

MARKETING DE RELACIONAMENTO NO SERVIÇO PÚBLICO: COMO ESTÁ A SATISFAÇÃO GERAL DO CIDADÃO EM RELAÇÃO À QUALIDADE PERCEBIDA NOS SERVIÇOS?

RELATIONSHIP MARKETING IN THE PUBLIC SERVICE: HOW IS CITIZEN SATISFACTION IN RELATION TO PERCEIVED QUALITY IN THESE SERVICES?

Greziane dos Santos ¹

Fábio Rogério Morais ²

RESUMO

O contato com o cliente no atendimento ao público representa para as organizações a possibilidade de desenvolvimento de sua percepção sobre a empresa. Considerando os serviços oferecidos pela Administração Pública, em que muitos casos são exclusivos do Estado, este processo se torna bastante peculiar. Assim, este estudo busca identificar o nível de satisfação com o atendimento recebido na Central de Atendimento da Prefeitura Municipal de Ariquemes-RO (2011 e 2013) - com base em cinco critérios de avaliação da satisfação do cliente, e sua relação com o índice geral de satisfação percebida pelo cidadão. Portanto, o modelo é construído por meio da escala SERVQUAL, adaptada para este fim. A análise quantitativa dos dados é feita por meio de Regressão Linear. Os resultados encontrados no comportamento do fenômeno explica a relação entre os indicadores de qualidade no serviço público e a satisfação geral do cliente cidadão. Com isso, pode-se afirmar que a tangibilidade, a confiança, a presteza, a segurança e a empatia elevam a qualidade geral percebida pelo cidadão/cliente dos serviços público.

Palavras-chave: Administração Pública. Serviços Públicos. Satisfação do Cliente.

¹ Bacharel em Administração de Empresas pela Faculdades Associadas de Ariquemes FAAr- RO

² Mestre em Administração pela Faculdade Novos Horizontes – MG, Coordenador do Curso de Administração da Faculdade de Educação e Meio Ambiente -FAEMA

ABSTRACT

The customer contact in Customer Services is the ability for organizations to develop their perception about the company. Considering the services offered by public administration, in many cases are exclusive of state, this process is quite peculiar. Thus, this study seeks to identify the level of satisfaction with the care received in the Call Center of the Municipality of Porto Velho, RO (2011 and 2013) - based on the five criteria for evaluating the customer satisfaction and its relationship with the overall satisfaction perceived by the citizen. Therefore, the model is constructed by SERVQUAL adapted for this purpose. The quantitative data analysis is performed by linear regression. The results found in the behavior of the phenomenon explain the relationship between indicators of quality in public service and the overall customer satisfaction citizen. With this, it can be stated that tangibility, reliability, promptness, safety and empathy increase the overall quality perceived by the citizen / customer of public services.

Key words: Public Administration. Public Service. Customer Satisfaction.

1 - INTRODUÇÃO

A administração esteve e continua presente na história da humanidade. Desde os tempos mais remotos a administração foi utilizada por reis, imperadores e chefes de estado. Assim, a história nos evidencia a importância da administração no setor público para chegar a um objetivo de maneira eficiente ⁽¹⁾. Com a finalidade de atender as necessidades dos cidadãos, o Estado passou por diversas transformações, a fim de aprimorar os seus serviços, no anseio de prestá-los com maior qualidade aos seus clientes, os cidadãos ⁽²⁾.

No entanto, Davis *et al*³ (p. 288) afirmam que “Todo dia, encontramos filas de espera” e há situações desconfortáveis ao cidadão no atendimento recebido no setor público. Os maiores índices de reclamações nessa área são a demora, a falta de cordialidade por parte do atendente e as informações desconhecidas com a real necessidade do cidadão ⁽³⁾. Bresser Pereira e Spink⁴ apontam que os cidadãos exigem do estado muito mais do que pode oferecer. Então, frente a esses fatores, é passível à administração pública identificar estes pontos frágeis no atendimento e buscar soluções que atendam às necessidades dos cidadãos.

A fim de corresponder às expectativas dos clientes, a qualidade leva a contínua melhoria em produtos e serviços ⁽⁵⁾. No setor público isso não é diferente, mas apresenta algumas especificidades ⁽⁶⁾. Os serviços prestados por uma prefeitura aos cidadãos residentes dentro de seu perímetro territorial, só podem ser buscados e solucionados por esse órgão. Há, assim, a necessidade de analisar a percepção do cliente/cidadão sobre a qualidade, como meio de atendê-los em suas necessidades e anseios ^(6; 1; 2).

A qualidade no atendimento ao cliente revela os valores da organização, se ela possui metas bem definidas e se os colaboradores estão cientes e engajados nesse processo. ⁽⁷⁾. O cliente deve estar na centralidade da ação e na razão de existir de todas as organizações de direito público ou privado. Desse modo, este estudo tem o objetivo de identificar a qualidade dos serviços prestados pela Administração Pública Municipal de Ariquemes (Prefeitura Municipal de Ariquemes / RO - PMA) aos seus clientes, os cidadãos. A pesquisa tem o seguinte problema a ser respondido: qual a percepção do cidadão sobre a qualidade do serviço recebido na PMA?

Com isso, busca-se analisar o índice de satisfação dos clientes externos na central de atendimento da Prefeitura Municipal de Ariquemes, por meio da aplicação da Escala SERVQUAL, adaptada para este fim. A busca pelos indicadores de qualidade no segmento de serviços públicos se deve a necessidade de satisfação do cliente cidadão, como sujeito central destes serviços ⁽²⁾.

