as empresas de desempenho excelente demonstram sincero interesse em resolvê-lo.	1	2	3	4	5	6	7
...							

(continua)

(2) Os formatos referentes de expectativas							
Considere uma empresa de “excelência mundial” como tendo nota sete. Como você classifica o desempenho da Companhia ABC quanto às seguintes características do serviço?							
Os quesitos sobre a percepção para a dimensão confiabilidade							
	Baixo						Alto
1. Cumpre resolver algo em intervalo de tempo prometido	1	2	3	4	5	6	7
2. Funcionários sinceros, interessados	1	2	3	4	5	6	7
3. O serviço é executado corretamente da primeira vez	1	2	3	4	5	6	7
...							

Fonte: Adaptado de Parasuraman (1988)

Possuindo uma abordagem sistemática e abrangente a escala SERVQUAL auxilia as organizações na identificação de áreas de melhoria, possibilitando a tomada de decisões para aprimorar a experiência do cliente.

Ainda sobre a escala SERVQUAL, o questionário contém sete alternativas de respostas para cada uma das 21 questões. Utiliza-se a escala de satisfação do tipo “Likert”, conforme ilustra a figura 1

Figura 1 - Escala Likert

7	6	5	4	3	2	1
Excelente	Muito bom	Bom	Satisfatório	Pouco satisfatório	Fraco	Insatisfatório

Fonte: Adaptado de Oliveira e Ferreira (2006)

Zeithaml (2011, p. 188) as informações coletadas por meio de um pesquisa SERVQUAL podem ser empregados para:

- Determinar o escore médio da lacuna para cada atributo do serviço
- Avaliar a qualidade de do serviço de uma determinada organização em relação às cinco dimensões da ferramenta
- Rastrear as expectativas e as percepções dos clientes ao longo do tempo
- Avaliar a qualidade do serviço interno de uma organização.

O SERVQUAL é um instrumento gerador de vários estudos voltados para a avaliação da qualidade do serviço, contribuindo assim para o sucesso e a sustentabilidade das organizações que buscam medir e melhorar a qualidade em seus serviços.

2.5 Serviço Público

O serviço público é um componente fundamental da sociedade moderna, desempenhando um papel fundamental no atendimento às necessidades dos cidadãos e na promoção do bem-estar social. Ele abrange uma ampla gama de atividades e setores, desde saúde, educação, segurança pública, transporte até assistência social. O serviço público é caracterizado pela prestação de serviços e bens em nome do Estado ou do governo, com o objetivo principal de atender ao interesse público e proporcionar benefícios coletivos. No contexto brasileiro, a Constituição Federal de 1988 estabeleceu princípios essenciais para a administração pública, são eles:

- Legalidade: Todo ato administrativo deve estar regido pela legislação.
- Impessoalidade: Os atos independem do nível de relação entre o órgão público e a pessoa que receba o serviço, também não é permitido qualquer tipo de preconceito seja por: cor, sexo, raça, orientação sexual, ou qualquer outro aspecto.
- Moralidade: Respeitar princípios éticos de razoabilidade e justiça.
- Publicidade: Todo ato público deve ser amplamente divulgado.
- Eficiência: Atingir os objetivos propostos, com menor custo, menor prazo e que beneficie a sociedade.

Estes princípios orientam a prestação de serviços públicos e buscam assegurar que eles sejam oferecidos de forma contínua, adequada e eficiente. (CONSTITUIÇÃO, 1988, Art. 37).

Pires e Macêdo (2006) abordam a dualidade existente na modernização da administração das organizações públicas. De um lado, encontramos a burocracia em seu sentido corporativo, que tende a ser centralizadora e resistente a mudanças na estrutura e nos métodos de operação do aparelho do Estado. Por outro lado, há forças inovadoras que buscam uma cultura organizacional mais flexível e uma abordagem de gestão empreendedora. No entanto, essas forças inovadoras muitas vezes enfrentam desafios significativos ao tentar implementar projetos de reforma de forma eficaz. Isso é particularmente relevante em um mundo em constante evolução e transformação, onde a capacidade de adaptação e modernização torna-se essencial para eficiência e eficácia das organizações públicas.

A qualidade dos serviços públicos desempenha um papel crucial na avaliação da eficácia e eficiência do Estado. Os cidadãos têm expectativas crescentes em relação à qualidade dos serviços que recebem, esperando que sejam oportunos, acessíveis e

satisfatórios.

As universidades públicas, como parte integrante do sistema de serviços públicos, desempenham um papel fundamental na democratização do acesso à educação superior e no desenvolvimento social e econômico do país (Boni, 2008). A qualidade dos serviços oferecidos por essas instituições é de extrema importância, uma vez que impacta diretamente a formação dos estudantes. A educação superior desempenha um papel fundamental na capacitação de indivíduos para carreiras profissionais.

O próximo capítulo apresenta a metodologia.

CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA

Após a revisão teórica, este capítulo descreve os procedimentos metodológicos adotados no estudo. Será relatada a natureza da pesquisa, o contexto em que foi conduzida e os sujeitos participantes. Além disso, serão apresentadas informações detalhadas sobre a organização escolhida para o estudo de caso, bem como os procedimentos utilizados para coletar os dados de campo.

3.1 Procedimentos Metodológicos

No âmbito desta pesquisa, os procedimentos metodológicos desempenham um papel importante na estruturação e condução do estudo.

Segundo Marconi e Lakatos (2010, p. 65) definem método:

É o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo - conhecimentos válidos e verdadeiros - traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.

Bunge (1980) enfatiza que um método se apresenta como um processo sistemático, caracterizado por ser regular, explícito e suscetível de ser repetido, com o propósito de atingir um determinado objetivo ou alcançar algum resultado específico. No contexto da pesquisa científica, o método assume um papel crucial ao proporcionar uma estrutura organizada para a investigação, análise e interpretação de dados.

A pesquisa é de caráter descritivo e exploratório, sendo descritiva, uma vez que procura estabelecimento de relações entre variáveis. Gil (2002, p. 42) enfatiza que nas pesquisas descritivas: “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Possui um caráter exploratório, uma vez que visa proporcionar uma compreensão mais aprofundada do problema em questão. Gil (2002, p 41) destaca:

Pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições.

Neste estudo, foi adotada uma abordagem de pesquisa quantitativa e qualitativa. Enquanto à abordagem quantitativa Berelson (2001) relata: “descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”.

Segundo Gil, (2002, p. 90) sobre a abordagem qualitativa, “com seu vaivém entre observação, reflexão e interpretação, ressoa diretamente com a complexidade inerente à análise dos dados do estudo em questão”. No processo de avaliação da qualidade dos serviços prestados pelo almoxarifado do CAA, a abordagem qualitativa se mostrou essencial para captar nuances e percepções profundas dos servidores. Como o estudo não busca entender não apenas as métricas quantitativas, mas também as experiências e expectativas dos TAEs. Assim, a abordagem qualitativa, ao permitir uma exploração mais aprofundada, contribui para a pesquisa.

Empregou-se a aplicação de um questionário composto por perguntas fechadas, baseado na ferramenta SERVQUAL de Parasuraman (1988). Essas perguntas foram projetadas para avaliar as expectativas e percepções dos TAEs (Técnicos Administrativos em Educação) do Centro Acadêmico do Agreste em relação à qualidade dos serviços prestados pelo setor de almoxarifado.

De acordo com Marconi e Lakatos (2010, p.184), o questionário é uma ferramenta de coleta de dados composta por uma série organizada de perguntas que requerem respostas por escrito, sem a presença direta do pesquisador. Já conforme Kotler e Keller (2012), o questionário consiste em perguntas fechadas que oferecem opções de resposta específicas e pré-definidas. Essas questões são formuladas de maneira a simplificar a interpretação e tabulação dos dados.

