



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
PRÓ-REITORIA DE ENSINO E GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

JUAMARA COUTINHO DE OLIVEIRA SILVA

**AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS OFERECIDOS PELO SETOR DE
DÍVIDA ATIVA DA PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO
DE CAMPINA GRANDE-PB**

Campina Grande - PB

2016

JUAMARA COUTINHO DE OLIVEIRA SILVA

**AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS OFERECIDOS PELO SETOR DE
DÍVIDA ATIVA DA PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO
DE CAMPINA GRANDE-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração sob a Orientação do Professor M^c. José Austerliano Rodrigues.

Campina Grande - PB

2016

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

S586a Silva, Juamara Coutinho de Oliveira.

Avaliação da qualidade dos serviços oferecidos pelo setor de dívida ativa aa Procuradoria Geral do Município de Campina Grande-PB [manuscrito] / Juamara Coutinho de Oliveira Silva. - 2016.

30 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2016.

"Orientação: Prof. Me. José Austeriano Rodrigues, Departamento de Administração e Economia".

1. Qualidade em serviços. 2. Setor de dívida ativa. 3. Modelo Servqual. 4. Atendimento ao cliente. I. Título.

21. ed. CDD 658.562

JUAMARA COUTINHO DE OLIVEIRA SILVA

**AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS OFERECIDOS PELO SETOR
DE DÍVIDA ATIVA DA PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO
DE CAMPINA GRANDE-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Administração da Universidade
Estadual da Paraíba, em cumprimento à
exigência para obtenção do grau de Bacharel em
Administração.


Aprovada em 16 de maio de 2016.

Nota: 10,0

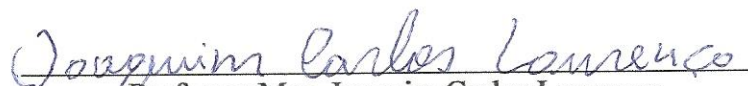
Banca examinadora:



Professor Msc. José Austerliano Rodrigues
Orientador



Professora Dra. Waleska Silveira Lira
Examinadora



Professor Msc. Joaquim Carlos Lourenço
Examinador

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS OFERECIDOS PELO SETOR DE DÍVIDA ATIVA DA PROCURADORIA GERAL DO MUNICÍPIO DE CAMPINA GRANDE-PB

Juamara Coutinho de Oliveira Silva¹
José Austerliano Rodrigues²

RESUMO

Para que as organizações prestadoras de serviços se destaquem em meio a um mercado competitivo é necessário que estas entreguem a seus clientes serviços de qualidade, capazes de superar suas expectativas. Com o objetivo de mensurar a qualidade dos serviços, Zeithaml, Parasuraman e Berry (1990) desenvolveram a ferramenta SERVQUAL, que consiste em um método comparativo entre expectativa e percepção dos usuários de serviços a partir de cinco dimensões pré-determinadas. Acreditando na eficiência deste método, foi aplicado junto aos usuários dos serviços oferecidos pelo setor de Dívida Ativa da Procuradoria Geral de Campina Grande-PB um questionário adaptado ao modelo SERVQUAL com o intuito de analisar a existência de possíveis discrepâncias entre o que o cliente espera e como realmente ele percebe o serviço. A pesquisa utilizou-se de uma abordagem quantitativa com uma amostra composta por 36 contribuintes, no período de Março e Abril de 2016, escolhidos através do critério de acessibilidade. Ela é caracterizada como sendo bibliográfica e estudo de caso, além de ser descritiva e exploratória. O instrumento de coleta de dados consistiu em um questionário com 44 afirmativas, utilizando a Escala de Likert como meio para se obter os resultados, além de perguntas simples que objetivaram traçar o perfil dos respondentes quanto ao gênero e faixa etária. Os resultados da pesquisa demonstraram que, em todas as dimensões, os respondentes possuem um certo grau de insatisfação quanto aos serviços analisados, tendo como destaque as dimensões Tangibilidade, Empatia e Confiabilidade, que apresentaram a maior diferença expectativa-percepção, enquanto que a dimensão Segurança mostrou os resultados mais aproximados do que os contribuintes esperam ao procurarem instituições públicas. Sugere-se, além da aplicação de melhorias por parte da organização a fim de tornar o serviço de melhor qualidade, a aplicação periódica de pesquisas quanto ao nível de satisfação dos usuários, tendo em vista que as expectativas quanto ao serviço podem variar ao longo do tempo.

PALAVRAS-CHAVE: Qualidade. Serviços. Modelo SERVQUAL.

¹ Bacharelada em Administração pela UEPB – Universidade Estadual da Paraíba.
Email: juamara.coutinho@hotmail.com

² Professor substituto da UEPB e doutorando em PUR pelo Instituto de Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro – IPPUR/UFRJ
Email: austerliano Rodrigues@bol.com.br

**QUALITY EVALUATION OF SERVICES PROVIDED BY ACTIVE DEBT SECTOR
ATTORNEY GENERAL OF MUNICIPALITY
CAMPINA GRANDE -PB**

ABSTRACT

For that service organizations stand out in the midst of a competitive market it is necessary that they deliver to their customers quality services, able to exceed your expectations. In order to measure the services' quality, Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990) developed the SERVQUAL tool, which consists of a comparative method between expectation and perception of service users from five predetermined dimensions. Believing in the effectiveness of this method was applied to the users of the services offered by Active Debt sector of Attorney General of Campina Grande – PB an adapted questionnaire to the SERVQUAL model in order to analyze the existence of possible discrepancies between what the client expects and as indeed he perceives the service. The research used a quantitative approach with a sample of 36 taxpayers, between March and April 2016, selected through the accessibility criterion. It is characterized as literature and case studies, as well as being descriptive and exploratory. The data collection instrument consisted of a questionnaire with 44 statements using a Likert scale as a mean to obtain the results, in addition to simple questions that aimed to outline the profile of the respondents according to gender and age. The survey results showed that in all dimensions, respondents have a certain degree of dissatisfaction about the services analyzed, with the highlight the dimensions: Tangibility, Empathy and Reliability, which showed the biggest difference expectation-perception, while the security dimension showed more approximate results than taxpayers expect to seek public institutions. It is suggested , in addition to application of improvements by the organization in order to make the best quality service, the periodic application of research on the level of user satisfaction , given that the expectations of the service can vary over time.

KEYWORDS: Quality. Services. SERVQUAL Model .

1. INTRODUÇÃO

A crescente valorização do conhecimento e a rapidez na troca de informações têm acarretado mudanças no ambiente organizacional, no que diz respeito à satisfação do cliente. A busca pela excelência e qualidade na prestação de serviços, impulsionada por uma geração de consumidores cada vez mais exigentes, tem sido uma preocupação constante das organizações, sejam elas públicas ou privadas.

Para um serviço ser considerado de qualidade é necessário que o cliente tenha suas expectativas superadas, assim, a empresa conseguirá satisfazê-lo em suas necessidades. O estudo da qualidade dos serviços não pode ser mais considerado como opcional e sim requisito fundamental para a sobrevivência das empresas, além de demonstrar responsabilidade social e ética, pois as organizações precisam conhecer e entender as expectativas e percepções dos seus clientes a fim de buscar oportunidades de melhoria para obter êxito na sua atuação enquanto prestadora de serviços.

Zeithaml, Parasuraman e Berry (1990), com o objetivo de avaliar a qualidade em serviços, desenvolveram um modelo denominado SERVQUAL, que consiste na comparação entre expectativa e percepção do consumidor, possibilitando mensurar a qualidade dos serviços e percepção de valor pelo usuário. Este modelo também possibilita a identificação das cinco dimensões da qualidade dos serviços: Tangibilidade, Confiabilidade, Atendimento, Segurança e Empatia. Para esta pesquisa, foi escolhido este modelo por ser adaptável a qualquer modalidade de serviço e contar com um prático instrumento de coleta de dados.

