

Washington Gonçalo Rodrigues Veloso

ANÁLISE DAS PESQUISAS DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DA MGS

Belo Horizonte

2018

Washington Gonçalo Rodrigues Veloso

ANÁLISE DAS PESQUISAS DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DA MGS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no Curso de Especialização em Administração Pública: Planejamento e Gestão Governamental da Fundação João Pinheiro como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Administração Pública.

Orientador: Dr. Mauro Araújo Câmara

Belo Horizonte

2018

V443a Veloso, Washington Gonçalo Rodrigues.
Análise das pesquisas de satisfação dos clientes da MGS [manuscrito]
/ Washington Gonçalo Rodrigues Veloso. – 2018.
[11], 72 f. : il.

Monografia de conclusão de Curso (Especialização em Administração Pública – Planejamento e Gestão Governamental) – Fundação João Pinheiro, Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, 2018.

Orientador: Mauro Araújo Câmara

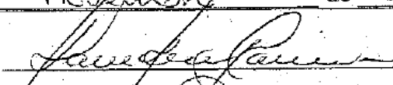
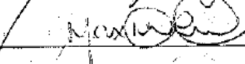
Bibliografia: f. 64-66

1. Qualidade total – Minas Gerais. 2. Pesquisa de satisfação – Minas Gerais. 3. Prestação de serviços – Minas Gerais Administração e Serviços S.A. (MGS S.A.). 4. Brasil. [Lei de Responsabilidade Fiscal (2000)]. I. Câmara, Mauro Araújo. II. Título.

CDU 658.562(815.1)

ESCOLA DE GOVERNO PROFESSOR PAULO NEVES DE CARVALHO
Curso de Especialização em Administração Pública; Planejamento e Gestão
Governamental – MGS (CEAPPGG-MGS)

PARECER TÉCNICO DE AVALIAÇÃO

Nome do aluno (a): Washington Gonçalo Rodrigues Veloso		Data: 29/11/2018
Título da monografia: PESQUISA DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES DA MGS: Análise e proposição de melhorias		Horário: 14h00
		Sala: 802 – Campus Brasil
Nome do orientador: Mauro Araújo Câmara	Nome do professor avaliador: Max Melquiades da Silva	
<p>A - PARECER ACERCA DO TRABALHO ESCRITO – professor orientador e professor avaliador</p> <p>O trabalho apresentado atende aos requisitos mínimos para a sua aprovação. Foram sugeridas pequenas alterações que devem ser realizadas. Especificamente, sugerindo mudança no título de forma a ficar coerente para Análise das pesquisas de satisfação dos clientes da MGS.</p>		
<p>B - PARECER ACERCA DA APRESENTAÇÃO ORAL – professor orientador e professor avaliador</p> <p>Atende perfeitamente para aprovação.</p>		
<input checked="" type="checkbox"/> APROVADO () REPROVADO () REFAZER (EXAME ESPECIAL)		
Belo Horizonte 29, de novembro de 2018		
Assinatura do professor orientador:		
Assinatura do professor avaliador:		

Favor devolver esse parecer técnico à coordenação imediatamente após a apresentação.

“Duas estradas bifurcavam numa árvore,

Eu trilhei a menos percorrida,

E isto fez toda a diferença.”

(Robert Frost)

RESUMO

O setor de serviços recebe cada vez mais destaque na economia global, com participação nos produtos internos brutos acima da produção de bens em grandes países industrializados, como EUA e Reino Unido e com papel de destaque na atual retomada da economia brasileira. Em especial, os serviços relacionados à manutenção das instalações, representam sempre um grande dispêndio de recursos para as organizações, uma vez que são atividades essenciais para o desenvolvimento de qualquer trabalho. Nesse segmento, se enquadra a MGS, empresa pública do Estado de Minas Gerais, a qual a avaliação e proposição de melhorias nas pesquisas de satisfação quanto a qualidade dos serviços prestados aos seus clientes é o objetivo desse trabalho. Aferir a qualidade de serviços é um grande desafio para as empresas, certamente mais difícil do que realizar a mesma aferição na produção de bens. Nessa pesquisa, o instrumento SERVPERF, foi a ferramenta base utilizada para as pesquisas de satisfação aplicadas. Diante dos resultados, foi possível verificar que os serviços da MGS apresentam um nível de qualidade aceitável, já que todas as dimensões apresentaram resultados acima da opção “não concordo, nem discordo”, sendo possível inferir que, se não há satisfação plena, os clientes também não estão insatisfeitos com a qualidade dos serviços. Além disso, destaca-se que a confiabilidade do questionário aplicado foi atestada, considerando os resultados alcançados pelo alfa de Cronbach. Foi verificado também possíveis melhorias aos questionários aplicados, visando evitar viés por parte dos respondentes. A medição e acompanhamento são etapas cruciais para se alcançar a melhoria contínua, bem como a revisão e o refinamento dos instrumentos utilizados para esse fim, esses são desafios claramente sensíveis para organizações que buscam o sucesso.

Palavras-chave: Pesquisa de Satisfação. Qualidade em serviços. SERVPERF.

ABSTRACT

The services sector is increasingly prominent in the global economy, with a share of gross domestic products above the production of goods in large industrialized countries such as the United States and the United Kingdom and with a prominent role in the current resumption of the Brazilian economy. In particular, the services related to the maintenance of the facilities, always represent a great expense of resources for the organizations, since they are activities essential for the development of any work. In this segment, MGS, a public company of the State of Minas Gerais, is included, which evaluates and proposes improvements in satisfaction surveys regarding the quality of the services rendered to its clients is the objective of this research. Gauge the quality of services is a great challenge for companies, certainly more difficult than performing the same measurement in the production of goods. In this study, the SERVPERF was the basic tool used for applied satisfaction surveys. In view of the results, it was possible to verify that MGS services present an acceptable quality level, since all dimensions presented results above the "I do not agree or disagree" option, and it is possible to infer that, if there is not complete satisfaction, clients are also not dissatisfied with the quality of services. In addition, it is noted that the reliability of the questionnaire applied was attested, considering the results achieved by Cronbach's alpha. It was also verified the possible improvements to the questionnaires applied, in order to avoid influences on the part of the respondents. Measurement and follow-up are crucial steps in achieving continuous improvement, as well as reviewing and refining the instruments used for this purpose, these are clearly sensitive challenges for organizations seeking success.

Keywords: Satisfaction survey. Quality in services. SERVPERF.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Cadeia de Valor da MGS.....	14
Figura 2 – Mapa Estratégico da MGS.....	15
Figura 2 – Evolução das Logomarcas da MGS	18
Figura 3 – Logomarca da MGS	19
Figura 4 – Ícones de Serviços da MGS.....	19
Figura 5 – Organograma da MGS.....	21
Figura 6 – Organograma da Diretoria de Negócios.....	23
Figura 7 – Modelo de qualidade de serviços	27
Figura 8 – Modelo de qualidade de serviços conceituado por Parasuramam, Zeithaml e Berry (1988) e examinado por Cronin e Taylor (1992).....	31
Figura 9 – Modelo Esquemático da Metodologia.....	34

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Participação nos valores liquidados pelo Estado de Minas Gerais para prestação de serviços, por favorecido, no exercício de 2017.....	12
Gráfico 2 – Caracterização do cliente dos respondentes do questionário (2016).....	38
Gráfico 3 – Caracterização do cliente dos respondentes do questionário (2017).....	39
Gráfico 4 – Tempo de gestão de contratos com a MGS por parte dos respondentes (2016) ...	39
Gráfico 5 – Tempo de gestão de contratos com a MGS por parte dos respondentes (2017) ...	40
Gráfico 6 – Esfera da administração pública a qual se vincula o cliente dos respondentes do questionário (2016).....	40
Gráfico 7 – Esfera da administração pública a qual se vincula o cliente dos respondentes do questionário (2017).....	41
Gráfico 8 – Poder da administração pública a qual se vincula o cliente do respondente dos questionários (2017).....	41
Gráfico 9 – Poder da administração pública a qual se vincula o cliente do respondente dos questionários (2016).....	42
Gráfico 10 – Tempo de contratação da MGS pelos clientes dos respondentes do questionário (2016).....	42
Gráfico 11 – Tempo de contratação da MGS pelos clientes dos respondentes do questionário (2017).....	43

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Processos da Diretoria de Negócios por Superintendência	22
Quadro 2 - Resumo dos modelos de qualidade da literatura.....	25
Quadro 3 - Determinantes da qualidade.....	28
Quadro 4 - Declarações utilizadas no instrumento SERVPERF	32
Quadro 5 - Aplicação do SERVPERF na literatura.....	33
Quadro 6 - Justificativa dos respondentes para declarações com respostas 1, 2 e 3 (2017)	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Valor médio dos indicadores de qualidade (2016).....	44
Tabela 2 - Valor médio dos indicadores de qualidade (2017).....	47
Tabela 3 - Valor médio dos indicadores de qualidade, estratificado pela caracterização do cliente (2016).....	56
Tabela 4 - Valor médio dos indicadores de qualidade, estratificado pela caracterização do cliente (2017).....	57
Tabela 5 - Valor médio dos indicadores de qualidade, estratificado pelo tempo de atuação do gestor (2016).....	57
Tabela 6 - Valor médio dos indicadores de qualidade, estratificado pelo tempo de atuação do gestor (2017).....	58
Tabela 7 - Confiabilidade dos indicadores de qualidade (2016)	58

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Objetivos	17
1.1.1	Objetivo geral	17
1.1.2	Objetivos específicos	17
1.2	Problema de pesquisa.....	17
2	CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	18
3	QUALIDADE EM SERVIÇOS	24
3.1	SERVQUAL.....	26
3.2	SERVPERF	30
4	METODOLOGIA.....	34
4.1	Tipo de pesquisa	34
4.2	Método para coleta de dados	35
4.3	Método para análise de dados.....	36
5	RESULTADOS	38
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS E PROPOSIÇÕES DE MELHORIA.....	60
	REFERÊNCIAS	64
	ANEXO A – Questionário aplicado em 2016.....	67
	ANEXO B – Questionário aplicado em 2017	72

1 INTRODUÇÃO

O setor de serviços desempenha cada vez mais um papel de destaque na economia mundial. Slack (2003), citado por Miguel e Salomi (2004), demonstra que o setor de serviços é responsável por mais de 60% do PIB do Reino Unido, e ultrapassa 50% nos Estados Unidos e na União Europeia. No Brasil, no momento de intensa crise e desemprego, a retomada, ainda que tímida, passa também pelo setor de serviços. A análise do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (2018) sobre o resultado econômico do terceiro trimestre de 2018 aponta que 87% dos 208,6 mil empregos formais criados no período estão nesse setor.

Em outra análise, constata-se que os gastos ligados às instalações, também chamados de custos de ocupação, são menores apenas que os gastos com pessoal nas organizações, e estes são, por regra, subestimados pelos gestores (Stoy e Kytizia, 2006; Madristch et al., 2008; Korfa, Oloufa e Thomas, 1997; Axccl e Ratcliff, 2001, Apgar 1993; apud Santos, 2014). Em um recorte mais profundo dessa análise, os gastos com limpeza e conservação predial podem representar entre 20% e 40% do orçamento operacional de uma organização (Campbell, 2011; Stoy e Johrendt, 2008; Madristch, 2009; apud Santos, 2014). Nesse grupo de serviços, que representa um volumoso dispêndio de recursos para as organizações, está o principal ramo de atividade da MGS.

A MGS - Minas Gerais Administração e Serviços S.A. é uma empresa pública do Estado de Minas Gerais, que pode atuar na prestação de serviços para os órgãos e entidades da Administração Pública do Brasil. A MGS, por ser uma empresa pública sem dependência direta, não pode utilizar diretamente das fontes orçamentárias do Estado, tendo que se manter com as receitas da prestação de serviços. Tal situação exige cada vez mais que a companhia procure se manter no mercado utilizando de boas práticas de gestão empresarial, se preocupando com a qualidade das receitas e controle de custos e despesas.

Por outro lado, é importante salientar que a MGS conta com uma clientela consolidada, principalmente dentre os clientes integrantes da administração estadual, tanto por fazer parte da estrutura do Estado, quanto pelo diferencial competitivo de poder ser contratada com a utilização da Dispensa de Licitação, conforme a regra da Lei de Licitações, de nº 8.666/1993, no art. 24, inciso VIII, transcrita a seguir:

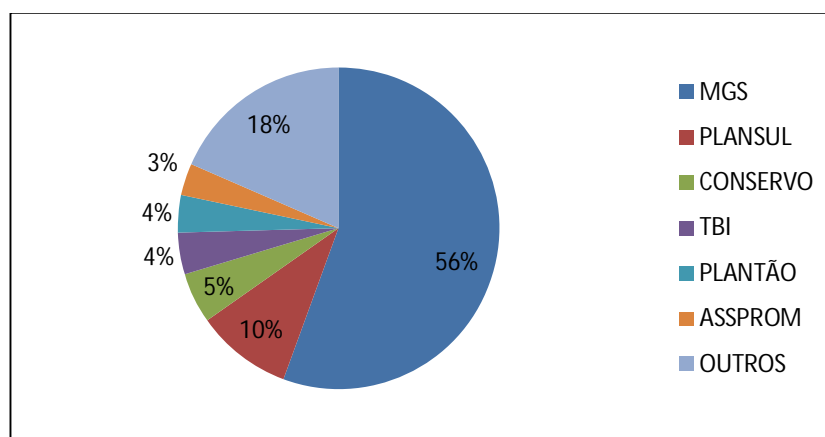
Art. 24. É dispensável a licitação:

[...]

VIII - para a aquisição, por pessoa jurídica de direito público interno, de bens produzidos ou serviços prestados por órgão ou entidade que integre a Administração Pública e que tenha sido criado para esse fim específico em data anterior à vigência desta Lei, desde que o preço contratado seja compatível com o praticado no mercado. (BRASIL, 1993).

Dados do Portal da Transparência do Estado de Minas Gerais¹ demonstram que o valor liquidado em favor da MGS alcançou, no exercício de 2017, a marca de R\$693.179.563,87 (seiscentos e noventa e três milhões, cento e setenta e nove mil, quinhentos e sessenta e três reais e oitenta e sete centavos). Em outra pesquisa nesse portal, filtrando os itens de despesas “locação de serviços de apoio administrativo”, “locação de serviços de apoio administrativo realizados pela MGS”, “locação de serviços de conservação e limpeza”, “locação de serviços de conservação e limpeza realizados pela MGS”, “serviço de apoio administrativo” e “serviços de atendimento ao cidadão”, a MGS sozinha representou 56%, dos R\$869.434.507,51 (oitocentos e sessenta e nove milhões, quatrocentos e trinta e quatro mil, quinhentos e sete reais e cinquenta e um centavos) liquidados para esses serviços. O Gráfico 1 representa essa situação.