As vantagens e desvantagens do questionário apontadas por Markoni e Lakatos (2010, p. 185), são apresentadas no quadro 10 abaixo.

Quadro 10 - Questionário - Vantagens e desvantagens

Vantagens	Desvantagens
Economiza tempo, viagens e obtém grande número de dados.	Percentagem pequena dos questionários que voltam
Atinge maior número de pessoas simultaneamente.	Grande número de perguntas sem respostas.
Abrange uma área geográfica mais ampla	Impossibilidade de ajudar o informante em questões mal compreendidas

(continua)

Vantagens	Desvantagens
Economiza pessoal.	A dificuldade de compreensão, por parte dos informantes, leva a uma uniformidade aparente
Obtém respostas mais rápidas e mais precisa	A devolução tardia prejudica o calendário ou sua utilização
Há maior liberdade nas respostas, em razão do anonimato.	Exige um universo mais homogêneo

Fonte: Markoni e Lakatos (2010)

Quanto às perguntas de múltipla escolha, Markoni e Lakatos (2010, p.189) destacam que essas questões são fechadas, mas oferecem uma ampla gama de opções de resposta, abrangendo diversas facetas do mesmo tópico. Esse formato permite uma abordagem e aprofundada em relação ao assunto em questão, promovendo uma coleta de dados mais rica e diversificada.

O estudo de caso foi utilizado neste trabalho. Segundo Gil (2002), “é uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas ciências biomédicas e sociais”. Tendo diferentes propósitos, tais como:

1. Explorar situações da vida real cujos limites não estão claramente definidos;
2. Preservar o caráter unitário do objeto estudado;
3. Descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação;
4. Formular hipóteses ou desenvolver teorias; e
5. Explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos (Gil 2002, p 54).

Dessa forma, contribuindo significativamente para a análise e compreensão abrangente do tema abordado neste trabalho.

3.2 Empresa Estudo de Caso

A pesquisa foi conduzida no Centro Acadêmico do Agreste (CAA), pertencente à Universidade Federal de Pernambuco. O campus está localizado no estado de Pernambuco, na cidade de Caruaru, no bairro Nova Caruaru, às margens da BR 104, no km 59. O CAA foi pioneiro como o primeiro campus da UFPE no interior de Pernambuco e foi inaugurado em março de 2006. (UFPE, 2023)

Em seu início, o CAA funcionou em instalações situadas no Polo Comercial de Caruaru e oferecia cinco cursos de graduação, abrangendo áreas como Administração, Design, Ciências Econômicas, Engenharia Civil e Pedagogia. Posteriormente, ampliou sua oferta acadêmica, incluindo licenciaturas em Química, Física, Matemática, bem como os cursos de Engenharia de Produção, Medicina, Comunicação Social e, mais recentemente, o Bacharelado Interdisciplinar em Ciências e Tecnologia. Além dos cursos de graduação o CAA conta com os cursos de pós-graduação: Programa de Pós-Graduação em Economia (PPGEcon); Programa de Pós-Graduação em Educação Contemporânea (PPGEduC); Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Matemática (PPGECM); Programa de Pós-Graduação em Engenharia Civil e Ambiental (PPGECAM); Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção (PPGEP-CAA); Programa de Pós-Graduação em Gestão, Inovação e Consumo e o programa de Mestrado Nacional Profissional em Ensino de Física (MNPEF).

Essa expansão gradual demonstra o crescimento e a diversificação das atividades acadêmicas no CAA, refletindo o compromisso da instituição em oferecer uma ampla gama de oportunidades educacionais aos estudantes.

O almoxarifado do CAA, está localizado ao lado do prédio de Medicina, o setor é uma subdivisão do setor de infraestrutura, este localizado tanto no térreo do prédio Administrativo quanto no térreo do prédio de Medicina do campus. A figura 2 apresenta o organograma do CAA, permitindo uma visualização clara da localização do setor de almoxarifado dentro da estrutura administrativa do campus.

Figura 2 - Organograma do CAA



Fonte: Adaptado de UFPE (2023)

A prestação de serviços desempenhada pelo almoxarifado do campus, tem um papel crucial na gestão de materiais para atender às necessidades da comunidade acadêmica, em especial aos TAEs, sendo suas atividades:

- Recebimento de materiais: Receber e verificar a quantidade e a quantidade dos materiais encomendados.
- Armazenamento e organização: Armazenar os materiais de forma organizada.
- Fornecimento de materiais de escritório: Disponibilizar suprimentos de escritório, como papel, canetas, lápis, grampeadores, fitas adesivas, régua, marcadores de textos, *post its*, envelopes e outros materiais necessários para as atividades administrativas.
- Controle de estoque: Realizar inventários.
- Atendimento a requisições internas: Processar solicitações de materiais de diferentes departamentos.

Essas atividades são essenciais para manter o CAA funcionando de maneira eficaz, garantindo que os materiais necessários estejam disponíveis quando necessário.

O setor de almoxarifado presta serviços a um total 496 servidores do campus, composto por 139 TAEs, e 357 docentes. A figura 3, ilustra a distribuição quantitativa de servidores do CAA.

Figura 3 - Técnico-Administrativos e Docentes -CAA

	UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO SISTEMA INTEGRADO DE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS EMITIDO EM 19/08/2023 18:32
---	--

TÉCNICO-ADMINISTRATIVOS E DOCENTES POR UNIDADE

Mês: Julho
Ano: 2023

Departamento	Docentes	Técnicos Administrativos	Total
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE - CAA	357	139	496
AGENCIA EXPERIMENTAL DE COMUNICAÇÃO AVELOZ - CA	0	1	1
ASSISTENCIA PSICOLOGICA - CA	0	3	3
ASSISTENCIA SOCIAL - CA	0	1	1
ATENDIMENTO PEDAGOGICO - CA	0	1	1
BIBLIOTECA DE MEDICINA - CA	0	4	4
BIBLIOTECA SETORIAL - CAA	0	12	12
CENTRAL DE ESTAGIO - CA	0	1	1
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE - CAA	1	2	3
COORDENAÇÃO ADMINISTRATIVA - CAA	0	1	1
COORDENAÇÃO DE INFRAESTRUTURA, FINANÇAS E COMPRAS - CAA	0	1	1
COORDENACAO NTI CAMPUS DO AGRESTE - CA	0	9	9
DIVISAO DE ADMINISTRACAO DE COMPRAS DO CA - CA	0	3	3
DIVISAO DE ALMOXARIFADO DO CA - CA	0	1	1
DIVISAO DE APOIO FINANCEIRO DO CA - CA	0	2	2
DIVISAO DE COMUNICACAO - CA	0	2	2
DIVISAO DE CONTRATO DO CA - CA	0	2	2
DIVISAO DE CONVENIOS DO CA - CA	0	1	1
DIVISÃO DE GESTÃO DE PESSOAS - CAA	0	2	2
DIVISAO DE MEDICINA DO TRABALHO - CA	0	1	1
DIVISAO DE PATRIMONIO DO CA - CA	0	1	1
DIVISAO DE SEGURANCA INSTITUCIONAL - CA	0	4	4
ESCOLARIDADE - CA	0	7	7
GERÊNCIA DE ASSUNTOS ESTUDANTIS - CAA	0	1	1
GERÊNCIA DE COMPRAS - CAA	0	1	1
GERÊNCIA DE FINANÇAS - CAA	0	1	1
GERÊNCIA DE INFRAESTRUTURA - CAA	0	10	10

