

## **ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS: CASO CRAS/MARCELINO VIEIRA-RN**

ANALYSIS OF THE USERS SATISFACTION:  
CRAS/MARCELINO VIEIRA/RN CASE

Luiza Maria da Silva<sup>1</sup>  
Maxmiliano de Souza Lima<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O setor de serviços continua crescendo e ganhando destaque ao longo dos anos. Os usuários de serviços estão mais exigentes em relação à qualidade dos serviços recebidos e para isso as organizações públicas devem buscar cada vez mais a eficiência e a qualidade na prestação de serviços à sociedade. Assim, o presente trabalho tem como objetivo avaliar o nível de satisfação dos usuários do Centro de Referência da Assistência Social - CRAS de Marcelino Vieira - RN em relação aos serviços ofertados pela instituição; com esse intuito, utilizou-se da abordagem quantitativa e da pesquisa do tipo descritiva. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa, na qual se utilizou a população ativa dos grupos de convivência de mulheres, gestantes e idosos através de um questionário com treze questões objetivas adaptadas de Morsch (2008) e uma de múltipla escolha adaptada do IPPS do Gespública, em que se buscou identificar o perfil socioeconômico dos entrevistados, a satisfação com os serviços e os fatores que determinam a satisfação dos usuários do CRAS. Enfim, conclui-se que o nível de satisfação dos usuários do CRAS é bom, pois os entrevistados, de modo geral, estão satisfeitos com os serviços ofertados na organização.

**Palavras-chave:** Satisfação do cliente. Usuários de serviços. Serviço público.

### **ABSTRACT**

The services sector is growing and gaining importance over the years. Services users are more demanding regarding the quality of the services received, and for that, public organizations must pursue more and more efficiency and quality in providing services to Society. Thus, this study aims to assess the users level of satisfaction of the Reference Center for Social Assistance - CRAS of Marcelino Vieira - RN, in relation to the services offered by the Institution; with this intention, we used a quantitative approach and descriptive research. For this, we developed a survey, which was used in the active population of women, pregnant women and elderly people companionship groups, through a questionnaire with thirteen objective questions adapted from Morsch (2008), and one of multiple choice adapted from Gespública IPPS, in which we sought to identify the socioeconomic profile of the respondents, the satisfaction with services and the factors that determine the CRAS users satisfaction. Finally, it was concluded that the CRAS users level of satisfaction is good, because the respondents, in general, are satisfied with the services offered in the organization.

**Keywords:** Customer Satisfaction. Users of services. Public Service.

<sup>1</sup>Bacharel em Administração Pública pela UFRN. E-mail: luizasilva.adm@hotmail.com.

<sup>2</sup>Bacharel em Administração Pública pela UFRN. E-mail: maxmilianodesouzalimalm@gmail.com.

## 1 INTRODUÇÃO

O setor de serviços continua crescendo e ganhando cada vez mais destaque ao longo dos anos, e a satisfação de usuários, seja de serviços públicos ou privados, torna-se indispensável para o êxito das organizações nos dias atuais, pois eles estão mais informados, sabem e fazem uso dos seus direitos, buscando e exigindo serviços de boa qualidade, têm consciência de que é dever do Estado/ organizações públicas a prestação eficiente de serviços. Os serviços são atividades desenvolvidas pela organização para atender às necessidades ou aos desejos dos seus usuários.

De acordo com Grönroos (1995, p. 38), podem ser identificadas quatro características básicas, na maioria dos serviços, os quais são atividades ou uma série de atividades, intangíveis, produzidas e consumidas simultaneamente e, geralmente, o cliente participa do processo de produção.

O Centro de Referência da Assistência Social (CRAS) de Marcelino Vieira - RN trabalha especialmente com grupos desenvolvendo atividades socioassistenciais a famílias em risco de vulnerabilidade social, através de acompanhamento, apoio e orientação a essas famílias, e oferece os seguintes serviços: grupos de crianças, adolescentes, mulheres, idosos e gestantes, visitas domiciliares a gestantes pós-parto, beneficiários do Benefício de Prestação Continuada (BPC) e idosos, além de visitas e busca ativa a crianças e adolescentes que não estejam frequentando o grupo, encaminhamentos de benefícios ao BPC e cursos de geração de renda, com o objetivo de fortalecer os vínculos familiares e comunitários dessas famílias e minimizar a exclusão social existente no município.