Gráfico 1 – Participação nos valores liquidados pelo Estado de Minas Gerais para prestação de serviços, por favorecido, no exercício de 2017



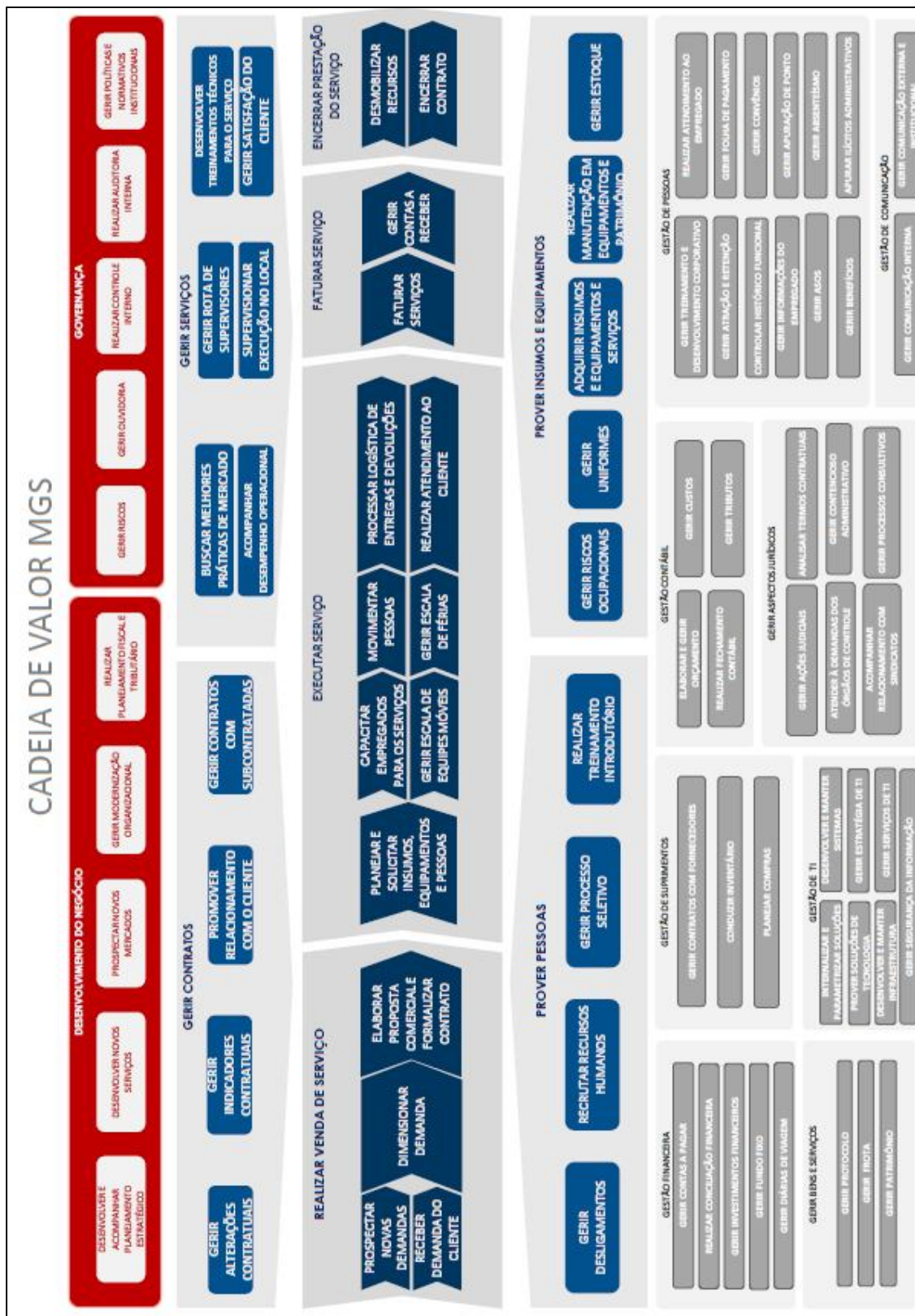
Fonte: Elaborado pelo autor

Mesmo que a empresa conte com um diferencial competitivo para sua contratação, é necessário se preocupar com a adequação de preços às balizas do mercado, e

¹ Dados do Portal da Transparência do Estado de Minas Gerais (<http://www.transparencia.mg.gov.br/>)

com a qualidade em seus serviços. Para isso, nos últimos anos a MGS tem trabalhado na revisão e melhoria contínua de seus processos, em busca de que tais melhorias possam ser desdobradas na qualidade dos serviços prestados a seus clientes. Na Figura 1, é demonstrada a representação gráfica da Cadeia de Valor da companhia, com a demonstração dos macroprocessos.

Figura 1 – Cadeia de Valor da MGS



Fonte: Arquivo MGS (2018)

Além disso, dentro dos seus direcionadores estratégicos, a Empresa também busca a melhoria dos seus serviços, e por consequência, promover satisfação aos seus clientes. Essa mensagem é expressa com clareza na missão da companhia, que busca ser referência na prestação de serviços. Esses dados podem ser constatados no Mapa Estratégico da MGS, representado na Figura 2.

Figura 2 – Mapa Estratégico da MGS



Fonte: Arquivo MGS (2018)

Considerando que a MGS atua em um mercado competitivo, em caso de não se adequar às melhores práticas, a companhia possivelmente enfrentaria uma perda de clientes. Certamente, em face dessas mudanças não bastaria apenas apoio institucional ou mesmo a apresentação de preços competitivos. A contratação da companhia só se justificará com a comprovação de que a análise custo-benefício é satisfatória, o que passa obrigatoriamente pela qualidade do atendimento aos clientes. Esse objetivo pode ser alcançado pela conquista dos gestores dos contratos que representam as entidades públicas, que são quem, em suma, farão essa análise.

É importante salientar a ausência de instrumentos formais e periódicos para medição das interações da MGS com os seus clientes e de suas percepções até 2016. Apesar de ser uma empresa fundada em 1954, não existe histórico de pesquisas de satisfação ou qualidade de serviços junto aos clientes, anteriores a esse período. A manutenção de instrumentos voltados para medir a qualidade dos serviços prestados aos clientes e, também, compreender de maneira sistemática suas necessidades é um desafio para a companhia, considerando o histórico de apenas duas pesquisas de satisfação até o presente momento.

Muito se fala sobre o desafio de avaliar serviços acima de avaliar bens. Isso se dá pelas características exclusivas dos serviços que os diferenciam. Slack, Chamber e Johnston (2002) destacam a intangibilidade, a impossibilidade de estocar, a impossibilidade de transportar, a obrigatoriedade de consumo simultâneo e o julgamento pelo cliente em todo o processo, como as principais características de distinção.

Nas pesquisas de satisfação aplicadas pela MGS, o instrumento SERVPERF foi a ferramenta base utilizada para mensurar a qualidade dos serviços prestados aos clientes da companhia. O instrumento SERVPERF é uma metodologia proposta por Cronin e Taylor (1992) que visa mensurar a qualidade de serviços através da medição da performance. Essa mensuração é feita através de um questionário, aplicado junto aos clientes, cujas perguntas são fundadas nas cinco dimensões da qualidade, que são: Confiança, Receptividade, Segurança, Empatia e Tangibilidade.

Além dessa Introdução, o trabalho conta com a segunda seção dedicada à Caracterização da Empresa, em que serão apresentadas informações preliminares sobre a MGS, como um breve histórico sobre a Companhia, seus ramos de negócios, seu porte empresarial e estrutura organizacional. Em seguida, será apresentada a seção sobre Qualidade de Serviços, trazendo a revisão de literatura sobre o tema, em especial, o instrumento SERVPERF. Na quarta seção, será apresentada a Metodologia utilizada na construção dessa pesquisa. Por fim, nas duas últimas seções serão apresentados os resultados obtidos, proposições de melhorias e as considerações finais do autor.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo geral

Avaliar as pesquisas de satisfação quanto a qualidade dos serviços prestados aplicadas aos clientes da MGS.

1.1.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos visam:

- a) realizar levantamento bibliográfico sobre qualidade em serviços, pesquisa de satisfação e a técnica SERVPERF;
- b) analisar e comparar os resultados e métodos das pesquisas de satisfação aplicadas aos clientes da MGS em 2016 e 2017;
- c) avaliar possíveis adequações e sugestões para as próximas pesquisas.

1.2 Problema de pesquisa

Considerando os elementos apresentados na introdução, como satisfação do cliente e instrumentos de medição, o problema de pesquisa é: A melhoria contínua dos instrumentos de pesquisas de satisfação são ações importantes para influenciar a qualidade dos serviços prestados pela MGS?

2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A MGS é uma empresa estatal com 64 anos de existência e atua na prestação de serviços de Limpeza e Conservação, Apoio Técnico Especializado, Controle de Fluxo de Bens e Pessoas, Apoio Operacional, Gestão de Documentos, Administração de Condomínios e Administração de Estacionamentos, atendendo atualmente a órgãos e entidades do Estado de Minas Gerais e prefeituras municipais do Estado.

Fundada em 18 de janeiro de 1954, inicialmente como Companhia Federal de Imóveis e Construções, a empresa atuava na área de Construção, Manutenção e Conservação Predial. Após passar por uma reformulação na década de 70, ampliou suas atividades com a prestação de serviços de Processamento de Dados, Incorporação, Conservação de Máquinas, Transporte e Vigilância, mudando sua denominação social para Companhia Federal, Processamento de Dados, Serviços Gerais e Construção.

Na década de 1980, passou a se chamar Credireal Serviços Gerais e Construções S.A. Acompanhando a evolução da economia, a MGS foi alvo de profunda reestruturação em 1992, quando adotou a nomenclatura atual e, por meio da Lei Estadual nº 11.406, de 28/01/1994, foi declarada empresa pública, sociedade anônima de capital fechado.

Atualmente a empresa conta com capital social de R\$31.240.983,10 (trinta e um milhões, duzentos e quarenta mil, novecentos e oitenta e três reais, e dez centavos) divididos em dez milhões de ações ordinárias nominativas, sem valor nominal, onde cada ação corresponde a um voto nas assembleias gerais, tendo como acionistas o Estado de Minas Gerais, com participação de 99% do capital social e a Companhia de Tecnologia da Informação do Estado de Minas Gerais com 1% do capital social. A Figura 2 mostra a evolução na comunicação visual da companhia.

Figura 2 – Evolução das Logomarcas da MGS



Fonte: Arquivo MGS (2018)

Em 2016, a Lei Estadual nº 22.257, que tratou da Reforma Administrativa do Estado de Minas Gerais, também alterou a Lei Estadual nº 11.406/1994 nos artigos que tratam da finalidade da MGS, que agora também pode prestar serviços para órgãos e entidades da administração pública direta e indireta da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios. Outra mudança legal que ampliou as possibilidades de atuação da Companhia foi a Lei Federal nº 13.303, de 30/06/2016, a chamada Lei das Estatais, que além de estabelecer várias regras a serem adotadas pelas Estatais da União, dos Estados, do Distrito Federal e Municípios, também abre a possibilidade de contratação entre empresas estatais. Essas alterações culminaram na alteração da logomarca da Companhia, a partir de Setembro/2016 e também na implantação de uma nova estratégia de *marketing* com a criação de ícones para identificação de cada segmento de serviços em busca de nova colocação no mercado, conforme representado na Figura 3 e Figura 4, respectivamente:

Figura 3 – Logomarca da MGS



Fonte: Arquivo MGS (2018)

Figura 4 – Ícones de Serviços da MGS



Fonte: Arquivo MGS (2018)

O faturamento bruto da MGS, em 2017, foi de pouco mais de R\$840.000.000,00 (oitocentos e quarenta milhões de reais) e há expectativa de que no exercício de 2018, esse montante ultrapasse R\$1.000.000.000,00 (um bilhão de reais).

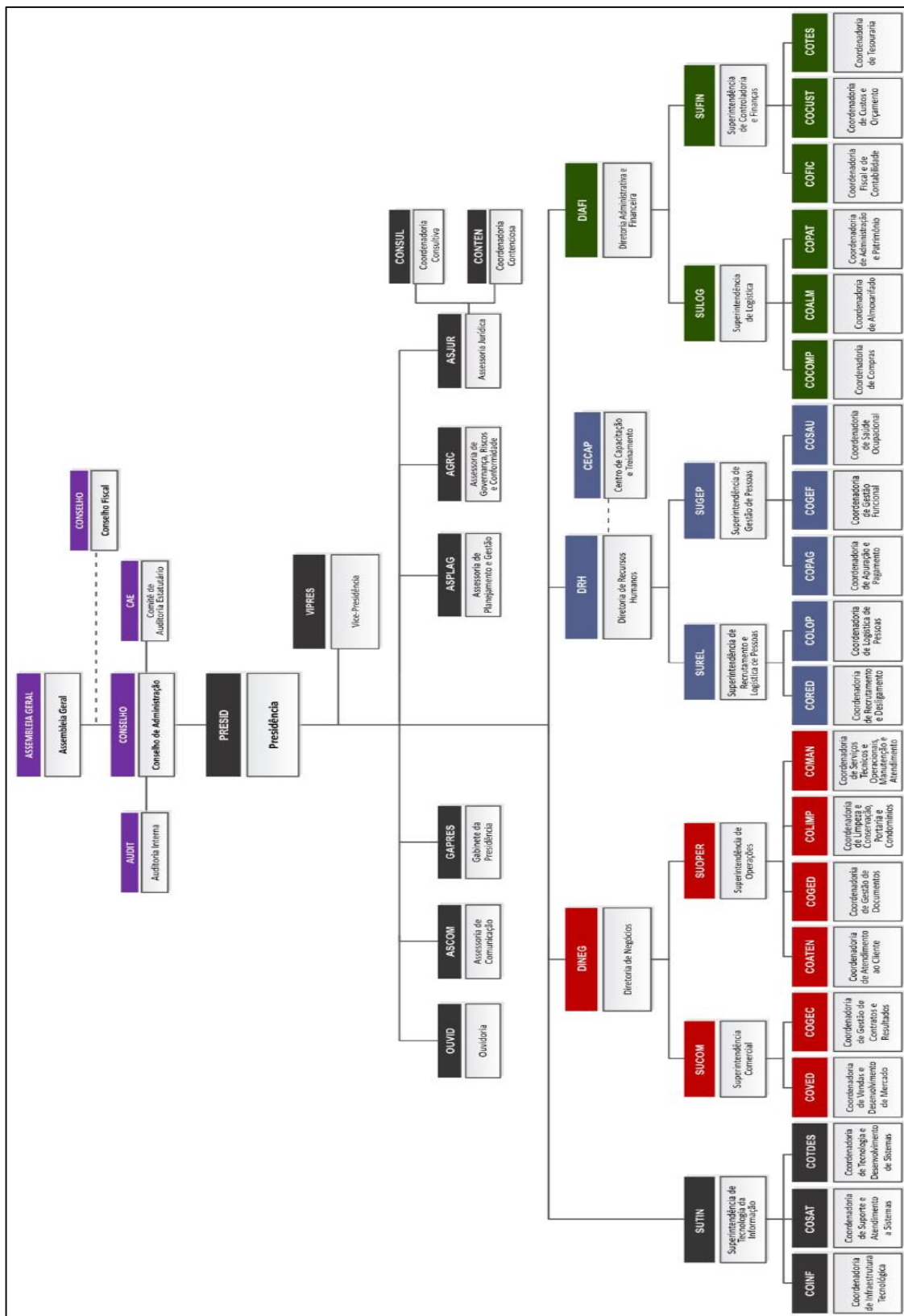
O ranking “Valor 1000” da Revista Valor Econômico, que elencou as mil maiores empresas brasileiras de 2018, colocou a MGS como a 630ª maior empresa do Brasil (VALOR ECONÔMICO, 2018). Atualmente a Companhia tem cerca de 25.000 empregados ativos. Aproximadamente 600 empregados trabalhando nas unidades administrativas e os demais na prestação de serviços em seus clientes. Sua sede administrativa está localizada no centro de Belo Horizonte, e as outras unidades administrativas são o almoxarifado no Bairro São Francisco, e a filial de Gestão de Documentos, em Contagem

Pelo estatuto social da companhia, o Conselho de Acionistas escolhe sete membros do Conselho de Administração, que tem responsabilidade de eleger os membros da Diretoria Executiva. Ambos, Conselho de Administração e Diretoria Executiva, têm mandato de três anos, renováveis. A atual Diretoria Executiva estabeleceu como direcionadores estratégicos a inovação tecnológica da companhia, o foco em projetos estruturantes e o emprego de boas práticas empresariais na gestão.

Alguns exemplos da aplicação desses direcionadores estratégicos são: a implantação de *ERP*²; o desenvolvimento de um sistema dedicado para a gestão de contratos; a criação da nova logomarca e nova estratégia de *marketing*; além da reestruturação dos processos que culminou na nova Estrutura Organizacional da Companhia, representada na Figura 5.

² *Enterprise Resource Planing* ou, em tradução livre, Sistema Integrado de Gestão Empresarial.