Departamento	Docentes	Técnicos Administrativos	Total
LABORATORIO DE CONSTRUÇÃO CIVIL - CAA	0	1	1
LABORATORIO DE ENGENHARIA AMBIENTAL - CAA	0	1	1
LABORATORIO DE ESTRUTURAS - CAA	0	1	1
LABORATORIO DE FISICA - CAA	0	1	1
LABORATORIO DE GEOTECNIA - CAA	0	1	1
LABORATORIO DE MODELOS E PROTOTIPOS - CA	0	1	1
LABORATORIO DE QUIMICA - CAA	0	5	5
LABORATORIO DE RECURSOS HIDRICOS - CAA	0	1	1
LABORATORIO DE TRANSPORTES - CAA	0	1	1
LABORATORIO MORFOFUNCIONAL - CA	0	3	3
NUCLEO DE ACESSIBILIDADE - CA	0	4	4
NÚCLEO DE CIÊNCIAS DA VIDA - CAA	79	3	82
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO - CAA	57	0	57
NÚCLEO DE FORMAÇÃO DE DOCENTES - CAA (12.33.03)	79	0	79
NÚCLEO DE GESTÃO - CAA	66	0	66
NÚCLEO DE TECNOLOGIA - CAA	58	1	59
NUCLEO INTERD DE CIENCIAS EXAT E DA NATUREZA - CA	17	0	17
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA - CAA	0	1	1
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO CONTEMPORANEA - CAA	0	1	1
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO EM CIÊNCIAS E MATEMÁTICA - CAA	0	1	1
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA CIVIL E AMBIENTAL - CAA	0	1	1
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO - CAA	0	1	1
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO, INOVAÇÃO E CONSUMO - CAA	0	1	1
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO PROFISSIONAL EM ENSINO DE FÍSICA (REDE) - CAA	0	1	1
RESTAURANTE UNIVERSITARIO - CA	0	3	3
SECRETARIA DO CAMPUS DO AGRESTE - CA	0	2	2
SECRETARIA GERAL DE CURSOS - CAA	0	8	8
SECRETARIA GERAL DE NUCLEOS - CA	0	6	6
SECRETARIA GERAL DO NCV - CA	0	5	5
SETOR DE ESTUDOS E APOIO PEDAGOGICA - CA	0	7	7
SETOR DE INTEGRAÇÃO ENSINO E SERVIÇO - CA	0	2	2

Fonte: SIGRH (2023)

3.3 Coleta de Dados

Conforme destacado por Marconi e Lakatos (2010, p. 149), “a coleta de dados representa a fase da pesquisa em que se dá início à aplicação dos instrumentos e técnicas selecionadas”. Neste estudo, o objetivo central consiste em avaliar a qualidade dos serviços prestados pelo setor de almoxarifado do CAA, para o que se compara a diferença entre as expectativas e as percepções dos TAEs em relação a esse setor.

Este estudo se concentrou na coleta de dados junto aos TAEs, uma abordagem que se mostrou mais acessível e prática em termos de obtenção de respostas, em comparação com os docentes. A facilidade de contato e a colaboração ativa dos TAEs contribuíram para a eficácia da pesquisa nessa classe de servidores. Isso se deve ao fato de que os docentes, além de suas responsabilidades no ensino, muitas vezes estão envolvidos em atividades de pesquisa, que consomem considerável parte de seu tempo, e também participam de atividades de extensão, que igualmente demandam uma significativa dedicação de tempo.

Na pesquisa, foram utilizadas as cinco dimensões do modelo SERVQUAL (PARASURAMAN et al., 1988), adaptadas da maneira mais adequada possível. O questionário original contém sete alternativas de respostas para cada uma das 21 questões. No

entanto, para simplificar a aplicação e a avaliação dos resultados, optou-se por reduzir para apenas quatro opções de resposta, variando de 1 (discordo totalmente) a 4 (concordo totalmente), conforme ilustrado na figura 3.4.

Figura 4 - Escala Likert adaptada

4	3	2	1
concordo totalmente.	concordo parcialmente	discordo parcialmente	discordo totalmente

Fonte: Adaptado de Oliveira e Ferreira (2006)

A coleta de dados foi planejada e executada durante o mês de agosto de 2023, o período de coleta foi estabelecido entre os dias 18 e 30 de agosto. Essa escolha considerou a necessidade de capturar uma variedade de experiências ao longo de um período suficiente.

Além disso, para acomodar as disponibilidades dos servidores, as coletas foram realizadas em dois turnos, tanto pela manhã quanto pela tarde. Essa abordagem permitiu que aqueles que tinham diferentes horários de trabalho ou compromissos pudessem participar, aumentando a representatividade dos dados.

Dessa forma, o cuidado na escolha do período e nos horários de coleta visou garantir que a pesquisa fosse realizada com uma diversidade de TAEs, no que se refere ao horário de trabalho e também aos servidores de diferentes setores.

O questionário utilizado nesta pesquisa encontra-se disponível na forma de Apêndice ao final deste trabalho. A pesquisa visa realizar um levantamento junto aos TAEs do Centro Acadêmico do Agreste (CAA).

3.3.1 O tipo de Amostragem

Na condução deste estudo, foi utilizada uma amostra por conveniência, de acordo com (GIL 2002, p.121) “essa amostra consiste basicamente em atribuir a cada elemento do universo número único para, depois, selecionar alguns elementos de maneira casual”. A escolha desse método de amostragem se deu em função da praticidade e da facilidade de acesso aos potenciais participantes. Os critérios de inclusão para esta amostra foram os seguintes:

- Os participantes deveriam ser servidores Técnicos Administrativos em Educação (TAEs) do Centro Acadêmico do Agreste (CAA) da UFPE.
- Os participantes precisam estar disponíveis para participar da pesquisa.

A amostra por conveniência foi adotada devido à acessibilidade aos servidores TAEs do CAA. Sendo importante notar que, embora esse método de amostragem tenha suas vantagens em termos de praticidade, ele pode gerar resultados que não são totalmente representativos da população total de servidores. Portanto, os resultados serão interpretados considerando essa limitação amostral

3.3.2 Universo da Pesquisa

Compreende-se que o universo da pesquisa abrange um total de 139 Técnicos Administrativos em Educação (TAEs) efetivos, que desempenham suas atividades no Centro Acadêmico do Agreste ao longo do ano de 2023.

3.3.3 Tamanho da Amostra

Neste estudo, a amostra foi composta por 22 servidores Técnicos Administrativos em Educação (TAEs) do Centro Acadêmico do Agreste (CAA) da UFPE. Essa amostra foi selecionada por conveniência, considerando a disponibilidade e acessibilidade dos participantes durante a coleta de dados, que ocorreu no período de agosto de 2023, entre os dias 18 e 30, nos turnos da manhã e da tarde. Apesar de a amostra ser limitada, ela proporcionou uma análise das percepções desse grupo de TAEs do CAA em relação ao setor de almoxarifado.

O próximo capítulo apresenta a análise dos dados coletados.

CAPÍTULO 4- ANÁLISES DOS RESULTADOS

Este capítulo apresenta uma análise dos dados coletados por meio do questionário aplicado aos TAEs, alinhando-os com a metodologia desenvolvida e o referencial teórico pesquisado. A análise dos dados obtidos será minuciosamente abordada, proporcionando uma compreensão aprofundada dos resultados.

4.1 RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO

A análise e interpretação dos dados coletados durante o período de pesquisa foram conduzidas por meio da consolidação dos resultados do questionário. Para avaliar a qualidade percebida pelos participantes, adotou-se o modelo SERVQUAL proposto por (PARASURAMAN et al., 1998).

A interpretação dos dados foi realizada através da análise das diferenças entre a média e o desvio padrão das expectativas e percepções dos servidores em relação às 21 questões. Desta forma foram analisadas as cinco dimensões do modelo SERVQUAL.

Para avaliação dos resultados utilizou-se na aplicação do questionário com quatro opções de resposta, variando de 1 (discordo totalmente), 2 (discordo parcialmente), 3 (concordo parcialmente) e 4 (concordo totalmente).

