



CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR REINALDO RAMOS
FACULDADE CESREI
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA

MARIA DO SOCORRO DE FIGUEIREDO ARAÚJO

**Qualidade do atendimento ao público na
Universidade Estadual da Paraíba**

Campina Grande
2010

MARIA DO SOCORRO DE FIGUEIREDO ARAÚJO

Qualidade do atendimento ao público na Universidade Estadual da Paraíba

Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação Lato Sensu, da Faculdade CESREI, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão Pública.

Orientadora: Msc. Laryssa Abílio Oliveira

Campina Grande
2010

Handwritten notes and stamps in the bottom right corner, including "1105 20 PS" and other illegible markings.

Ficha Catalográfica Elaborada pela Biblioteca da CESREI

A663q

Araújo, Maria do Socorro de Figueiredo
Qualidade do atendimento ao público na Universidade Estadual da
Paraíba / Maria do Socorro de Figueiredo Araújo. – Campina Grande:
CESREI, 2010.
35 f.

Monografia (Especialização em Gestão Pública) Faculdade
Reinaldo Ramos-FAAR - Centro de Educação Superior Reinaldo
Ramos-CESREI.

Orientadora: Profa. Ms. Laryssa Abílio Oliveira.

1. Gestão da Qualidade 2. Qualidade no Atendimento 3.
Atendimento ao Público - Qualidade I. Título

CDU 658.56(043)

Faculdade Cesrei
Biblioteca "Min. Democracia" - "Reinaldo"
Reg. Bibliog.: M000053
Compra: ☐ Preço: _____
Doação: ☒ Doador: _____
Ex.: _____ Obs: _____
Data: 29 / 03 / 2011.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Laryssa Abílio, pela valorosa contribuição durante a confecção desta monografia em todas as etapas da pesquisa.

À Faculdade CESREI, seus funcionários e colaboradores, pelo esforço permanente em construir uma instituição de ensino superior capaz de nos formar como profissionais e cidadãos.

Às minhas colegas de equipe; Marta, Margareth e Lúcia; pelos momentos de aprendizagem constante e pela amizade solidificada, ao longo deste trabalho, que, certamente se eternizará.

Dedico este trabalho aos meus pais (in memoriam) e a todos os meus irmãos, cunhados sobrinhos e ao meu namorado, pelo incentivo, cooperação e apoio durante todos os momentos desta e de outras caminhadas, em que, com a graça de Deus, está sendo vencida.

MARIA DO SOCORRO DE FIGUEIREDO ARAÚJO

Qualidade do atendimento ao público na Universidade Estadual da Paraíba

Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação Lato Sensu, da Faculdade CESREI, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão Pública.

Aprovada em ____/____/____.

Laryssa Abílio Oliveira

Msc. Laryssa Abílio Oliveira
Orientadora

Prof. – Instituição
Membro da Banca Examinadora

Prof. – Instituição
Membro da Banca Examinadora

***“Embora a gente não possa voltar atrás e
começar de novo, todo mundo pode
recomeçar e fazer um novo fim”.***

Chico Xavier.

RESUMO

Atendimento é o ato de atender e para se atender bem é necessária muita prática, responsabilidade e competência. O atendimento ao público é um serviço complexo, pois trata-se de uma atividade onde se interage com diversos sujeitos e interesses. O serviço de atendimento ao público compreende diferentes variáveis, como o comportamento do usuário, a conduta dos funcionários, a organização do trabalho e as condições físico-ambientais/instrumentais. Como objetivo geral o presente trabalho pretendeu avaliar a qualidade do atendimento ao público na Universidade Estadual da Paraíba. Para tanto utilizou-se de uma pesquisa de campo, com aplicação de questionário. Foi adotado, também, para esse estudo a abordagem quantitativa e a qualitativa. A partir deste trabalho foi possível visualizar as condições de excelência existentes e aquelas que necessitam de melhoria no atendimento dos profissionais que atendem usuários que buscam sanar seus problemas na UEPB.

Palavras-Chave: Atendimento, Qualidade, Usuário e Excelência

ABSTRACT

Service is the act of attending and to serve well requires extensive practice, responsibility and competence. The customer service is a complex service, since it is an activity where you interact with different economic interests. The answering service to the public includes different variables such as user behavior, the conduct of employees, work organization and conditions físico-ambientais/instrumentais. As the general objective of this study sought to evaluate the quality of public services at the State University of Paraíba. For this we used a field survey with a questionnaire. Was adopted, too, for that approach to study quantitative and qualitative. From this work it was possible to visualize the conditions of excellence and those who need to improve the care of professionals who assist users seeking to remedy their problems in UEPB.

Key-words: Service, Quality, User and Excellence.

MARIA DO SOCORRO DE FIGUEIREDO ARAÚJO

Qualidade do atendimento ao público na Universidade Estadual da Paraíba

Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação Lato Sensu, da Faculdade CESREI, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão Pública.

Aprovada em ____/____/____.

Laryssa Abílio Oliveira

Msc. Laryssa Abílio Oliveira
Orientadora

Prof. – Instituição
Membro da Banca Examinadora

Prof. – Instituição
Membro da Banca Examinadora

RESUMO

Atendimento é o ato de atender e para se atender bem é necessária muita prática, responsabilidade e competência. O atendimento ao público é um serviço complexo, pois trata-se de uma atividade onde se interage com diversos sujeitos e interesses. O serviço de atendimento ao público compreende diferentes variáveis, como o comportamento do usuário, a conduta dos funcionários, a organização do trabalho e as condições físico-ambientais/instrumentais. Como objetivo geral o presente trabalho pretendeu avaliar a qualidade do atendimento ao público na Universidade Estadual da Paraíba. Para tanto utilizou-se de uma pesquisa de campo, com aplicação de questionário. Foi adotado, também, para esse estudo a abordagem quantitativa e a qualitativa. A partir deste trabalho foi possível visualizar as condições de excelência existentes e aquelas que necessitam de melhoria no atendimento dos profissionais que atendem usuários que buscam sanar seus problemas na UEPB.

Palavras-Chave: Atendimento, Qualidade, Usuário e Excelência

ABSTRACT

Service is the act of attending and to serve well requires extensive practice, responsibility and competence. The customer service is a complex service, since it is an activity where you interact with different economic interests. The answering service to the public includes different variables such as user behavior, the conduct of employees, work organization and conditions físico-ambientais/instrumentais. As the general objective of this study sought to evaluate the quality of public services at the State University of Paraíba. For this we used a field survey with a questionnaire. Was adopted, too, for that approach to study quantitative and qualitative. From this work it was possible to visualize the conditions of excellence and those who need to improve the care of professionals who assist users seeking to remedy their problems in UEPB.