Considerando como sendo fundamental a avaliação da qualidade dos serviços para o sucesso da organização, surge a seguinte questão: Os contribuintes que procuram o setor de Dívida Ativa da Procuradoria Geral do Município de Campina Grande consideram de qualidade os serviços oferecidos pelo departamento?

A Procuradoria Geral é o órgão da Administração Direta do Município de Campina Grande que tem como função principal defender, judicial e extrajudicialmente, o município, assessorando os órgãos municipais e promovendo a execução da dívida ativa municipal, objetivando assegurar o interesse público. Neste órgão, funciona o setor de Dívida Ativa, que presta os serviços de assessoria à população e arrecadação dos impostos municipais, especificamente Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU e Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISSQN.

Diante da importância do referido departamento, tanto para a manutenção da máquina pública como no auxílio à população no cumprimento de suas obrigações fiscais, este estudo mostrou-se relevante devido a atual necessidade das instituições públicas cumprirem com seu papel de oferecer, cada vez mais, serviços de qualidade à população, além de promover uma renovação da sua cultura de trabalho, de modo a contribuir para a eficiência e eficácia organizacional.

Este artigo tem como objetivo geral avaliar a qualidade dos serviços oferecidos pelo setor de Dívida Ativa da Procuradoria Geral de Campina Grande, sob a ótica dos usuários. Quanto aos objetivos específicos, pretende-se avaliar as expectativas e percepções dos usuários dos serviços oferecidos pela instituição estudada, baseado no modelo SERVQUAL, além de traçar o perfil do contribuinte que procura os serviços do setor estudado. Espera-se que o estudo possa colaborar na identificação das lacunas existentes entre as expectativas dos contribuintes e a sua percepção quanto ao serviço utilizado, gerando informações que serão úteis para melhorar o nível de qualidade dos serviços da instituição.

Quanto aos procedimentos metodológicos, esta pesquisa se caracteriza por ser do tipo descritiva exploratória, além de constituir um estudo de caso que trará o diagnóstico da população estudada quanto ao nível de satisfação em relação ao serviço utilizado. Para a coleta dos dados foi utilizado um questionário composto por 44 questões, divididas em duas seções, segundo o modelo SERVQUAL adaptado para a realidade em questão.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Considerações Gerais Sobre Serviços

Para o melhor entendimento das atividades que envolvem a prestação de serviço, faz-se necessário compreender a definição e as principais características desta categoria de negócios.

Segundo Kotler e Keller (2006), um serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte pode oferecer a outra, que seja essencialmente intangível e não resulta na propriedade de nada. Sua produção pode ou não estar vinculada a um produto físico.

Las Casas (2008, p.4) afirma que “serviços são atos, ações, desempenho”. Esta definição pode ser utilizada em referência a todas as formas de serviços, sendo eles agregados ou não a um bem.

Para Sarquis (2009), além do serviço ter uma natureza predominantemente intangível, este pode ser oferecido à venda na forma de um pacote de benefícios, sem resultar na propriedade de algo, tendo o objetivo de satisfazer as necessidades dos usuários, envolvendo algum tipo de interação entre o prestador do serviço e o cliente.

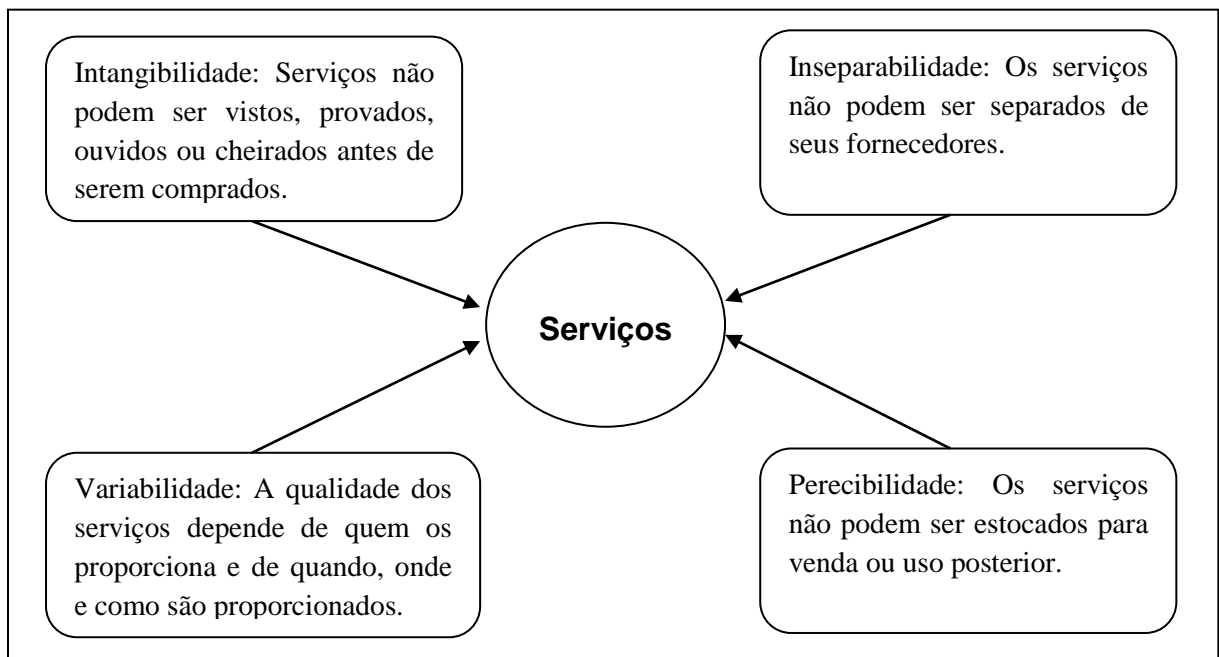
Grönross, considera que:

“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” (2009, p. 46).

Diante das definições citadas, de forma geral pode-se dizer que serviço corresponde a uma atividade que envolve alguma forma de interação entre o cliente e o que presta o serviço, tendo a intangibilidade como uma das principais características. A execução do serviço não está necessariamente vinculada a um bem físico e, assim como ocorre com os produtos, o seu objetivo também é a satisfação das necessidades dos consumidores.

Para Kotler e Armstrong (2007), os serviços possuem quatro elementos fundamentais que precisam ser observados quando da elaboração de estratégias de marketing: intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade. Estes estão apresentados na figura 1 e logo em seguida estarão descritos detalhadamente.

Figura 1 – Características dos Serviços



Fonte: Kotler e Armstrong (2007)

- a) **Intangibilidade dos serviços:** significa que estes não podem ser vistos, provados, sentidos ou tocados antes da compra, ou seja, não é possível apreender um serviço com base em qualquer dos sentidos humanos. Como consequência, ao adquirir um serviço, o consumidor não poderá saber o resultado antes que o processo de execução do serviço esteja concluído. Segundo Las Casas (2009, p. 204), devido a esta característica dos serviços, “antes de uma venda efetiva, o que ocorre são promessas, muitas vezes impossíveis de constatação prévia”. Porém, para tentar reduzir as incertezas causadas por esta intangibilidade, os fornecedores de serviços buscam sempre a utilização de algo físico para comunicar a seus clientes o resultado que se espera ter. Este artifício também é usado como forma de atrair consumidores.
- b) **Perecibilidade dos serviços:** esta característica indica que os serviços não podem ser armazenados para uma utilização futura, ou seja, só podem ser usados no momento em que são oferecidos. Para Kotler e Keller (2006), o fato dos serviços serem perecíveis não significa um problema quando a demanda é estável, porém, quando a demanda oscila, as empresas prestadoras de serviços podem encontrar maiores dificuldades.
- c) **Inseparabilidade dos serviços:** Las Casas (2009, p. 206) afirma que os serviços são inseparáveis, pois “produção e consumo ocorrem simultaneamente e é no momento em que o funcionário da empresa prestadora está frente a frente com o consumidor que ocorre a ação”. Isso quer dizer que existe uma forte interação entre fornecedor e cliente, de modo que este também passa a fazer parte do serviço e, conseqüentemente, a interferir em sua qualidade.
- d) **Variabilidade dos serviços:** também chamada de heterogeneidade, esta característica demonstra que os serviços dependem das pessoas envolvidas na produção. A qualidade dos serviços depende não apenas de quem os presta, mas também de quando, onde e como estes são produzidos. Pode-se citar como exemplo de caso concreto um funcionário que pode ser eficiente e atencioso em algumas ocasiões e ineficiente e desatencioso em outras, variando o seu atendimento de acordo com o seu humor ou motivação. Os serviços também podem variar de acordo com a capacidade e qualificação do profissional que o executa. Para diminuir a variabilidade, as organizações costumam padronizar procedimentos e dar treinamento aos seus funcionários, a fim de incentivar que todos tenham procedimentos e condutas semelhantes.