Para o Estado, em suas múltiplas instâncias, identificar a qualidade perceptiva do cliente/cidadão nos atendimentos e procedimentos executados tem um grau de relevância ainda maior, principalmente pelo fato de o cidadão ter acesso a este serviço exclusivamente na administração pública, não havendo outro estabelecimento onde possa obter tais serviços.

2 - ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

A Administração Pública pode ser definida em um conjunto de órgãos, serviços e agentes do Estado, que trabalham a fim de assegurar o bem estar da população, onde seus atos são direcionados a este objetivo ⁽⁸⁾. Portanto, a Administração Pública é a investidora de esforços e recursos físicos, humanos, materiais e tecnológicos, a fim de satisfazer as necessidades de uma coletividade administrada ⁽⁹⁾. Neste contexto, o histórico da Administração Pública no Brasil passou por diversas mudanças, em três fases: Administração Patrimonialista, Burocrática e Gerencial.

Segundo Torres¹⁰, o patrimonialismo esteve vigente no país desde 1500 até 1930, com o advento da revolução e uma reordenação política do Estado. Sandroni¹¹ (p. 317) define o patrimonialismo como “sistema de dominação política ou de autoridade tradicional em que a riqueza, os bens sociais, cargos e direitos são distribuídos como patrimônios pessoais de um chefe ou de um governante”. O patrimonialismo caracteriza-se pela confusão ou dificuldade em se distinguir o patrimônio público do privado, levando os governantes a administrarem os seus bens particulares e os bens do estado como um só, acarretando corrupção e nepotismo (¹²; ¹).

“O surgimento da Administração Pública burocrática no século XIX, em substituição às formas patrimonialistas de administrar o Estado, foi um grande progresso” (¹² p. 8). A burocracia é “[...] a instituição administrativa utilizada como instrumento para combater o nepotismo e a corrupção, [apresenta] os princípios de um serviço público profissional e de um sistema administrativo impessoal [...]” (¹² p. 8). Weber (*apud* ¹³), com o modelo burocrático de administrar, defendia que organizações buscariam a racionalidade, adequando os meios aos fins intencionados, garantindo máxima eficiência possível. Em sua teoria, a burocracia é uma organização eficiente por excelência.

Com o surgimento do capitalismo e da democracia houve a separação do que é bem público e do que é bem privado, no intuito de proteger o patrimônio público. Jund¹² afirma que para o modelo burocrático o comportamento das pessoas é previsível e, portanto, deve ser conduzido através de regras formais. Assim, a Administração Pública burocrática surgiu no Brasil em 1930, com a primeira reforma administrativa no país (¹²). No entanto, as disfunções se apresentaram logo em sua implantação, pois não alcançou o que a Teoria Burocrática se propõe: tornar as organizações eficientes e eficazes por meio da rapidez, da racionalidade, da homogeneidade de interpretação das normas, da redução de atritos e de discriminações, da padronização da liderança e do alcance dos objetivos.

O modelo vigente é o gerencial. A mudança da administração pública burocrática para a gerencial muda o foco do interesse administrativo que antes estava no Estado (Burocracia) e agora passa para o cidadão (Administração Pública Gerencial) (¹⁴; ¹). A administração pública gerencial tem como característica a valorização da eficiência, da eficácia e da competitividade. A administração pública gerencial baseia-se na concepção de Estado e de Sociedade Democrática pluralizada (¹²).

Bresser Pereira (¹⁵; ¹) afirma que a administração pública gerencial se mostra como avanço, pois deixa o controle passando a concentrar-se nos resultados. Este modelo se inspira na administração de empresas e controla a Administração Pública, cujos interesses são voltados para o interesse público: o cidadão é visto como cliente de seus serviços (¹). Na administração gerencial há também os aspectos da descentralização de decisão, dos princípios de confiança, da flexibilização no modo de gestão, dos incentivos à criatividade, da capacitação permanente e da recompensa por desempenho (¹⁵).

3 – SERVIÇOS PÚBLICOS

A Constituição Federal de 1988 (CF/88), em seu art. 175, diz: “incumbe ao Poder Público, na forma da lei, diretamente ou sob regime de concessão ou permissão, sempre através de licitação, a prestação de serviços públicos”. Segundo Bandeira de Mello¹⁶ (p. 632), serviço público é a “[...] atividade de fornecimento de utilidade ou comodidade material destinada à satisfação da coletividade em geral, mas fruível singularmente pelos administrados, que o Estado assume como pertinente a seus deveres e presta por si mesmo ou por quem lhe faça às vezes [...]”. O autor destaca que existem serviços em que a CF/88 não deu exclusividade ao Estado, antes colocou a seu cargo, e ao mesmo tempo deixa-os livres para a iniciativa privada.

Sendo o Estado titular dos serviços públicos, Bandeira de Mello¹⁶ (p. 52) diz que “[...] não significa que deva obrigatoriamente prestá-los por si ou por criatura sua quando detenha a titularidade exclusiva do serviço. Na maioria dos casos estará apenas obrigado a discipliná-los e a promover-lhes a prestação.” O Estado poderá prestar o serviço por si ou por entidade sua, como poderá promover a prestação do serviço através de entidades estranhas ao seu aparelho administrativo, de acordo com os termos e condições estabelecidas e enquanto o interesse público aconselhar tal decisão.

Os serviços públicos são executados pelo ente estatal de acordo com o princípio da predominância do interesse⁽¹⁷⁾. Desta maneira se sabe quem deverá executar certo serviço público, ou seja, à União cabem às questões de interesse nacional, aos Estados as questões referentes ao interesse regional e aos Municípios cabem as questões de interesse local (CF/88). Castor¹⁸ (p.99) afirma que “[...] o serviço público exerce funções consideradas necessárias pelos membros da sociedade [...] concebido como uma fração e um fator do bem comum”.