Figura 5 – Organograma da MGS



Fonte: Arquivo MGS (2018)

A Diretoria de Negócios e suas superintendências são as áreas da Companhia responsáveis pelo relacionamento direto com os clientes, que tem vinculação direta com o cerne deste trabalho. A missão dessa Diretoria, de acordo com o manual da Companhia, é oferecer serviços de qualidade, consolidados em boas práticas de mercado e de gestão, atuando com eficiência e oportunidade. Os processos, representados na cadeia de valor da empresa (Figura 1), que são de responsabilidade dessa Diretoria, estão distribuídos entre a Superintendência Comercial e a Superintendência de Operações, conforme o Quadro 1:

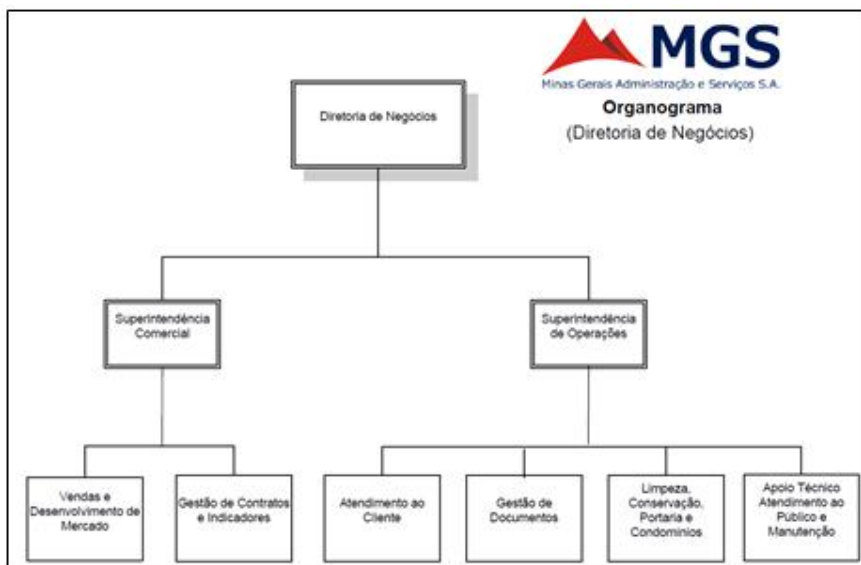
Quadro 1 - Processos da Diretoria de Negócios por Superintendência

Superintendência Comercial	Superintendência de Operações
<ul style="list-style-type: none"> - Gerir Inteligência de Mercado - Desenvolver Novos Serviços - Prospectar Novos Mercados - Gerir Alterações Contratuais - Gerir Indicadores Contratuais - Promover Relacionamento com o Cliente - Gerir Contratos com Terceirizadas - Gerir a Satisfação do Cliente - Prospectar Novas Demandas - Receber Demanda do Cliente - Dimensionar Demanda - Elaborar Proposta Comercial e Formalizar Contrato - Realizar Atendimento ao Cliente - Faturar Serviços - Encerrar Contrato 	<ul style="list-style-type: none"> - Buscar Melhores Práticas de Mercado - Acompanhar o Desempenho Operacional - Gerir Rota de Supervisores - Supervisionar a Execução no Local - Desenvolver Treinamentos Técnicos para o Serviço - Planejar e Solicitar Insumos, Equipamentos e Pessoas - Capacitar os Empregados para os Serviços - Gerir Escala de Equipes Móveis - Desmobilizar Recursos

Fonte: Arquivo MGS (2018)

O organograma da Diretoria de Negócios está representado na Figura 6.

Figura 6 – Organograma da Diretoria de Negócios



Fonte: Arquivo MGS (2018)

3 QUALIDADE EM SERVIÇOS

Slack, Chambers e Johnston (2002, p. 551) definem que “qualidade é a consistente conformidade com as expectativas dos consumidores”. Os mesmos autores estabelecem seis passos para alcançar a qualidade em produtos ou serviços, quais sejam:

Passo 1 – Definir as características de qualidade do produto ou serviço.

Passo 2 – Definir como medir cada característica de qualidade.

Passo 3 – Estabelecer padrões de qualidade para cada característica de qualidade.

Passo 4 – Controlar a qualidade em relação a esses padrões.

Passo 5 – Encontrar e corrigir causas de má qualidade.

Passo 6 – Continuar a fazer melhoramentos. (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2002, p. 551).

Os serviços apresentam características que os diferem drasticamente dos bens. Eles geralmente são: intangíveis (ainda que seja possível ver ou sentir seus resultados, não é possível tocá-los), não estocáveis, intransportáveis, de consumo simultâneo, de alto nível de contato com o consumidor e qualidade julgada por todo o processo (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2002). Parasuramam, Zeithaml e Berry (1985) resumem as principais diferenças em intangibilidade, heterogeneidade e inseparabilidade. Todas essas características fazem da atividade de avaliar a qualidade em serviços uma tarefa mais árdua do que avaliar bens.

Hoffman e Bateson (2006) destacam quatro características distintas entre bens e serviços: intangibilidade, inseparabilidade, heterogeneidade e perecibilidade. Em função disso, os autores destacam que as empresas prestadoras de serviços não podem se pautar na mesma lógica de gerenciamento das empresas industriais, com a separação entre as áreas de produção e vendas, em serviços, esses dois processos são impossíveis de se apartar. Para cada uma das características distintas os autores destacam uma série de desafios.

Em intangibilidade, Hoffman e Bateson (2006) destacam as dificuldades em comunicar os serviços aos clientes, decisões sobre o preço a ser cobrado, as dificuldades de proteger o produto por patentes e a impossibilidade de armazenamento para uso futuro. Em inseparabilidade, os desafios prescritos são a necessidade de triagem seletiva e treinamento completo do pessoal de contato com o cliente, estratégias para gerir os clientes durante toda a experiência de prestação do serviço. Em heterogeneidade, trata da dificuldade de garantir padronização e controle de qualidade na prestação de serviços. Em perecibilidade, os autores

destacam que os serviços que não usados na hora programada, obrigatoriamente cessam, logo é praticamente impossível igualar demanda e oferta.

Considerando essa complexidade, vários autores já estudaram o tema em busca de soluções viáveis. Miguel e Salomi (2004) apresentam uma série de modelos utilizados para a mensuração de qualidade em serviços, representados no Quadro 2. Todavia concluem que não há consenso na literatura sobre qual modelo é mais adequado, além de levantarem questões ainda não respondidas, como influência do preço na satisfação, causalidade entre satisfação de clientes e qualidade de serviços e a utilização de modelos para medição de serviços internos.

Quadro 2 - Resumo dos modelos de qualidade da literatura

Autor (es)	Conclusões Principais	Área de Aplicação
Grönroos (1984)	- Interação comprador /vendedor é mais importante que atividades de marketing. - Contato comprador/vendedor tem mais influência na formação da imagem que atividades de <i>marketing</i> .	Diversos tipos de Serviços
Parasuraman <i>et al.</i> (1985, 1988)	- A qualidade de serviços pode ser quantificada. - Determina cinco dimensões genéricas para todos os tipos de serviços. - A qualidade dos serviços é diferença entre expectativa e desempenho ao longo das dimensões.	Diversos tipos de Serviços
Brown e Swartz (1989)	- A qualidade dos serviços é a diferença entre desempenho e expectativa ao longo das dimensões.	Atendimento em consultórios da área médica
Bolton e Drew (1991)	- Concluem que as características dos clientes influenciam as avaliações de qualidade e valor pelo cliente. - A não confirmação das expectativas está mais fortemente correlacionada com a qualidade dos serviços.	Serviços de telefonia
Cronin e Taylor (1992)	- Avaliação de qualidade de serviços é melhor representada pelo desempenho ao longo das dimensões	Diversos tipos de Serviços
Teas (1993)	- O modelo do desempenho ideal tem maior correlação com as preferências de compra, intenções de recompra e satisfação com os serviços	Lojas de varejo

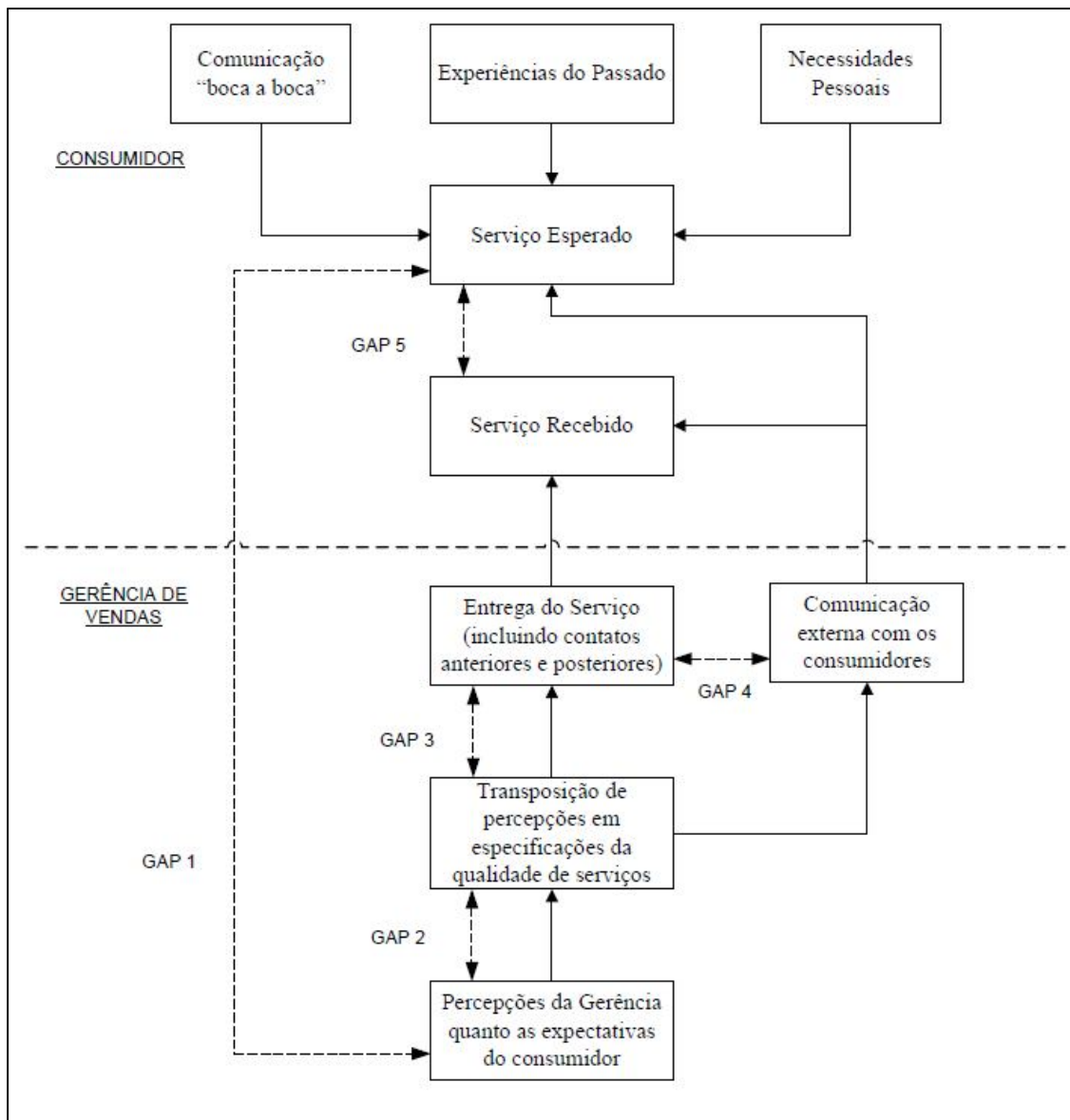
Fonte: Adaptado de Miguel e Salomi (2004, p. 29)

Dos modelos apresentados, o SERVQUAL (PARASURAMAM; ZEITHAML; BERRY, 1985, 1988, 1991) e o SERVPERF (CRONIN; TAYLOR, 1992), o qual foi formulado a partir de uma crítica ao SERVQUAL, serão destacados. O instrumento SERVPERF foi a base das pesquisas de satisfação que foram aplicadas aos clientes e analisadas nesse trabalho.

3.1 SERVQUAL

Parasuramam, Zeithaml e Berry (1985) afirmam em seu trabalho que a medição da satisfação do cliente é alcançada por uma função da diferença entre o serviço originalmente esperado e o que foi recebido. Essa afirmação possibilitou aos autores criarem um modelo de qualidade de serviços, apresentado na Figura 7, após uma série de entrevistas com executivos, onde foi determinado os tipos de diferenças (*gaps*) principais na avaliação de serviços.

Figura 7 – Modelo de qualidade de serviços



Fonte: Parasuramam, Zeithaml e Berry (1985, p. 44, tradução livre)

O *Gap 1* trata da diferença entre o serviço esperado pelo consumidor e as percepções da gerência quanto às expectativas; por exemplo quando consumidores demandem privacidade e confidencialidade na execução dos serviços, todavia, são pontos que raramente foram mencionados pelos executivos. O *Gap 2* trata da diferença entre as percepções da gerência quanto às expectativas do consumidor e as especificações da qualidade dos serviços. Nas falas dos executivos demonstrou-se baixa qualidade de serviços, mesmo em empresas com procedimentos detalhados. (PARASURAMAM; ZEITHAML; BERRY, 1985).

Parasuramam, Zeithaml e Berry (1985) descrevem o *Gap 3* como a diferença entre as especificações e o serviço entregue, incluindo os diversos contatos com o consumidor. O *Gap 4* trata da diferença entre o serviço entregue e o serviço prometido pela comunicação da empresa com seus consumidores. Por fim, os autores propõem a existência do *Gap 5* que é a função dos demais *gaps*, em suma, a diferença entre o serviço originalmente esperado e o que foi recebido.

O trabalho de Parasuramam, Zeithaml e Berry (1985) também generalizou os critérios utilizados pelos consumidores em geral para medir a qualidade em serviços. Esses critérios foram agrupados em dez determinantes, apresentadas no Quadro 3, a seguir:

Quadro 3 - Determinantes da qualidade

(Continua)

Determinante	Definição
Confiança	Envolve a consistência do desempenho e da confiança. Significa que a empresa faz o serviço certo da primeira vez. Também significa que a empresa honra seus compromissos. Especificamente envolve: <ul style="list-style-type: none"> - precisão no faturamento; - manutenção correta de registros; - entrega do serviço no tempo acordado.
Receptividade	Refere-se à boa vontade ou prontidão dos empregados em prestar o serviço. Envolve a pontualidade no serviço: <ul style="list-style-type: none"> - enviar imediatamente um recibo; - retornar rapidamente a ligação de um consumidor; - prestar pronto atendimento (abrir espaço na agenda rapidamente)
Competência	Significa possuir as habilidades e conhecimento necessários para realizar o serviço. Envolve: <ul style="list-style-type: none"> - conhecimento e habilidade da equipe de atendimento; - conhecimento e habilidade da equipe de apoio operacional; - capacidade de pesquisa da organização.
Acesso	Envolve proximidade e facilidade de contato. Significa: <ul style="list-style-type: none"> - o serviço é facilmente acessível por telefone (as linhas não ficam ocupadas); - o tempo de espera para receber o serviço não é excessivo; - o horário de funcionamento é conveniente; - o local de prestação dos serviços é conveniente.
Cortesia	Envolve educação, respeito, consideração e contato pessoal amigável. Inclui: <ul style="list-style-type: none"> - consideração com a propriedade do cliente (por exemplo, não usar sapatos sujos de lama no carpete do cliente); - aparência limpa e arrumada do pessoal que tem contato com o público.

Quadro 3 - Determinantes da qualidade

(Conclusão)

Determinante	Definição
Comunicação	Significa manter os clientes informados em uma linguagem que possa ser compreendida por eles. Pode significar que a empresa tenha de ajustar sua linguagem a diferentes tipos de consumidores – aumentando o nível de sofisticação com consumidores bem instruídos e falando simples e claramente com consumidores sem experiência. Envolve: <ul style="list-style-type: none"> - explicar o serviço em si; - explicar quanto custará o serviço; - explicar os <i>trade-offs</i> entre o serviço e o preço; - assegurar ao cliente qual problema será resolvido.
Credibilidade	Inclui confiabilidade, confiança e honestidade. Envolve tomar como seus os interesses do cliente. Contribui para a credibilidade: <ul style="list-style-type: none"> - o nome da empresa; - a reputação da empresa; - características pessoais da equipe de atendimento; - e a integração com o cliente durante a venda.
Segurança	É a ausência de perigo, risco ou dúvida. Envolve: <ul style="list-style-type: none"> - segurança física; - segurança financeira; - confidencialidade.
Compreensão e Conhecimento do Cliente	Envolve se esforçar para entender as necessidades do cliente. Inclui: <ul style="list-style-type: none"> - aprender sobre requisitos específicos do cliente; - prover atenção individualizada; - reconhecer clientes fiéis.
Tangibilidade	Inclui o espaço físico da prestação de serviços: <ul style="list-style-type: none"> - dependências físicas; - aparência do pessoal; - ferramentas e equipamentos utilizados na prestação dos serviços; - representações físicas do serviço; - outros clientes presentes nas dependências físicas.

Fonte: Parasuramam, Zeithaml e Berry (1985, p. 47, tradução livre)

Evoluindo em seu trabalho Parasuramam, Zeithaml e Berry (1988), reduziram as dez determinantes em cinco dimensões da qualidade. Elas são: Confiança (capacidade de prestar o serviço com precisão), Receptividade (auxílio ao cliente e pronto atendimento), Segurança (habilidade de transmitir confiança ao cliente), Empatia (cuidado e atenção com cliente) e Tangibilidade (dependências físicas, aparência do pessoal, ferramentas, equipamentos e material de comunicação). A partir das cinco dimensões e do modelo de *gaps*, os autores desenvolveram o instrumento SERVQUAL.