Os usuários estão cada vez mais exigentes em relação à qualidade dos serviços prestados, buscam serviços que lhes tragam conforto e prazer, e as organizações precisam inovar para satisfazê-los. Os estudos de satisfação dos usuários começaram primeiramente nos Estados Unidos e na Inglaterra na década de 1970 e, no Brasil, em 1990 (ESPERIDIÃO; TRAD, 2005).

As organizações públicas sem fins lucrativos devem buscar oferecer serviços de qualidade e que atendam às necessidades dos usuários, buscando cada vez mais a eficiência na prestação de serviços.

Avaliar a satisfação do usuário é muito importante para conhecê-lo, saber seus gostos, suas expectativas e necessidades, para, assim, analisar em que melhorar para melhor atendê-los.

A avaliação da satisfação dos usuários é de fundamental importância para as organizações, pois, através dela, é possível fazer as adequações necessárias para manter a sua eficiência, evitando desperdícios de tempo e recursos e oferecendo serviços de qualidade aos seus usuários/clientes.

Partindo do pressuposto de que avaliar o nível de satisfação dos usuários ajuda no entendimento sobre as suas expectativas e as suas necessidades e de que a organização adquire subsídio para saber onde e como melhorar os seus serviços, evidencia-se como problema de pesquisa:

*“Qual o nível de satisfação dos usuários dos serviços prestados pelo Centro de Referência da Assistência Social - CRAS de Marcelino Vieira - RN?”*

O objetivo desta pesquisa é analisar o nível de satisfação dos usuários do Centro de Referência da Assistência Social – CRAS de Marcelino Vieira – RN em relação aos serviços prestados pela organização.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 SERVIÇOS

Os serviços são atividades desempenhadas por instituições públicas ou privadas visando a suprir alguma necessidade do cliente ou usuário, ocorrem, quase sempre, da interação fornecedor/ usuário, sendo necessária a preparação do fornecedor para lidar com diversas personalidades e/ou reações do usuário.

Segundo Kotler (1998), “Serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada”.

Os serviços são atividades que a organização se dispõe a oferecer ao usuário e que geram benefício a ele, proporcionando-lhe bem-estar e conforto; atendem a uma necessidade do usuário, mas não são um bem físico e não resultam na propriedade de nada.

De acordo com Zeithaml & Bitner (2003, p. 28), serviços são:

Ações, processos e atuações, incluindo todas as atividades econômicas cujo produto não é uma construção ou produto físico, é geralmente consumido no momento em que é produzido e proporciona valor agregado em formas (como conveniência, entretenimento, oportunidade, conforto ou saúde) que são essencialmente intangíveis de seu comprador direto.

Os serviços são atividades e não produtos, por isso, geralmente, são consumidos no ato em que são produzidos e, na maioria das vezes, é necessária a interação entre o usuário e o fornecedor dos serviços, gerando uma troca benéfica entre ambos.

Para Téboul (1999), serviço é “uma série de atividades que normalmente acontecem durante as interações entre clientes e estruturas, recursos humanos, bens e sistemas do fornecedor, com fins e atender a uma necessidade do cliente”.

Os serviços assumem quatro características básicas que os diferencia dos produtos. De acordo com Kotler (2002), essas características são: **intangibilidade**, os serviços não podem ser provados antes de adquiri-los; **indivisibilidade**, o serviço não pode ser separado do seu prestador; **variabilidade**, nenhum serviço é igual ao outro, variam porque os clientes não são iguais, nem as situações são as mesmas, até um mesmo serviço pode variar de cliente para cliente, ou de fornecedor para fornecedor, de acordo com as circunstâncias do momento; e **perecibilidade**, os serviços têm que ser consumidos assim que são produzidos, não podem ser armazenados ou estocados para uso posterior.

As organizações voltadas para o cliente “proporcionam uma alta qualidade do produto ou serviço, não de acordo com as definições por elas próprias desenvolvidas, mas conforme o cliente define” (WHITELEY, 1992).