Key-words: Service, Quality, User and Excellence.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01	Sexo dos entrevistados. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.	24
FIGURA 02	Faixa etária dos entrevistados. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.	24
FIGURA 03	Nível de escolaridade dos entrevistados quanto a qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.	25
FIGURA 04	Primeiro contato ou não dos entrevistados com a instituição. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.	26
FIGURA 05	Nível da qualidade no atendimento de profissionais da UEPB. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.	26
FIGURA 06	Sugestões dadas pelos entrevistados para melhoria no atendimento. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.	27
FIGURA 07	Tempo de espera dos entrevistados para serem atendidos. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.	28
FIGURA 08	Quantidade de vezes que precisou recorrer ao atendimento para que fosse resolvido o problema dos entrevistados. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.	28
FIGURA 09	Nota atribuída ao atendimento pelos entrevistados. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.	29

FIGURA 10	Entrevistados que acreditam poder contribuir para a melhoria no atendimento. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.		30
------------------	---	-------	----

LISTA DE SIGLAS

GQT – Gestão da Qualidade Total

UEPB – Universidade Estadual da Paraíba

PROEG – Pró-Reitorias de Graduação

PROFIN – Pró-Reitoria de Finanças

PRPGP – Pró-Reitoria de Pós-Graduação

PRRH – Pró-Reitoria de Recursos Humanos

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
	1.1 DELIMITAÇÃO DO OBJETO E PROBLEMA.....	13
2	OBJETIVOS.....	14
	2.1 OBJETIVO GERAL.....	14
	2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
3	REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
	3.1 CONCEITOS E DEFINIÇÕES.....	15
	3.2 PONTOS BÁSICOS PARA A EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE (USUÁRIO).....	16
	3.3 QUALIDADE DO ATENDIMENTO AO PÚBLICO.....	19
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	22
	4.1 TIPO DE PESQUISA.....	22
	4.2 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE PESQUISA.....	22
	4.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	23
	4.4 TRATAMENTO DOS DADOS.....	23
5	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	24
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
	REFERÊNCIAS.....	32
	APÊNDICE.....	34
	APÊNDICE 1 – Questionário.....	34

1 INTRODUÇÃO

A qualidade do serviço de atendimento ao público no Brasil, tanto no âmbito estatal quanto da iniciativa privada, apresenta-se como um desafio institucional, exigindo transformações urgentes. Essa necessidade tem múltiplas facetas, e a visibilidade de uma delas se expressa nas queixas frequentes de usuários-consumidores. Basta visitar os espaços dedicados aos leitores dos jornais para encontrar uma fonte empírica abundante de reclamações concernentes aos serviços de atendimento em instituições públicas e privadas.

Nos dias de hoje é comum as pessoas enfrentarem filas para terem direito ao atendimento no supermercado, no banco, em repartições públicas, e até mesmo no médico. O tempo de espera na maioria das vezes é maior do que o esperado pelo usuário, e muita vezes ao chegar no balcão de atendimento não consegue solucionar o problema para qual estava destinado. Este tipo de situação gera irritabilidade aos usuários, que por sua vez usufruem do direito de consumidor para exigirem cada vez mais qualidade no atendimento.

Em contrapartida, do outro lado do balcão, o funcionário tem dificuldade para explicar ao inquieto usuário que não tem culpa de problemas eventuais como de repente os computadores ficarem fora do sistema. A situação do funcionário é, nestes casos, extremamente incômoda, devido a existência de valores organizacionais do tipo: "o cliente sempre tem razão" ou "o funcionário é a imagem da empresa" não deixando impune qualquer tentativa de desabafo. As relações sociais de tensão e de conflito com o público transformam o atendente em uma espécie de "para-raios afetivos", destinado a captar as descargas emocionais dos usuários.

Quanto à empresa privada, ela está preocupada com os clássicos imperativos da competitividade (produtividade, qualidade, rentabilidade) e, muitas vezes, parece "assistir" à qualidade do atendimento se deteriorar: a produtividade cai, as reclamações aumentam geometricamente com as filas, os custos não baixam, o desperdício de material é crescente. Os diretores, os organizadores do trabalho, os gerentes, todos estão preocupados com a concorrência embalada por um novo ingrediente: a globalização da economia.

No que concerne às instituições públicas, elas se deparam com cidadãos mais exigentes, a consciência dos direitos de cidadania cresce com a consolidação

do regime democrático, e os eleitores contribuintes cobram não só a ampliação da oferta, mas também a qualidade dos serviços prestados pelo Estado.

Neste contexto, a “situação de atendimento” nada mais é do que a “porta de entrada” para a investigação das origens da falta ou da perda de qualidade do serviço prestado ao usuário. Tal situação é a ocasião em que se manifestam os problemas e as dificuldades dos diferentes sujeitos, cujas raízes estão em outras instancias ou momentos, por exemplo, na falta de treinamento do funcionário; na desinformação do usuário; e/ou no planejamento ineficaz da empresa (instituição). Contribuir para transformar positivamente tais situações críticas existentes nas instituições constitui um desafio para a intervenção profissional.

1.1 DELIMITAÇÃO DO OBJETO E PROBLEMA

Os problemas existentes no atendimento ao público são totalmente diversificados, e abrangem distintos pontos, ou seja, se manifestam por intermédio de diferentes indicadores críticos. Eles são o ponto de partida da investigação e o diagnóstico de suas causas mais profundas é o ponto de chegada.

Segundo Ferreira (2000) um dos problemas no atendimento é o tempo demasiado de espera do usuário pode ser (e frequentemente o é) um indicador crítico da perda de qualidade do serviço de atendimento. Nesse caso, um dos problemas que se coloca é não só caracterizar a processualidade da variável (tempo de espera), mas também identificar e recuperar os fatores (materiais, organizacionais, técnicos, humanos, dentre outros) que podem estar na gênese de tal indicador crítico.

O objetivo deste trabalho é avaliar a qualidade do atendimento ao público na Universidade Estadual da Paraíba, com o intuito de diagnosticar os pontos falhos e a partir de então, buscar melhorias. A pesquisa foi iniciada a partir das seguintes arguições: Como está sendo realizado o atendimento aos usuários da UEPB? Os atendentes da UEPB se enquadram no perfil de atendente ideal, na opinião dos usuários? Qual o perfil dos atendentes da UEPB? É possível melhorar a qualidade do atendimento aos usuários da UEPB?

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

- ✓ Avaliar a qualidade do atendimento ao público na Universidade Estadual da Paraíba.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Verificar os pontos negativos de atendimento ao público na UEPB;
- ✓ Contribuir para a melhoria da qualidade da relação atendente – usuário na UEPB;
- ✓ Identificar o perfil do profissional de atendimento ao público ideal na opinião dos usuários.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 CONCEITOS E DEFINIÇÕES

Atendimento é a maneira como habitualmente são atendidos os usuários de determinado serviço, corresponde ao ato de atender, ou seja, o ato de cuidar e prestar serviços a qual se mantém contato. Para se atender bem, é necessária muita prática, responsabilidade e competência. A comunicação no atendimento ao público é classificada em grupos; o verbal (toda comunicação que recorre ao uso das palavras, poderão se oral, ou escrita) e o não verbal.

O atendimento ao público é um serviço complexo; sua simplicidade é apenas aparente. Trata-se de uma atividade social mediadora que coloca em cena a interação de diferentes sujeitos em um contexto específico, visando responder a distintas necessidades (FERREIRA, 2000). A "tarefa de atendimento" é, frequentemente, uma "etapa terminal", resultante de um processo de múltiplas facetas que se desenrola em um contexto institucional, envolvendo dois tipos de personagens principais: o funcionário (atendente) e o usuário.

O serviço de atendimento ao público é um processo resultante da sinergia de diferentes variáveis: o comportamento do usuário, a conduta dos funcionários envolvidos (direta ou indiretamente) na situação, a organização do trabalho e as condições físico-ambientais/instrumentais (FERREIRA, 2000).

O atendimento público engloba três principais elementos: comunicação, relações públicas e publicidade. Na comunicação deve-se obter uma emissão e recepção correta às funções designadas na empresa têm mesma importância, e que uma decisão pode acarretar riscos no sistema; e na publicidade, que deve ser compreendida como um marketing e não venda forçada ou enganosa. Ele ainda pode ser telefônico ou direto, que implicam em conhecimento, atitude e comportamento, os quais juntos resultam em um atendimento de qualidade.