Os quadros, a seguir, fornecem informações essenciais para a análise da qualidade dos serviços avaliados. Cada quadro representa uma dimensão específica do modelo SERVQUAL. A primeira coluna representa as dimensões. A segunda coluna descreve as perguntas feitas aos participantes, enquanto a terceira coluna apresenta as expectativas dos servidores, incluindo a média aritmética e o desvio padrão para cada pergunta. A quarta coluna, por sua vez, traz as percepções dos servidores. Por fim, a quinta coluna, GAP (E-P), calcula a satisfação dos servidores, determinando-a pela diferença entre a nota de percepção e a nota de expectativa para cada pergunta, refletindo o serviço analisado.

4.1.1 Dimensão Tangibilidade

No quadro 11 estão apresentados os valores da primeira dimensão, tangibilidade.

Quadro 11: Apuração dos resultados das expectativas e percepções referentes à dimensão tangível.

DIMENSÃO	QUESTÕES	EXPECTATIVA		PERCEPÇÃO		GAP (E-P)
		MÉDIA	DESVIO PADRÃO	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	
TANGÍVEL	O Almojarifado do CAA possui equipamentos modernos.	3,64	0,58	2	0,87	1,64
	As instalações físicas do almojarifado do CAA são visivelmente adequadas.	3,86	0,47	1,95	0,9	1,91
	O espaço para guarda dos materiais do almojarifado do CAA são adequados e suficientes.	3,77	0,75	2,18	0,85	1,59
	Os materiais que o almojarifado fornece são entregues em condições limpas e organizadas.	3,91	0,29	3	0,82	0,91

Fonte: Autor (2023)

Nesta dimensão, a análise revela que os Gaps, diferenças entre a média da percepção e da expectativa, obtiveram resultados positivos, indicando que, em todas as quatro questões dessa dimensão, os itens não alcançaram um nível satisfatório. Todas as notas da percepções foram inferiores às notas obtidas nas expectativas.

O item “Os materiais que o almojarifado fornece são entregues em condições limpas e organizadas”, obteve a maior média com relação à expectativa, chegando em 3,91, fato que se repetiu com relação à percepção, com 3 pontos de média, porém o Gap desse item não obteve um resultado “negativo”. Sendo o resultado de: $(3,91 - 3,00 = 0,91)$. Segundo Parasuraman et al (2010) os resultados “positivos” não são considerados satisfatórios, os resultados “negativos” são considerados satisfatórios.

A menor nota na expectativa foi de: 3,64, referente ao item “O Almojarifado do CAA possui equipamentos modernos”. Porém também obteve uma nota baixa em relação às percepções dos servidores, 2,00 pontos. O Gap deste item não obteve um resultado negativo, mas sim, um resultado de 1,64 pontos, sendo uma nota positiva. Portanto esse item não é considerado satisfatório, de acordo com o modelo SERVQUAL.

Fazendo uma comparação das médias da dimensão tangibilidade, o setor de

almoxarifado não demonstra oferecer um serviço de qualidade de acordo com as respostas obtidas. Conforme a concepção de Albrecht (1992), a excelência em serviços engloba “um cenário no qual uma organização oferece uma qualidade e nível de serviço que superam as expectativas...”.

4.1.2 Dimensão Confiabilidade

No quadro 12 estão apresentados os valores da segunda dimensão, confiabilidade.

Quadro 12: Apuração dos resultados das expectativas e percepções referentes à dimensão confiabilidade.

DIMENSÃO	QUESTÕES	EXPECTATIVA		PERCEPÇÃO		GAP (E-P)
		MÉDIA	DESVIO PADRÃO	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	
C O N F I A B I L I D A D E	Os servidores do almoxarifado do CAA são solidários e prestativos.	3,82	0,66	3,35	0,6	0,47
	Os materiais são entregues de acordo com o solicitado.	3,86	0,35	3,18	0,66	0,68
	A consulta de materiais do almoxarifado do CAA é informatizada para facilitar a busca.	3,86	0,35	1,82	1,01	2,04
	Os serviços de consulta de materiais disponíveis são confiáveis.	3,91	0,29	2,50	0,91	1,41
	A resposta de solicitação do serviço do almoxarifado do CAA é feita em tempo hábil.	3,86	0,35	3,36	0,58	0,5

Fonte: Autor 2023

Na dimensão analisada, os Gaps também apresentaram resultados positivos, denotando que, em todas as cinco perguntas avaliadas, houve uma não conformidade com as expectativas dos respondentes. Nesse contexto, as notas de percepção atribuídas pelos servidores foram inferiores às notas de expectativa, evidenciando uma lacuna entre o que eles

esperavam e o que realmente experimentaram em relação aos serviços prestados pelo setor de almoxarifado. Essa discrepância sugere que as áreas avaliadas nesta dimensão não alcançaram um nível satisfatório de qualidade no entendimento dos servidores, de acordo com o modelo SERVQUAL (PARASURAMAN et al., 1988).

Ao avaliar o item “A consulta de materiais do almoxarifado do CAA é informatizada para facilitar a busca”, observa-se uma discrepância significativa entre a expectativa e a percepção dos TAEs. A expectativa inicial foi bastante elevada, com uma média de 3,86. No entanto, a percepção real dos TAEs sobre esse aspecto foi consideravelmente mais baixa, obtendo uma nota média de apenas 1,82. Isso resultou em um Gap, ou seja, uma diferença, de 2,04, que foi a mais alta registrada nesta dimensão. Esses números apontam para uma lacuna considerável entre a informatização do processo de consulta de materiais do almoxarifado.

Analizando o último item desta dimensão, observa-se que tanto a média da expectativa, quanto a média da percepção foram altas, com valores de 3,86 e 3,36, respectivamente. No entanto, apesar das médias elevadas, a nota da percepção não superou a nota de expectativa, isso sugere que o item em questão não proporciona satisfação entre o grupo que respondeu o questionário. Uma vez que o Gap precisa apresentar um resultado de valor negativo para que um item obtenha uma avaliação satisfatória.

4.1.3 Dimensão Presteza

No quadro 13 estão apresentados os valores da dimensão, presteza.

Quadro 13: Apuração dos resultados das expectativas e percepções referentes à dimensão presteza.

DIMENSÃO	QUESTÕES	EXPECTATIVA		PERCEPÇÃO		GAP (E-P)
		MÉDIA	DESVIO PADRÃO	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	
P R E S T E Z A	Os servidores estão sempre dispostos a ajudar com dúvidas sobre materiais	3,73	0,46	3,41	0,67	0,32
	Possui agendamento eletrônico dos serviços.	3,68	0,72	2,32	1,17	1,36
	Os serviços do almoxarifado do CAA são sensíveis ao tempo e à urgência de suas solicitações.	3,77	0,43	3,18	0,8	0,59

	Quando tem-se algum problema com a entrega de materiais, o almoxarifado do CAA atende sua demanda imediatamente.	3,27	0,77	2,95	0,72	0,32

Fonte: Autor (2023)

Analizando esta dimensão, é perceptível que os resultados dos Gaps são mais favoráveis em comparação com as duas dimensões anteriores. No primeiro item desta dimensão, observa-se uma diferença de apenas 0,32 pontos entre a nota de expectativa e a nota de percepção. Portanto, pode-se inferir que a disponibilidade dos servidores do almoxarifado para esclarecer dúvidas sobre os materiais está próxima das expectativas dos TAEs.

Continuando a análise desta dimensão, observa-se que a menor nota na percepção dos servidores participantes da pesquisa, corresponde ao segundo item, com uma média de 2,32 pontos. Por outro lado, em relação à expectativa, a nota mais baixa é atribuída à última questão, com uma pontuação de 3,27 pontos. É importante ressaltar que, embora essa seja a menor nota de expectativa, ainda é superior à percepção dos TAEs no mesmo item.