As instituições devem oferecer serviços de qualidade aos seus usuários de acordo com as definições deles, pois são eles que vão usufruir desses serviços e, por isso, são eles que sabem o que irá lhes agradar, as organizações que são voltadas para os usuários deixam de lado as suas próprias definições de qualidade para atender às definições dos seus usuários.

A gestão pública passou por diversos momentos. A Nova Gestão pública é a gestão orientada para resultados, contribuindo para a eficiência da máquina pública e para a melhoria dos resultados obtidos com as ações do Estado.

Araújo (2010) fala sobre as principais características da nova gestão pública:

Constituem idéias centrais da Nova Gestão pública um Estado administrativo ao estilo da iniciativa privada; contratos de gestão entre unidades; avaliação de desempenho; ênfase em resultados; redução do poder da burocracia; focalização na eficiência; busca de mecanismos regulatórios; introdução sistemática de conceitos de produtividade; flexibilidade; competitividade administrada; participação dos agentes sociais e controle dos resultados; foco no cidadão, orçamento e avaliação por resultados e performance; fortalecimento e aumento da autonomia da burocracia; descentralização na formulação e execução de políticas e por fim maior autonomia às unidades executoras.

A nova gestão pública apresenta características muito bem-estruturadas e que podem oferecer aos governantes o subsídio necessário para alcançar uma gestão que gere resultados positivos para os estados, ou seja, uma gestão eficiente.

Cabral Neto (2009), afirma que

A gestão por resultados é, hoje, a principal estratégia para fortalecer a efetividade das políticas públicas. Para tanto, é preciso orientar a administração pública por metas e indicadores, o que requer não apenas alterações institucionais como também mudanças na cultura política.

A gestão por resultados é a forma mais eficiente de governar, pois visa a alcançar resultados para a instituição e para os cidadãos e, assim, gerar serviços públicos eficazes.

Pietro (2006) define serviços públicos como “toda atividade material que a lei atribui ao Estado para que a exerça diretamente ou por meio de seus delegados, com o objetivo de satisfazer concretamente as necessidades coletivas, sob regime jurídico total ou parcialmente público.”

Os usuários de serviços públicos, atualmente, buscam serviços eficientes que atendam as suas necessidades de forma satisfatória, não aceitam mais, com o pretexto de ser público, receber qualquer serviço, as organizações precisam atender às expectativas dos seus usuários, oferecendo serviços eficientes e eficazes.

## 2.2 QUALIDADE DO SERVIÇO

A qualidade é percebida quando o usuário nota que o serviço recebido é desempenhado de maneira correta por pessoas capacitadas e que é exatamente o que ele precisa.

Segundo Lobos (1993, p. 38), “Qualidade é a condição de perfeição ou se preferir, do exato atendimento das expectativas do cliente. Pode ser atribuída a qualquer coisa ou ação, integrante ou resultante de um processo”. Como o autor fala, o serviço apresenta qualidade se for compreendido o exato atendimento das necessidades do usuário.

Moura (1999) define que a “qualidade é definida como sendo a conformidade entre o que se produz com aquilo que o cliente quer, de modo que suas expectativas sejam superadas e sua satisfação alcançada”.

De acordo com Ferreira (1975, p. 1165), “a qualidade é uma das categorias fundamentais do pensamento: maneira de ser que se afirma ou se nega de uma coisa”.

Kotler (2001, p. 549) esclarece que os princípios da qualidade de serviços são o acesso, a comunicação, a competência dos seus funcionários, a credibilidade da empresa, a confiança nos serviços prestados, a receptividade, a segurança nos serviços, a tangibilidade, a compreensão e o

conhecimento do cliente. Para satisfazer os usuários e manter a qualidade dos serviços, a organização precisa atentar para os princípios acima citados.

A qualidade dos serviços oferecidos pela organização à sociedade contribui para a satisfação e/ou insatisfação dos usuários, pois, se o serviço é de boa qualidade, eles reconhecem e têm prazer ou satisfação com ele, do contrário, se o serviço ofertado não corresponde às suas expectativas, se sentem insatisfeitos e não o buscam com frequência.