Direto: na aparência, que é o primeiro ponto visual e a primeira impressão que o cliente alega; o que engloba a roupa, o calçado, o cabelo e a higiene. O que importa se seguido todos os pré-requisitos, é mesmo que o cliente não compre, ele tenha vontade de voltar, fazendo com o que o funcionário ganhe, por cumprir seu trabalho, e a empresa também ganhe.

Telefônico: no telefone, deve-se atender imediatamente, falar de forma clara e natural, repetir a informação se preciso, não se deve fazer com que o interlocutor espere, etc.

3.2 PONTOS BÁSICOS PARA A EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE (USUÁRIO)

O cliente sempre será a pessoa que detém a maior atenção da empresa (instituição), porque é ele que leva até ela suas necessidades e é a razão da existência do trabalho dela.

Quando se fala em excelência, refere-se à plena satisfação do cliente. Atualmente o mundo vive um processo de mudança básica, os produtos são fabricados e vendidos, para um mundo em que os clientes exigem o tipo de produto e serviço pelo qual estão dispostos a pagar (BARRIONUEVO, 2007). Se não conseguem o que querem da maneira que desejam, vão procurar em outro lugar. Muitas empresas ainda não se adaptaram as mudanças, e acham que sabem o que é melhor para os clientes, sem conhecer as reais necessidades deles.

A conquista de patamares em nível de excelência tornou-se condição relacionada à sobrevivência de mercado, tanto quanto a qualidade dos produtos, a eficácia de operações e saúde financeira das empresas. Sob o ponto de vista do cliente a excelência do atendimento não está em apenas satisfazer as necessidades triviais, é percebida também sob forma de superação de expectativas.

A excelência tem sido tratada em muitas organizações como um desafio pontual ou um alvo a ser atingido, resultante de estratégias previamente determinadas por campanhas ou programas de metas de Produtividade, Qualidade, Atendimento, Vendas ou outros segmentos de impacto nos negócios (RICHARD, 2001).

Do ponto de vista do posicionamento competitivo Albrecht e Bradford (1992), define excelência de serviço, como sendo um nível de qualidade de serviço, *comparado ao de seus concorrentes, que é suficientemente elevado, do ponto de vista de seus clientes, para lhe permitir cobrar um preço mais alto pelo serviço oferecido, conquistar uma participação de mercado acima do que seria considerado natural, e/ou obter uma margem de lucro maior do que a de seus*

concorrentes.

No entanto, a satisfação tem tendência para o óbvio. Na concepção de Barrionuevo (2007) a satisfação está implícita nas relações entre fornecedores e clientes, é uma condição intrínseca, ou seja, atender as expectativas dos clientes é o que está previsto nos contratos, o cenário competitivo atual está exigindo mais, em particular do mercado de serviços, que devem ir além da satisfação dos clientes, devem estas empresas almejar o encantamento, superação de expectativas, a excelência.

O contato direto do usuário com os serviços oferecidos, processos administrativos e técnicos, identificam os pontos críticos no ciclo de serviços. Gomes Filho (2002) afirma que:

Uma visão holística aceitável que sugere os principais componentes de um programa de qualidade com boas chances de sucesso deve focar as atitudes dos funcionários, as percepções dos usuários e o gerenciamento do processo através de uma estrutura que permita resolver problemas no momento da verdade, que nada mais é, do que o contato pessoal, ou, até mesmo virtual, existente entre funcionários e usuários.

Vergueiro (2000) também concorda que a qualidade deve ser medida segundo os julgamentos dos usuários e que estes julgamentos são realizados a todo momento a partir da constatação do usuário sobre o serviço recebido e os custos que ele teve para obtê-lo. O novo modelo de estrutura voltada para o cliente defende a idéia que todos os clientes são importantes e que devem ter seus problemas resolvidos nos diversos momentos da verdade (GOMES FILHO, 2002). Atingir a excelência e sustentá-la é o objetivo da gestão moderna sem, no entanto ser considerada como algo novo.

Segundo Barros (1999), as exigências em relação à qualidade no atendimento ao cliente estão se tornando cada vez maiores e assim, brevemente, o não cumprimento desse padrão de excelência criará um impasse importante para a triagem de bons serviços. As fileiras dos esquecidos estarão reservadas àqueles que prestam um atendimento medíocre, displicente e as empresas poderão escolher entre a adaptação ao novo modelo ou o desaparecimento.

Na lista abaixo, estão descritos os seis critérios da boa qualidade percebida do serviço resultantes de estudos desenvolvidos por Gronroos (1995), envolvem todos os aspectos importantes da boa qualidade que têm que ser levados em

consideração, tais como:

✓ **Profissionalismo e Habilidades**

Os clientes compreendem que o prestador de serviços, seus empregados, os sistemas operacionais e os recursos físicos possuem o conhecimento e as habilidades necessárias para solucionar seus problemas de forma profissional (critérios relacionados aos resultados).

✓ **Atitudes e Comportamento**

Os clientes sentem que os funcionários de serviços (pessoas de contato) estão preocupados com eles e se interessam por solucionar seus problemas de uma forma espontânea e amigável (critérios relacionados ao processo).

✓ **Facilidade de Acesso e Flexibilidade**

Os clientes sentem que o prestador de serviços, sua localização, suas horas de operação, seus empregados e os sistemas operacionais são projetados e operam de forma a facilitar os acessos aos serviços e estão preparados para ajustar-se às demandas e aos desejos dos clientes de maneira flexível (critérios relacionados ao processo).

✓ **Confiabilidade e Honestidade**

Os clientes sabem que qualquer coisa que aconteça ou sobre a qual se concorde será cumprida pela empresa, seus empregados e sistemas, para manter as promessas e ter um desempenho coerente com os melhores interesses dos clientes (critérios relacionados a processos).

Os clientes compreendem que sempre que algo der errado ou alguma coisa imprevisível e inesperada acontecer, o prestador de serviços tomará de imediato e ativamente ações para mantê-los no controle da situação e para encontrar uma nova e aceitável solução (critérios relacionados a processos).

✓ **Reputação e Credibilidade**

Os clientes acreditam que as operações do prestador de serviço merecem sua confiança, valem o dinheiro pago e que representam bom nível de desempenho.

3.3 QUALIDADE DO ATENDIMENTO AO PÚBLICO

A preocupação com a qualidade de bens e serviços não é recente. Os consumidores sempre tiveram o cuidado de inspecionar os bens e serviços que recebiam em uma relação de troca. Essa preocupação caracterizou a chamada era da inspeção, que se voltava para o produto acabado, não produzindo assim qualidade, apenas encontrando produtos defeituosos na razão direta da intensidade da inspeção.

A qualidade do serviço de atendimento é definida de acordo com a percepção do cliente. Para prestar um serviço de qualidade, a empresa precisa saber o que o cliente está esperando. Quais são as suas expectativas com relação ao serviço que será executado. O serviço será inconscientemente avaliado pelo cliente de acordo com as suas expectativas. Portanto, deve haver um sincronismo muito forte entre a produção do serviço e o setor de comunicação da empresa, para que os comunicadores não prometam um serviço que a organização não pode oferecer. Porque nesse caso, estará elevando as expectativas do cliente, e quando este receber um serviço que não correspondam a essas expectativas, o resultado do serviço será visto como de má qualidade, mesmo que este não seja ruim.