Até o momento, ao analisar as dimensões avaliadas, é notável que nenhum dos itens obteve um resultado satisfatório quando compara-se a percepção do serviço com as expectativas dos servidores em relação ao setor de almoxarifado. Essa constatação ressalta a relevância do modelo SERVQUAL, que tem como um de seus principais objetivos “avaliar a qualidade do serviço interno de uma organização” (ZEITHAML, 2011). Essa análise conduz a uma reflexão fundamental sobre como pode-se aprimorar os serviços prestados pelo almoxarifado.

4.1.4 Dimensão Segurança

No quadro 14 estão apresentados os valores da quarta dimensão, segurança.

Quadro 14: Apuração dos resultados das expectativas e percepções referentes à dimensão segurança.

DIMENSÃO	QUESTÕES	EXPECTATIVA		PERCEPÇÃO		GAP (E-P)
		MÉDIA	DESVIO PADRÃO	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	

S E G U R A N Ç A	Os servidores do almoxarifado do CAA conhecem bem os materiais disponíveis.	3,95	0,21	3,32	0,78	0,63
	Você confia nas informações dadas pelos servidores do almoxarifado do CAA.	3,82	0,39	3,5	0,74	0,32
	Os servidores do almoxarifado do CAA são gentis e educados.	3,73	0,7	3,64	0,58	0,09
	Os servidores do almoxarifado possuem capacitação adequada para executar bem as tarefas.	3,82	0,39	3,14	0,99	0,68

Fonte: Autor (2023)

Na dimensão segurança, todas médias da expectativas foram superiores às notas das percepções dos servidores em relação ao almoxarifado. Destaca-se que o item “Os servidores do almoxarifado possuem capacitação adequada para executar bem as tarefas” obteve a menor média, na coluna percepção, 3,14. Apresentando uma diferença de 0,68 ponto em relação à média das expectativas dos servidores.

Sendo um dado relevante, uma vez que, de acordo com Manãs (1995), “qualidade é a adaptação às necessidades dos clientes”. Nesse caso as necessidades dos TAEs, portanto é de fundamental importância manter os servidores que atuam no almoxarifado, capacitados para atender às demandas do setor, tornando-se um ponto crucial para assegurar uma qualidade no serviço do setor.

O item desta dimensão que apresentou a média mais relevante na percepção dos servidores foi “Os servidores do almoxarifado do CAA são gentis e educados”, com uma pontuação total de 3,64 pontos. Entretanto, mesmo com essa avaliação favorável, o Gap desse item não obteve uma nota negativa. Isso indica que, de acordo com a ferramenta SERVQUAL, o item não é considerado satisfatório, apesar da percepção otimista dos TAEs.

4.1.5 Dimensão Empatia

No quadro 15 estão apresentados os valores da dimensão empatia.

Quadro 15: Apuração dos resultados das expectativas e percepções referentes à dimensão empatia.

DIMENSÃO	QUESTÕES	EXPECTATIVA		PERCEPÇÃO		GAP (E-P)
		MÉDIA	DESVIO PADRÃO	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	
E M P A T I A	Os servidores do almoxarifado oferecem soluções personalizadas para atender às suas necessidades.	3,32	0,84	3,19	0,78	0,13
	Os servidores demonstraram interesse em compreender suas necessidades.	3,73	0,55	3,24	0,74	0,49
	O almoxarifado funciona em horários convenientes a todos usuários.	3,68	0,72	3,27	0,58	0,41
	Os servidores que trabalham no almoxarifado do CAA são corteses, gentis e prestativos.	3,77	0,53	3,55	0,99	0,22

Fonte: Autor (2023)

Na dimensão empatia, todos os resultados do Gap foram positivos, o que significa que a percepção dos Técnicos Administrativos em Educação (TAEs) sobre o serviço prestado pelo setor de almoxarifado não superou suas expectativas. No entanto, essa diferença foi a menor em comparação com as outras quatro dimensões. A maior média, tanto em expectativa quanto em percepção, foi para o item “Os funcionários que trabalham no departamento de almoxarifado do CAA são corteses, educados e prestativos”, com médias de 3,77 e 3,55, respectivamente.

Em conformidade com as conclusões obtidas no referencial teórico, é possível afirmar, de acordo com a visão de Gronroos (2003), que “a qualidade é percebida por meio da comparação entre expectativas e experiências”. Nesse sentido, a adoção do modelo SERVQUAL desempenha um papel de suma importância na avaliação dos serviços prestados pelo almoxarifado, bem como nas percepções que os TAEs detêm em relação ao setor.

4.1.6 Resumo de todas as dimensões

Nesta seção tem-se uma análise geral sobre as notas obtidas pelos diferentes itens avaliados pelos TAEs em relação aos serviços prestados pelo almoxarifado. O quadro 16 contabiliza os resultados de todos os 21 itens. O Quadro 16 desempenha um papel fundamental ao consolidar e apresentar os resultados de todas as 21 questões contidas no questionário da ferramenta SERVQUAL. Esse quadro se destaca como uma ferramenta essencial para visualizar e compreender as percepções dos servidores em relação ao almoxarifado.

Quadro 16: Contabilização dos resultados a respeito das dimensões.

DIMENSÃO	QUESTÕES	EXPECTATIVA		PERCEPÇÃO		GAP (E-P)
		MÉDIA	DESVIO PADRÃO	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	
CONFIABILIDADE	A consulta de materiais do almoxarifado do CAA é informatizada para facilitar a busca.	3,86	0,35	1,82	1,01	2,04
TANGÍVEL	As instalações físicas do almoxarifado do CAA são visivelmente adequadas.	3,86	0,47	1,95	0,9	1,91
TANGÍVEL	O Almoxarifado do CAA possui equipamentos modernos.	3,64	0,58	2	0,87	1,64
TANGÍVEL	O espaço para guarda dos materiais do almoxarifado do CAA são adequados e suficientes.	3,77	0,75	2,18	0,85	1,59
CONFIABILIDADE	Os serviços de consulta de materiais disponíveis são confiáveis.	3,91	0,29	2,5	0,91	1,41
PRESTEZA	Possui agendamento eletrônico dos serviços.	3,68	0,72	2,32	1,17	1,36
TANGÍVEL	Os materiais que o almoxarifado fornece são entregues em condições limpas e organizadas.	3,91	0,29	3	0,82	0,91
CONFIABILIDADE	Os materiais são entregues de acordo com o solicitado.	3,86	0,35	3,18	0,66	0,68

(continua)