Enquanto que os bens são tangíveis, não perecíveis, separáveis, com sua produção desvinculada do produto e padronizados, os serviços são intangíveis, perecíveis, inseparáveis

(produção e consumo ocorrem simultaneamente) e variáveis ou heterogêneos. Ao observarem estas características, os responsáveis pela prestação de serviços precisam desenvolver suas estratégias de marketing com base nesta realidade.

2.2. Qualidade

Ao longo do tempo, o conceito de qualidade tem sofrido diversas alterações. Nos dias atuais esta tem se tornado uma das práticas mais exigidas por qualquer organização, independente do porte, sejam elas públicas ou privadas. Desde a era industrial já existia a prática da qualidade, pois já se conferia o trabalho realizado pelos artesãos da época. Porém, com as mudanças advindas da globalização, houve um aumento no número de organizações que ofereciam produtos semelhantes, gerando uma acirrada competitividade entre empresas, fazendo com que o enfoque da qualidade fosse alterado, pois o mercado passou a ser regido pelos clientes em vez dos produtores.

O termo qualidade vem do latim *Qualitate* e, segundo o dicionário, significa:

1. Propriedade, atributo ou condição das coisas ou das pessoas capazes de distingui-las das outras ou de lhes determinar a natureza; 2. Numa escala de valores, qualidade que permite avaliar e, conseqüentemente, aprovar, aceitar ou recusar, qualquer coisa; 3. Dote, dom, virtude; 4. Condição, posição, função. (MICHAELIS, [1998?])

Vários estudiosos, como Juran, Ishikawa, Deming, Garvin, entre outros, conhecidos como “Gurus da qualidade”, desenvolveram diversas abordagens para a definição da qualidade de modo que esta possa ser aplicável a todos os tipos de organizações. Apesar dessa variação, tanto em amplitude como em profundidade, os conceitos de qualidade giram em torno dos termos conformidade, adequação ao uso e atendimento de expectativas do cliente.

Deming (1990) afirma que a qualidade pode ser entendida como sendo a perseguição às necessidades dos clientes e a homogeneidade dos resultados do processo. As necessidades são tanto presentes como futuras.

Ishikawa (1993) defende que a qualidade se dá a partir do desenvolvimento, produção e comercialização de um produto mais econômico, útil e satisfatório para o cliente.

Segundo Lacerda (2005, p. 20) “qualidade é a filosofia de gestão que procura alcançar o pleno atendimento das necessidades e a máxima satisfação das expectativas dos clientes/usuários em todos os processos de uma empresa”.

A partir dos conceitos citados, é possível apreender que a qualidade de um produto ou serviço está diretamente relacionada à satisfação do consumidor. Isso coloca o cliente em uma posição de destaque quando da elaboração de estratégias de marketing tanto para produtos como para prestação de serviços.

Garvin (2002) propõe uma definição de qualidade a partir de cinco abordagens principais:

- a) **Transcendental:** Defende a qualidade como algo inato ao produto, relacionada a seu funcionamento. Isso significa que a qualidade não pode ser medida de maneira precisa e seu reconhecimento ocorre pela experiência do cliente, que só pode percebê-la ao ter contato com o produto.
- b) **Centrada no produto:** A qualidade é vista como uma variável que pode ser mensurada através de alguns atributos do produto. De acordo com esse ponto de vista, qualidade é sinônimo de maiores e melhores características de um produto, o que implica em maiores custos para se alcançar altos níveis de satisfação do cliente.
- c) **Centrada no valor:** Um produto é de boa qualidade quando une um alto grau de conformação a um custo aceitável. A qualidade, além de satisfazer necessidades, é definida em termos de custos e preços.
- d) **Centrada na fabricação:** A qualidade significa a elaboração de produtos ou serviços livres de erros, que correspondam, precisamente, as especificações pré-definidas por ocasião do projeto. As melhorias de qualidade ocorrem com a redução do número de desvios, o que representa redução dos custos.
- e) **Centrada no cliente:** A qualidade de determinado produto ou serviço é condicionada ao atendimento das necessidades e conveniências do cliente, ou seja, a avaliação do cliente passa a ser o padrão que define a qualidade. A visão baseada no cliente é muito subjetiva, pois, para ser considerado de qualidade, o produto deve atender as preferências do cliente, o que varia de pessoa para pessoa.

As abordagens propostas por Garvin não são excludentes. Elas podem estar presentes num mesmo ambiente e o reconhecimento da sua coexistência serve de estímulo para a melhoria do diálogo entre fornecedores e clientes. Embora sob diferentes pontos de vista, a ênfase no cliente é o aspecto mais importante das dimensões definidas por Garvin.

A qualidade pode ser entendida como a ação transformadora da realidade e o fator diferencial das organizações. Ela estimula o aperfeiçoamento contínuo dos processos para que as organizações sobrevivam, e se desenvolvam num ambiente de mudanças, não só em relação ao produto, mas também aos serviços.

2.3 Qualidade dos Serviços

Um dos pontos que determinam o sucesso de uma empresa prestadora de serviços é a qualidade. Porém, devido as características peculiares dos serviços, já citadas anteriormente, torna-se difícil a tarefa de gerenciar o controle de qualidade, uma vez que não existe a possibilidade de controlá-la antecipadamente à produção e execução do serviço.

Para Sarquis (2009, p. 200),

No contexto geral, a qualidade está relacionada à avaliação sobre o desempenho do produto da organização. No âmbito dos serviços, a qualidade significa 'conformidade com as especificações de serviço valorizadas pelos clientes', ou seja, um serviço tem qualidade quando apresenta as características e benefícios que os seus clientes-alvo valorizam.

Las Casas (2006) afirma que a qualidade é um elemento que sofre variação à medida que as expectativas das pessoas se modificam. Para um serviço ser considerado de qualidade ele precisa ser capaz de proporcionar satisfação, porém, é importante considerar que os serviços possuem dois elementos de qualidade que precisam ser observados: o serviço propriamente dito e a forma como este é percebido pelo cliente.

Segundo Parasuraman, Zeithaml e Berry (1990), pode-se definir qualidade dos serviços como sendo a discrepância entre as expectativas dos clientes sobre o serviço oferecido e o serviço percebido, proporcionando ao consumidor um determinado nível de satisfação.

Em pesquisas realizadas com clientes de várias categorias de serviços, foram identificadas as cinco principais dimensões que os clientes utilizam para julgar a qualidade dos serviços: confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e tangibilidade.

A confiabilidade, segundo FITZSIMMONS e FITZSIMMONS (2010), pode ser entendida como sendo a capacidade da organização prestar o serviço com confiança e exatidão e está relacionada com a confiança que uma determinada empresa passa para seus clientes. Segundo a confiabilidade.

A dimensão responsividade está diretamente relacionada com o comprometimento de todos os envolvidos na prestação do serviço em atender as expectativas e desejos dos clientes, da melhor maneira possível, ou seja, é a capacidade de resposta da empresa em relação ao atendimento ao cliente. Para Sarquis (2009, p. 202) a responsividade corresponde aos

“aspectos sobre a disposição dos funcionários para a prestação de serviços (interesse por ajudar os clientes, por fornecer informações e por atender as solicitações)”.