O Instrumento Padrão de Pesquisa de Satisfação (IPPS) do GESPÚBLICA é um modelo de medição da satisfação com o serviço público, é um questionário de opinião que investiga o nível de satisfação dos usuários de serviços públicos, tendo sido desenvolvido para se adequar a qualquer organização pública, com o objetivo de “permitir às organizações com poucos recursos implementarem uma avaliação de satisfação ‘caseira’, mas, mesmo assim, metodologicamente rigorosa, e por isso, útil” (GESPÚBLICA, 2013).

As organizações públicas precisam oferecer serviços de qualidade aos seus usuários, pois a qualidade que a instituição oferece é o que vai fazer com que o usuário nela permaneça e sinta-se satisfeito com os serviços dos quais se utiliza.

## 2.3 SATISFAÇÃO DO USUÁRIO

Atualmente as empresas cada vez mais buscam saber se os seus clientes estão satisfeitos ou insatisfeitos com os seus serviços, pois a satisfação dos usuários de uma instituição, seja ela pública ou privada, indica que se eles estão gostando dos serviços ofertados por ela, uma vez que os usuários estão mais exigentes e cobrando da gestão pública serviços de qualidade. A satisfação do cliente é um dos assuntos mais estudados na Administração de Marketing (HOFFMAN, 2001; FARIA, 2005).

Segundo Juran (1992), “Satisfação do cliente é um resultado alcançado quando as características do produto correspondem às necessidades do cliente”. Os usuários de serviços esperam e desejam que as organizações lhes ofereçam os serviços dos quais necessitam - se um usuário procura uma instituição em busca de uma informação, um documento que a organização é obrigada a fornecer, e consegue o que precisa, o serviço corresponde às suas necessidades e ele estará satisfeito.

Para Oliver (1997, p. 13):

Satisfação é a resposta de preenchimento do consumidor. É o julgamento de que um aspecto de um produto ou serviço, ou o próprio produto ou serviço, oferece (ou está oferecendo) um nível prazeroso de preenchimento relacionado ao consumo, incluindo níveis de preenchimentos baixos e altos.

Os usuários de serviços públicos, assim como os de empresas privadas, devem sentir prazer ao consumir algum serviço do qual a instituição dispõe e esse prazer pode ser em níveis altos ou baixos, cabe à organização fazer os ajustes necessários para a melhoria dos serviços, para que seus clientes alcancem níveis de prazer altos em relação ao consumo.

Segundo Kotler (2000, p. 58), “Satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa.” O mesmo autor acrescenta que satisfação consiste na confirmação ou no desapontamento em relação às expectativas dos consumidores no que diz respeito a um determinado produto ou

serviço (KOTLER, 2007). Quando as expectativas dos clientes em relação aos serviços/produtos são correspondidas, eles se sentem satisfeitos.

A satisfação dos usuários de serviços deve ser cada vez mais incentivada dentro das organizações públicas e os gestores, orientados a buscá-la, pois não é porque os serviços são gratuitos para o consumidor que devem ser ofertados de qualquer forma, eles devem ser ofertados visando ao melhor atendimento das necessidades da população que deles necessita.

## 2.4 SATISFAÇÃO E INSATISFAÇÃO

A satisfação, assim como a insatisfação, é gerada por diversos fatores, alguns incontroláveis, mas muitos podem ser prevenidos pelas instituições para obterem êxito.

“Satisfação é a avaliação de que a experiência foi pelo menos tão boa quanto deveria ser” (HUNT, 1977). Quando o usuário recebe um serviço e este atende às suas expectativas, a satisfação é a demonstração de que o serviço atendeu ao propósito para o qual foi solicitado/buscado e que não deixou a desejar.

Sobre insatisfação, segundo Beber (2000), “para a maioria dos autores e praticantes, a insatisfação é tratada como se fosse à ponta contrária de um contínuo onde na outra ponta estaria a satisfação, ou não é mencionada diretamente”. O mesmo autor acrescenta que existem evidências de que a insatisfação pode ser algo diverso da satisfação, ainda que ambos os conceitos estejam extremamente relacionados (BEBER, 2000).