Por suas características de adaptabilidade e transformação, a Gestão da Qualidade Total (GQT) pode representar uma alternativa viável para que os serviços de informação ofereçam resposta apropriada às exigências de um novo tempo, considerando principalmente as características e as implicações àqueles serviços situados na esfera da administração pública (LONGO; VERGUEIRO, 2003).

O conceito de qualidade no atendimento é amplo e dinâmico. Em princípio, ele está ligado à satisfação total do cliente, procurada tanto de forma interna (eliminando os fatores que não agradam ao mesmo, segundo pesquisas de mercado feitas), como externas (através da antecipação das necessidades do cliente, incorporando-se as características detectadas nos produtos e serviços) (BONILLA, 2003). No caso do Serviço Público o principal cliente são os usuários dos serviços, envolvendo tanto organizações públicas ou privadas como grupos familiares e pessoas individuais.

Na concepção de Longo (1996) a GQT é uma opção para a reorientação gerencial das organizações. Tem como pontos básicos: foco no cliente; trabalho em

equipe permeando toda a organização; decisões baseadas em fatos e dados; e a busca constante da solução de problemas e da diminuição de erros.

A satisfação do usuário em relação aos serviços prestados e suas necessidades norteiam objetivos que levam a identificar os indicadores de qualidade. Vergueiro (2000) realizou estudos sobre gestão da qualidade de atendimento e sua aplicação em unidades de informação e destacou os seguintes indicadores de qualidade:

- ✓ **Comunicação:** Este indicador é muito percebido pelo usuário. Refere-se à divulgação de normas, regras, regulamentos, regimentos, divulgação das políticas, comunicação visual, participação nas decisões, visitas orientadas, utilização dos catálogos, satisfação no atendimento de referência. A comunicação transmite a transparência da unidade de informação. É por meio dela que o usuário conhece a estrutura da organização. A falha na comunicação é, muitas vezes, o resultado de uma organização não preocupada com o público a que está servindo. A falta de comunicação é também geradora de conflitos.
- ✓ **Acesso:** Está relacionado à obtenção e localização de material de informação no acervo, itens de infra-estrutura/equipamentos e utilização de serviços diversos (ex. locais específicos para estudo individual, acessos para deficientes físicos, disponibilidade de computadores).
- ✓ **Confiança:** Reflete a segurança e o bom conceito de seus clientes em relação ao atendimento prestado e as necessidades respondidas satisfatoriamente.
- ✓ **Cortesia:** Refere-se à forma de atendimento, delicadeza, amabilidade, paciência no relacionamento com o usuário. Pode ser exemplificada pelo atendimento às questões de referência, a utilização da biblioteca e o bom atendimento.
- ✓ **Efetividade/eficiência:** Está relacionado aos processos na unidade de informação, deve produzir um efeito positivo no usuário. Este indicador aparece em questões relacionadas com políticas, localização e obtenção de materiais no acervo, disponibilidade de funcionários, resposta às questões de referência, utilização da biblioteca, atendimento, infra-estrutura/equipamentos e utilização de serviços diversos. (ex. fácil

localização dos materiais nas estantes, disponibilidade de funcionários para atender os clientes externos e à satisfação com as respostas às questões de referência, aspectos de infra-estrutura, como os equipamentos utilizados, horário de funcionamento da biblioteca).

- ✓ **Qualidade:** A qualidade em serviços é medida principalmente através da percepção que os clientes têm sobre o serviço recebido (VERGUEIRO; VALLS, 1998), buscando a valorização humana e atender cada usuário como se fosse um único (TANAKA; TONETTO, 2004).
- ✓ **Resposta:** Compreende a solução imediata a uma questão do usuário. Pode ser avaliada pelo tempo, pela variedade, pela presteza do atendente em atender a uma solicitação ou dúvida. É bem cobrada pelo usuário no atendimento de referência.
- ✓ **Tangíveis:** Elementos tangíveis são, basicamente, infra-estrutura/equipamentos e acervo. São medidos pelo usuário de acordo com a utilidade, se estão disponíveis e em boas condições de uso.
- ✓ **Credibilidade:** Um elemento importante na avaliação da credibilidade É a transparência da atuação institucional. A participação nas decisões, o estado de conservação dos materiais, a orientação dos profissionais, o horário de funcionamento das bibliotecas, podem ser fatores para julgamento da credibilidade.
- ✓ **Segurança:** As questões de segurança, do ponto de vista do usuário, refletem a confiança dele nos serviços prestados pela unidade de informação. Pode ser avaliada pela convicção com que os profissionais prestam atendimento.
- ✓ **Extensividade:** Reflete a satisfação nas questões de referência e no acervo disponibilizado quanto à dimensão, alcance e desenvolvimento.
- ✓ **Garantia:** O que assegura ao usuário que o serviço ou produto que ele estão utilizando É bom. No atendimento de referência representa o que o profissional afirma como certo ao usuário e o convence.
- ✓ **Satisfação do cliente:** É corresponder ao que deseja o usuário.
- ✓ **Tempo de resposta:** É o tempo que o usuário julga necessário para satisfazer suas necessidades. Pode ser exemplificada pela fácil localização e a rápida recolocação dos materiais nas estantes, disponibilidade imediata dos materiais e atendimento de referência.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4.1 TIPO DE PESQUISA

Pesquisa científica é um processo de busca, tratamento e transformação de informações, levado a efeito segundo determinadas regras fornecidas pela Metodologia da Pesquisa (MARCONI; LAKATOS 1999).

O presente trabalho trata de uma pesquisa de campo, que de acordo com Gil (1991) procede à observação de fatos e fenômenos exatamente como ocorrem no real, à coleta de dados referentes aos mesmos e, finalmente, à análise e interpretação desses dados, com base numa fundamentação teórica consistente, objetivando compreender e explicar o problema pesquisado.

Foi adotado, também, para esse estudo a abordagem quantitativa e a qualitativa, já que ambas se complementam. Enquanto que o método quantitativo utiliza-se de recursos e técnicas estatísticas – desde as mais simples até as mais complexas – para quantificar opiniões, dados, nas formas de coleta de informações, o método qualitativo tem como objetivo descrever, analisar, compreender, classificar e apresentar contribuições sobre situações complexas ou estritamente particulares (MARCONI; LAKATOS 1999).

4.2 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE PESQUISA

A pesquisa foi desenvolvida no período de setembro à outubro de 2010. A amostragem correspondeu a 19 entrevistados voluntários que responderam um questionário disponibilizado nos balcões de atendimento das Pró-Reitorias de Graduação (PROEG); Finanças (PROFIN); Recursos Humanos (PRRH) e Pós-Graduação (PRPGP) da Universidade Estadual da Paraíba, município de Campina Grande - PB. As Pró-Reitorias têm função de planejar, coordenar e controlar as atividades do ensino da UEPB

A cidade de Campina Grande está situada a 120km da capital da Paraíba, João Pessoa, na Serra da Borborema. Apresenta área urbana de 140km² e uma população de 340 mil habitantes. Atualmente dispõe de amplas, diversificadas e sólidas base de suas atividades econômica, agropecuária, indústria e comerciais,

sendo atualmente o maior pólo das cidades de porte médio da região Nordeste do país.

A Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) possui oito Campi distribuídos pelo Estado da Paraíba. O Campus I, em Campina Grande/PB; Campus II em Lagoa Seca/PB; Campus III em Guarabira/PB, Campus IV em Catolé do Rocha/PB, Campus V em João Pessoa (capital da Paraíba), Campus VI em Monteiro, Campus VII em Patos e o mais novo Campus VIII em Araruna, oferecendo um total de 45 cursos, desses 25 são no Campus I, 1 no Campus II, 5 no Campus III, 2 no Campus IV, 3 no Campus V, 3 no Campus VI, 3 no Campus VII e 3 no Campus VIII.

4.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O instrumento de coleta de dados utilizado para o alcance dos objetivos que se propõe nessa pesquisa, foi a utilização de questionário, caracterizando uma pesquisa de campo, que de acordo com Marconi e Lakatos (1999) é o tipo de pesquisa que permite a captação de informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se queira comprovar.

Gil (2006) define questionário como sendo uma técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas com o propósito de conhecer opiniões, crenças, sentimentos, interesse, expectativas, situações vivenciadas, dentre outras.

O questionário, composto de 26 questões (abertas e fechadas), foi disponibilizado nos balcões de atendimento ao público da pró-reitoria da UEPB, com o intuito de que, voluntariamente os usuários respondessem. Ao todo foram respondidos apenas 19 questionários.

4.4 TRATAMENTO DOS DADOS

Para o tratamento dos dados sob aspecto quantitativo-qualitativo utilizou-se método de agrupamento das questões por afinidade de resposta, representadas por meio de gráficos, feitos no software Microsoft Excel. Em seguida, os dados foram discutidos com o auxílio da literatura.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

No total, foram realizadas 19 entrevistas com pessoas que foram convidadas a opinar sobre a qualidade do último atendimento recebido na UEPB (Universidade Estadual da Paraíba). A maior parte dos entrevistados era do sexo feminino (Figura 01).

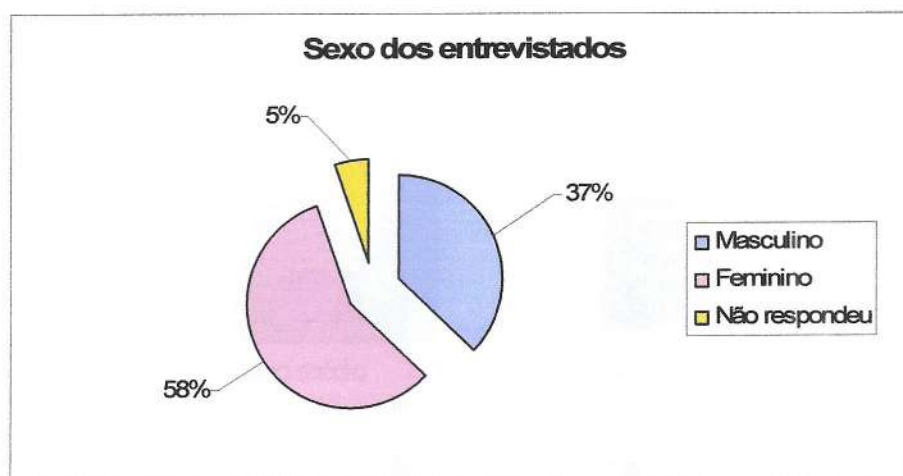


Figura 01 Sexo dos entrevistados. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.

A faixa etária dos entrevistados variou entre 21 e 51 anos, com predominância para o atendimento a pessoas entre os 20 e 30 anos (Figura 02), quase sempre estudantes da própria instituição.

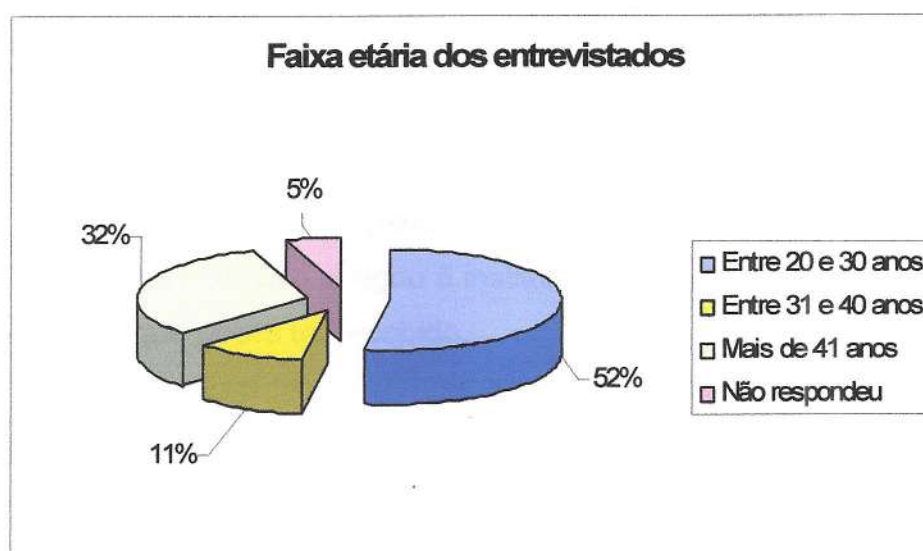


Figura 02 Faixa etária dos entrevistados. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.

O grau de instrução dos entrevistados (Figura 03) mostrou-se elevado, com destaque para o superior incompleto, fato justificado na presença de muitos alunos, da própria instituição, respondendo aos questionários. Outras profissões apontadas durante a entrevista foram, secretário(a), auxiliar administrativo, professor, dentre outros.



Figura 03 Nível de escolaridade dos entrevistados quanto a qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.

Quando perguntados se era a primeira vez que procuravam a instituição, mais de 50% afirmaram que não (Figura 04). Entre os objetivos citados para a procura no atendimento tem-se, assuntos relacionados a procedimentos administrativos, informações em geral, entrega e recebimento de documentos e particulares.

Segundo Kloetzel et.al. (1998) para uma primeira vista, responder um inquérito tendo como tema a satisfação do usuário, talvez seja impreciso para servir de indicador de qualidade, visto traduzir, nada mais, que a reação subjetiva a um episódio único e isolado. Que dependerá não somente do atendimento como um todo mais de como o indivíduo chegou à instituição (estado de espírito) e de alguma informação prévia que possa ter recebido.

No entanto, como o intuito do trabalho não é uma abordagem aprofundada sobre inúmeras visitas a instituição, mas uma captação da percepção sobre um atendimento isolado (o último), os dados não foram comprometidos.

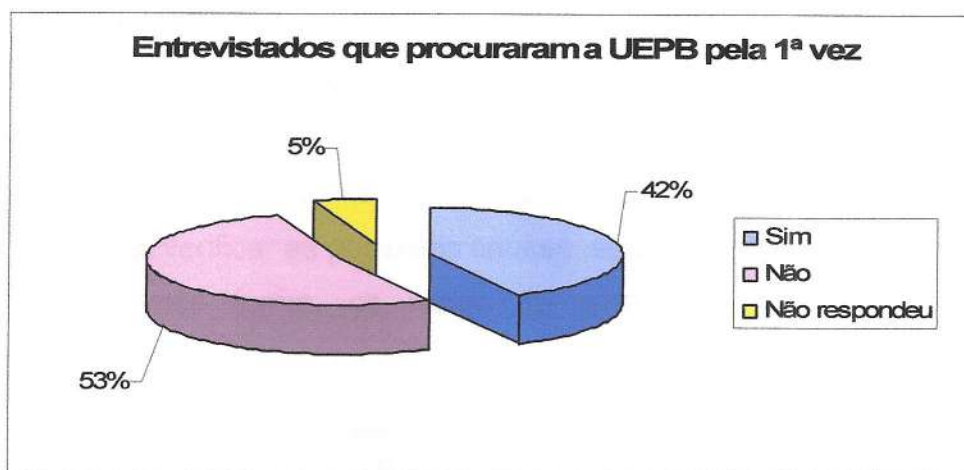


Figura 04 Primeiro contato ou não dos entrevistados com a instituição. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.