Hoffman e Batson (2014) definem a dimensão segurança como sendo a competência e a cortesia da empresa dispensada a seus clientes garantindo assim a segurança em suas operações. Esta dimensão está relacionada com a confiabilidade que a organização passa para seus clientes, tanto na forma como ela os trata como na habilidade com que executa os seus serviços e, principalmente, no cuidado e na responsabilidade com que a empresa tem com o patrimônio dos seus usuários.

Empatia, de acordo com HOFFMAN e BATSON (2014), é a capacidade de se perceber as sensações dos outros como se fossem suas próprias. Trazendo para o contexto da organização, a empatia corresponde a forma como a empresa compreende os desejos e necessidades de cada cliente, se colocando no lugar de cada usuário.

Por fim, constituem a dimensão tangibilidade todos os elementos físicos utilizados pela empresa e que estão envolvidos na execução dos serviços. Estes são utilizados pelos clientes como critérios para escolha de determinada empresa quando da contratação de algum serviço. FITZSIMMONS e FITZSIMMONS (2010) afirmam que a tangibilidade abrange a aparência das instalações físicas, equipamentos, pessoal e materiais para comunicação.

Todas essas dimensões estão presentes no modelo SERVQUAL de avaliação da qualidade dos serviços, que consiste em um instrumento de medição da qualidade dos serviços levando em conta as expectativas e percepções dos clientes.

2.4 Modelo SERVQUAL

A escala SERVQUAL foi desenvolvida por uma equipe de pesquisadores composta por Parasuraman, Berry e Zeithaml, na década de 1980. Este é um dos modelos pioneiros que considera as expectativas dos clientes em relação a um determinado serviço, com o objetivo de detectar as possíveis falhas a fim de minimizá-las ou torná-las extintas. Inicialmente, esta escala foi criada para avaliar serviços ou produtos dispostos no mercado, porém, mais recentemente, ela tem sido utilizada com frequência em outros setores da economia, como na área pública.

Este modelo consiste em uma avaliação numérica capaz de medir a qualidade dos serviços através das percepções dos clientes, utilizando a comparação do desempenho de uma empresa em relação a um ideal pretendido. Para mensurar a diferença entre expectativa e percepção do cliente, a escala SERVQUAL se baseia nos cinco fatores que podem influenciar

a avaliação que os usuários fazem em relação à qualidade do serviço. Esses fatores são as cinco dimensões da qualidade, já citadas anteriormente: Confiabilidade, Tangibilidade, Responsividade, Segurança e Empatia.

Para se alcançar os resultados pretendidos, um questionário composto por, geralmente, 44 afirmações é aplicado com o grupo de usuários do serviço analisado. Esse instrumento de pesquisa é dividido em duas seções. A primeira, com 22 afirmativas, está relacionada às expectativas que o usuário possui com relação ao serviço avaliado, enquanto que a segunda seção, também com 22 quesitos, busca mensurar a percepção do respondente sobre o serviço prestado pela organização em questão (HOFFMAN e BATSON, 2014). Isso implica dizer que, ao passo que uma seção demonstra o que o usuário espera do serviço, a outra indica a satisfação do usuário quanto ao serviço prestado. A partir da aplicação desse modelo, a qualidade dos serviços poderá ser medida através da média da diferença entre o questionário relativo à percepção e expectativas, obtidas pelas respostas dos usuários em cada uma das dimensões da qualidade dos serviços.

Nesta ferramenta, as avaliações costumam utilizar uma escala do tipo Likert de 5 pontos, com os extremos definidos pelos conceitos: “Discordo Totalmente” e “Concordo Totalmente”. Em cada item é calculado o *Gap* que corresponde a lacuna existente entre o serviço percebido e o serviço esperado. Quando esta discrepância é positiva, significa dizer que a organização conseguiu satisfazer as expectativas do cliente quanto ao serviço prestado. Porém, quando este *gap* é negativo, indica que os serviços estão abaixo do esperado pelo cliente.

A utilização da Escala SERVQUAL, quando feita periodicamente, permite que a organização tenha conhecimento do nível de satisfação dos seus clientes, principalmente se esta ferramenta for usada de forma conjunta com outras maneiras de mensuração da qualidade do serviço, como por exemplo, reclamações e sugestões de clientes. É também usada para identificar quais critérios os usuários do serviço consideram de maior importância bem como a percepção destes em relação ao serviço oferecido. Observa-se assim a importância que tal ferramenta agrega a uma organização, seja ela pública ou privada.

3. CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

A Procuradoria Geral do Município (PGM/CG) é um órgão da Administração Direta, vinculado à Prefeitura Municipal de Campina Grande-PB, que tem como principal função “assistir, coordenar, orientar e controlar a atuação do Poder Executivo do Município nos

assuntos jurídicos, na defesa do interesse do Poder Público Municipal nas áreas administrativas, judiciais, patrimoniais e fiscais, em todo Juízo, Instância ou Tribunal, ativa e passivamente” (CAMPINA GRANDE, 2011).

A estrutura administrativa da Procuradoria é composta por quatro diretorias, dentre elas está a Diretoria de Dívida Ativa, departamento que constitui objeto deste estudo. Esse setor, dentre outras funções, tem como principal responsabilidade a promoção da cobrança judicial e extrajudicial da dívida ativa do Município. Entende-se por dívida ativa da Fazenda Pública o conjunto de créditos líquido e certo que compõem o ativo permanente municipal, neste caso específico.

A inscrição na dívida ativa da PGM/CG se dá devido a ocorrência da falta de pagamento, por parte dos contribuintes, dos débitos tributários referente ao IPTU – Imposto Predial e Territorial Urbano e ISSQN – Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza. Estes são executados e cobrados através de processo judicial ou, em algumas vezes, em âmbito administrativo.

Os servidores lotados neste departamento, atualmente 03 (três) atendentes e 01 (um) diretor, são responsáveis pelo atendimento aos contribuintes, abertura de processos de execução fiscal, emissão de certidões, realização de acordos judiciais e extrajudiciais, bem como a preparação das petições para ajuizamento das competentes ações no âmbito da justiça.

4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para se alcançar os objetivos propostos por este trabalho, foi realizada uma pesquisa com abordagem quanti-qualitativa, pois, ao mesmo tempo em que os dados foram obtidos por meio de um número de entrevistados sendo, em seguida, analisados estatisticamente, o que caracteriza a pesquisa quantitativa, estes foram tratados de forma a evidenciar nas descrições uma melhor visão e compreensão do contexto do problema, o que justifica a abordagem qualitativa do estudo. Segundo a classificação de Vergara (2011), esta pesquisa pode ser classificada, quanto aos meios, como um estudo de caso, uma vez que, para subsidiar o diagnóstico, foi utilizado um levantamento com os usuários dos serviços oferecidos pela organização, e, quanto aos fins, caracteriza-se como sendo um estudo descritivo e exploratório. Descritivo, pois expõe características da população estudada como também registra fatos sem manipulá-los (Vergara, 2011), e exploratório na medida em que não se conhece estudos anteriores sobre a mensuração do desempenho dos serviços no âmbito do ambiente estudado.

Trata-se, assim, da realização de pesquisa de campo junto aos contribuintes que se utilizam dos serviços prestados pelo setor de Dívida Ativa da Procuradoria Geral de Campina Grande-PB. O universo da pesquisa é constituído pelos usuários que procuraram o departamento analisado durante os meses de março e abril de 2016. Foram atendidos neste setor uma média de 04 contribuintes por dia, o que corresponde ao total de 176 pessoas. A amostra foi definida por critério de acessibilidade, sendo composta por 36 usuários, representando 20% do universo pesquisado. Para Roesch (2006), a amostragem tem como finalidade a construção de um subconjunto da população capaz de representar as principais áreas de interesse da pesquisa.