Para Bleuel (1990), “os atributos que geram a satisfação e a insatisfação não são os mesmos, e quando são, possuem pesos diferentes”. Os atributos geradores da satisfação e da insatisfação possuem pesos diferentes porque depende da avaliação de cada usuário a respeito do serviço recebido, o que pode causar satisfação em um usuário pode causar insatisfação ao outro, mas não necessariamente pelo mesmo motivo.

A insatisfação é gerada quando os usuários não gostam dos serviços que recebem da instituição, gerando, então, um sentimento de descontentamento em relação ao serviço prestado pela entidade, ou seja, o não suprimento das suas necessidades ou expectativas.

## 3 METODOLOGIA

A pesquisa será descritiva, pois tem como objetivo analisar e descrever o grau de satisfação dos usuários do Centro de Referência da Assistência Social - CRAS de Marcelino Vieira - RN em relação aos serviços ofertados pela instituição. A pesquisa descritiva objetiva conhecer e interpretar a realidade sem nela interferir para modificá-la (CHURCHILL, 1987).

Esta pesquisa é um estudo de caso, pois irá tratar de satisfação com os serviços no CRAS, que é objeto de estudo, aprofundando-se, portanto, na realidade do CRAS especificamente. Ela é quantitativa, caracterizada pelo emprego de estatísticas, ou seja, há quantificação dos resultados.

A população é o conjunto de todos os elementos que apresentam pelo menos uma característica em comum. Já a amostra é um subconjunto, ou seja, uma parte da população.

A população desta pesquisa é formada por 71 usuários de serviços do CRAS de Marcelino Vieira, trata-se da população ativa dos grupos de convivência de idosos, mulheres e gestantes. São 13 usuários do grupo de idosos, 21 do grupo de mulheres e 37 do grupo de gestantes.

A pesquisa se deu através de amostragem, a amostra foi de 41 usuários, ou seja, 58% da população ativa dos grupos em análise, sendo oito idosos, o que equivale a 20%, 14 mulheres (34%) e 19 gestantes (46%) da população estudada, o critério utilizado para a retirada da amostra foi entrevistar todos os usuários presentes na reunião no dia da entrevista, a qual foi realizada no segundo semestre de outubro de 2013 com as gestantes que se encontravam na reunião e, nos grupos de idosos e mulheres, foi realizada em seus próprios endereços, fornecidos pelo CRAS, visto que não houve reuniões para eles no período da aplicação dos formulários. A pesquisa foi realizada com autorização prévia da coordenadora do CRAS.

Como instrumento de pesquisa de campo, utiliza-se um Formulário com 13 perguntas fechadas adaptado de Morsch (2008) e uma pergunta de múltipla escolha a respeito dos fatores determinantes da satisfação, adaptada do IPPS do Gespública. Para verificar o nível de satisfação dos entrevistados, será utilizada uma escala Likert de 1 a 5, sendo que 1 representa sempre; 2 é quase sempre; 3 é indiferente; 4 representa raramente e 5 é nunca.

A análise dos dados tem por objetivo transformar o volume de dados coletados em leitura interpretável e assimilável. Kerlinger (1980, p. 353) definiu o processo de análise de dados como a “categorização, ordenação e sumarização de dados”. (continua)

O método de análise utilizado será a estatística descritiva, utilizando-se de gráficos para expor porcentagens. A análise dos dados será realizada através do programa de planilha eletrônica Microsoft Office Excel.

Com base nas estatísticas descritivas, será analisado qual o nível de satisfação dos usuários de serviços do CRAS, para que, assim, seja possível analisar ainda quais os aspectos do serviço que precisam ser melhorados ou reforçados.

## 4 ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo constam os resultados da análise dos dados obtidos após a aplicação e a tabulação dos formulários de pesquisa aplicados aos usuários dos grupos de idosos, mulheres e gestantes do Centro de Referência da Assistência Social - CRAS de Marcelino Vieira – RN.

### 4.1 PERFIL DOS PESQUISADOS

Os respondentes são 98% do gênero feminino e apenas 2% do masculino, o que mostra que a maioria dos usuários do CRAS é do sexo feminino, como mostra o **Gráfico 1**. Esse resultado se deve ao fato de a maior parte dos respondentes pertencer ao grupo de mulheres e gestantes, 80%, conforme o **Gráfico 2**.