Nesse conceito, é inegável que os diversos aspectos da vida em sociedade estão ligados ao serviço público. Madeira¹⁹ afirma que o serviço público chega a ser um bem, uma utilidade e um valor para quem o recebe e que dele se beneficia direta ou indiretamente. Portanto, “Os órgãos públicos, [...] são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais contínuos. [...]”¹⁹ (p. 38).

Os serviços públicos podem ser classificados de acordo com a forma de execução: direto (quando a prestação do serviço pelo Estado é direta – e.g, justiça, tributação, polícia); concedidos (quando a prestação do serviço é mediante concessão, permissão ou autorização – e.g transporte coletivo, coleta de lixo e iluminação pública) ; comuns do Estado e da iniciativa privada (são os serviços que podem ser prestados sem a exclusividade do Estado – e.g, saúde, educação, previdência e assistência social)⁽²⁰⁾.

4 - QUALIDADE NOS SERVIÇOS E SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Para a teoria do marketing de serviços, serviço é um ato ou desempenho oferecido por uma parte à outra⁽²¹⁾. Embora o processo possa estar ligado a um produto físico, o desempenho é essencialmente intangível e normalmente não resulta em propriedade de nenhum dos fatores de produção. Para Kotler⁽²²⁾, os serviços possuem quatro características: intangibilidade (não podem ser vistos, sentidos, provados, ou mesmo cheirados, antes de serem comprados); inseparabilidade (são produzidos e consumidos ao mesmo tempo); variabilidade (são altamente variáveis à medida que dependem de quem os executam e de quando e onde são executados); e perecibilidade (não podem ser estocados).

Fitzsimmons *et al* (p. 29)⁽²⁸⁾ afirmam que “[...] os serviços são absolutamente indispensáveis para que uma economia possa funcionar a contento e melhorar a qualidade de vida de uma comunidade”. Parasuraman, Zeithaml e Berry⁽²³⁾, expõem que o cliente avalia a qualidade do serviço prestado dentro de cinco critérios principais, que são: tangibilidade (aparência das instalações físicas, equipamentos, pessoal e materiais de comunicação); confiança (capacidade de realizar o serviço prometido de forma confiável e precisamente); presteza (vontade de ajudar os clientes e fornecer um serviço rápido); segurança (conhecimento e cortesia dos funcionários e sua capacidade de transmitir confiança e segurança); e empatia (Carinho, atenção individualizada a empresa fornece aos seus clientes).

Devido às características dos serviços não é possível medir objetivamente a satisfação do cliente por meio de indicadores, assim, busca-se medir a percepção de qualidade do cliente, dentro dos grupos de indicadores⁽²³⁾. Grönroos⁽²⁵⁾ afirma que a qualidade é o que o cliente afirma ser qualidade e a qualidade em serviços é o que o cliente percebe como qualidade. Define, ainda, o “momento da verdade”, em que os vários momentos de interação do prestador de serviço com o cliente constroem a percepção sobre a qualidade e resulta ou não em satisfação⁽²⁵⁾.

De acordo com Lindon *et al.* (p. 576), “[...] o serviço público tende a oferecer padrões de qualidade inferiores, quando comparado com o setor privado, devido aos baixos níveis de concorrência.” No entanto, o cliente do serviço público (cidadão) dá seu pagamento por meio de tributos, pagos por quem os utiliza e por quem não os utiliza, e, como alguns são exclusivos, “o Estado e os seus organismos tem por missão servir e beneficiar a comunidade como um todo [...]”⁽²⁶⁾.

Dalldonne⁽²⁷⁾ (p. 22) apresenta que “[...] o cliente é o oxigênio de qualquer organização, sem o qual não há sobrevivência possível”. Assim definido, as organizações e o Estado servem ao cliente/cidadão a fim de satisfazer seus desejos e necessidades, visto ser a razão de existir tanto das organizações como do Estado.

Para Fitzsimmons *et al.* ⁽²⁸⁾ as experiências criam valor agregado ao cliente. As organizações, ao se envolverem e estabelecerem uma relação com o consumidor de maneira pessoal, podem tornar a experiência memorável. Dessa forma o sistema de serviços deve interagir com os clientes no papel de participantes do processo do serviço ⁽²⁸⁾. Gianesi e Corrêa (1994, p. 75) apontam que o relacionamento entre o cliente e a empresa pode ser influenciado pelo resultado do processo de prestação de serviço. O resultado percebido pelo cliente definirá se a empresa ou o estado prestam um serviço de qualidade ou não.

Kotler²² (p. 58) afirma que a “satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho (ou resultado) percebido de um produto/serviço em relação às expectativas do cliente”. Para ele a qualidade é a chave no processo de criação de valor e satisfação de clientes.

As considerações a respeito da satisfação dos clientes estão dispostas na percepção de cada indivíduo, visto ser uma experiência pessoal entre o prestador de serviço e o cliente. Assim, as organizações e o Estado buscam ferramentas na melhoria de seus serviços para que possam satisfazer o maior número de clientes no conjunto de suas expectativas. Para Paladini (2009) um consumidor nunca escolhe um bem de consumo ou um serviço por um único aspecto, mas por um conjunto de razões. Dessa maneira as razões intrínsecas que levam um cliente a escolher tal produto, pode não ser as mesmas que levam outro cliente a escolher mesmo produto e como as razões são subjetivas, de caráter muito pessoal, visto ser cada pessoa dotada de experiências únicas, suas perspectivas são diferentes.