O instrumento utilizado na pesquisa, para efeito de coleta de dados, foi um questionário composto por 44 questões fechadas, dividido em 02 seções, baseado no modelo SERVQUAL. Foram também aplicadas perguntas simples com o objetivo de traçar o perfil dos usuários quanto a gênero e faixa etária. Para mensurar as expectativas e percepções utilizou-se a escala de Likert de cinco pontos, atribuindo 1 para “discordo totalmente”, 2 “discordo”, 3 “nem discordo e nem concordo”, 4 “concordo” e 5 “concordo totalmente”.

Após a coleta dos dados, estes foram tratados e colocados em tabelas a fim de se ter uma melhor visualização. Para cada variável foi calculada a média ponderada, com base no grau de concordância de cada item, utilizando-se a fórmula descrita abaixo e, a partir destes resultados, foi utilizado um software para a elaboração de gráficos com a finalidade de comparar os níveis de expectativa e de percepção dos respondentes quanto ao serviço oferecido pelo departamento de Dívida Ativa da Procuradoria Geral de Campina Grande-PB.

Tabela 1 – Média Ponderada

	Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
Pontos de Likert (P)	1	2	3	4	5
Respondentes (R)	7	4	2	13	10

$$\text{MÉDIA PONDERADA} = \frac{(P1 * R1) + (P2 * R2) + (P3 * R3) + (P4 * R4) + (P5 * R5)}{R1 + R2 + R3 + R4 + R5}, \text{ onde:}$$

P = Pontos de Likert
R = Numero de Respondentes

Fonte: Autoria própria, 2016

O resultado quanto ao nível de qualidade dos serviços foi obtido através da diferença entre as médias gerais de cada dimensão conforme especifica a Figura 2. Desta forma, foi possível observar quais aspectos que os usuários consideram de maior importância bem como analisar aqueles de maior e menor satisfação dos respondentes.

Figura 2 – Cálculo da Pontuação Servqual

$$\text{SERVQUAL} = \text{QUALIDADE PERCEBIDA} - \text{QUALIDADE ESPERADA}$$

Fonte: Autoria própria, 2016

A mensuração da qualidade dos serviços através do modelo SERVQUAL possibilita à organização analisar a prestação do serviço do ponto de vista do usuário, rompendo a visão puramente profissional do serviço, contribuindo para a gestão e elaboração de estratégias de melhorias da qualidade durante o processo decisório e desenvolvimento do trabalho.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

5.1. Perfil dos Entrevistados

A fim de analisar a percepção e as expectativas dos usuários em relação ao serviço prestado, foi observada as características quanto ao gênero e a faixa etária dos entrevistados.

Tabela 2 – Distribuição da frequência dos usuários pesquisados quanto ao gênero

GÊNERO	USUÁRIOS	%
Masculino	21	58%
Feminino	15	42%
TOTAL	36	100%

Fonte: Pesquisa de campo, 2016

Com base nos dados coletados, percebe-se, conforme a Tabela 2, que a maioria dos entrevistados são do gênero masculino com 58%, enquanto que 42% são do gênero feminino. Isso implica dizer que, quando se trata de assuntos tributários, especificamente IPTU e ISS, geralmente são os homens que buscam os órgãos responsáveis para solucionar problemas.

Tabela 3 – Distribuição da frequência dos usuários pesquisados quanto a faixa etária

FAIXA ETÁRIA	USUÁRIOS	%
Entre 18 e 25 anos	7	19,5%
Entre 26 e 46 anos	18	50%
Entre 47 e 60 anos	7	19,5%
Acima de 60 anos	4	11%
TOTAL	36	100%

Fonte: Pesquisa de campo, 2016

Em relação à faixa etária, a partir da Tabela 3, constata-se que 19,5% dos respondentes tem idade entre 18 e 25 anos, 50% estão na faixa entre 26 e 46 anos, 19,5% declararam que possuem entre 47 e 60 anos e, por fim, 11% dos entrevistados possuem idade acima de 60 anos. Geralmente, na faixa de idade da maioria dos respondentes, muitos já alcançaram uma certa estabilidade profissional além de já se responsabilizarem pelas obrigações fiscais de seus imóveis. Esses fatores podem justificar a procura, por parte desse grupo de pessoas, pelos órgãos responsáveis pela cobrança de impostos.

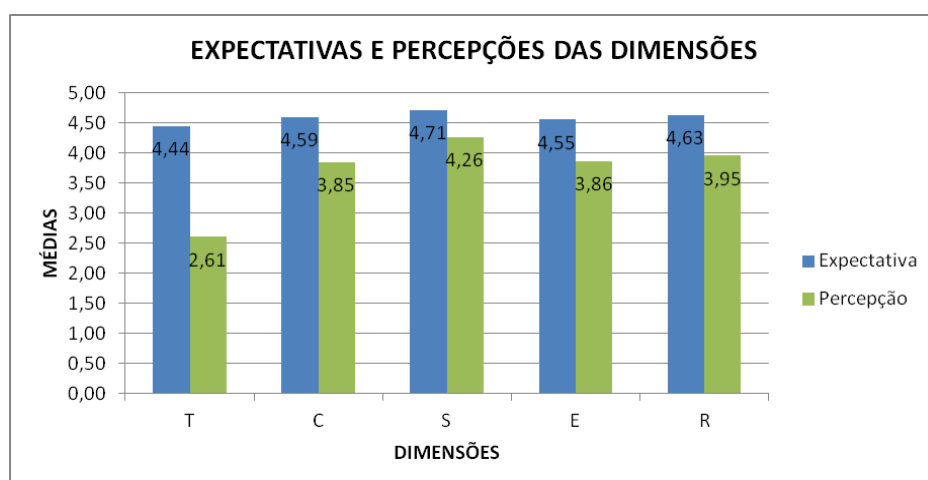
5.2. PARTE II – AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS

Com o intuito de alcançar os objetivos desta pesquisa, foi aplicado um questionário baseado no Modelo Servqual, que abordou quesitos ligados à qualidade na prestação de serviços, a partir das cinco dimensões da qualidade: Tangibilidade (T), Confiabilidade (C), Segurança (S), Empatia (E) e Responsividade (R). Conforme Apêndice I.

Nos gráficos seguintes serão expostos os comparativos das médias de cada dimensão referente às expectativas e percepções dos contribuintes quanto ao serviço oferecido pelo setor de Dívida Ativa da Procuradoria Geral de Campina Grande-PB.

O gráfico 1 expressa a discrepância entre a expectativa e a percepção do desempenho de cada dimensão. É possível observar que, segundo a opinião dos respondentes, em todos os atributos a média referente ao que os usuários esperam do serviço é superior a média de como realmente o serviço é oferecido. Quando isso ocorre, é necessário que a organização focalize os seus esforços em melhorar o seu desempenho para que este se aproxime dos níveis de satisfação dos seus clientes.