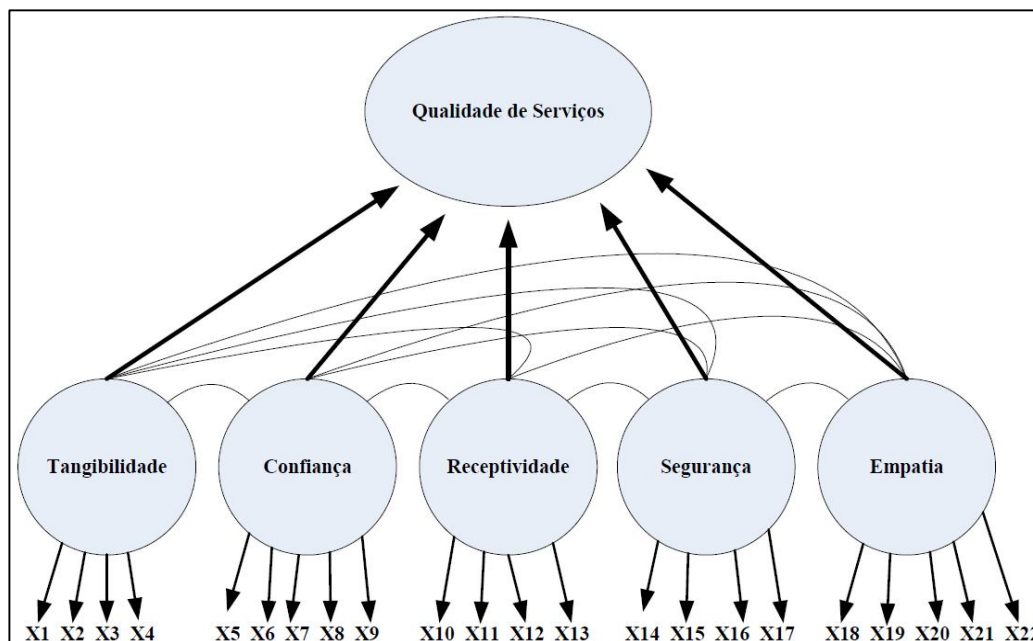
O instrumento SERVQUAL é um questionário, cujo modelo tradicional conta com vinte e dois itens distribuídos pelas cinco dimensões da qualidade, utilizando uma escala Likert de sete pontos. Cada item deveria conter duas declarações, uma de maneira genérica para medição do serviço esperado e outra para a empresa específica, em busca de medir o serviço efetivamente prestado, ou seja, ao todo os respondentes devem responder quarenta e quatro declarações. (PARASURAMAM; ZEITHAML; BERRY, 1985).

Em um refinamento do instrumento SERVQUAL, Parasuramam, Zeithaml e Berry (1991) propuseram a exclusão de todas as declarações negativas, que eram aproximadamente metade dos itens, por declarações afirmativas. Eles também substituíram as expressões “deveriam” por outras que não aumentassem a expectativa dos consumidores, em busca de maior assertividade.

3.2 SERVPERF

Cronin e Taylor (1992) desenvolveram o modelo SERVPERF, a partir de críticas ao instrumento SERVQUAL original. Os autores entendem que o SERVQUAL, ao propor a comparação entre o serviço esperado e o serviço executado, conseguiria mensurar a percepção de qualidade pelo consumidor, mas não a qualidade em si. O modelo SERVPERF utiliza das mesmas cinco dimensões da qualidade e dos vinte e dois itens baseados nessas dimensões, propostos por Parasuramam, Zeithaml e Berry (1988), conforme apresentado na Figura 8. Todavia, enfatizam que a medição da qualidade deveria ocorrer somente sobre o serviço prestado, sem levar em conta as expectativas prévias.

Figura 8 – Modelo de qualidade de serviços conceituado por Parasuramam, Zeithaml e Berry (1988) e examinado por Cronin e Taylor (1992)



Fonte: Cronin e Taylor (1994, p. 128, tradução livre)

A pesquisa original de Cronin e Taylor (1992) buscava, em primeiro lugar, provar que o instrumento SERVQUAL era inadequado para mensuração da qualidade de serviços, ao afirmar que a medição dos *gaps* era superada pela simples medição da performance. Os autores afirmam que há evidências que comprovam que a satisfação antecede a qualidade de serviços em si, logo, o modelo “expectativa menos desempenho” falharia na medição da qualidade, considerando o alto nível de subjetividade em função da percepção do cliente. Em segundo lugar o estudo buscava examinar a relação entre qualidade de serviços, satisfação do consumidor e intenção de compra por ser, até então, um tema pouco explorado pela academia e mercado.

As declarações do SERVPERF deveriam ser respondidas pelos clientes dentro de uma escala Likert de sete pontos, variando de (1) “discordo totalmente” a (7) “concordo totalmente”, as perguntas originais foram transcritas no Quadro 4. É importante salientar que nesse modelo só há declarações que visam mensurar o serviço prestado. Além disso, foram incluídas outras três declarações que visam medir: a intenção de retorno do cliente, a qualidade geral do serviço e a satisfação do cliente (CRONIN; TAYLOR, 1992).

Quadro 4 - Declarações utilizadas no instrumento SERVPERF

Item	Declaração	Dimensão
1	Os equipamentos da empresa XYZ são atualizados e modernos.	Tangibilidade
2	As instalações físicas da empresa XYZ são atrativas.	
3	Os empregados da empresa XYZ são limpos e bem vestidos.	
4	As instalações físicas da empresa XYZ são condizentes com o serviço prestado.	
5	As promessas da empresa XYZ são cumpridas.	Confiança
6	Quando você tem algum problema, a empresa XYZ é solidária e o tranquiliza.	
7	A empresa XYZ é confiável.	
8	A empresa XYZ entrega os serviços no prazo prometido.	
9	A empresa XYZ mantém os registros históricos de maneira adequada.	Receptividade
10	A empresa XYZ não informa aos clientes quando os serviços serão prestados.	
11	Os empregados da empresa XYZ não prestam um pronto atendimento.	
12	Os empregados da empresa XYZ não ficam sempre à disposição para auxiliar os clientes.	
13	Os empregados da empresa XYZ são muito ocupados para responder aos clientes prontamente.	Segurança
14	Você pode confiar nos empregados da empresa XYZ.	
15	Você se sente seguro ao negociar com os empregados da empresa XYZ.	
16	Os empregados da empresa XYZ são educados.	
17	Os empregados tem o suporte adequado da empresa XYZ para realizar o seu trabalho.	Empatia
18	A empresa XYZ não te dá atenção individual.	
19	Os empregados da empresa XYZ não te dão atenção personalizada.	
20	Os empregados da empresa XYZ não conhecem suas necessidades.	
21	A empresa XYZ não coloca seus interesses como prioridade.	
22	O horário de operação da empresa XYZ não é conveniente aos seus clientes.	

Fonte: Cronin e Taylor (1992, p. 66, tradução livre)

Cronin e Taylor (1992) concluem, através de testes estatísticos, que o modelo SERVPERF é mais adequado do que o SERVQUAL para mensuração da qualidade em serviços, destacando que a ferramenta tem aplicação mais simples, por conter um questionário consideravelmente menor, enfrentando menos resistência dos respondentes. Além disso, outras pesquisas posteriores corroboram com a hipótese de melhor adequação do SERVPERF para medição de qualidade em serviços, em comparação com o SERVQUAL (MIGUEL; SALOMI, ABACKERLI, 2005; MAIA; SALAZAR; RAMOS, 2007; SILVA; MEDEIROS;

COSTA, 2009). O Quadro 5 traz a relação de algumas pesquisas que utilizaram do SERVPERF.

Quadro 5 - Aplicação do SERVPERF na literatura

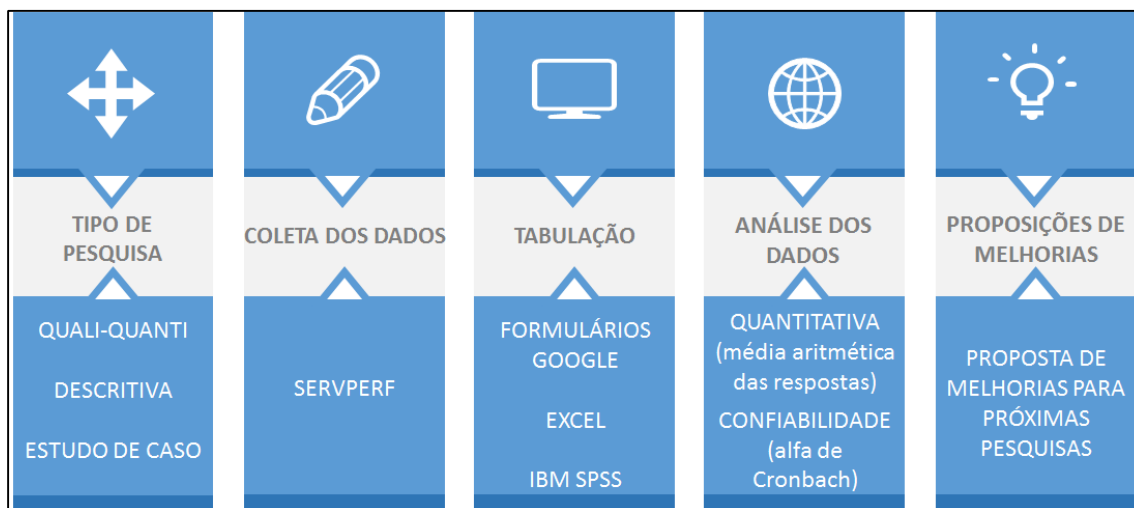
Autor (es)	Título	Considerações dos autores
Miguel, Salomi e Abackerli (2005)	SERVQUAL X SERVPERF: comparação entre instrumentos para avaliação da qualidade de serviços internos	O trabalho conclui sobre a viabilidade de utilização do SERVPERF e SERVQUAL para a medida da qualidade do serviço da empresa estudada, não havendo restrições quanto aos estimadores de confiabilidade e validade, os quais são da mesma ordem de grandeza quando aplicados para avaliação de qualidade de serviços externos. Deve-se enfatizar a considerável vantagem de utilização da escala SERVPERF que é a redução das questões a serem respondidas pelos entrevistados, simplificando sobremaneira a operacionalização da pesquisa e, também, evitando a desmotivação do respondente devido ao grande número de questões
Maia, Salazar, Ramos e (2007)	A adequação dos modelos SERVQUAL e SERVPERF na medição da qualidade de serviço: o caso da RAR Imobiliária	A escala SERVPERF, com base nas percepções de performance do serviço prestado, é adequada para medir a qualidade do serviço prestado pela RAR Imobiliária.
Lee e Beeler (2007)	<i>The relationships among quality, satisfaction, and future intention for first-time and repeat visitors in a festival setting</i>	O SERVPERF é um método melhor do que o SERVQUAL em termos de confiabilidade e validade, e tem grande vantagem na coleta de dados, já que o foco só em performance evita gastar tempo medindo tanto expectativa quanto performance.
Silva, Medeiros e Costa (2009)	Qualidade dos serviços turísticos no setor de restaurantes: uma aplicação do modelo SERVPERF	O instrumento SERVPERF teve sua validade reforçada pela análise de confiabilidade, que indicou que o instrumento é útil, consistente e capaz de reproduzir o nível de qualidade de serviços. Um ponto negativo é a sua extensão, que as vezes tornava cansativo o processo de resposta.

Fonte: Elaborado pelo autor

4 METODOLOGIA

Esse trabalho é uma pesquisa qualitativa-quantitativa de natureza descritiva que, para aprofundar no assunto, utilizou de um estudo de caso sobre as pesquisas de satisfação aplicadas pela MGS aos seus clientes em 2016 e 2017. A Figura 9 traz o esquema utilizado para construção dessa seção.

Figura 9 – Modelo Esquemático da Metodologia



Fonte: Elaborado pelo autor

4.1 Tipo de pesquisa

De acordo com Maanen (1979) a pesquisa qualitativa é compreendida por um conjunto de técnicas interpretativas para descrição e decodificação, dando sentido aos fenômenos do mundo social. Já a pesquisa quantitativa é definida por Diehl (2004) como aquela que utiliza da quantificação, na coleta e no tratamento das informações, usando de técnicas estatísticas, visando resultados que evitem possíveis distorções de análise e interpretação, trazendo assim uma maior margem de segurança.

A pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza, ela não explica os fenômenos descritos, mas serve de base para isso. (VERGARA, 2000). Gil (1999) define estudo de caso como um estudo de um ou poucos objetos, realizado de maneira mais profunda, permitindo o conhecimento amplo do tema.

4.2 Método para coleta de dados

Nesse trabalho foi utilizada a base do instrumento SERVPERF, que é uma ferramenta para medição de qualidade em serviços proposta por Cronin e Taylor (1992), que utiliza de um questionário de afirmações fechadas não dependentes. O questionário é “uma técnica estruturada para coleta de dados que consiste em uma série de perguntas, escritas ou orais, que um entrevistado deve responder.” (MALHOTRA, 2006, p. 290). O objetivo do questionário é conhecer “opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc.” (GIL, 1999, p. 128).

Na pesquisa de 2016 as respostas do questionário SERVPERF foram dadas através de uma escala Likert de sete pontos, variando de (1) “discordo totalmente” a (7) “concordo totalmente”. Já na pesquisa de 2017, foi utilizada uma escala de cinco pontos, variando de (1) “discordo totalmente” a (5) “concordo totalmente”. Malhotra (2006) instrui que a escala Likert é uma escala largamente utilizada que exige dos entrevistados uma indicação do grau de concordância em uma série de afirmações.

O questionário SERVPERF, utilizado na pesquisa de 2016, conforme preconizado na pesquisa de Cronin e Taylor (1992), contou com vinte e duas declarações distribuídas entre as cinco dimensões da qualidade. As declarações de x1 a x4 são vinculadas à dimensão “tangibilidade”, de x5 a x9 à dimensão “confiança”, de x10 a x13 à dimensão “receptividade”, de x14 a x17 à dimensão “segurança”, e por fim de x18 a x22 à dimensão “empatia”, conforme apresentado no Quadro 4 e na Figura 8. Para a pesquisa de 2017, foram incluídas mais duas declarações vinculadas à dimensão segurança, totalizando vinte e quatro declarações e a necessidade de justificar as respostas das declarações marcadas como 1, 2 e 3. Em ambas as pesquisas, as declarações originalmente propostas pelo SERVPERF foram ajustadas à realidade da MGS.

Como é explicitado no referencial teórico, o questionário SERVPERF original utilizou como base o instrumento SERVQUAL proposto na pesquisa de Parasuramam, Zeithaml e Berry (1988). Nas pesquisas de satisfação analisadas, os refinamentos do SERVQUAL propostos por Parasuramam, Zeithaml e Berry (1991) foram extrapolados para o

questionário SERVPERF formulado, por isso não foram utilizadas declarações negativas, presentes em aproximadamente metade dos itens do SERVPERF original.

Além dos itens relacionados às cinco dimensões da qualidade, os questionários contaram com mais quatro declarações, que buscaram medir: a intenção do cliente em voltar a fazer negócios com a MGS; a qualidade geral do serviço; a satisfação do cliente; e o impacto da reestruturação dos processos na qualidade dos serviços. O início do questionário contou também com perguntas demográficas para análise do perfil dos respondentes, as perguntas buscaram levantar: a esfera da administração pública a qual se vincula o cliente; o poder da administração pública ao qual se vincula o cliente; a caracterização do cliente dentro da administração pública; o tempo de contratação da MGS pelo cliente; e o tempo de gestão do respondente à frente do cliente. No questionário de 2017 foi incluída a necessidade de identificação do respondente, inserindo seu endereço de e-mail.

Os questionários foram aplicados junto aos gestores de contratos de cada cliente. Os dados foram coletados por meio de questionário eletrônico, utilizando a ferramenta de formulários do Google, considerando a facilidade de acesso para os respondentes e para tabulação dos dados obtidos. Os Anexos A e B dessa pesquisa trazem os questionários aplicados em cada ano, na íntegra.

4.3 Método para análise de dados

O número de respondentes de ambas as pesquisas foi relativamente baixo para atestar a validade do questionário através de análise fatorial. Conforme conceituado por Hair (2005), para utilizar da análise fatorial é recomendável uma amostra igual ou maior a 100 e que o montante de observações seja no mínimo cinco vezes maior do que a quantidade de variáveis a serem analisadas. Todavia, conforme fora explicitado ao longo desse trabalho, o questionário SERVPERF é amplamente utilizado e já validado nos meios acadêmicos. Sendo assim, é possível afirmar que essa etapa não é prejudicial à pesquisa.