Então a qualidade em serviços não pode ser definida em termos absolutos, mas em termos relativos (PALADINI, 2009). O cliente, ao escolher determinado produto, age em decorrência de uma série de influências de ordem interna ou externa ⁽²⁵⁾. Os fatores de ordem interna são psicológicos, como a motivação, a aprendizagem, a percepção, as atitudes, a personalidade. Os fatores de ordem externa estão relacionados à família, à classe social, aos grupos de referência e à cultura.

A qualidade de um serviço é julgada pelo processo de prestação e pelos resultados ⁽²⁸⁾. A qualidade dos serviços é o resultado da relação entre o cliente e a prestadora de serviços e a satisfação ou não é resultado das expectativas do cliente durante e após a prestação do serviço. Os clientes percebem os serviços em termos da qualidade e de quão satisfeitos eles estão com respeito ao conjunto total de suas experiências ⁽²³⁾. A qualidade do serviço é percebida em um julgamento global das atitudes do prestador e comparada a superioridade de outros serviços, resultado na satisfação que está relacionada a transação específica ⁽²⁴⁾.

Para Grönroos²⁵ existe uma relação tênue entre a qualidade total percebida pelo cliente, a qualidade esperada e a qualidade experimentada, assim, se as expectativas do cliente são maiores do que a que ele percebe, certamente, a qualidade total deste cliente será baixa.

5 - METODOLOGIA

Neste estudo a abordagem de pesquisa adotada é a quantitativa (técnica multivariada de dados), caracterizada pela quantificação em coleta e tratamento das informações com o intuito de garantir o resultado e evitar distorções na análise e na interpretação dos dados ⁽³²⁾. A tipologia deste estudo é descritiva, usada para descrever fenômenos existentes, situações presentes e eventos ⁽³⁰⁾, e explicativa, como continuação da



descritiva, posto que a identificação de fatores que determinam um fenômeno exige que este esteja suficientemente detalhado ⁽³⁰⁾

O meio de pesquisa é o estudo de caso aplicado à Central de Atendimento da Prefeitura Municipal de Ariquemes ⁽³¹⁾. A técnica de coleta de dados adotada foi a aplicação de escala.

No ano de 2011 foram utilizados dois modelos de escalas em conjunto no mesmo questionário, sendo elas: a escala Likert de 5 pontos, em que os pesquisados são levados a concordar ou discordar das afirmações, utilizada para nomear, identificar e classificar variáveis ⁽³²⁾. A amostra utilizada é por conveniência, ou seja, foram selecionados os clientes que se dispuseram a responder o questionário, sendo assim todos os clientes que receberam atendimento na Central de Atendimento de Ariquemes tiveram a mesma chance de ser selecionados. Segundo Hair *et al* ⁽³²⁾, na amostra por conveniência envolve a seleção de elementos de amostra que estejam mais disponíveis para tomar parte no estudo e que podem oferecer as informações necessárias.

De acordo com Gerhardt *et al* ⁽²⁹⁾ (p. 81) o objetivo da análise de dados é organizar os dados coletados de maneira que se possa obter respostas para o problema proposto, assim esta pesquisa tem como categoria analisadas homens e mulheres que usufruíram dos serviços na Central de Atendimento de Ariquemes. Os dados coletados foram manipulados nos Software Excel e IBM SPSS com a análise de regressão linear dos indicadores em cada resultado.

6 - ESTUDO DE CASO - A CENTRAL DE ATENDIMENTO PMA

No estudo de caso as diferenças do objeto de pesquisa e dos comportamentos são revelados, pois o interesse do pesquisador encontra-se na particularidade do objeto em estudo. A Central de Atendimento da Prefeitura Municipal de Ariquemes possui 11 (onze) servidores exercendo as funções de atendimento. A divisão em feita em duas áreas: um servidor exclusivo para a distribuição de senhas aos cidadãos e os outros servidores estão divididos em atendimento realizado para a secretaria de Fazenda, a Procuradoria Geral do Município e a Diretoria de Planejamento Urbano. As demais secretarias existentes se beneficiam do atendimento na solicitação do cidadão para a emissão de taxas, tributos e impostos.

6.1 Apresentação e Análise dos Dados

A amostra constitui-se de 200 pesquisados no ano de 2011 e de 200 pesquisados no ano de 2013. Os pesquisados foram abordados no espaço físico de atendimento da PMA após receberem o atendimento. A análise dos dados foi realizada por meio de regressão linear múltipla, onde se observa a explicação da variável resposta (y) em relação as variável preditoras (x) na explicação do modelo aplicado ⁽²³⁾.