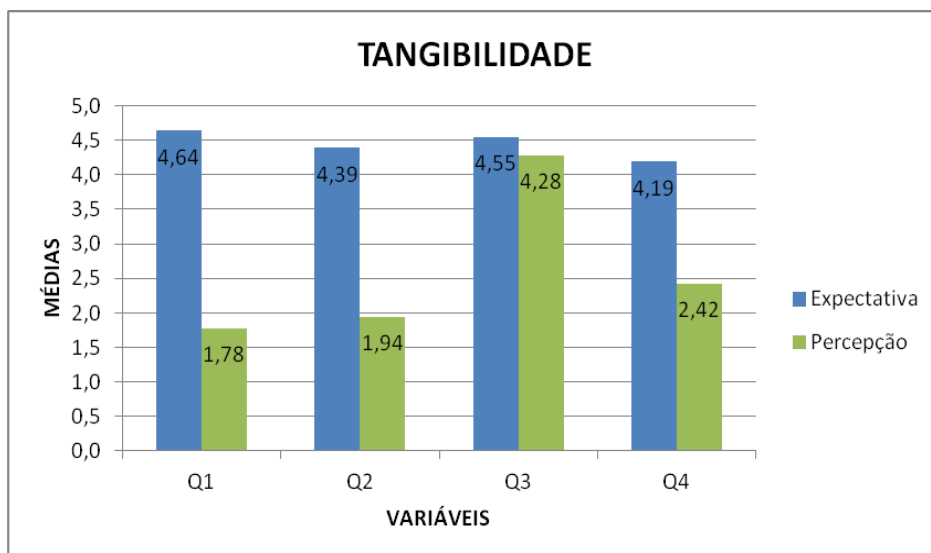
Gráfico 1 – Discrepância entre expectativa e percepção de desempenho das dimensões



Fonte: Pesquisa de campo, 2016

A diferença mais significativa entre expectativa e percepção observada através das colunas do Gráfico 1 está na dimensão Tangibilidade (T), onde a média do desempenho de 2,61 foi bastante inferior a média da expectativa, com valor 4,44. Isso indica que os elementos físicos da organização estão em dissonância com o que o contribuinte espera encontrar ao se dirigir à uma organização pública. A dimensão Segurança (S), mesmo obtendo uma média de desempenho inferior a média da expectativa foi a que apresentou uma menor diferença entre o que o usuário deseja e como ele percebe o serviço. Nota-se que, quanto ao desempenho, as dimensões Confiabilidade (C), com média 3,85, Empatia (E), com média de 3,86 e Responsividade (R), com média de 3,95 foram as que alcançaram média mais próxima da média geral de avaliação, com valor de 3,71.

Gráfico 2 – Médias de expectativa e percepção na dimensão Tangibilidade

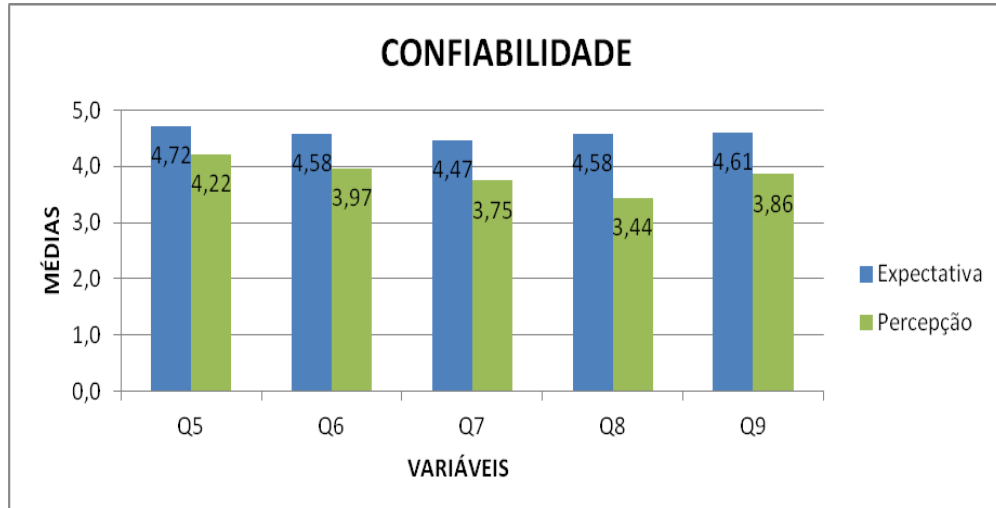


Fonte: Pesquisa de campo, 2016

O Gráfico 2 representa as médias das variáveis referente à dimensão Tangibilidade, que corresponde aos aspectos físicos ligados ao serviço observados pelos usuários. É possível observar que a diferença maior encontra-se nos itens Q1 e Q2 que tratam dos equipamentos que a organização possui e do nível de atratividade das instalações, respectivamente. Enquanto que a média da expectativa do quesito Q1 foi 4,64 a média da percepção do mesmo quesito foi de 1,78, abaixo até mesmo da média geral do desempenho na dimensão Tangibilidade (2,61). Observa-se que os contribuintes esperam encontrar na instituição analisada equipamentos modernos, o que não é visto na realidade. A variável Q4, “instalações de acordo com o serviço oferecido”, também apresentou diferença significativa da média da percepção em relação a média da expectativa (1,77). Pode-se dizer que, para o serviço

oferecido, os contribuintes esperavam encontrar instalações de melhor qualidade. Nesta dimensão, a variável que apresentou menor diferença expectativa-percepção foi a Q3, que trata da apresentação dos funcionários quanto a vestimenta e higiene pessoal.

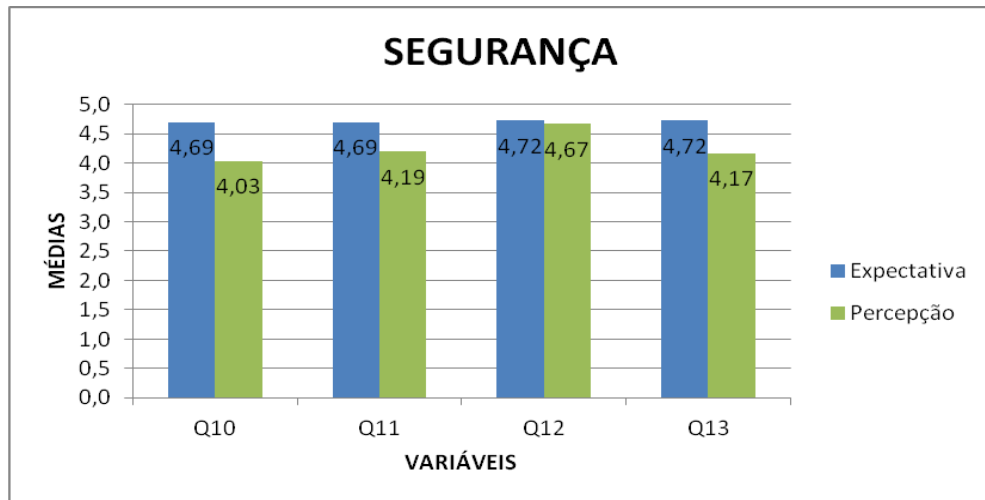
Gráfico 3 - Médias de expectativa e percepção na dimensão Confiabilidade



Fonte: Pesquisa de campo, 2016

As variáveis que representam os aspectos da dimensão Confiabilidade apresentaram diferença pequena entre as expectativas e as percepções dos usuários do serviço analisado. Pode-se observar que o item Q5, “interesse dos servidores em solucionar os problemas dos contribuintes”, obteve uma média quanto a expectativa de 4,72 e quanto a percepção de 4,22 o que implica dizer que o serviço oferecido está, de certa forma, de acordo com o que o cliente espera. A variável que apresentou maior diferença foi a Q8, “cumprimento dos prazos estabelecidos”, com média de desempenho (3,44) menos que a média geral de avaliação na dimensão Confiabilidade (3,85). Ficou evidente que o setor analisado precisa melhorar neste quesito a fim de satisfazer as necessidades dos contribuintes. Os itens Q6, “segurança dos servidores em lidar com problemas”, Q7, entrega correta do serviço na primeira vez” e Q9, “manutenção de registros atualizados”, apresentaram valores bem semelhantes. Mesmo existindo uma discrepância entre expectativa e percepção dos usuários, pode-se dizer que o setor analisado é considerado confiável, segundo os respondentes.