Por conseguinte, para análise dos resultados, os dados obtidos foram tabulados no Microsoft Excel, tratados através do *software IBM SPSS Statistics* e examinados de maneira quantitativa, por meio de da média aritmética das respostas dos clientes. Foram observadas também as diferenças entre os grupos, levantadas pelas perguntas demográficas do

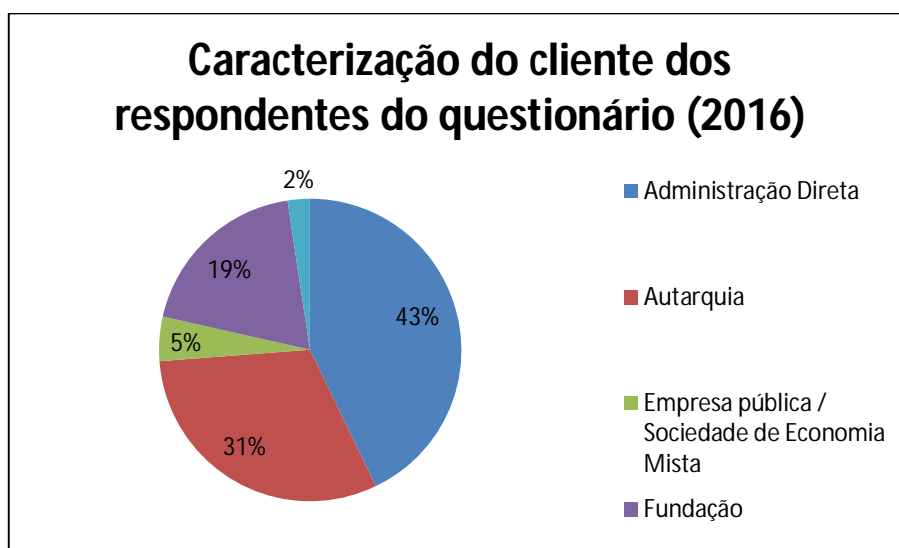
questionário. Além disso, foi utilizado do alfa de Cronbach, para analisar a confiabilidade sobre as dimensões da qualidade de serviços, na pesquisa de 2016, que contou com número maior de respondentes. Hair (2005) conceitua o alfa de Cronbach como uma medida de confiabilidade estatística, que pode variar de 0 a 1, estabelecendo 0,60 e 0,70 como os limites inferiores de aceitabilidade.

5 RESULTADOS

O questionário da pesquisa de 2016, apresentado no Anexo A, foi aplicado entre os dias 19/09/2016 e 19/10/2016, para os gestores dos sessenta e sete clientes da MGS à época. Desses, quarenta e dois (62,69% da população) responderam. O questionário da pesquisa de 2017, apresentado no Anexo B, foi aplicado entre os dias 14/12/2017 e 22/12/2017, para os gestores de setenta e um clientes. Desses, quatorze (16,90% da população) responderam. Os gráficos de pizza a serem apresentados, mostram a distribuição dos respondentes nas características demográficas, mensuradas nas cinco primeiras perguntas dos questionários.

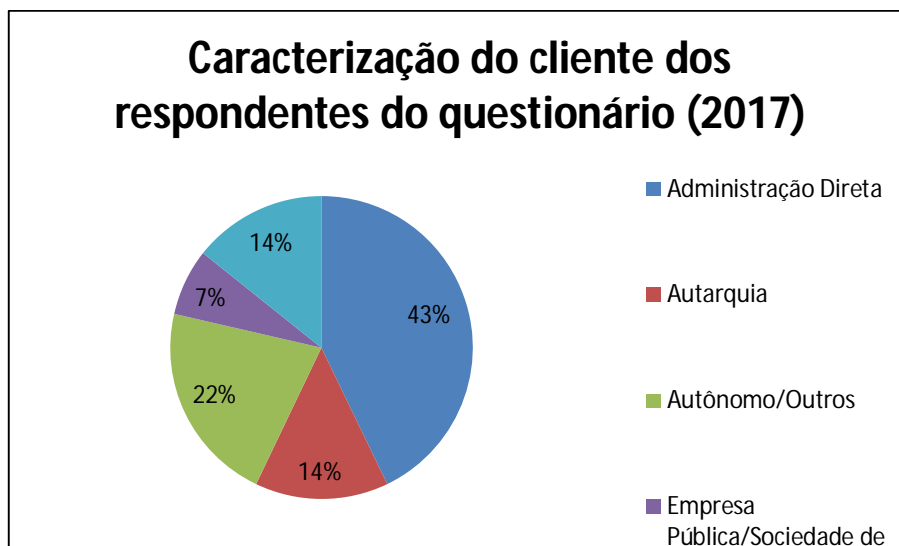
As respostas às perguntas relacionadas à caracterização do cliente dentro da administração pública e tempo de gestão por parte do respondente, apresentaram maior variação nas respostas, e estão representadas nos Gráficos 2, 3, 4 e 5. Considerando esse resultado, nessa seção, os grupos distinguidos a partir dessas questões serão analisados de maneira estratificada, quando da utilização das estatísticas descritivas. Já nas perguntas relacionadas à esfera pública, poder público e tempo de contratação, cujos resultados estão apresentados nos Gráficos 6, 7, 8, 9, 10 e 11, há grande uniformidade das respostas, e por isso não serão realizadas análises estratificadas.

Gráfico 2 – Caracterização do cliente dos respondentes do questionário (2016)



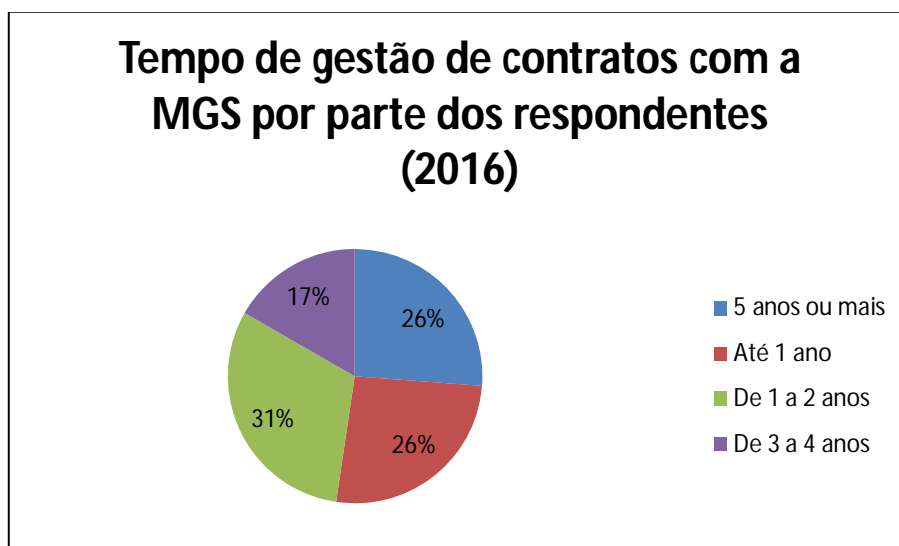
Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 3 – Caracterização do cliente dos respondentes do questionário (2017)



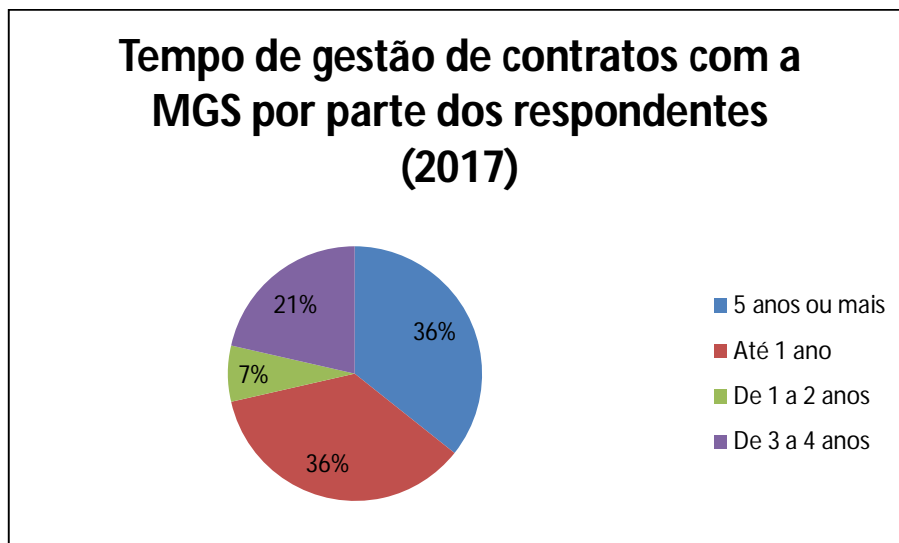
Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 4 – Tempo de gestão de contratos com a MGS por parte dos respondentes (2016)



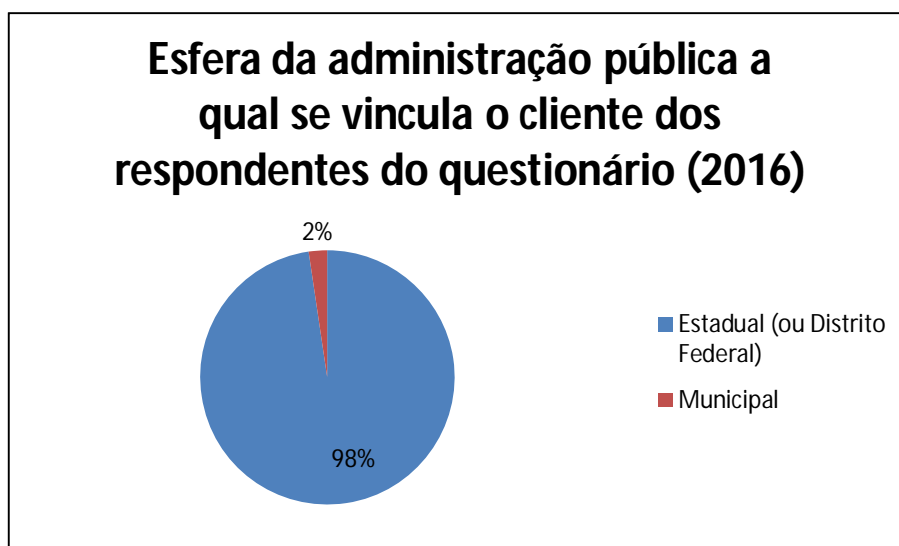
Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 5 – Tempo de gestão de contratos com a MGS por parte dos respondentes (2017)



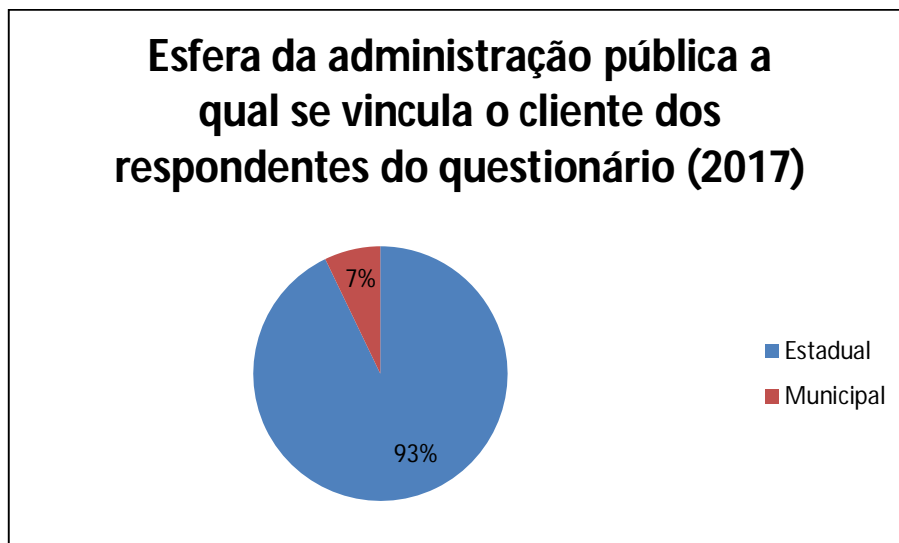
Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 6 – Esfera da administração pública a qual se vincula o cliente dos respondentes do questionário (2016)



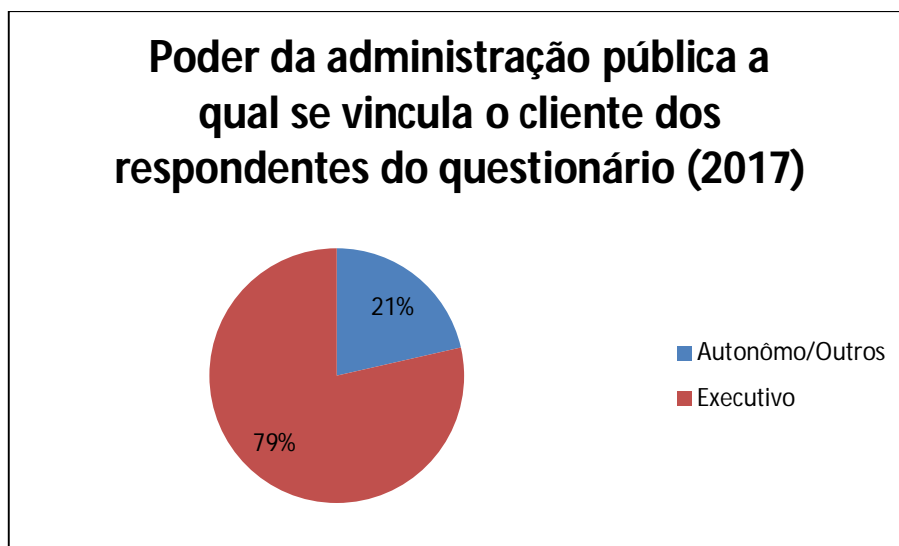
Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 7 – Esfera da administração pública a qual se vincula o cliente dos respondentes do questionário (2017)



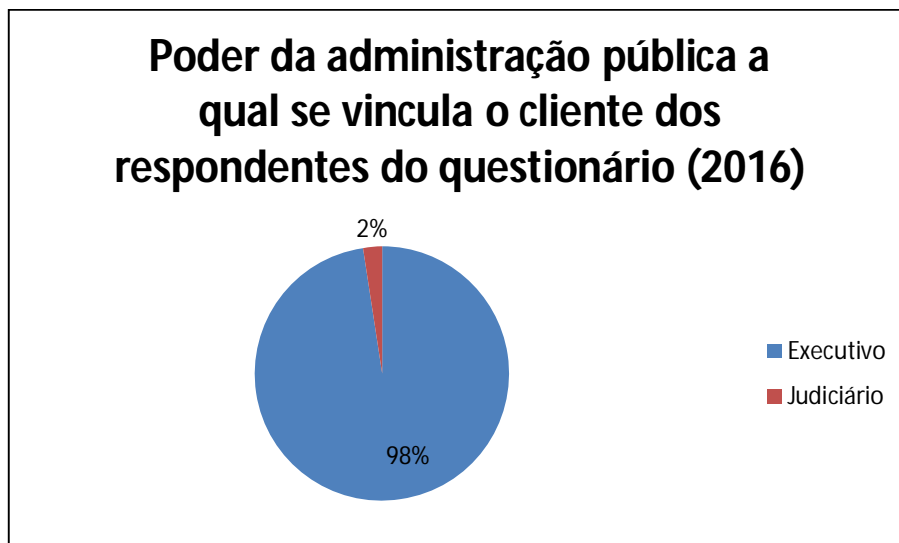
Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 8 – Poder da administração pública a qual se vincula o cliente do respondente dos questionários (2017)



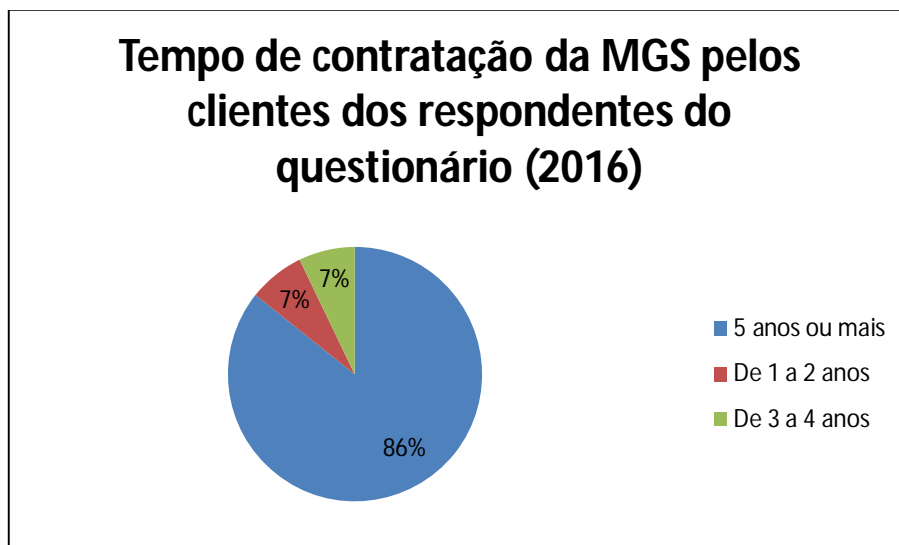
Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 9 – Poder da administração pública a qual se vincula o cliente do respondente dos questionários (2016)