Como se pode constatar na Figura 05, sobre a satisfação na qualidade no atendimento, 68,4% afirmaram que foi muito bom e apenas 5,3% (um entrevistado) considerou regular. Fato justificado na pergunta de número 8, onde foram questionados se o problema que os levaram a procurar a instituição foi solucionado. Apenas este entrevistado afirmou não ter conseguido resolver e indicou para a melhoria no atendimento uma melhor capacitação do profissional.

Segundo Sitzia e Wood (1997) uma das críticas mais freqüentes às pesquisas de satisfação recai sobre o aspecto subjetivo da categoria "satisfação", que possui diversos determinantes como: grau de expectativa e exigência individuais em relação ao atendimento e características individuais do paciente como idade, gênero, classe social e estado psicológico.



Figura 05 Nível da qualidade no atendimento de profissionais da UEPB. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.

Alguns entrevistados, mesmo afirmando terem recebido um “bom” ou um “muito bom” atendimento, deram sugestões para que o processo pudesse ser ainda mais rápido e eficiente (Figura 06).

Para Bueno (2005) ao reconhecermos uma situação-problema é necessário definir o problema, verificar as possíveis causas, selecionar a alternativa adequada e implementá-la. Desta forma, os riscos de uma nova situação-problema são minimizados e o usuário tem uma garantia maior de um serviço de qualidade.

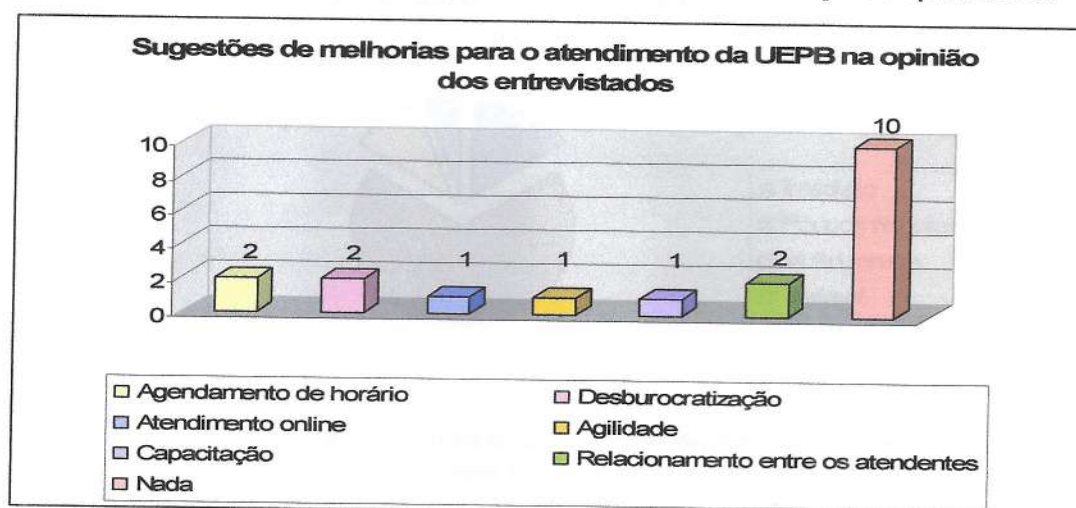


Figura 06 Sugestões dadas pelos entrevistados para melhoria no atendimento. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.

Verifica-se através da Figura 07, que o tempo de espera dos entrevistados para ser atendido variou quase que em sua totalidade entre imediato e poucos minutos, mas esta prontidão no atendimento nem sempre revela a qualidade do atendimento, como mostra o relato a baixo:

Espera-se um pouco pois quase sempre o funcionário que está não sabe a resposta.

Para Ferreira (1997) acredita que o indicador “tempo” é um fator crítico da perda de qualidade num serviço de atendimento, e está vinculado a outros como, organizacionais, humano, serviços, entre outros. Sendo necessário uma boa estrutura funcional para que o atendimento seja eficiente e rápido.

Mas na grande maioria dos casos as expectativas foram correspondidas, ate mesmo para alguns entrevistados que afirmaram esperar um atendimento lento e ineficaz.

Esperava que fosse mais demorado.
Esperava que fosse ruim e demorado.

O aspecto da expectativa é um dos mais complexos, pois os usuários podem ter aprendido a diminuir as suas expectativas quanto aos serviços e uma boa avaliação de um serviço pode ser fruto de uma baixa capacidade crítica dos usuários. O contrário também pode acontecer, ou seja, uma avaliação mais baixa pode ser feita por pacientes com alto grau de exigência (VAITMAN; ANDRADE, 2005).

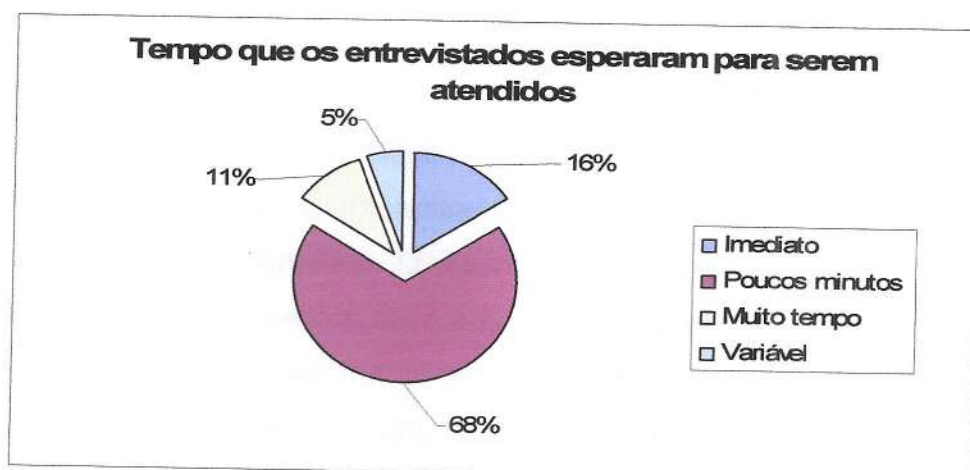


Figura 07 Tempo de espera dos entrevistados para serem atendidos. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.

Mesmo mais da metade (52,6%) dos entrevistados afirmando que necessitaram procurar a instituição mais de uma vez para que seu problema fosse solucionado (Figura 08), apenas um entrevistado, já citado nos resultados, relatou sua inquietude quanto ao atendimento e sua insatisfação nas diversas visitas, chegando a relatar seu incomodo com a educação com que foi atendido.