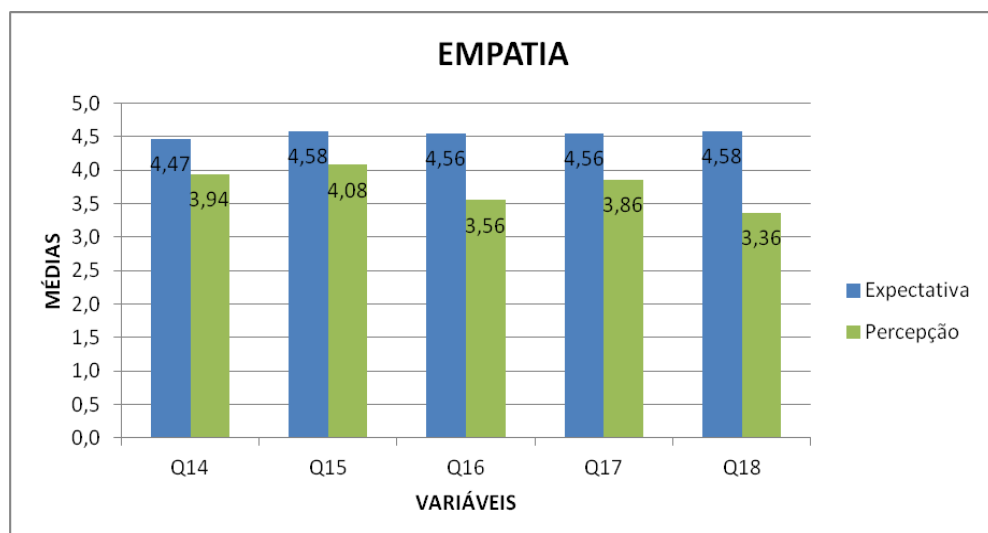
Gráfico 4 - Médias de expectativa e percepção na dimensão Segurança



Fonte: Pesquisa de campo, 2016

Quanto as expectativas e percepções relacionadas à dimensão Segurança, o gráfico 4 demonstra que a variável Q12, “servidores educados”, corresponde a quase 100% de satisfação por parte dos respondentes. Os itens Q10, “funcionários capacitados”, Q11, “servidores inspiram confiança” e Q13, “funcionários com conhecimento para tirar duvidas dos contribuintes”, mesmo apresentando diferença expectativa-percepção negativa, nota-se que foram índices muito baixos, o que nos leva a concluir que, no quesito Segurança, os respondentes consideram que o setor analisado de certa forma corresponde ao que os contribuintes esperam de uma organização pública.

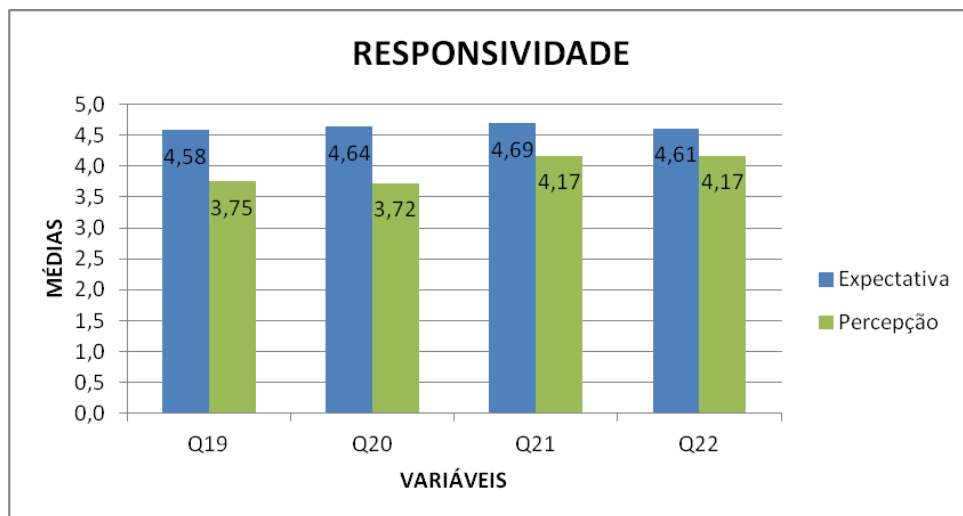
Gráfico 5 - Médias de expectativa e percepção na dimensão Empatia



Fonte: Pesquisa de campo, 2016

O Gráfico 5 representa as médias de expectativa e percepção dos respondentes quanto as variáveis correspondentes a dimensão Empatia. Nota-se que o quesito que apresentou maior discrepância foi o Q18, com média de expectativa equivalente a 4,58 e de percepção 3,36. A diferença apresentada neste item, que trata do “horário conveniente de atendimento ao público”, pode ser explicada pelo fato da administração municipal de Campina Grande-PB ter realizado alterações no horário de atendimento das repartições públicas municipais, devido a cortes no orçamento. O item Q16, “organizações públicas devem ter em mente o melhor para o contribuinte”, também apresentou diferença considerável. Porém, é preciso considerar que os atos praticados pelas instituições públicas são limitados por lei, o que nem sempre possibilita ao servidor beneficiar o contribuinte na forma como ele deseja. As variáveis Q14, “atenção individual aos contribuintes”, Q15, “servidores tratam os contribuintes com atenção” e Q17, “funcionários sabem o que o contribuintes deseja”, apresentaram resultados semelhantes, com média de percepção abaixo das expectativas dos respondentes.

Gráfico 6 - Médias de expectativa e percepção na dimensão Responsividade



Fonte: Pesquisa de campo, 2016

A dimensão Responsividade foi representada pelo Gráfico 6 com as médias de expectativa e percepção de suas variáveis. Essa dimensão corresponde ao nível de comprometimento dos envolvidos na prestação do serviço para atender as expectativas e desejos dos clientes, da melhor maneira possível e, através dos dados coletados observamos que, a forma como os servidores do setor analisados respondem às expectativas dos contribuintes se aproxima do que eles realmente esperam de um órgão público. Os quesitos Q21, “servidores mostram disposição em ajudar os contribuintes”, e Q22, “servidores estão sempre prontos em atender as necessidades dos contribuintes”, pode-se dizer que obtiveram

uma resposta positiva tendo em vista uma pequena diferença na relação expectativa-percepção. As variáveis Q19 e Q20, que correspondem a “informações sobre andamento de processos” e “rapidez no atendimento”, respectivamente, devem receber atenção por parte do contribuinte tendo em vista uma diferença maior entre o que o cliente deseja e o que ele realmente recebe do prestador de serviço.

Através da análise dos dados foi possível perceber que, em todas as dimensões, as expectativas que os respondentes conferem as variáveis da qualidade é maior do que o serviço que a instituição analisada consegue oferecer. Esta diferença pode ser verificada na Tabela 3 a seguir e é um objeto rico de análise para a organização no tocante à melhoria da qualidade de seus serviços.

Tabela 4 – Diferença entre as médias das dimensões da qualidade

DIMENSÃO	Média Expectativa (ME)	Média Percepção (MP)	MP - ME
Tangibilidade	4,44	2,61	-1,84
Confiabilidade	4,59	3,85	-0,74
Segurança	4,71	4,26	-0,44
Empatia	4,54	3,76	-0,78
Responsividade	4,63	3,95	-0,68

Fonte: Pesquisa de campo, 2016

Quanto mais positiva for a média mais o serviço está sendo realizado de forma satisfatória, em contra partida, quanto mais negativa for a média menor é a qualidade percebida pelo usuário do serviço. No estudo realizado todas as dimensões obtiveram resultados negativos, porém a diferença maior é vista nos Aspectos Tangíveis da organização e também em relação à Confiabilidade e a Empatia, denotando uma lacuna maior entre o que o cliente espera e o que ele percebe durante a prestação do serviço. As dimensões Segurança e Responsividade foram as que apresentaram menor discrepância, nos levando a concluir que os serviços oferecidos estão mais próximos do nível de expectativa conferido pelos usuários.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo proposto por esta pesquisa foi o de avaliar a qualidade dos serviços oferecidos pelo setor de Dívida Ativa da Procuradoria Geral de Campina Grande, sob a ótica dos usuários, através do modelo Servqual. Para tanto, foi verificada a opinião da amostra dos contribuintes e analisada a existência de uma possível discrepância entre a expectativa e a percepção destes quanto ao serviço prestado. O diagnóstico da qualidade dos serviços baseou-se em vinte e duas variáveis que englobam cinco dimensões: Tangibilidade, Confiabilidade, Segurança, Empatia e Responsividade.