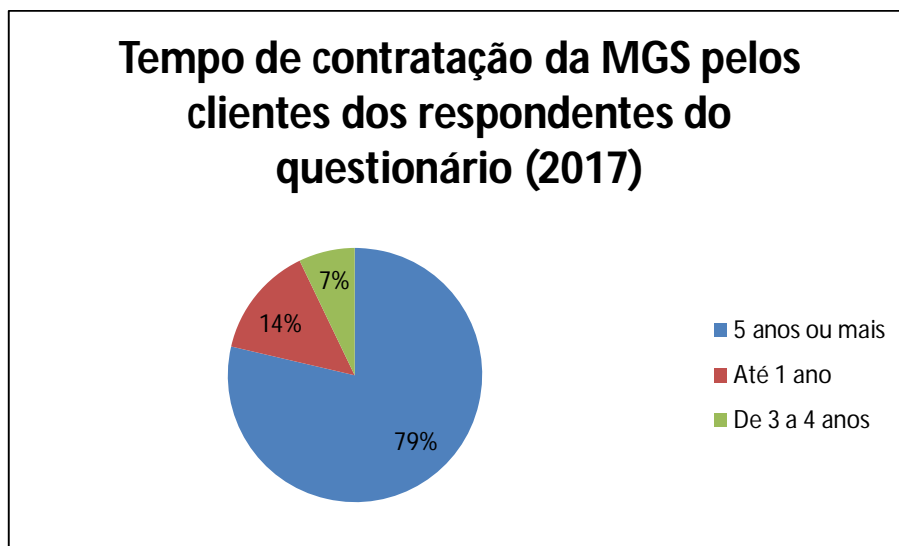
Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 10 – Tempo de contratação da MGS pelos clientes dos respondentes do questionário (2016)



Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 11 – Tempo de contratação da MGS pelos clientes dos respondentes do questionário (2017)



Fonte: Elaborado pelo autor

A Tabela 1 apresenta o valor médio das respostas obtidas nas vinte e seis declarações do questionário aplicado em 2016. Todas as dimensões apresentaram resultados acima da opção “não concordo, nem discordo”, sendo possível inferir que, se não há satisfação plena, os clientes também não estão insatisfeitos com a qualidade dos serviços. O melhor resultado foi da dimensão “segurança”, com 4,77 de média e o pior do agrupamento das quatro declarações que buscavam medir amplas intenções dos clientes, aqui chamado de “negócios”.

Analisando as vinte e seis declarações separadamente, a que visava medir a educação dos empregados foi a que obteve maior média, a única acima de 5 pontos, alcançando 5,21. As outras declarações melhores colocadas foram seguidas pela conveniência do horário de operação, com 4,98; confiança nos empregados, com 4,93; e confiança na empresa, com 4,90, destacando que as três melhores se colocam entre os quatro menores desvio padrão, representando maior homogeneidade nas respostas.

A declaração com pior resultado foi a que buscava medir o prazo de entrega, alcançando apenas 3,93. As declarações sobre pronto-atendimento; suporte da empresa aos empregados para realização do trabalho; e a priorização de interesses individuais, ficaram empatadas na segunda pior colocação, alcançando 4,11. Das vinte e seis declarações, uma ficou acima de 5 pontos; quinze entre 4,5 e 4,99; nove entre 4 e 4,49; e apenas uma abaixo de 4.

Tabela 1 - Valor médio dos indicadores de qualidade (2016)

(Continua)

Dimensão	Declaração	Média ³	Desvio Padrão	Média da Dimensão	Desvio Padrão da Dimensão
Tangibilidade	[Os insumos entregues pela MGS são adequados aos serviços prestados.]	4,64	1,10		
Tangibilidade	[A estrutura tecnológica da MGS (portal, área do cliente) atende suas necessidades.]	4,57	1,25		
Tangibilidade	[Os empregados da MGS utilizam vestimentas adequadas aos serviços prestados.]	4,59	1,48	4,59	1,18
Tangibilidade	[As instalações físicas da administração central da MGS são suficientes para suportar o serviço prestado.]	4,57	1,01		
Confiança	[A MGS cumpre suas obrigações contratuais.]	4,38	1,43		
Confiança	[Quando você tem algum problema a MGS demonstra interesse em resolvê-lo.]	4,76	1,49		
Confiança	[A MGS é confiável.]	4,90	1,41	4,5	1,46
Confiança	[A MGS entrega os serviços no prazo prometido.]	3,92	1,59		
Confiança	[A MGS mantém os registros históricos de maneira adequada.]	4,52	1,19		
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS entregam as informações da forma correta.]	4,69	1,35		
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS prestam um pronto atendimento.]	4,45	1,34	4,44	1,31
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS ficam sempre à disposição para auxiliar os clientes.]	4,52	1,32		

³ Os indicadores foram avaliados pelos respondentes na escala: discordo totalmente = 1; discordo muito = 2; discordo = 3; não concordo, nem discordo = 4; concordo = 5; concordo muito = 6; e concordo totalmente = 7.

Tabela 1 - Valor médio dos indicadores de qualidade (2016)

(Continua)

Dimensão	Declaração	Média ⁴	Desvio Padrão	Média da Dimensão	Desvio Padrão da Dimensão
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS nunca estão muito ocupados para responder aos clientes prontamente.]	4,11	1,32		
Segurança	[você pode confiar nos empregados da MGS.]	4,92	0,97		
Segurança	[Você se sente seguro ao negociar com os empregados da MGS.]	4,83	1,10	4,77	1,14
Segurança	[Os empregados da MGS são educados.]	5,21	0,78		
Segurança	[Os empregados tem o suporte adequado da MGS para realizar o seu trabalho.]	4,11	1,46		
Empatia	[A MGS te dá atenção individual.]	4,52	1,15		
Empatia	[Os empregados da administração da MGS te dão atenção personalizada.]	4,47	1,13		
Empatia	[Os empregados da administração da MGS conhecem suas necessidades.]	4,57	1,12	4,53	1,13
Empatia	[A MGS coloca seus interesses como prioridade.]	4,11	1,21		
Empatia	[O horário de operação da MGS é conveniente aos seus clientes.]	4,97	0,89		
Negócios	[Eu certamente voltaria a fazer negócios com a MGS.]	4,50	1,36	4,39	1,25

⁴ Os indicadores foram avaliados pelos respondentes na escala: discordo totalmente = 1; discordo muito = 2; discordo = 3; não concordo, nem discordo = 4; concordo = 5; concordo muito = 6; e concordo totalmente = 7.

Tabela 1 - Valor médio dos indicadores de qualidade (2016)

(Conclusão)

Dimensão	Declaração	Média ⁵	Desvio Padrão	Média da Dimensão	Desvio Padrão da Dimensão
Negócios	[Os serviços prestados pela MGS são de alta qualidade.]	4,33	1,33		
Negócios	[Estou satisfeito com os serviços prestados pela MGS.]	4,30	1,31		
Negócios	[As mudanças de processos da MGS implantadas no último ano melhoraram a qualidade dos serviços prestados.]	4,42	0,96		
	Média	4,53	1,23		

Fonte: Elaborado pelo autor

A Tabela 2 apresenta o valor médio das respostas obtidas nas vinte e oito declarações do questionário aplicado em 2017. Todas as dimensões apresentaram resultados acima da opção “não concordo, nem discordo”, nos mesmos moldes da pesquisa aplicada no ano anterior. O melhor resultado permaneceu sendo o da dimensão “segurança”, com 4,10 e o pior do agrupamento saiu da dimensão “negócios” para a dimensão tangibilidade.

Analisando as vinte e oito declarações separadamente, a que visava medir a suficiência das instalações físicas da administração central da MGS apresentou o melhor resultado médio, com 4,58. As outras declarações melhores colocadas foram as que visavam medir a confiança na empresa, com 4,35, declaração que também havia sido bem classificada na pesquisa do ano anterior; a certeza de voltar a fazer negócios com a MGS, com 4,29; e sobre o bom relacionamento dos empregados no local de trabalho, com 4,21, que é uma das novas declarações. Novamente essas declarações melhores classificadas apresentam um baixo desvio padrão, representando maior homogeneidade nas respostas.

⁵ Os indicadores foram avaliados pelos respondentes na escala: discordo totalmente = 1; discordo muito = 2; discordo = 3; não concordo, nem discordo = 4; concordo = 5; concordo muito = 6; e concordo totalmente = 7.

Tabela 2 - Valor médio dos indicadores de qualidade (2017)

(Continua)

Dimensão	Declaração	Média ⁶	Desvio Padrão	Média da Dimensão	Desvio Padrão da Dimensão
Tangibilidade	[Os insumos entregues pela MGS são adequados aos serviços prestados.]	3,42	1,01		
Tangibilidade	[A estrutura tecnológica da MGS (portal, área do cliente) atende suas necessidades.]	3,57	0,93		
Tangibilidade	[Os empregados da MGS utilizam vestimentas adequadas aos serviços prestados.]	3,21	1,47	3,69	0,98
Tangibilidade	[As instalações físicas da administração central da MGS são suficientes para suportar o serviço prestado.]	4,58	0,51		
Confiança	[A MGS cumpre suas obrigações contratuais.]	3,5	1,16		
Confiança	[Quando você tem algum problema a MGS demonstra interesse em resolvê-lo.]	3,71	0,99	3,72	0,93
Confiança	[A MGS é confiável.]	4,35	0,63		
Confiança	[A MGS entrega os serviços no prazo prometido.]	3,28	1,06		
Confiança	[A MGS mantém os registros históricos de maneira adequada.]	3,76	0,83		
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS entregam as informações da forma correta.]	3,85	0,94	3,76	0,92
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS prestam um pronto atendimento.]	3,78	0,97		

⁶ Os indicadores foram avaliados pelos respondentes na escala: discordo totalmente = 1; apenas discorda = 2; não concordo, nem discordo = 3; apenas concordo = 4; e concordo totalmente = 5.

Tabela 2 - Valor médio dos indicadores de qualidade (2017)

(Continua)

Dimensão	Declaração	Média ⁷	Desvio Padrão	Média da Dimensão	Desvio Padrão da Dimensão
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS ficam sempre à disposição para auxiliar os clientes.]	4,07	0,91		
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS nunca estão muito ocupados para responder aos clientes prontamente.]	3,35	0,84		
Segurança	[Você pode confiar nos empregados da MGS.]	4,21	0,69		
Segurança	[Você se sente seguro ao negociar com os empregados da MGS.]	4,14	0,66		
Segurança	[Os empregados da MGS são educados.]	4,21	0,69	4,09	0,59
Segurança	[Os empregados da MGS se relacionam bem no local de trabalho, respeitando os líderes e demais membros da organização.]	4,21	0,42		
Segurança	[Os empregados tem o suporte adequado da MGS para realizar o seu trabalho.]	3,71	0,82		
Segurança	[Os empregados da MGS cumprem os procedimentos e normas dos setores de trabalho.]	4,07	0,26		
Empatia	[A MGS te dá atenção individual.]	3,64	1,15	3,74	1,07

⁷ Os indicadores foram avaliados pelos respondentes na escala: discordo totalmente = 1; apenas discorda = 2; não concordo, nem discordo = 3; apenas concordo = 4; e concordo totalmente = 5.

Tabela 2 - Valor médio dos indicadores de qualidade (2017)

(Conclusão)

Dimensão	Declaração	Média ⁸	Desvio Padrão	Média da Dimensão	Desvio Padrão da Dimensão
Empatia	[Os empregados da administração da MGS te dão atenção personalizada.]	3,71	1,13		
Empatia	[Os empregados da administração da MGS conhecem suas necessidades.]	3,85	1,09		
Empatia	[A MGS coloca seus interesses como prioridade.]	3,57	1,08		
Empatia	[O horário de operação da MGS é conveniente aos seus clientes.]	3,92	0,91		
Negócios	[Eu certamente voltaria a fazer negócios com a MGS.]	4,28	0,46		
Negócios	[Os serviços prestados pela MGS são de alta qualidade.]	3,85	0,66		
Negócios	[Estou satisfeito com os serviços prestados pela MGS.]	3,78	0,69	3,82	0,77
Negócios	[As mudanças de processos da MGS implantadas no último ano melhoraram a qualidade dos serviços prestados.]	3,38	1,26		
	Média	3,82	0,87		

Fonte: Elaborado pelo autor

A declaração com pior resultado foi a que buscava medir a utilização de vestimentas adequadas por parte dos empregados, alcançando 3,21. Seguidas pelas declarações sobre pronto-atendimento, com 3,29; a disponibilidade de atendimento pelos

⁸ Os indicadores foram avaliados pelos respondentes na escala: discordo totalmente = 1; apenas discorda = 2; não concordo, nem discordo = 3; apenas concordo = 4; e concordo totalmente = 5.

empregados da administração central, com 3,36; e o impacto das mudanças de processos na qualidade de serviços, com 3,38. Das vinte e oito declarações, uma ficou acima de 4,5 pontos; oito entre 4,0 e 4,5; quatorze entre 3,5 e 3,9; e cinco entre 3 e 3,5.

Nessa pesquisa de 2017 foi inserida a necessidade de justificar as respostas “discordo totalmente = 1”, “apenas discorda = 2” e “não concordo, nem discordo = 3” das declarações. O compilado dessas justificativas é apresentado no Quadro 6. Nas justificativas em que era possível a identificação do respondente ou do cliente, os nomes foram substituídos por “XXX”, para garantia do anonimato.

Quadro 6 – Justificativa dos respondentes para declarações com respostas 1, 2 e 3 (2017)

(Continua)

Dimensão	Declaração	Resposta	Justificativa
Tangibilidade	[Os insumos entregues pela MGS são adequados aos serviços prestados.]	2	No novo contrato não temos entrega de insumos, mas quando tínhamos sempre ocorria problema de atraso na entrega deixando o órgão em situação complicada.
		3	Tivemos muitos problemas na implantação dos serviços.
		3	Falta mais qualificação profissional.
		1	Atualmente a MGS não vem fornecendo os uniformes aos seus funcionários que prestam serviços na XXX.
		3	O contrato ainda está em implantação
Tangibilidade	[A estrutura tecnológica da MGS (portal, área do cliente) atende suas necessidades.]	3	É extremamente trabalhoso emitir relatórios, notas fiscais e boletos no portal, perde-se muito tempo.
		1	Há grande dificuldade no entendimento de algumas questões no portal.
		3	Portal de diária viagem com versões antigas de sistemas, dificultando a utilização.
		3	Necessitamos da descentralização da aprovação, emissão de notas fiscais e boletos por centro de custos.
		3	O contrato ainda está em implantação
Tangibilidade	[Os empregados da MGS utilizam vestimentas adequadas aos serviços prestados.]	3	Por vezes os motoristas não se apresentam com os uniformes adequados.
		3	Uniformes dos empregados administrativos qualidade questionada, e quantidade insuficiente interferindo na imagem da Empresa.

Quadro 6 – Justificativa dos respondentes para declarações com respostas 1, 2 e 3 (2017)

(Continua)

Dimensão	Declaração	Resposta	Justificativa
		1	Discordo, pois existem vários empregados com uniformes com mais de 1 ano de uso, sempre que solicitávamos não eram entregues. Com o novo contrato a responsabilidade de substituição ficou para a MGS, mas mesmo assim precisamos solicitar novos uniformes e mesmo assim demora a ser entregue. Ainda temos o problema de entregas erradas, do tipo tamanho divergente do solicitado e ainda uniformes de fábricas diferentes onde a numeração de uma não é a mesma da outra, servindo o uniforme de uma fabrica e da outra não.
		2	Tem ocorrido várias falhas no envio de uniformes.
		1	Funcionários apresentam uniformes rasgados e desgastados devido à falta de fornecimento pela MGS.
		1	Não esta sendo fornecido.
		3	Nem sempre porque muitas das vezes não recebem o uniforme que é obrigatório
Tangibilidade	[As instalações físicas da administração central da MGS são suficientes para suportar o serviço prestado.]		
Confiança	[A MGS cumpre suas obrigações contratuais.]	3	Temos muita dificuldade com substituição de empregados no interior do Estado.
		3	Não. Reposição e substituição de empregados, empregados sem uniforme, entrega de uniforme, empregados sem capacitação.
		3	Como já relatado, temos problemas com entrega de uniformes que esta no contrato como responsabilidade da MGS.
		1	Não está fornecendo os uniformes
		3	Relatamos problemas quanto a substituições.