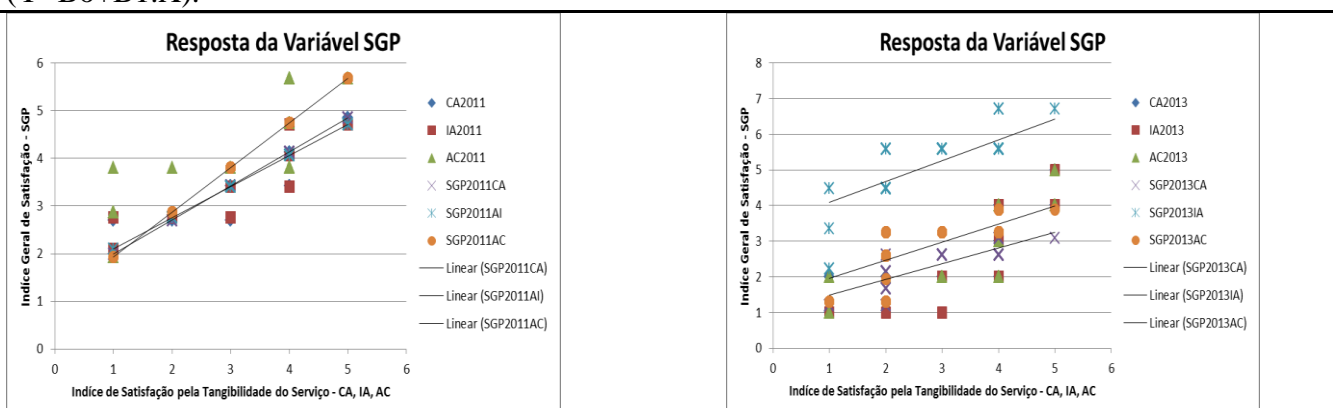
Na identificação demográfica da pesquisa, observou-se o gênero dos respondentes, que apresentou o seguinte resultado: no ano de 2011 46% dos participantes foram do gênero masculino e 54% do gênero feminino; no ano de 2013 a participação de 42% foram do gênero masculino e 58% do gênero feminino. Sobre os critérios avaliados⁽²³⁾ na qualidade percebida com o atendimento em sua relação com a satisfação geral dos serviços da PMA, identificou-se os resultados são dispostos a seguir.

De acordo com Parasuraman, Zeithaml e Berry⁽²³⁾, o cliente avalia a tangibilidade na prestação de serviços para aferir a qualidade do serviço recebido, que são a aparência das instalações físicas, os equipamentos, o pessoal e os materiais de comunicação. Na Central de Atendimento da Prefeitura Municipal de Ariquemes foram avaliados pelos clientes/cidadãos a Climatização do ambiente (CA), a Iluminação do ambiente (IA) e as Acomodações (AC) na área de atendimento.

Descriptive Statistics				Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N		Mean	Std. Deviation	N
SGP2011	3,60	,764	200	SGP2013	2,97	,921	200
CA2011	3,84	,698	200	CA2013	3,45	1,045	200
IA2011	3,80	,695	200	IA2013	3,69	,631	200
AC2011	3,64	,941	200	AC2013	3,56	1,006	200

Fonte: Dados da Pesquisa – Software IBM SPSS

O critério tangibilidade está validado na literatura como elemento central para a qualidade nos serviços e a percepção de qualidade pelos clientes^(23; 25; 6; 7). Desse modo, como proposta deste estudo ao analisar os indicadores de tangibilidade associados ao índice de satisfação geral do serviço, observa-se que os elementos mensurados tem capacidade de resposta (*Adjusted R Square*) em 61,10% para CA, 51,30% para IA e 63,90% para AC, no ano de 2011, e em 67,10% para CA, 57,50% para IA e 50,20% para AC, no ano de 2013, com intervalo de confiança de 95% (*p. value* < 0,05). A modelação da variável dependente (y) revela o componente determinístico em sua relação com a variável explicativa ($Y=B_0+B_1.X$).



Fonte: Dados da Pesquisa – Software Microsoft Excel

Assim, no que se referem à tangibilidade do serviço e aos itens avaliados pelos clientes pesquisados, pode-se afirmar que há explicação do modelo ao considerarem-se satisfeitos com o ambiente (tangibilidade) da central de atendimento da Prefeitura Municipal de Ariquemes e haver elevação da satisfação geral percebida

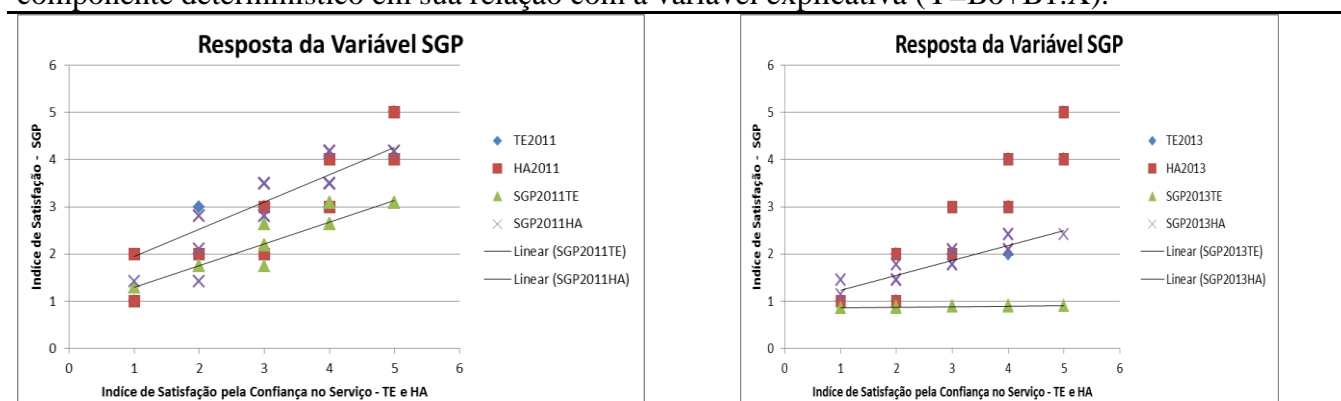
O segundo critério de análise foi à confiança nos serviços. Ela refere-se à capacidade de realizar o serviço prometido de forma confiável e preciso. Na Central de Atendimento da Prefeitura

Municipal de Ariquemes foram analisados pelos clientes/cidadãos os itens a seguir. Para isso foram medidos o tempo de atendimento (TE) e o horário de atendimento (HA) em relação a percepção do cliente.