A dimensão que apresentou maior diferença expectativa-percepção foi a correspondente aos aspectos tangíveis, com um índice de -1,84. Isso implica dizer que a instituição analisada precisa realizar maiores investimentos em suas instalações para que estas estejam em melhores condições, tornando os contribuintes mais satisfeitos.

Enquanto que o quesito Segurança, mesmo apresentando índice negativo, demonstrou ser o que mais se aproxima do que os usuários esperam de um serviço público. Pode-se concluir, portanto, que ao se utilizarem dos serviços do departamento de Dívida Ativa da Procuradoria Geral de Campina Grande-PB os contribuintes sentem-se seguros.

Devido o fato dos desejos e necessidades das pessoas estarem em constante mudança, sugere-se a aplicação de pesquisas periódicas para verificação da expectativa e da percepção dos contribuintes em relação aos serviços prestados. Assim também recomenda-se que a organização estudada realize as mudanças necessárias para que, posteriormente, os resultados possam ser positivos e os usuários do serviço tenham suas expectativas superadas.

REFERÊNCIAS

CAMPINA GRANDE. **Lei Complementar nº 055**, de 11 de março de 2011. Altera a lei Complementar nº 15, de 26 de dezembro de 2002, extingue a Secretaria de Assuntos Jurídicos e remaneja unidades administrativas e orçamentárias para criar a Secretaria de Serviços Urbanos e Meio Ambiente, a Secretaria de Cultura e a Secretaria de Esporte, Juventude e Lazer, e dá outras providências.

DEMING, W. E.. **Qualidade: A Revolução da Administração**. Rio de Janeiro: Marques Saraiva, 1990.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M, J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

GARVIN, David A. **Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

GRONRÖSS, Christian. **Marketing: Gerenciamento e serviço**. 3.ed. rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

HOFFMAN, K. Douglas; BATSON, John, E. G.; IKEDI, Ana Akemi e CAMPOMAR, Marcos Cortez. **Princípios de Marketing de Serviços**. São Paulo. Cengage Learning, 2014.

ISHIKAWA, K. **Controle de Qualidade Total: À maneira japonesa**. Rio de Janeiro: Campos LTDA, 1993.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12. Ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

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

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade Total em Serviços**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

_____. **Qualidade Total em Serviços: conceitos, exercícios, casos práticos.** 6ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

_____. **Marketing de Serviços.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MICHAELIS. **Moderno Dicionário da Língua Portuguesa.** [entre 1998 e 2008]. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

ROESCH, Silvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SARQUIS, Aléssio Bessa. **Estratégias de marketing para serviços.** São Paulo: Atlas, 2009.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ZEITHAML, V. A.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L.; **Delivering quality service - balancing customers perceptions and expectations.** New York: The Free Press, 1990.

APÊNDICE

APÊNDICE I – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
 PRÓ-REITORIA DE ENSINO E GRADUAÇÃO
 CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
 DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
 CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

LINHA DE PESQUISA: AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS

(1ª PARTE)

CARACTERÍSTICAS DO ENTREVISTADO

Por favor, marque com um “X” a opção que melhor corresponde às suas características:

SEXO

MASCULINO	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>
FEMININO	<input type="checkbox"/>

FAIXA ETÁRIA

DE 18 A 25 ANOS	<input type="checkbox"/>
DE 26 A 46 ANOS	<input type="checkbox"/>
DE 47 A 60 ANOS	<input type="checkbox"/>
ACIMA DE 60 ANOS	<input type="checkbox"/>

(2ª PARTE)

Para verificar como estão os serviços prestados pelo departamento de Dívida Ativa da Procuradoria Geral de Campina Grande, foi necessário a elaboração de um questionário para coletar a opinião dos contribuintes com relação a sua expectativa e também a sua experiência no momento da utilização do serviço. O preenchimento deste questionário irá contribuir para a composição do Trabalho de Conclusão de Curso além de auxiliar na melhoria do serviço oferecido pelo departamento estudado. Solicitamos que seja relatado a realidade sem necessidade de identificação do respondente.

EXPECTATIVAS QUANTO AO SERVIÇO

PERGUNTAS		Escala de Likert				
		1	2	3	4	5
Por favor, mostre o que você espera em relação ao desempenho de uma organização pública. Marque com um "X" nas opções de 1 a 5, onde: (1) discordo totalmente, (2) discordo, (3) nem concordo nem discordo, (4) concordo e (5) concordo totalmente.						
T	Organizações públicas devem possuir equipamentos modernos					
	As instalações físicas devem ser visualmente atraentes					
	Os servidores devem estar bem vestidos e limpos					
	A aparência das instalações devem estar de acordo com o serviço oferecido					
C	Quando tenho um problema, os servidores devem demonstrar interesse sincero em resolvê-lo					
	Os servidores devem passar segurança ao lidar com os problemas dos contribuintes					
	Organizações públicas devem entregar o serviço certo da primeira vez					
	Organizações públicas devem cumprir os prazos prometidos					
	Organizações públicas devem manter seus registros atualizados					
S	Organizações públicas devem ter funcionários capacitados na execução dos serviços					
	Os servidores devem inspirar confiança					
	Os servidores devem ser bem educados					
	Organizações públicas devem dispor de funcionários com conhecimento suficiente para tirar as dúvidas dos contribuintes					
E	Organizações públicas devem dar atenção individual aos contribuintes					
	Organizações públicas devem dispor de servidores que tratam os clientes com atenção					
	Organizações públicas devem ter sempre em mente o melhor para os contribuintes					
	Organizações públicas devem possuir funcionários que sabem o que o contribuinte deseja					
	Organizações públicas devem possuir horário conveniente de atendimento ao público					
R	Organizações públicas devem possuir informações sobre andamento de processos, tanto judiciais como administrativos					
	Organizações públicas devem atender aos contribuintes de forma rápida					
	Servidores públicos devem sempre mostrar disposição em ajudar os contribuintes					
	Os servidores devem estar sempre prontos em atender as necessidades dos contribuintes					

PERCEPÇÃO QUANTO AO SERVIÇO

As próximas frases relatam o que **você acha** dos serviços oferecidos pelo departamento de Dívida Ativa da Procuradoria Geral de Campina Grande. Em cada frase, por favor, mostre sua opinião marcando um "X" nas opções de 1 a 5, onde cada número corresponde ao seguinte:

- (1) discordo totalmente
- (2) discordo
- (3) nem concordo nem discordo
- (4) concordo
- (5) concordo totalmente

PERGUNTAS		Escala de Likert				
		1	2	3	4	5
T	Este departamento possui equipamentos modernos					
	Suas instalações físicas são visualmente atraentes					
	Seus funcionários estão bem vestidos e limpos					
	A aparência das instalações estão de acordo com o serviço oferecido					
C	Quando tenho um problema, os servidores demonstram interesse sincero em resolvê-lo					
	Os servidores passam segurança ao lidar com os problemas dos contribuintes					
	Este departamento entrega o serviço certo da primeira vez					
	Este departamento cumpre os prazos prometidos					
	Este departamento mantém seus registros atualizados					
S	Este departamento tem funcionários capacitados na execução dos serviços					
	Os servidores deste departamento inspiram confiança					
	Os servidores deste departamento são educados					
	Este departamento dispõe de funcionários que tem conhecimento suficiente para tirar as dúvidas dos contribuintes					
E	Este departamento dá atenção individual aos contribuintes					
	Este departamento dispõe de servidores que tratam os clientes com atenção					
	Este departamento tem sempre em mente o melhor para os contribuintes					
	Este departamento possui funcionários que sabem o que o contribuinte deseja					
	Este departamento possui horário conveniente de atendimento ao público					
R	Este departamento possui informações sobre o andamento dos processos, tanto judiciais como administrativos					
	Este departamento atende aos contribuintes de forma rápida					
	Os servidores deste departamento sempre mostram disposição em ajudar os contribuintes					
	Os servidores deste departamento estão sempre prontos em atender as necessidades dos contribuintes					