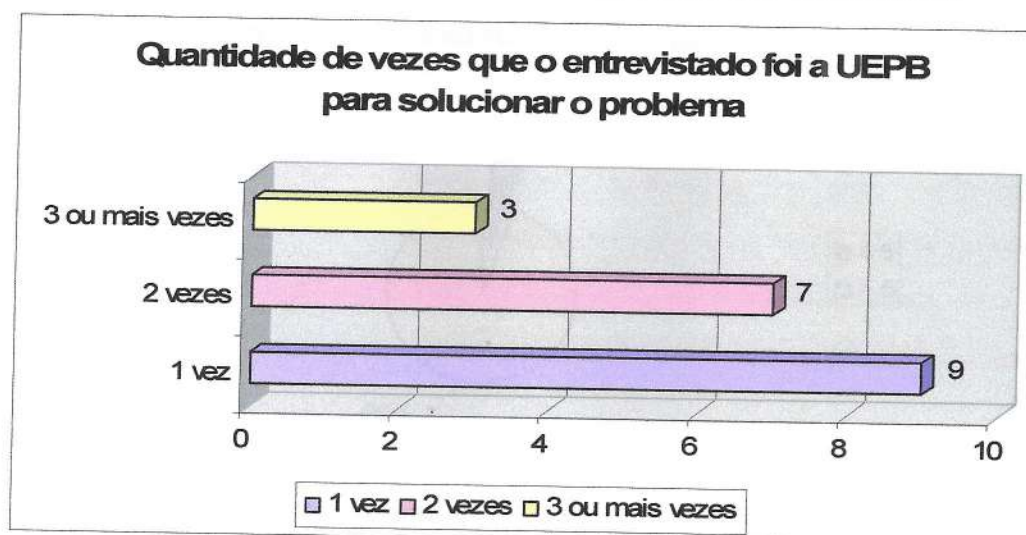


Figura 08 Quantidade de vezes que precisou recorrer ao atendimento para que fosse resolvido o problema dos entrevistados. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.

Sobre os aspectos positivos do atendimento, foram enumeradas características como:

- Simpatia
- Atenção
- Agilidade
- Profissionalismo
- Educação

Para Williams (1994) uma avaliação positiva não quer dizer necessariamente que houve avaliação crítica; pode expressar ausência de opinião e/ou a aceitação do atendimento a que foi submetido. O mesmo autor sugere que a compreensão das visões dos usuários dos serviços deve passar primeiro pelo entendimento do sentido de seus direitos e deveres; em outras palavras, que tipo de papel eles pensam ser o seu. As pesquisas de satisfação partem geralmente do pressuposto de que todos os usuários estejam desempenhando um papel crítico e acabam por interpretar os dados de acordo com isso: a possibilidade da aceitação passiva do serviço não costuma ser considerada.

Na figura 09 pode-se constatar que apenas um entrevistado deu uma nota inferior a 6, o que mostra que o questionário respondido pelo entrevistado insatisfeito com o atendimento trata-se de um fato isolado, que pode ser consequência de inúmeros fatores, principalmente pessoais.

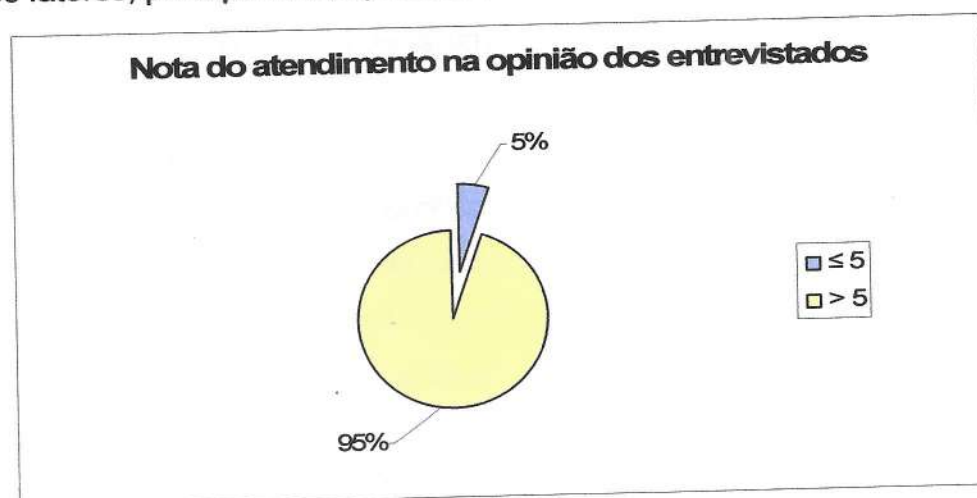


Figura 09 Nota atribuída ao atendimento pelos entrevistados. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.

Quando perguntados se sua conduta poderia contribuir para melhoria no atendimento (Figura 10), 74% dos entrevistados afirmaram que não e apenas 26%

acreditam que sim e para tanto relataram atitudes como, respeitar a ordem de atendimento, ser preciso na sua busca, ser educado e transparente.

De acordo com Ferreira (1997) o serviço de atendimento ao público é um processo resultante da sinergia de diferentes variáveis: a conduta dos funcionários envolvidos (direta ou indiretamente) na situação, a organização do trabalho e as condições físico ambientais/instrumentais, além do comportamento do usuário. Já que trata-se de um processo que envolve dois atores principais, o atendente e o usuário, ambos precisam contribuir no intuito de que as distintas necessidades sejam atendidas.

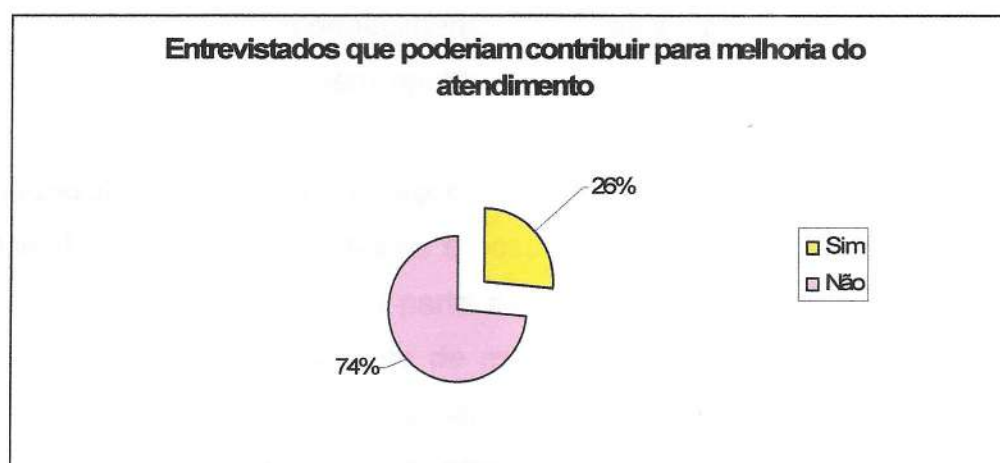


Figura 10 Entrevistados que acreditam poder contribuir para a melhoria no atendimento. Entrevista quanto à qualidade no atendimento de profissionais da UEPB, setembro de 2010.

Para finalizar o questionário, foi pedido aos entrevistados que atribuísem notas de 0 a 10 para as características que julgassem necessários em um profissional para que ele proporcione um atendimento de qualidade. Por ordem de importância tem-se, ser atencioso, organizado, possuir iniciativa, ser comunicativo, possuir treinamento, ter conhecimento e empatia, ter boa aparência.

Através do somatório das pontuações, atribuídas por cada entrevistado, foi possível constatar que todas essas características foram tidas pelos entrevistados como importantes, pois a diferença de pontos entre elas foi baixíssima, de 12 pontos entre a primeira e a penúltima, pois a característica ter boa aparência (última colocada) embora bem votada foi a que mais se distanciou das outras (29 pontos).

Vergueiro e Carvalho (2001) também concorda que a qualidade dever ser medida segundo os julgamentos dos usuários e que estes julgamentos são realizados a todo momento a partir da constatação do usuário sobre o serviço recebido e os custos que ele teve para obtê-lo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste trabalho foi possível visualizar as condições de excelência existentes e aquelas que necessitam de melhoria no atendimento dos profissionais que atendem usuários que buscam sanar seus problemas na UEPB.