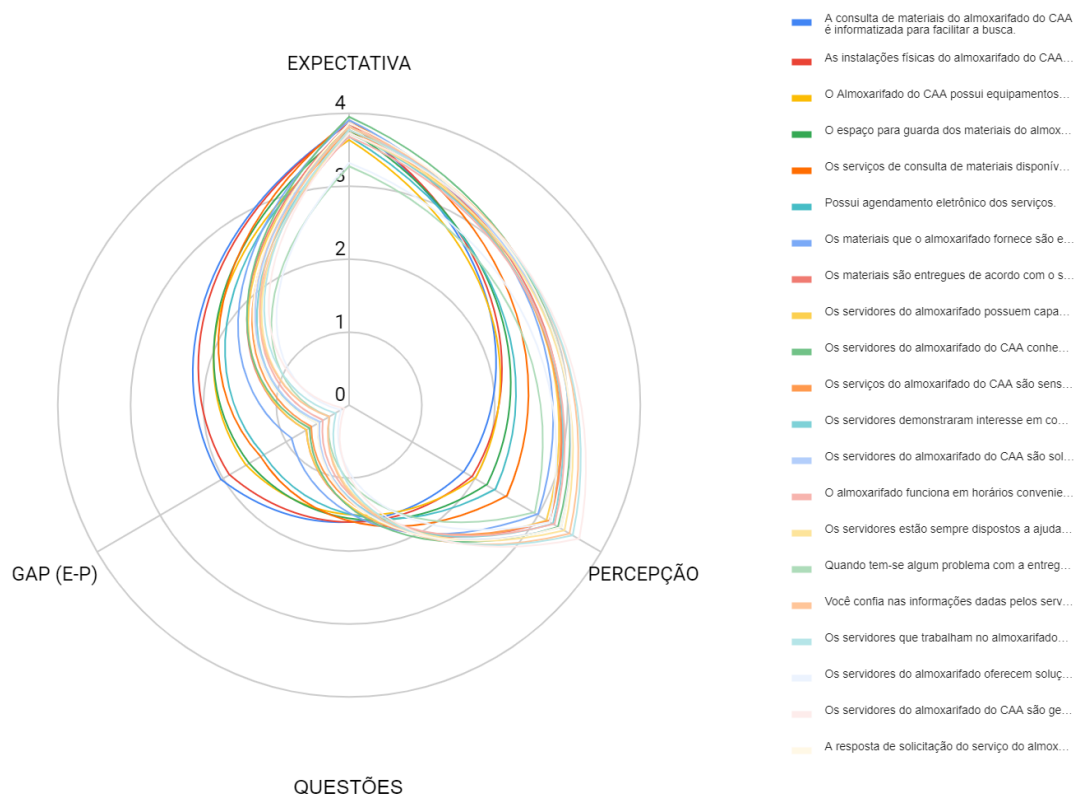
DIMENSÃO	QUESTÕES	EXPECTATIVA		PERCEPÇÃO		GAP (E-P)
		MÉDIA	DESVIO PADRÃO	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	
SEGURANÇA	Os servidores do almoxarifado possuem capacitação adequada para executar bem as tarefas.	3,82	0,39	3,14	0,99	0,68
SEGURANÇA	Os servidores do almoxarifado do CAA conhecem bem os materiais disponíveis.	3,95	0,21	3,32	0,78	0,63
PRESTEZA	Os serviços do almoxarifado do CAA são sensíveis ao tempo e à urgência de suas solicitações.	3,77	0,43	3,18	0,8	0,59
EMPATIA	Os servidores demonstraram interesse em compreender suas necessidades.	3,73	0,55	3,24	0,74	0,49
CONFIABILIDADE	Os servidores do almoxarifado do CAA são solidários e prestativos.	3,82	0,66	3,35	0,6	0,47
EMPATIA	O almoxarifado funciona em horários convenientes a todos usuários.	3,68	0,72	3,27	0,58	0,41
PRESTEZA	Os servidores estão sempre dispostos a ajudar com dúvidas sobre materiais	3,73	0,46	3,41	0,67	0,32
PRESTEZA	Quando tem-se algum problema com a entrega de materiais, o almoxarifado do CAA atende sua demanda imediatamente.	3,27	0,77	2,95	0,72	0,32
SEGURANÇA	Você confia nas informações dadas pelos servidores do almoxarifado do CAA.	3,82	0,39	3,5	0,74	0,32
EMPATIA	Os servidores que trabalham no almoxarifado do CAA são corteses, gentis e prestativos.	3,77	0,53	3,55	0,99	0,22
EMPATIA	Os servidores do almoxarifado oferecem soluções personalizadas para atender às suas necessidades.	3,32	0,84	3,19	0,78	0,13
SEGURANÇA	Os servidores do almoxarifado do CAA são gentis e educados.	3,73	0,7	3,64	0,58	0,09
CONFIABILIDADE	A resposta de solicitação do serviço do almoxarifado do CAA é feita em tempo hábil.	3,86	0,35	3,36	0,58	0,5

Fonte: Autor (2023)

Neste quadro 16, destacam-se os cinco Gaps com valores mais altos, ou seja, que possuem as questões com maior insatisfação observada pela amostra de 22 servidores que responderam o questionário desta pesquisa. Essas questões serão trabalhadas para que sejam sugeridas melhorias, na seção seguinte.

Gráfico 1: Resumo das dimensões.

Resumo



Fonte: Autor (2023)

Em resumo, ao analisar o Quadro 16, fica evidente que a média das percepções dos servidores é consistentemente menor do que a média das notas de expectativa em relação aos serviços prestados pelo almoxarifado. Nesse contexto, é notável que as dimensões “Tangibilidade” e “Confiabilidade” se destacam, apresentando as maiores discrepâncias entre expectativas e percepções. Nas demais dimensões, com exceção do item “Possui agendamento eletrônico dos serviços” na dimensão “Presteza”, é possível observar que as diferenças são menores que 1 ponto. No entanto, mesmo nessas dimensões, as notas não atingem um nível satisfatório de prestação de serviços de qualidade.

A seguir, tem-se um resumo geral por Dimensão, mostrando qual dimensão obteve a menor pontuação:

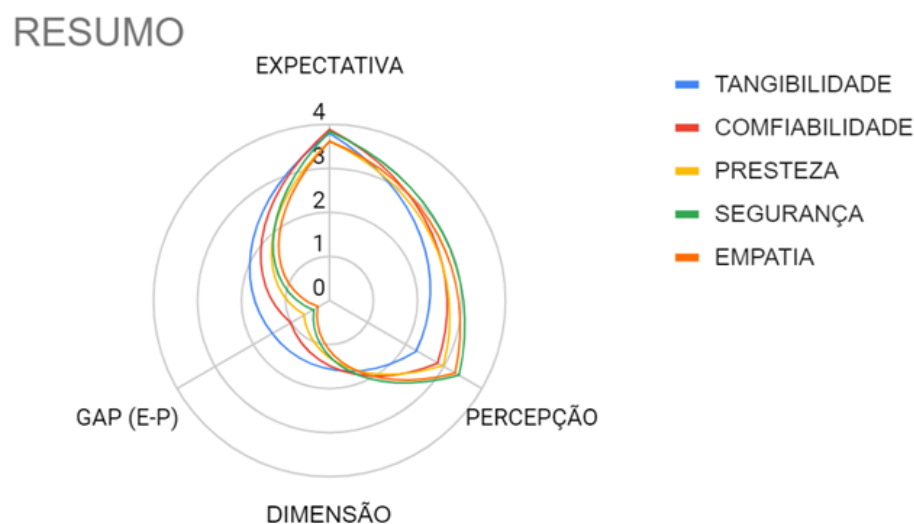
Quadro 17: Contabilização dos resultados a respeito das médias das dimensões.

DIMENSÃO	EXPECTATIVA		PERCEPÇÃO		GAP (E-P)
	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	
TANGIBILIDADE	3,80	0,52	2,28	0,86	1,51
CONFIABILIDADE	3,86	0,40	2,84	0,75	1,02
PRESTEZA	3,61	0,60	2,97	0,84	0,65
SEGURANÇA	3,83	0,42	3,40	0,77	0,43
EMPATIA	3,63	0,66	3,31	0,77	0,31

Fonte: Autor (2023)

Ao analisar o Quadro 17, torna-se evidente, novamente, que a média das percepções dos servidores é consistentemente menor do que a média das notas de expectativa em relação aos serviços prestados pelo almoxarifado. Nesse contexto, a dimensão “Tangível” se destaca com a maior diferença, registrando um valor de 1,51 pontos. Em seguida, a dimensão “Confiabilidade” apresenta um Gap de 1,02 pontos. Nas demais dimensões, observa-se que a diferença é inferior a 1 ponto, mas mesmo assim, as notas não atendem um nível de prestação de serviço de qualidade. O Gráfico 2 ilustra os Gaps das dimensões, com destaque para a dimensão Tangível que teve o maior Gap.

Gráfico 2: Resumo das dimensões.



Fonte: Autor (2023)

Essa abordagem permite uma compreensão mais aprofundada das lacunas entre as expectativas e as realidades percebidas, fornecendo uma base sólida para melhorias contínuas na qualidade do serviço prestado pelo setor de almoxarifado. Conforme o referencial teórico, é possível afirmar que, de acordo com a Constituição de 1988, o princípio da eficiência, muitas vezes, não está sendo plenamente atingido, pois o serviço não alcançou resultados satisfatórios em nenhuma das dimensões.