Quadro 6 – Justificativa dos respondentes para declarações com respostas 1, 2 e 3 (2017)

(Continua)

Dimensão	Declaração	Resposta	Justificativa
		3	Temos tido muitos problemas nas substituições de férias e atestados, fato que já foi repassado para a Diretoria da MGS. Temos muita dificuldade também com o repasse dos uniformes para funcionários, bem como a entrega de EPIs.
		2	O contrato ainda está em implantação.
Confiança	[Quando você tem algum problema a MGS demonstra interesse em resolvê-lo.]	3	Por ser uma empresa dotada de vários seguimentos, torna-se difícil o entendimento da estrutura da empresa e o contato com as pessoas certas.
		3	Se interessa, porém geralmente demora muito.
		2	Há muita dificuldade e morosidade no atendimento e nas respostas.
		3	Raramente. As ações acordadas em reuniões não foram cumpridas.
		2	Nossa maior dificuldade é a resposta das demandas postas.
Confiança	[A MGS é confiável.]	3	O contrato ainda está em implantação
Confiança	[A MGS entrega os serviços no prazo prometido.]	3	Há grande dificuldade no recebimento da documentação prevista para que o XXX faça os pagamentos devidos.
		2	Demora muito na substituição de empregados, no retorno de demandas solicitadas, no envio de uniformes, propostas de orçamento.
		3	Devido a burocracia, quando existe alguma falha, não somos avisados .
		1	Os uniformes são um exemplo de que a MGS não entrega os seus serviços no prazo prometido.
		3	Tivemos algumas situações de substituição de férias que a MGS não conseguiu nos atender e ficamos sem o funcionário e no interior temos muita dificuldade de efetivar funcionários, principalmente em XXX menores.
		2	O contrato ainda está em implantação
Confiança	[A MGS mantém os registros históricos de maneira adequada.]	3	No portal, não há o registro daquilo que já foi quitado.
		3	Às vezes solicita do cliente informações, seus sistemas de TI não são integrados e atualizados.

Quadro 6 – Justificativa dos respondentes para declarações com respostas 1, 2 e 3 (2017)

(Continua)

Dimensão	Declaração	Resposta	Justificativa
		3	Não posso avaliar.
		2	O contrato ainda está em implantação.
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS entregam as informações da forma correta.]	3	Muitas informações são solicitadas ao cliente. Percebemos dificuldade na comunicação interna.
		2	Muitas vezes há conflito de informações.
		2	Muita dificuldade.
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS prestam um pronto atendimento.]	3	Em muitas ocasiões o atendimento é muito demorado e sem retorno satisfatório. Percebemos empregados sem autonomia e sem conhecimento da informação e sem treinamento para exercerem as funções determinadas e delegadas.
		2	O atendimento é rápido, mas as respostas são lentas.
		2	As respostas sempre demoram.
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS ficam sempre à disposição para auxiliar os clientes.]	3	Nem sempre há um <i>feedback</i> esperado.
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS nunca estão muito ocupados para responder aos clientes prontamente.]	2	Sempre nos atende bem.
		3	Em muitas ocasiões os empregados não estão disponíveis, e tem pouca autonomia para resolução de solicitações e problemas.
		2	Sinto o acúmulo de serviço sempre que solicitado.
Segurança	[Você pode confiar nos empregados da MGS.]	3	É uma resposta muito difícil de ser dada, uma vez que não conhecemos a fundo as pessoas que vêm prestar serviço. No entanto, acredito que a empresa realiza uma seleção séria para disponibilizar os seus colaboradores para prestarem serviços em outros órgãos.
Segurança	[Você se sente seguro ao negociar com os empregados da MGS.]	3	Às vezes surgem informações conflitantes.
		3	Os acordos nem sempre são cumpridos.
Segurança	[Os empregados da MGS são educados.]	3	Ressalva apenas quanto ao Serviço de Saúde e Segurança do Trabalhador que nem sempre são educados e receptivos.

Quadro 6 – Justificativa dos respondentes para declarações com respostas 1, 2 e 3 (2017)

(Continua)

Dimensão	Declaração	Resposta	Justificativa
Segurança	[Os empregados da MGS se relacionam bem no local de trabalho, respeitando os líderes e demais membros da organização.]		
Segurança	[Os empregados tem o suporte adequado da MGS para realizar o seu trabalho.]	2	Infelizmente muitas dúvidas apresentadas pelos colaboradores junto ao XXX deveriam ter sido esclarecidas pelo administrativo da MGS.
Segurança	[Os empregados da MGS cumprem os procedimentos e normas dos setores de trabalho.]		
Empatia	[A MGS te dá atenção individual.]	3	Sim. No entanto, preza pelos interesses do XXX. Não vejo como um atendimento diferenciado.
		3	Acho difícil, até pelo alto número de empregados.
Empatia	[Os empregados da administração da MGS te dão atenção personalizada.]	3	Sim. No entanto, preza pelos interesses do XXX. Não vejo como um atendimento diferenciado.
Empatia	[Os empregados da administração da MGS conhecem suas necessidades.]	3	Não. Existem várias especificidades e particulares inerente a área XXX, gostaríamos de visitas frequentes e periódicas de supervisores operacionais e comerciais.
Empatia	[A MGS coloca seus interesses como prioridade.]	3	Nem sempre. Por vezes há atrasos nos pagamentos de diárias de motoristas, fazendo com que os colaboradores viajem sem dinheiro devido a falta da antecipação devida.
		3	Respostas lentas.
Empatia	[O horário de operação da MGS é conveniente aos seus clientes.]	3	Acredito que o expediente encerrando-se às 17:30h seria mais conveniente.
		3	O início do expediente administrativo da MGS é diferente do expediente administrativo do XXX.

Quadro 6 – Justificativa dos respondentes para declarações com respostas 1, 2 e 3 (2017)

(Conclusão)

Dimensão	Declaração	Resposta	Justificativa
Negócios	[Eu certamente voltaria a fazer negócios com a MGS.]		
Negócios	[Os serviços prestados pela MGS são de alta qualidade.]	3	Acho que são de boa qualidade.
Negócios	[Estou satisfeito com os serviços prestados pela MGS.]	3	Gostaria de mais rapidez nas respostas e contratações.
		3	A MGS tem deixado a desejar no quesito relacionado ao fornecimento de uniformes e segurança do trabalhador.
Negócios	[As mudanças de processos da MGS implantadas no último ano melhoraram a qualidade dos serviços prestados.]	1	Não tenho como opinar por desconhecer a estrutura antiga da MGS.
		3	Não. Dificultaram a resolução dos problemas. Os problemas são encaminhados e não resolvidos. Dificuldade na comunicação interna da MGS. Falta visita dos assistentes operacionais e comerciais. Percebemos dificuldade na implantação e definição das novas rotinas.
		3	Em partes o serviço foi otimizado ajudando muito, mas em outros pontos piorou pela atividade específica do órgão e necessidade de substituição de alguns funcionários que são imprescindíveis para a atividade e após a implantação foi suspensa a substituição.

Fonte: Elaborado pelo autor

Analisando os dados do Quadro 6, a dimensão “confiança” foi aquela com mais declarações com notas baixas, com um total de 23, seguido por “tangibilidade” com 17, “receptividade” com 10, “empatia” com 8, “negócios” com 6 e “segurança” com 5. Quatro declarações não contaram com nenhuma nota baixa. As declarações que receberam mais notas baixas foram aquelas que buscavam mensurar a utilização de vestimentas adequadas por parte dos empregados e o cumprimento das obrigações contratuais por parte da MGS, com 7 cada e a declaração que trata do cumprimento de prazos recebeu 6 notas baixas.

Analisando o conteúdo das justificativas, destacam-se dificuldades relacionadas a uniformes, tema presente em 15 justificativas; lentidão nas respostas, presente 12 justificativas; implantação de serviços e dificuldades com representantes da MGS apareceram em 7 justificativas cada; e problemas com substituições estão presentes em 6 justificativas. Além disso, nota-se que em três justificativas há conflito no texto e no nível de concordância apresentado, o que pode significar uma falha de interpretação da pergunta por parte do respondente.

A Tabela 3 apresenta os resultados estratificados pela caracterização dos clientes dentro da administração pública da pesquisa de 2016. Após a estratificação, é possível avaliar que nenhum dos grupos, quais sejam: administração direta; autarquia; fundação; empresa pública / sociedade de economia mista / autônomos e outros; se afasta do padrão de normalidade da análise média dos resultados. Todavia, cabe destacar o resultado do grupo “autarquia”, com maior nível de qualidade auferido e com menor nível de desvio padrão; e do grupo “fundação”, que tem o pior resultado, por outro lado, o maior desvio padrão.

Tabela 3 - Valor médio dos indicadores de qualidade, estratificado pela caracterização do cliente (2016)

Caracterização do Cliente	Média Geral	Desvio Padrão	Observações
Todos	4,53	1,23	42
Administração Direta	4,56	1,28	18
Autarquia	4,81	0,94	13
Fundação	4,02	1,36	8
Empresas Públicas/ Sociedade de Economia Mista / Autônomos e Outros	4,53	1,06	3

Fonte: Elaborado pelo autor

A Tabela 4 apresenta os resultados estratificados pela caracterização dos clientes dentro da administração pública da pesquisa de 2017. Após a estratificação, é possível agrupar os clientes da administração direta e autarquia, como mais satisfeitos com resultados médio acima de 4; e fundação e empresa pública / sociedade de economia mista / autônomos e outros, num grupo um pouco menos satisfeito, com resultado em torno de 3,5. Nota-se também um menor desvio-padrão na pesquisa de 2017, que pode ser explicado também pelo número consideravelmente menor de respondentes.

Tabela 4 - Valor médio dos indicadores de qualidade, estratificado pela caracterização do cliente (2017)

Caracterização do Cliente	Média Geral	Desvio Padrão	Observações
Todos	3,82	0,87	14
Administração Direta	4,00	0,86	6
Autarquia	4,10	0,60	2
Empresas Públicas/ Sociedade de Economia Mista / Autônomos e Outros	3,54	0,88	4
Fundação	3,57	0,25	2

Fonte: Elaborado pelo autor

A Tabela 5 demonstra os resultados estratificados pelo tempo de atuação dos gestores a frente dos contratos com a MGS na pesquisa de 2016. Após a estratificação, tal qual na estratificação anterior, é possível avaliar que nenhum dos grupos se afasta do padrão de normalidade da análise média dos resultados. Nesta análise os grupos são: 5 anos ou mais; de 3 a 4 anos; de 1 a 2 anos; até 1 ano.

Tabela 5 - Valor médio dos indicadores de qualidade, estratificado pelo tempo de atuação do gestor (2016)

Caracterização do Cliente	Média Geral	Desvio Padrão	Observações
Todos	4,53	1,23	42
5 anos ou mais	4,59	1,17	11
De 3 a 4 anos	4,55	0,96	7
De 1 a 2 anos	4,34	1,50	13
Até 1 ano	4,70	1,02	11

Fonte: Elaborado pelo autor

A Tabela 6 demonstra os resultados estratificados pelo tempo de atuação dos gestores a frente dos contratos com a MGS na pesquisa de 2017. Após a estratificação, é visto que há grande uniformidade nos grupos, com o valor em torno da média geral, com exceção do grupo de 1 a 2 anos, que não é uma divergência relevante, já que havia apenas uma observação nesse agrupamento.

Tabela 6 - Valor médio dos indicadores de qualidade, estratificado pelo tempo de atuação do gestor (2017)

Caracterização do Cliente	Média Geral	Desvio Padrão	Observações
Todos	3,82	0,87	14
5 anos ou mais	3,89	0,91	5
De 3 a 4 anos	3,83	0,55	3
De 1 a 2 anos	4,50		1
Até 1 ano	3,61	0,85	5

Fonte: Elaborado pelo autor

A Tabela 7 traz os dados da análise de confiabilidade do alfa de Cronbach dentre as dimensões da qualidade avaliadas do questionário de 2016. O alfa de Cronbach é o coeficiente de confiabilidade mais amplamente utilizado, que varia de 0 a 1, e tem 0,60 como limite inferior de aceitabilidade (HAIR, 2005). Os resultados, apresentados demonstraram que todas as dimensões alcançaram o nível mínimo de aceitabilidade, e com exceção da dimensão “tangibilidade”, que apresentou o resultado bem próximo ao limite, todas as outras apresentaram resultados ótimos de confiabilidade. Não foi aplicado o alfa de Cronbach nos resultados da pesquisa de 2017, considerando o baixo número de observações apuradas.

Tabela 7 - Confiabilidade dos indicadores de qualidade (2016)

(Continua)

Dimensão	Declaração	Alfa de Cronbach
Tangibilidade	[Os insumos entregues pela MGS são adequados aos serviços prestados.]	0,67
Tangibilidade	[A estrutura tecnológica da MGS (portal, área do cliente) atende suas necessidades.]	
Tangibilidade	[Os empregados da MGS utilizam vestimentas adequadas aos serviços prestados.]	
Tangibilidade	[As instalações físicas da administração central da MGS são suficientes para suportar o serviço prestado.]	
Confiança	[A MGS cumpre suas obrigações contratuais.]	0,91
Confiança	[Quando você tem algum problema a MGS demonstra interesse em resolvê-lo.]	
Confiança	[A MGS é confiável.]	
Confiança	[A MGS entrega os serviços no prazo prometido.]	
Confiança	[A MGS mantém os registros históricos de maneira adequada.]	

Tabela 7 - Confiabilidade dos indicadores de qualidade (2016)

		(Conclusão)
Dimensão	Declaração	Alfa de Cronbach
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS entregam as informações da forma correta.]	
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS prestam um pronto atendimento.]	
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS ficam sempre à disposição para auxiliar os clientes.]	0,86
Receptividade	[Os empregados da administração da MGS nunca estão muito ocupados para responder aos clientes prontamente.]	
Segurança	[você pode confiar nos empregados da MGS.]	
Segurança	[Você se sente seguro ao negociar com os empregados da MGS.]	
Segurança	[Os empregados da MGS são educados.]	0,81
Segurança	[Os empregados tem o suporte adequado da MGS para realizar o seu trabalho.]	
Empatia	[A MGS te dá atenção individual.]	
Empatia	[Os empregados da administração da MGS te dão atenção personalizada.]	
Empatia	[Os empregados da administração da MGS conhecem suas necessidades.]	0,87
Empatia	[A MGS coloca seus interesses como prioridade.]	
Empatia	[O horário de operação da MGS é conveniente aos seus clientes.]	
Negócios	[Eu certamente voltaria a fazer negócios com a MGS.]	
Negócios	[Os serviços prestados pela MGS são de alta qualidade.]	
Negócios	[Estou satisfeito com os serviços prestados pela MGS.]	0,92
Negócios	[As mudanças de processos da MGS implantadas no último ano melhoraram a qualidade dos serviços prestados.]	

Fonte: Elaborado pelo autor

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS E PROPOSIÇÕES DE MELHORIA

Este trabalho teve como objetivo principal avaliar e propor melhorias às pesquisas de satisfação da qualidade dos serviços prestados aplicadas aos clientes da MGS. Em busca desse propósito, foram analisados os resultados das pesquisas de satisfação aplicadas pela empresa nos anos de 2016 e 2017.

As duas pesquisas de satisfação utilizaram do instrumento SERVPERF como base. A pesquisa de 2016 contou com 26 declarações, distribuídas da seguinte forma: As declarações de 1 a 4 foram vinculadas à dimensão “tangibilidade”, de 5 a 9 à dimensão “confiança”, de 10 a 13 à dimensão “receptividade”, de 14 a 17 à dimensão “segurança”, de 18 a 22 à dimensão “empatia”, e por fim de 23 a 26 à dimensão “negócios”. Na pesquisa de 2017, foram incluídas outras duas declarações na dimensão “segurança”, totalizando 28 declarações. Além das perguntas inspiradas no SERVPERF, o questionário contou com cinco perguntas demográficas para análise do perfil dos respondentes, as perguntas buscaram levantar: a esfera da administração pública a qual se vincula o cliente; o poder da administração pública ao qual se vincula o cliente; caracterização do cliente dentro da administração pública; o tempo de contratação da MGS pelo cliente; e o tempo de gestão do respondente à frente do cliente. No questionário de 2017 foi incluído a necessidade de identificação com a inserção do e-mail do respondente, além de necessidade justificativa para as respostas entre 1 e 3, nas declarações base do SERVPERF.