A falta de educação e preparo profissional definiram-se no presente estudo como principal fator apontado para qualidade insatisfatória do serviço pela visão do usuário. Embora não se possa comparar o grau de satisfação entre trabalhos distintos publicados, devido a diferenças no método e público alvo, considerou-se neste estudo que o reconhecimento dos mais freqüentes fatores de descontentamento ou crítica podem apontar caminhos para melhorias na qualidade do atendimento prestado.

Conclui-se ainda que espaços, como os gerados por esta pesquisa, são imprescindíveis, pois através destes é possível gerar uma reflexão e construção de novos significados e valores, por parte dos usuários, acerca dos seus direitos, seu papel e participação como agente de mudanças do seu próprio atendimento. Ou seja, o processo de qualidade no atendimento, vai além da melhoria da qualidade da relação atendente/usuário: aponta para o desenvolvimento, nesse espaço, do sentido de cidadania e participação crítica.

Assim, torna-se vital a preparação do atendente e a valorização de todos aqueles que estão prestando serviços ligados diretamente ao público. As pessoas precisam estar motivadas e satisfeitas na realização de seu trabalho, pois a maneira como um funcionário se sente é transmitida aos clientes quando eles entram em contato com os mesmos. Perceber esta importância é garantir um atendimento satisfatório com altos padrões de qualidade e constante superação das necessidades e expectativas dos usuários.

REFERÊNCIAS

- ALBRECHT, Karl; BRADFORD, Lawrence. **Serviços com Qualidade: A Vantagem Competitiva**. São Paulo : Makron Books, 1992.
- BARRIONUEVO, Roseli Maria Colombo. **A excelência no atendimento sob a visão dos funcionários do banco do Brasil no Paraná**. 2007. 66p. (Monografia de Especialização em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Londrina, 2007.
- BARROS, Claudius D'Artagnan C. de ; **Excelência em serviços: uma questão de sobrevivência no mercado**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- BONILLA, José A. A sexta dimensão da Qualidade Total: a responsabilidade social autêntica. **Ingeniería Química**, Minas gerais, n. 23. p. 20-99, nov, 2003.
- BUENO, S.B. Qualidade em unidades de informação e resolução de problemas. **Rev. ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, v.10, n.1, p. 131-145, jan./dez., 2005.
- FERREIRA, Mário César. Serviço de Atendimento ao Público: O que é ? Como analisá-lo? Esboço de uma Abordagem Teórico-Metodológica em Ergonomia. **Revista Multitemas**, Campo Grande/MS, n. 16, p. 128-144, 2000. Disponível em: <http://www.unb.br/ip/labergo/sitenovo/mariocesar/artigos2/Abor_Ergono.PDF> Acessado em 15 de outubro de 2010.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.
- GOMES FILHO, Antônio Costa. Qualidade: momentos da verdade no serviço de atendimento aos usuários. In: **Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias**, 12., 2002, Recife. Disponível em: <<http://www.sibi.ufjf.br/snbu/snbu2002/main.htm>>. Acessado em 28 de setembro de 2010.
- GRONROOS, Cristian. **Marketing, Gerenciamento e Serviços: a competição por serviços na hora da verdade**. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- KLOETZEL, K.; BERTONI, A.M.; IRAZOQUI, M.C.; CAMPOS, V.P.G.; SANTOS, R.N.dos. Controle de qualidade em atenção primária à saúde. I A satisfação do usuário. **Rev. Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, n.3. v.14, jul/set, 1998.
- LONGO, Rose Mary Juliano; VERGUEIRO, Waldomiro. Gestão da qualidade em serviços de informação do setor público: características e dificuldades para sua implantação. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v.1, n. 1, p. 39-59, jul./dez., 2003.

LONGO, Rose Mary Juliano. **Gestão da Qualidade**: evolução histórica, conceitos básicos e aplicação na educação. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 1996.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas S/A, 1999, 261p.

RICHARD, F.Gerson. **A Excelência no Atendimento a Clientes**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

SITZIA J.; WOOD, N. 1997. Patient satisfaction: A review of issues and concepts. **Social Science and Medicine** 45 (12):1829-1843.

TANAKA, N-dia Luri; TONETTO, Rejane Maria. Qualidade total no atendimento ao cliente. In: **Encontro Nacional de Informação e documentação Jurídica**, v. 5, 2004, Porto Alegre. Disponível em: <<http://www.biblioestudantes.hpg.ig.com.br/servusu.htm>>. Acessado em 28/08/2010.

VAITSMAN, J.; ANDRADE, G.R.B.de. Satisfação e responsividade: formas de medir a qualidade e a humanização da assistência à saúde. **Rev.Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, n. 3, v. 10, jul/set, 2005.

VERGUEIRO, W.; CARVALHO, T. de. Definição de indicadores de qualidade: a visão dos administradores e clientes de bibliotecas universitárias. **Revista Perspectiva da Ciência e Informação**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 27 - 40, jan./jun., 2001.

VERGUEIRO, Waldomiro. O olhar do cliente como fator de qualidade para a gestão de bibliotecas universitárias: estudos de caso em instituições brasileiras. In: Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação, 19. Porto Alegre, 2000. **Anais...** Porto Alegre: Federação Brasileira das Associações de Bibliotecários, 2000. 1 CD-ROM.

VERGUEIRO, Waldomiro; VALLS, Valéria Martin. A gestão da qualidade em serviços de informação no Brasil: uma revisão da literatura. **Perspectiva em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 3, n.1, p. 41-46, jan./jun, 1998.

WILLIAMS, B. 1994. Patient satisfaction: a valid concept? **Social Science and Medicine** 38(4):509-516.

APÊNDICE

APÊNDICE 1 - Questionário

QUESTIONÁRIO

1. Idade: _____
2. Sexo: M () F ()
3. Nível de escolaridade:
1º grau incompleto () 1º grau completo () 2º grau incompleto ()
2º grau completo () Superior incompleto () Superior completo ()
4. Profissão:

5. É a primeira vez que procura a instituição? Sim () Não ()
6. Objetivo da procura pelo atendimento?

7. Qualidade do atendimento?
Ruim () Regular () Bom () Muito Bom ()
8. Conseguiu resolver o problema? Sim () Não ()
9. O que você melhoraria no atendimento?

10. Tempo de espera para ser atendido?

11. Qual era sua expectativa quanto a qualidade do atendimento?

12. O que mais o incomodou durante o atendimento?

13. Quantas vezes precisou recorrer a este atendimento para que seu problema fosse resolvido?

14. O que você destacaria de bom, no atendimento?

15. Você acredita que poderia exercer algum papel para que houvesse uma melhoria no atendimento? Sim () Não ()

16. Caso sua resposta tenha sido positiva, qual seria esse papel?

17. Que nota você daria de 0 a 10 para o atendimento?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

18. Coloque aqui sua sugestão e/ou elogio para o atendimento

Para as questões de 19 a 26 assinale notas de 0 a 10, levando em consideração os perfis que você considera importante que um profissional tenha para um atendimento de qualidade.

19. Ser organizado

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

20. Ter conhecimento

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

21. Ter empatia

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

22. Ser treinado

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

23. Ser comunicativo

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

24. Ter boa aparência

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

25. Ser atencioso

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

26. Ter iniciativa

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Obrigada por sua participação!