Desse modo, ao analisar os indicadores de confiança associados ao índice de satisfação geral do serviço identificou-se que os elementos mensurados tem capacidade de resposta (*Adjusted R Square*) em 88,70% para TE e 61,70% para HA, no ano de 2011, e em em 70,50% para TE e 80,80% para HA, no ano de 2013, com intervalo de confiança de 95% (*p. value* < 0,05).

Destaca-se nesta unidade de análise, que a coleta de dados obteve informações sobre um terceiro elemento, que, por dano (dados corrompidos) na coluna específica desta análise, preferiu-se retirá-lo da amostra para não comprometer os resultados. Portanto, esta análise seguiu com os indicadores anteriormente apresentados.

A modelação da variável dependente (y) e apresentada no gráfico a seguir, que revela o componente determinístico em sua relação com a variável explicativa ($Y=B_0+B_1.X$).



Fonte: Dados da Pesquisa – Software Microsoft Excel

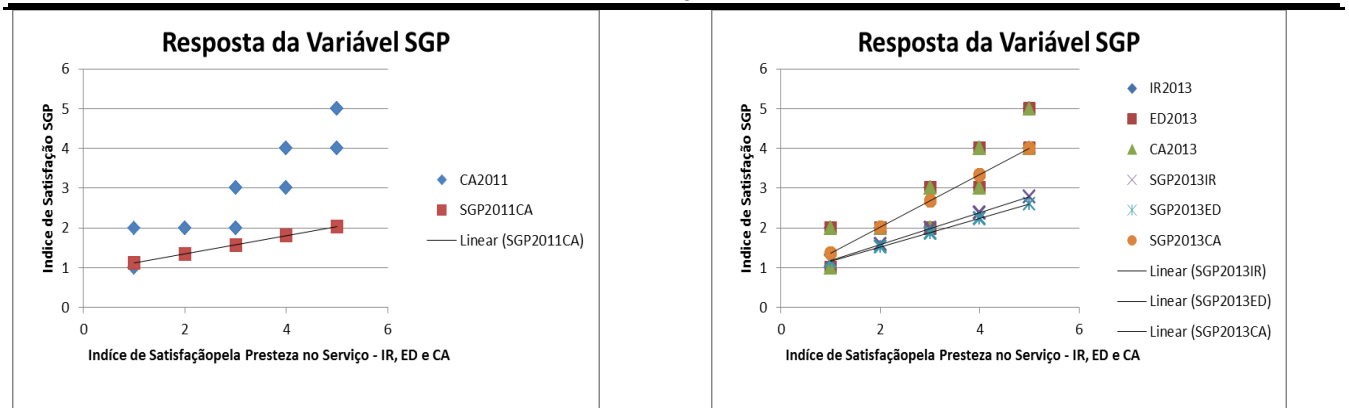
O resultado da relação entre a confiança e a satisfação geral percebida explica que para os pesquisados a variável TE em relação a satisfação geral é menos importante do que o HA. A variável explicativa demonstra que o tempo de espera não eleva a satisfação geral percebida pelo cidadão/cliente da central de atendimento da Prefeitura Municipal de Ariquemes. Esse critério expõe que há a necessidade de outras pesquisas ou aplicação de outro modelo de satisfação para melhor compreensão deste resultado.

O terceiro critério de análise do cliente pesquisado foi à presteza nos serviços. Trata-se da vontade e disponibilidade em ajudar os clientes e fornecer um serviço rápido. Foram analisados pelos clientes/cidadãos os itens a seguir: as informações recebidas (IR); esclarecimento de dúvidas (ED) e a cordialidade no atendimento (CA).

Ao analisar estes indicadores de presteza associados ao índice de satisfação geral do serviço identificou-se que os elementos mensurados tem capacidade de resposta (*Adjusted R Square*) em 70,80% para CA, no ano de 2011, e em 74,50% para IR, 73,10% para ED e 69,60% para CA, no ano de 2013, com intervalo de confiança de 95% (*p. value* < 0,05). Explica-se, porém, que devido à perda de informações na base de dados de 2011, preferiu-se não utilizar das informações completas, excluindo da análise (2011) os indicadores IR e ED.

Fonte: Dados da Pesquisa – Software IBM SPSS

A modelação da variável dependente (y) resultante do observado e do ajustado se processa no gráfico a seguir, e revela o componente determinístico em sua relação com a variável explicativa ($Y=B_0+B_1.X$).