4.2 IDENTIFICAÇÃO DE MELHORIAS PARA O ALMOXARIFADO

Dentre as 21 questões abordadas no questionário, destacam-se aquelas que receberam as maiores pontuações de insatisfação por parte dos TAEs. Notavelmente, o item “A consulta de materiais do almoxarifado do CAA é informatizada para facilitar a busca”, obteve Gap de 2,04, enquanto o item “As instalações físicas do almoxarifado do CAA são visivelmente adequadas”. registrou um Gap de 1,91. Além disso, o item “O Almoxarifado do CAA possui equipamentos modernos” obteve uma pontuação de 1,64, seguido pelo item “O espaço para

guarda dos materiais do almoxarifado do CAA são adequados e suficientes” com uma pontuação de 1,59. Por fim, o item “Os serviços de consulta de materiais disponíveis são confiáveis” recebeu uma pontuação de 1,41.

Essas cinco questões foram escolhidas para serem apontadas as sugestões de melhorias por terem recebido a maior pontuação, ou seja, são os pontos de maior insatisfação pelos servidores.

O primeiro item mencionado pertence à dimensão de confiabilidade, e a deficiência nessa área pode ser abordada pela coordenação com o setor de Tecnologia da Informação (TI) do CAA. Isso possibilitaria o planejamento e implementação de uma ferramenta que simplifica o acesso à lista de materiais, seja por meio de um sistema de e-mail, um sistema de gestão de processos ou outras soluções tecnológicas.

Por outro lado, a insatisfação em relação às instalações físicas do almoxarifado é uma preocupação importante. Uma solução potencial pode envolver melhorias significativas no espaço existente, a busca por um novo local mais adequado ou até mesmo a consideração da construção de um prédio específico para atender às necessidades do almoxarifado do CAA. Essas medidas visam proporcionar um ambiente físico mais eficiente e funcional para o setor, melhorando, assim, a qualidade geral do serviço prestado.

O terceiro item em destaque suscita a necessidade de modernizar os equipamentos do almoxarifado, evidenciando uma lacuna na infraestrutura. Isso pode ser alcançado por meio de investimentos em tecnologia e substituição de ou atualização dos equipamentos existentes.

No que tange à avaliação da adequação e suficiência do espaço destinado ao armazenamento dos materiais do almoxarifado, uma sugestão de melhoria seria aumentar o espaço já existente, pois o atual não atende de forma plena às necessidades do setor.

O quinto item em destaque ressalta a importância de ampliar e aprimorar o sistema de consulta relativo aos materiais disponíveis no almoxarifado, sugerindo a necessidade de uma abordagem mais eficaz nesse aspecto, como a implantação de um sistema mais acessível aos servidores.

Nos demais itens avaliados, percebe-se que todos apresentaram um GAP com valor “positivo”. No contexto do modelo SERVQUAL, essa situação não é satisfatória, indicando que melhorias são essenciais em todas as dimensões. Essas melhorias são cruciais para assegurar a qualidade do serviço prestado aos TAEs. Portanto, é essencial que o CAA

implemente medidas de aprimoramento em todos os aspectos avaliados, visando atender de forma mais eficaz e promover um serviço de qualidade.

O próximo capítulo apresenta as considerações finais desta pesquisa.

CAPÍTULO 5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, este trabalho proporcionou uma sólida base teórica, abrangendo os principais conceitos relacionados à qualidade, serviços, qualidade em serviços e por fim o modelo SERVQUAL. Em seguida, conduziu-se uma pesquisa para a coleta de dados, englobando os Técnicos Administrativos em Educação do CAA, aplicando o modelo SERVQUAL no serviço de almoxarifado do campus.

O objetivo geral deste trabalho foi avaliar a qualidade do serviço prestado aos TAEs de um setor de almoxarifado de uma IFES localizada na cidade de Caruaru - PE e sugerir melhorias a alguns pontos de insatisfação dos usuários.

Acredita-se que o objetivo geral do trabalho foi alcançado de forma satisfatória. As metas estabelecidas nos objetivos específicos foram concretizadas, respaldadas pela base conceitual desenvolvida na fundamentação teórica. O estudo empregou o modelo SERVQUAL, com questões projetadas para analisar a qualidade de um serviço, visando a propor melhorias a alguns pontos identificados como mais insatisfatórios. A aplicação desse modelo permitiu a mensuração da percepção da qualidade e, consequentemente, a busca pela melhoria contínua do setor de almoxarifado do CAA.

Portanto, para responder a pergunta de pesquisa: Como os Técnicos Administrativos em Educação (TAEs) de uma Instituição Federal de Ensino Superior do interior do estado de Pernambuco, avaliam o serviço prestado do setor de almoxarifado dessa Instituição?

Tem-se que, embora vários itens tenham recebido avaliações favoráveis na percepção dos TAEs, a média das expectativas superou a média das percepções em todos os itens. Isso indica que há espaço para melhorias em todas as dimensões, a fim de oferecer um serviço de maior qualidade aos servidores.

Em suma, a análise dos resultados obtidos por meio do modelo SERVQUAL aponta para a necessidade de melhorias nas diversas dimensões do serviço prestado pelo almoxarifado do CAA. Este estudo fornece insights valiosos para a tomada de decisões e o

aperfeiçoamento contínuo do setor, visando atender cada vez melhor as necessidades de seus usuários.

5.1 Limitações do estudo

O presente estudo limitou-se à restrição na coleta de dados, abrangendo uma amostra de 22 servidores, TAEs, não incluindo outros técnicos e nenhum docente, que também poderiam contribuir com perspectivas valiosas. Além disso, a metodologia utilizada se baseou principalmente em um questionário fechado seguindo a abordagem SERVQUAL. Essas limitações devem ser ponderadas ao interpretar os resultados e considerar futuras investigações que possam ampliar o escopo e a profundidade desta pesquisa.

5.2 Sugestões para Trabalhos Futuros

Como sugestão de pesquisas futuras as recomendações visam à continuidade do estudo com uma amostra mais ampla e diversificada de servidores, para obter uma visão mais abrangente das percepções em relação ao serviço prestado pelo almoxarifado.

Realizar estudos comparativos com almoxarifados de outras instituições de ensino superior para identificar boas práticas, ajudando a melhorar a qualidade dos serviços prestados.

Caso as sugestões de melhoria deste estudo forem implementadas, realizar uma pesquisa de acompanhamento para avaliar a eficácia dessas mudanças na percepção da qualidade do serviço.

REFERÊNCIAS

- ALBRECHT, Karl. **Total quality service**. Seminário Internacional, p. 24, 9 abr. 1992. Apostila.
- BRASIL. Constituição (1988) Art. 37. **Constituição da República Federativa do Brasil**: 1988. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.
- BONI, V. (2008). **A universidade pública brasileira em perspectiva**. São Paulo em Perspectiva, 22(3), 69-77.
- BONI, V. (2008). **Universidades Públicas: um estudo sobre a gestão universitária**. Ciência da Informação, 37(1), 33-44.
- BUNGE, Mario. **Epistemologia: curso de atualização**. São Paulo: T. A. Queiroz: Edusp, 1980. Capítulo 2
- CAMPOMAR, Marcos Cortez; IKEDA, Ana Akemi. **Gestão de Serviços: teoria, casos e práticas**. São Paulo: Elsevier, 2021.
- CRONIN JR, J. J.; TAYLOR, A. S. **Measuring service quality**: a reexamination and an extension. Journal of Marketing, New York, v. 56, p. 55-68, July 1992.
- DAVID A. GARVIN. **Managing quality**. Nova York: The Free Press, 1998 (em especial o Capítulo 3)
- FITZSIMMONS, J.; FITZSIMMONS, M. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- FREITAS, Silvia Rodrigues de. (2008). **Teletrabalho Na Administração Pública Federal: Uma Análise Do Potencial De Implantação Na Diretoria De Marcas Do INPI**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro.
- GARVIN, D. A. **Gerenciamento da qualidade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1992
- GARVIN, David A. **Managing quality: the strategic and competitive edge**. EUA, Nova York: Harvard Business School, 1988.
- GIL, Antonio Carlos, 1946 - **Como elaborar projetos de pesquisa**. -4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002
- GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 482 p. ISBN 8535212590 (broch.).
- GUMMESSON, E., Lip Services - **A Neglected Area in Services Marketing**. Journal of Services Marketing, 1, 1987.
- <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/9028-pesquisa-anual-de-servicos.html?=&t=destaques> IBGE

ISHIKAWA, K. **Controle de qualidade total à maneira japonesa**. 6 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997

JURAN, J.; GRZYNA, F. **Controle da qualidade handbook**. São Paulo: Makron Books. McGraw-Hill, 1991. v.1 - Conceitos, políticos e filosofia da qualidade.