Os dados foram examinados de maneira quantitativa, por meio da média aritmética das respostas dos clientes. Foram observadas também as diferenças entre os grupos, levantadas pelas perguntas demográficas do questionário. Além disso, foi utilizado do alfa de Cronbach, para analisar a confiabilidade sobre as dimensões da qualidade de serviços.

Diante dos resultados, foi possível verificar que os serviços da MGS apresentam um nível de qualidade aceitável, já que todas as dimensões apresentaram resultados acima da opção “não concordo, nem discordo”, em ambos os anos, sendo possível inferir que, se não há satisfação plena, os clientes também não estão insatisfeitos com a qualidade dos serviços. Além disso, não há diferenciação expressiva no resultado quando a análise é estratificada por grupos, seja pela caracterização do cliente dentro da administração pública, quanto pelo tempo de gestão do respondente à frente do cliente. Por fim, o alfa de

Cronbach alcançado em cada uma das dimensões da qualidade confirmaram que a confiabilidade do questionário, já que os valores ficaram acima do limite inferior de aceitabilidade.

A extensão do questionário, demonstrou-se uma barreira para alcançar um número maior de respondentes, mesmo dentro de uma população relativamente pequena. Nota-se que a baixa adesão de respondentes foi agravada na pesquisa de 2017 que conta com duas questões a mais, além da necessidade de justificativa para respostas 1, 2 e 3. A necessidade de justificativa foi uma evolução da pesquisa com capacidade de enriquecimento da análise, ao trazer um texto livre para o respondente expressar sua opinião. Todavia, ao obrigar a justificativa apenas para notas mais baixas pode-se criar viés nas respostas, além de tornar exaustivo aos respondentes. A maior concentração de justificativas, 73% do total, está na primeira metade do questionário, e o cansaço dos respondentes é uma hipótese para esse comportamento.

A obrigatoriedade de identificação do respondente também foi uma alteração trazida na pesquisa de 2017. Nota-se que apesar dessa inclusão, as perguntas demográficas foram mantidas, ainda que a partir da identificação do respondente é possível classifica-lo dentro dos grupos demográficos.

A partir da pesquisa realizada nesse trabalho e das análises feitas dos questionários aplicados em 2016 e 2017, será destacado a seguir proposições de melhorias para as próximas pesquisas de satisfação da MGS. Primeiramente, sugere-se a manutenção da base do questionário SERVPERF, considerando se tratar de um questionário com confiabilidade atestada e presença na literatura acadêmica.

A necessidade de justificativa para todas as respostas com notas mais baixas aplicadas no questionário de 2017, é outro ponto passível de melhoria. Essa situação tornou o questionário mais longo e cansativo, além da possibilidade de dar viés ao respondente. Todavia, as informações contidas nas justificativas trouxeram a possibilidade de apontamento para situações mais críticas aos clientes, que as questões fechadas não conseguem exprimir. Nesse ponto, sugere-se a substituição das justificativas a cada resposta, por um comentário livre ao final do questionário, em que o respondente poderá elogiar, criticar ou propor melhorias à MGS.

Apesar de ser premissa na formação dos questionários aplicados a ausência de expressões negativas, que podem confundir o respondente, verificou-se a presença de uma expressão nesse formato em uma das declarações do questionário. Nesse caso a sugestão é alterar a declaração x13 de “Os empregados da administração da MGS nunca estão muito ocupados para responder aos clientes prontamente” para “Os empregados da administração da MGS estão costumeiramente disponíveis para responder aos clientes prontamente”.

Outra adequação proposta para o questionário é a exclusão da declaração “As mudanças de processos da MGS implantadas no último ano melhoraram a qualidade dos serviços prestados”. Essa adequação se embasa no entendimento de que as mudanças drásticas de processos aconteceram nos anos anteriores, perdendo-se o sentido da medição constante desse aspecto.

Mais um ponto crítico da análise é o baixo número de respondentes, em comparação com a população total. Para melhoria desse aspecto, sugere-se a antecipação da data de início de disponibilização dos questionários para o início do terceiro semestre de cada ano. Em ambas as pesquisas analisadas os questionários foram aplicados próximo ao final do exercício, período em que outros afazeres podem demover os gestores de reservar um período para resposta dos questionários.

Nesse ponto, propõe-se também a dilatação do prazo de respostas para pelo menos sessenta dias. Nas duas pesquisas aplicadas, o período de resposta foi de trinta dias na pesquisa de 2015 e apenas nove dias na pesquisa de 2016.

Por fim, sugere-se a manutenção da identificação dos respondentes do questionário, mas com a retirada das perguntas demográficas do questionário. Com essa mudança, o trabalho de tabulação será mais complexo, considerando a necessidade de classificação dos clientes a partir da identificação do respondente. Todavia, com essa adequação será possível verificar outros pontos passíveis de análise, como o peso dos clientes a partir da sua representativa na tomada de serviços junto à empresa.

Baseado nessas considerações infere-se que a medição e acompanhamento da qualidade são passos fundamentais para a busca de melhoria contínua, maior assertividade na

tomada de decisões e, conseqüentemente, o alcance da satisfação por parte dos clientes, sendo recomendada à MGS a continuidade da aplicação de pesquisas anuais de satisfação a seus clientes. Para trabalhos futuros, sugere-se a avaliação das pesquisas a serem aplicadas, já considerando as adequações aqui propostas, para análise da série histórica da satisfação dos clientes da MGS.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei n. 8.666 de 21 de junho de 1993. **Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências**. Brasília: 1993. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18666cons.htm>. Acesso em: 05 set. 2018.

BRASIL. Lei n. 13.303 de 30 de junho de 2016. **Dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios**. Brasília: 2016. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Lei/L13303.htm>. Acesso em: 02 out. 2018.

CRONIN, J. J.; TAYLOR, S. A. Measuring Service Quality: a reexamination and extension. **Journal of Marketing**, Birmingham, v. 56, p. 55-68, 1992.

CRONIN, J. J.; TAYLOR, S. A. SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. **Journal of Marketing**, Birmingham, v. 58, p. 125-131, 1994.

DIEHL, Astor Antonio. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HAIR, J. .F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HOFFMAN, K. D.; BATESON, J. E. G. **Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Carta de Conjuntura 40: 3º trimestre de 2018**. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/conjuntura/180919_cc_40_mercado_de_trabalho.pdf>. Acesso em: 06 set 2018.

LEE, J.; BEELER, C. The Relationships Among Quality, Satisfaction, and Future Intention for First-time and Repeat Visitors in a Festival Setting. **Event Management**, Clemson, v. 10, n. 4, p. 197-208, 2007.

MAANEN, J, V. Reclaiming qualitative methods for organizational research: a preface. **Administrative Science Quarterly**, Ithaca, v. 24, n. 4, p. 520-526, 1979.

MAIA, M. A.; SALAZAR, A. M. B. K.; RAMOS, P. M. G. A adequação dos modelos SERVQUAL e SERVPERF na medição da qualidade de serviços: o caso RAR Imobiliária. In: CALVO, J. C. A. (coord.). **Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro**. La Rioja: Universidad de La Rioja, 2007.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MGS. Disponível em: <<http://portal.mgs.srv.br>> Acesso em: 3 mar. 2018.

MIGUEL, P. A. C.; SALOMI, G. G. E. Uma revisão dos modelos para medição da qualidade em serviços. **Revista Produção**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 12-30, 2004.

MINAS GERAIS. Lei n. 11.406 de 28 de janeiro de 1994. **Introduz alterações na estrutura orgânica de Secretarias de Estado**. Belo Horizonte: 1994. Disponível em: <<http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa-nova-min.html?tipo=LEI&num=11406&comp=&ano=1994&texto=consolidado>>. Acesso em: 02 out. 2016.

MINAS GERAIS. **Portal da transparência do Estado de Minas Gerais: despesa**. Disponível em: <[://www.transparencia.mg.gov.br/despesa-estado/despesa](http://www.transparencia.mg.gov.br/despesa-estado/despesa)>. Acesso em: 20. Abr. 2016.

MINAS GERAIS. Lei n. 22.257 de 27 de julho de 2016. **Estabelece a estrutura orgânica da administração pública do Poder Executivo do Estado e dá outras providências**. Belo Horizonte: 2016. Disponível em: <<http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa-nova-min.html?tipo=LEI&num=22257&comp=&ano=2016&texto=original>>. Acesso em: 02 out. 2016.

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

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, v. 64, n. 1, p. 12-37, 1988.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. Refinement and reassessment of the servqual scale. **Journal of Retailing**, v. 67, n. 4, p. 420-450, 1991.

PARRA FILHO, D.; SANTOS, J. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Futura, 1998.

SANTOS, F. B. **Determinantes de custo na limpeza predial terceirizada: benchmarking em universidades federais**. 2014. 157 f. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade) – Universidade de São Paulo, São Paulo.

SILVA, L. M. T.; MEDEIROS, C. A. F.; COSTA, B. K. Qualidade dos serviços turísticos no setor de restaurantes: uma aplicação do modelo SERVPERF. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 115-139, 2009.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da Produção**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SLACK, N. *et al.* **Gerenciamento de Operações e de Processos: princípios e práticas de impacto estratégico**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

VALOR ECONOMICO. Ranking Valor1000 . **Revista Valor Econômico**, ano 18, n. 18, p. 113, 2018.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ANEXO A – Questionário aplicado em 2016

02/10/2016

Qualidade dos Serviços Prestados pela MGS

Qualidade dos Serviços Prestados pela MGS

Esta é uma pesquisa sobre a qualidade dos serviços prestados pela MGS percebida pelos gestores de seus clientes.

Por favor, leia e responda as perguntas a seguir. Isso não levará mais do que 15 minutos do seu tempo.

Sua participação é muito importante!

*Obrigatório



1. A qual esfera da administração pública se vincula o órgão/entidade? *

Marcar apenas uma oval.

- Municipal
- Estadual (ou Distrito Federal)
- União

2. A qual poder público se vincula o órgão/entidade? *

Marcar apenas uma oval.

- Executivo
- Legislativo
- Judiciário
- Autônomo / Outros

3. O órgão/entidade é caracterizado como: *

Marcar apenas uma oval.

- Administração Direta
- Autarquia
- Fundação
- Empresa Pública / Sociedade de Economia Mista
- Autônomo / Outros

02/10/2016

Qualidade dos Serviços Prestados pela MGS

4. Há quanto tempo o órgão/entidade contrata a MGS? **Marcar apenas uma oval.*

- Até 1 ano
- De 1 a 2 anos
- De 3 a 4 anos
- 5 anos ou mais

5. Há quanto tempo você atua nas áreas de gestão de contratos com a MGS? **Marcar apenas uma oval.*

- Até 1 ano
- De 1 a 2 anos
- De 3 a 4 anos
- 5 anos ou mais

6. Escolha seu grau de concordância com cada uma das afirmações. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo Totalmente	Discordo Muito	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Muito	Concordo Totalmente
Os insumos entregues pela MGS são adequados aos serviços prestados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A estrutura tecnológica da MGS (portal, área do cliente) atende suas necessidades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os empregados da MGS utilizam vestimentas adequadas aos serviços prestados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As instalações físicas da administração central da MGS são suficientes para suportar o serviço prestado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A MGS cumpre suas obrigações contratuais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando você tem algum problema a MGS demonstra interesse em resolvê-lo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A MGS é confiável.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A MGS entrega os serviços no prazo prometido.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A MGS mantém os registros históricos de maneira adequada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os empregados da administração da MGS entregam as informações da forma correta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os empregados da administração da MGS prestam um pronto atendimento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

02/10/2016

Qualidade dos Serviços Prestados pela MGS

	Discordo Totalmente	Discordo Muito	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Muito	Concordo Totalmente
Os empregados da administração da MGS ficam sempre à disposição para auxiliar os clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os empregados da administração da MGS nunca estão muito ocupados para responder aos clientes prontamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Você pode confiar nos empregados da MGS.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Você se sente seguro ao negociar com os empregados da MGS.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os empregados da MGS são educados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os empregados tem o suporte adequado da MGS para realizar o seu trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A MGS te dá atenção individual.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os empregados da administração da MGS te dão atenção personalizada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os empregados da administração da MGS conhecem suas necessidades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A MGS coloca seus interesses como prioridade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O horário de operação da MGS é conveniente aos seus clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eu certamente voltaria a fazer negócios com a MGS.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os serviços prestados pela MGS são de alta qualidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Discordo Totalmente	Discordo Muito	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Muito	Concordo Totalmente
Estou satisfeito com os serviços prestados pela MGS.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As mudanças de processos da MGS implantadas no último ano melhoraram a qualidade dos serviços prestados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ANEXO B – Questionário aplicado em 2017

Pesquisa de Satisfação de Clientes MGS

SOLICITAR ACESSO PARA EDIÇÃO

Pesquisa de Satisfação de Clientes MGS

Obrigado por acessar a nossa pesquisa. A sua participação é fundamental para a nossa melhoria contínua e não deve tomar mais do que 15 minutos do seu tempo.

Você deve considerar as afirmações listadas abaixo, respondendo se discorda totalmente (1); apenas discorda (2); não concorda; nem discorda (3); simplesmente concorda (4) ou concorda totalmente(5).

*Obrigatório

Endereço de e-mail *

Seu e-mail

1- Você está vinculado a qual esfera da administração pública?

- Municipal
- Estadual

2 - A qual poder se vincula seu órgão ou entidade?

- Executivo
- Legislativo
- Judiciário
- Autônomo/Outros



3 - Seu órgão/entidade é caracterizado como:

- Administração Direta
- Autarquia
- Fundação
- Empresa Pública/Sociedade de Economia Mista
- Autônomo/Outros

4 - Há quanto tempo o órgão/entidade contrata a MGS

- Até 1 ano
- De 1 a 2 anos
- De 3 a 4 anos
- 5 anos ou mais

5 - Há quanto tempo você atua nas áreas de gestão de contratos com a MGS

- Até 1 ano
- De 1 a 2 anos
- De 3 a 4 anos
- 5 anos ou mais

6 - Os insumos entregues pela MGS são adequados para a prestação dos serviços.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente



Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

7 - A estrutura tecnológica da MGS (Portal, Área do Cliente) atende suas necessidades.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

8 - Os empregados MGS utilizam vestimentas adequadas aos serviços prestados.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

9 - As instalações físicas da Administração Central da MGS são suficientes para suportar o serviço prestado.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente



Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

10 - A MGS cumpre suas obrigações contratuais.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

11 - Quando você tem algum problema, a MGS demonstra interesse em resolvê-lo.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

12 - A MGS é confiável.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta



13 - A MGS entrega os serviços no prazo prometido.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

14 - A MGS mantém os registros históricos de maneira adequada.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

15 - Os empregados da administração da MGS entregam as informações de forma correta.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta



16 - Os empregados da administração da MGS prestam um pronto atendimento.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

17 - Os empregados da administração da MGS ficam sempre à disposição para auxiliar os clientes.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

18 - Os empregados da administração da MGS nunca estão muito ocupados para responder os clientes prontamente.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta



19 - Você pode confiar nos empregados MGS.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

20 - Você se sente seguro ao negociar com os empregados da MGS.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

21 - Os empregados da MGS são educados.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta



22 - Os empregados da MGS se relacionam bem no local de trabalho, respeitando os líderes e demais membros da organização.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

23 - Os empregados têm o suporte adequado da MGS para realizar seu trabalho.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

24 - Os empregados da MGS cumprem os procedimentos e normas dos setores de trabalho.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta



25 - A MGS te dá atenção individual.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

26 - Os empregados da administração da MGS te dão atenção personalizada.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

27 - Os empregados da administração da MGS conhecem suas necessidades.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta



28 - A MGS coloca seus interesses como prioridade.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

29 - O horário de operação da administração da MGS é conveniente aos seus clientes.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

30 - Eu certamente voltaria a fazer negócios com a MGS.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta



31 - Os serviços prestados pela MGS são de alta qualidade.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

32 - Estou satisfeito com os serviços prestados pela MGS.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Para respostas, entre 1 e 3, favor descrever o motivo dessa opinião.

Sua resposta

33 - As mudanças de processos da MGS implantadas no último ano melhoraram a qualidade dos serviços prestados.

	1	2	3	4	5	
discordo totalmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	concordo totalmente

Por favor, deixe aqui seu comentário:

Sua resposta

Pesquisa de Satisfação de Clientes MGS

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. Denunciar abuso - Termos de Serviço - Termos Adicionais

Google Formulários