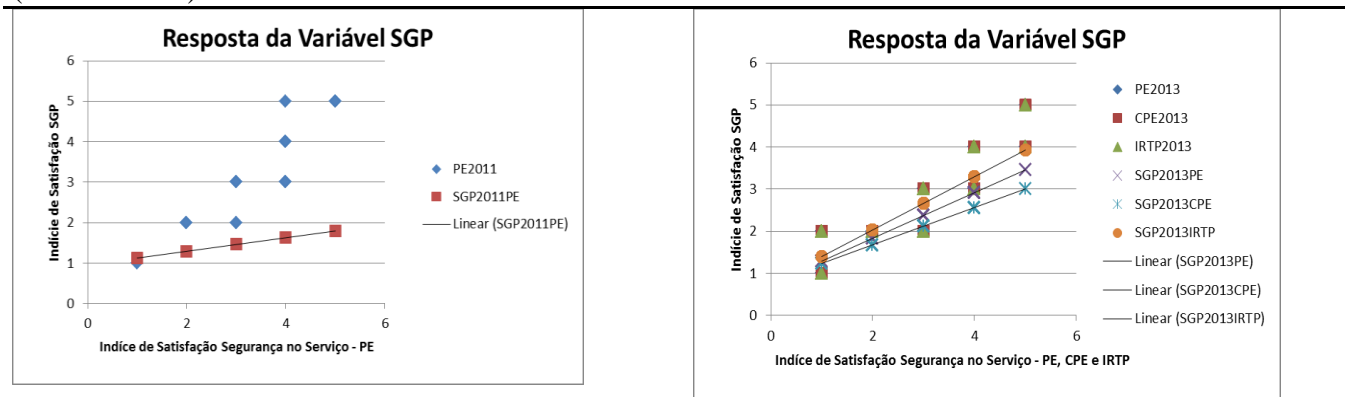


Fonte: Dados da Pesquisa – Software Microsoft Excel

O quarto critério de análise das respostas dos clientes foi à segurança na prestação de serviços. Esse critério é determinado pelo conhecimento e a cortesia dos funcionários e a sua capacidade de transmitir confiança e segurança. Foram analisados pelos clientes/cidadãos os itens a seguir: os prazos estabelecidos (PE); o cumprimento dos prazos estabelecidos (CPE) e as informações recebidas pertinentes ao tramite dos processos (IRTP).

Ao analisar estes indicadores de segurança associados ao índice de satisfação geral do serviço identificou-se que os elementos mensurados tem capacidade de resposta (*Adjusted R Square*) em 69,60% para PE, no ano de 2011, e em 70,40% para PE, 75,00% para CPE e 75,40% para IRTP, no ano de 2013, com intervalo de confiança de 95% (*p. value < 0,05*). Explica-se, porém, que devido à perda de informações na base de dados de 2011, preferiu-se não utilizar das informações completas, excluindo da análise (2011) os indicadores CPE e IRTP.

A modelação da variável dependente (y) resultante do observado e do ajustado se processa no gráfico a seguir, e revela o componente determinístico em sua relação com a variável explicativa ($Y=B_0+B_1.X$).



Fonte: Dados da Pesquisa – Software Microsoft Excel

O quinto critério de análise do cliente foi a empatia na prestação de serviços. Trata-se do carinho e da atenção individualizada que a empresa oferece aos seus clientes. Foram analisados pelos clientes/cidadãos os itens a seguir: a atenção apropriada do serviço (ASS) e a educação e atenção do servidor (AE).

Ao analisar estes indicadores de empatia associados ao índice de satisfação geral do serviço identificou-se que os elementos mensurados tem capacidade de resposta (*Adjusted R Square*) em 70,40% para ASS em 70,50% para EA, no ano de 2013, com intervalo de confiança de 95% (*p. value < 0,05*). Explica-se, porém, que devido à perda de informações na base de dados de 2011, preferiu-se não utilizar das informações incompletas, excluindo da análise (2011) os indicadores ASS e EA.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A evolução dos modelos de administração pública no Brasil demonstra a real necessidade de desenvolver a profissionalização efetiva e, em concordância com os anseios de melhorias da sociedade, aplicar as ferramentas da administração privada, de modo transversal, aos fundamentos constitucionais (CF/88) da administração pública. Assim, neste caso, a percepção do cliente revela em seu memorial de serviços recebidos (experiências pessoais) a métrica de suas respostas como determinantes para a qualidade percebida.

Os serviços, em suas peculiaridades, são percebidos de maneira intrínseca, individualizada, levando em consideração a visão de mundo de cada cliente/cidadão e suas expectativas antes, durante e depois do serviço executado. Portanto, considerando os cinco pontos analisados na percepção de qualidade do serviço, de acordo com Parasuraman, Zeithaml e Berry⁽²³⁾, os clientes da Central de Atendimento da prefeitura Municipal de Ariquemes, pode-se afirmar que o modelo explica a relação entre o indicador de satisfação geral (y) e as variáveis preditoras (x) (tangibilidade; confiança; presteza; segurança; e empatia).

Portanto, ao aproximar os conceitos da qualidade nos serviços ao contexto da administração pública municipal, este estudo dá continuidade a discussão teórica e gerencial sobre este tema. Portanto, a contribuição teórica se sustenta na capacidade de aplicação do modelo como fundamentos para explicação da qualidade percebida pelos usuários dos serviços públicos na administração pública municipal. No campo da contribuição gerencial, observa-se que este modelo poderá ser aplicado em órgãos e instituições públicas como meio para aferir a representatividade destes indicadores na capacidade de resposta à percepção de qualidade dos usuários dos serviços.

Assim, como sugestão para pesquisas futuras, propõe-se a aplicação do modelo em outros entes federados, além da utilização de outras técnicas multivariadas de dados como forma de ratificação do modelo ou ajustes para melhor desenvolvimento e capacidade de aplicação em cenários múltiplos. Também há a possibilidade de integrar outros medidores ao modelo como mecanismos de se abarcar elementos não contemplados neste estudo e que participam relevantemente para a qualidade dos serviços estatais.

Por fim, considera-se que a qualidade dos serviços públicos é fator determinante para o bem estar social e a melhor utilização da coisa pública a serviço da sociedade. O desenvolvimento social é dependente da resposta adequada às demandas político administrativa com o exercício do poder estatal em sua finalidade de atender as reais necessidades da sociedade com ação efetiva e eficaz, que só pode ser exercida com a utilização das ferramentas disponíveis para uma gestão profissional e inserida nas determinantes da qualidade. Deste modo, acredita-se que os resultados deste trabalho possam mobilizar esforços práticos para a consecução dos objetivos estatais inseridos na esfera da qualidade do atendimento aos usuários do serviço.