KOTLER, P. (2000). **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall.

KOTLER, Philip **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo Prentice Hall, 2000.

LAKATOS Eva Maria, Marconi Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. - 7 ed. - São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS Eva Maria, Marconi Marina de Andrade. **Metodologia científica**. - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2011

LEVITT, T., Marketing Success Through Differentiation - **Of Anything**. **Harvard Business Review**, janeiro - fevereiro de 1980, pp. 83-91

LOVELOCK, Christopher H.; WIRTZ, Jochen; HEMZO, Miguel Angelo. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados**. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

MEIRELES, Cecília. **Flor de poemas**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1983.

MEIRELLES, D. S. **O setor de serviços e os serviços de infra-estrutura econômica**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

OLIVEIRA, Otávio J. **Gestão da Qualidade-Tópicos Avançados**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning Editores, 2004.

OLIVEIRA, O.; FERREIRA, E.. **Adaptação e aplicação da escala SERVQUAL na educação superior**. XXIX ENEGEP, Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Salvador, out., 2009. Disponível em: <
http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2009_TN_WIC_092_627_12838.pdf >. Acesso em 20 mar. 2014.

PALADINI, Edson P. **Gestão estratégica da qualidade: princípios, métodos e processos**. São Paulo: Atlas, 2008. xv, 202 p. ISBN 9788522450367 (broch.)

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. **A conceptual model of service quality and its implications for future research**. *Journal of Marketing*, Chicago, v. 49, n. 3, p. 41-50, 1985.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML V. A.; BERRY, L. L. **Servqual: A multipleitem scale for measuring consumer perceptions of service quality**. *Journal of Retailing*, v. 64, n. 1, p. 12-40, 1988.

TAGUCHI, G. **Introduction to quality engineering: Designing quality into products and processes**, 1986.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE). Centro Acadêmico do Agreste Disponível em: < <https://www.ufpe.br/caa/sobre-o-caa> >. Acesso em: 19 agosto. 2023.

UZANNE, O. The end of books. Adelaide: University of Adelaide, 2014. Disponível em: <https://ebooks.adelaide.edu.au/u/uzanne/octave/end/>. Acesso em: 20 abr. 2019.

MANÃS, A.; REIS, L. F. S. D. ISO 9000 - **Implementação e gerenciamento da qualidade total**. São Paulo: Érica, 1995.

ZEIDAN, Valéria; CRESCITELLI, Edson. **Marketing de serviços: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2010.

ZEITHAML V. A and A. Parasuraman, **Service Quality, MSI Relevant Knowledge Series** (Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 2004)

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. 2. ed. Porto Alegre : Bookman, 2003. Tradução de: Services marketing – integrating customer focus across the firm.

**APÊNDICE A – ESTE QUESTIONÁRIO É PARTE DE UMA PESQUISA SOBRE
MEU TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO CUJO TEMA É: MODELO
SERVQUAL: UM ESTUDO DE CASO EM UM SETOR DE ALMOXARIFADO DE
UMA INSTITUIÇÃO FEDERAL DE ENSINO SUPERIOR DO ESTADO DE
PERNAMBUCO**

Questionário

Responda o questionário abaixo, utilizando as seguintes escalas:

- (1) Discordo TOTALMENTE
(2) Discordo PARCIALMENTE
(3) Concordo PARCIALMENTE
(4) Concordo TOTALMENTE

	Item	EXPECTATIVA	PERCEPÇÃO
T a n g i b i l i d a d e	1	O Almoarifado deve possuir equipamentos modernos.	O Almoarifado do CAA possui equipamentos modernos.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	2	As instalações físicas de um almoarifado devem ser visivelmente adequadas.	As instalações físicas do almoarifado do CAA são visivelmente adequadas.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	3	O espaço para guarda dos materiais de um almoarifado deve ser adequado e suficiente.	O espaço para guarda dos materiais do almoarifado do CAA são adequados e suficientes.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	4	Os materiais devem ser entregues em condições limpas e organizadas.	Os materiais que o almoarifado fornece são entregues em condições limpas e organizadas.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
C o n f i a b i l i d a d e	5	Os funcionários devem ser solidários e prestativos.	Os servidores do almoarifado do CAA são solidários e prestativos.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	6	Os materiais devem ser entregues de acordo com o solicitado.	Os materiais são entregues de acordo com o solicitado.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	7	A consulta de materiais do almoarifado deve ser informatizada para facilitar a busca.	A consulta de materiais do almoarifado do CAA é informatizada para facilitar a busca.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	8	Os serviços de consulta de materiais disponíveis devem ser confiáveis.	Os serviços de consulta de materiais disponíveis são confiáveis.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)

P r e s t e z a	9	A resposta de solicitação do serviço deve ser feita em tempo hábil.	A resposta de solicitação do serviço do almoxarifado do CAA é feita em tempo hábil.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	10	Os funcionários devem estar sempre dispostos a ajudar enquanto as dúvidas dos clientes.	Os servidores estão sempre dispostos a ajudar com dúvidas sobre materiais
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	11	Deve possuir agendamento eletrônico dos serviços.	Possui agendamento eletrônico dos serviços.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	12	Os serviços devem ser sensíveis ao tempo e à urgência de suas solicitações.	Os serviços do almoxarifado do CAA são sensíveis ao tempo e à urgência de suas solicitações.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	13	Quando se tem algum problema com a entrega de materiais, o almoxarifado deve atender sua demanda imediatamente.	Quando tem-se algum problema com a entrega de materiais, o almoxarifado do CAA atende sua demanda imediatamente.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)

	Item	Expectativa	Desempenho
S e g u r a n ç a	14	Os funcionários precisam conhecer bem os materiais disponíveis no almoxarifado.	Os servidores do almoxarifado do CAA conhecem bem os materiais disponíveis.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	15	Deve-se confiar nas informações dadas pelos funcionários.	Você confia nas informações dadas pelos servidores do almoxarifado do CAA.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	16	Os funcionários precisam ser gentis e educados.	Os servidores do almoxarifado do CAA são gentis e educados.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	17	Os funcionários devem possuir capacitação adequada para executar bem as tarefas.	Os servidores do almoxarifado possuem capacitação adequada para executar bem as tarefas
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
E m p a t	18	Os funcionários devem oferecer soluções personalizadas para atender às suas necessidades.	Os servidores do almoxarifado oferecem soluções personalizadas para atender às suas necessidades.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	19	Os funcionários devem demonstrar interesse em compreender suas necessidades.	Os servidores demonstraram interesse em compreender suas necessidades.

i a		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	20	Deve-se esperar que o almoxarifado funcione em horários convenientes a todos usuários.	O almoxarifado funciona em horários convenientes a todos usuários.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)
	21	Os funcionários devem ser cortês, gentis e prestativos.	Os servidores que trabalham no almoxarifado do CAA são corteses, gentis e prestativos.
		(1) (2) (3) (4)	(1) (2) (3) (4)