REFERÊNCIAS

1. BRESSER PEREIRA, Luiz Carlos. Uma reforma gerencial da administração pública no Brasil. **Revista do Serviço Público**, v. 49, n. 1, p. p. 5-42, 2014.

2. SANTOS, Jane Pompilo dos. O funcionário, o servidor, o agente público do século XXI e a Constituição Federal Brasileira de 1988. 2012. 55f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão da Organização Pública)- Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2012.
3. DAVIS, Nicholas J. Aquilano, Richard B. Chase, Mark M.. **Fundamentos da Administração da Produção**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
4. BRESSER PEREIRA, Luiz Carlos; SPINK, Peter Kevin. **Reforma do Estado e a Administração Pública Gerencial**. 7 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.
5. OLIVEIRA, Angela Maria et al. Gerenciamento do capital humano em bibliotecas ou centros de informação: desafio imposto pela sociedade do conhecimento. **Transinformação**, v. 12, n. 2, 2012.
6. COUTINHO, Marcelo James Vasconcelos. Administração pública voltada para o cidadão: quadro teórico-conceitual. **Revista do Serviço Público**, v. 51, n. 3, p. p. 40-73, 2014.
7. DELLAGNELO, Eloisa Livramento; MACHADO-DA-SILVA, Clóvis L. Novas formas organizacionais: onde se encontram as evidências empíricas de ruptura com o modelo burocrático de organizações?. **Organizações & Sociedade**, v. 7, n. 19, 2014.
8. MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito Administrativo Brasileiro**. 32 ed. São Paulo: Malheiros Editores LTDA, 2006.
9. PANTOJA, Maria Julia et al. Política Nacional de Desenvolvimento de Pessoal na Administração Pública Federal: uma caracterização da capacitação por competências na administração pública federal. In: **Anais do V Congresso Conselho Nacional de Secretários de Estado da Administração de Gestão Pública**. 2012.
10. TORRES, Marcelo Douglas de Figueiredo. **Estado, Democracia e Administração Pública no Brasil**. 1 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004.
11. SANDRONI, Paulo. **Dicionário de economia**. São Paulo: Best-Seller/Nova Cultura, 1987.
12. JUND, Sergio. **AFO. Administração Financeira e Orçamentária: Teoria e 750 questões**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
13. FARIA, José Carlos. **Administração Teoria e Aplicações**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.
14. MOREIRA NETO, Diogo de Figueiredo Moreira. Administração Pública Gerencial. **Revista Direito**. Rio de Janeiro; v. 2, n. ., jul. 1998. Disponível em: <[HTTP://www.camara.rj.gov.br](http://www.camara.rj.gov.br)>. Acesso em: 10 nov. 2011.
15. BRESSER PEREIRA, Luis Carlos. Burocracia Pública e classes dirigentes no Brasil. **Revista de Sociologia e Políticas**. Curitiba; v. ., n. 28, jun. 2007. Disponível em: <[HTTP://www.scielo.br](http://www.scielo.br)>. Acesso em: 10 nov. 2011.
16. BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. **Curso de Direito Administrativo**. 19 ed. São Paulo: Malheiros, 2005.
17. COSTALDELLO, Angela Cassia. **Serviço Público: Direitos fundamentais, Formas Organizacionais e Cidadania**. Curitiba: Juruá, 2005.
18. CASTOR, Belmiro Valverde Jobim *et al.* **A abertura política e a dignificação da função pública**. In: SCHWARTZMANN, Simon. Estado e Administração Pública: reflexões. Brasília: FUNCEP, 1987. p. 51-86.

19. MADEIRA, José Maria Pinheiro. **Administração Pública Tomo I**. 11 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
20. ALMEIDA MELO, José Tarcízio de. **Direito Constitucional do Brasil**. Belo Horizonte: Del Rey, 2008.
21. LOVELOCK, Lauren Wright, Christopher. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2001.
22. KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
23. PARASURAMAN, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, A. **Delivering Quality Service – Balancing Customer Perception and Expectation**. New York: Free Press, 1990.
24. PARASURAMAN, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, A. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of Retailing**, ., 20 mar. 1988. Disponível em: <<http://areas.kenan-flagler.unc.edu>>. Acesso em: 28 set. 2013.
25. GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços: a competição por serviços na hora da verdade** . Rio de Janeiro: Campus, 1993.
26. LINDON, Jacques Lendrevie, Julien Lévy, Pedro Dionísio, Joaquim Vicente Rodrigues, Denis .. **Mercator XXI Teoria e Prática do Marketing**. 14 ed. Alfragide/Portugal: Dom Quixote, 2011.
27. DALLEDONNE, Jorge. **Gestão de serviços: a chave do sucesso nos negócios**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.
28. FITZSIMMONS, James A. Fitzsimmons, Mona J.. **Administração de Serviços, operações, estratégia e tecnologia da informação**. 4 ed. Porto Alegre: Bookman Companhia ED, 2005.
29. GERHARDT, Denise Tolfo Silveira, Tatiana Engel. **Métodos de Pesquisa** . Porto Alegre: UFRGS, 2009.
30. GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
31. YIN, Robert K.. **Case study research: design and methods**. 4 ed. .: Sage Pubns, 2008.
32. Hair, Joseph F. ., Barry Babin, , Phillip Samouel, Arthur H.. **Fundamentos de Métodos de pesquisa em Administração** . 1 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.