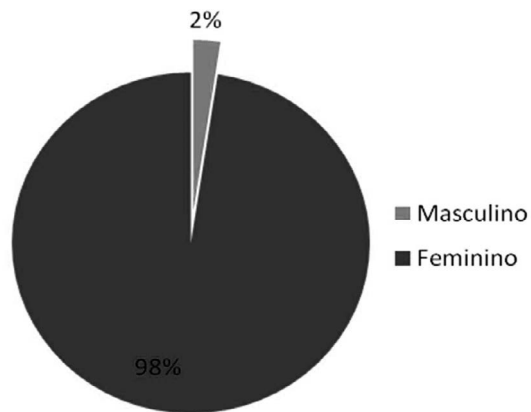


Gráfico 1 - Gênero dos pesquisados  
 Fonte: Dados da pesquisa

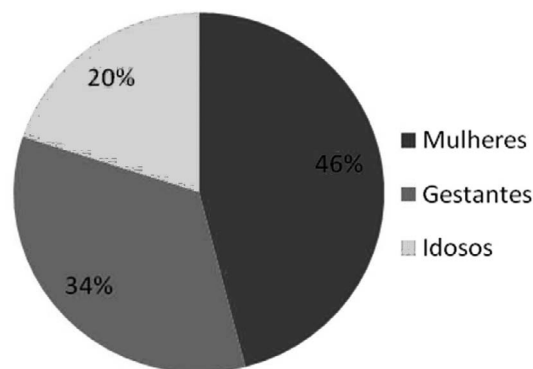


Gráfico 2 – Divisão da amostra  
 (2013) Fonte: Dados da pesquisa (2013)

A faixa etária encontra-se distribuída entre menos de 25 anos, com 22%, de 25 a 49 anos, com 41%, e, acima de 50 anos, 37% dos pesquisados, como mostra o **Gráfico 3**.

Quanto à escolaridade, como consta no **Gráfico 4**, a maioria dos entrevistados - 58% - estudou até o ensino fundamental, 37% cursaram até o ensino médio e poucos dos pesquisados, apenas 5%, disseram ter ensino superior.

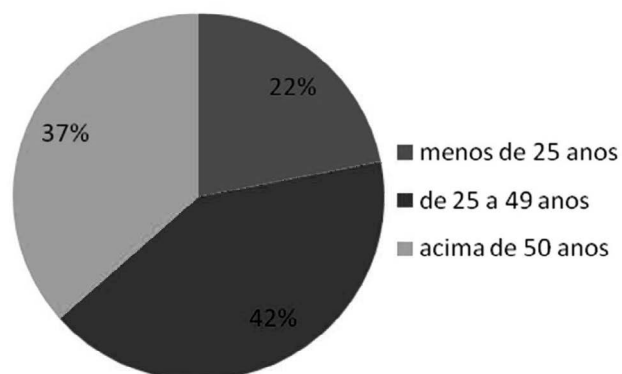


Gráfico 3 – Faixa Etária  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)

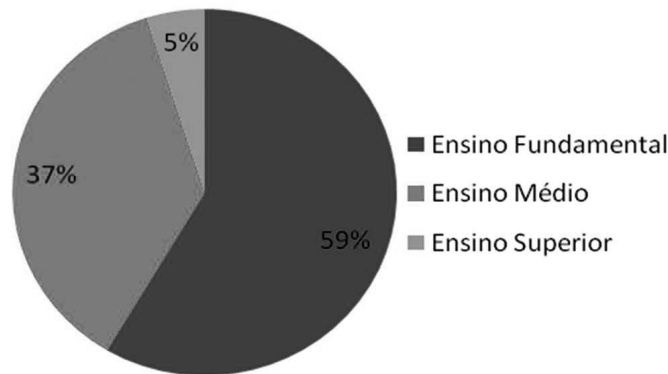


Gráfico 4 – Escolaridade  
Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Dessa forma, verificou-se, através dos dados coletados, que os pesquisados são, na sua maioria, mulheres, visto a maior parte ser do grupo de mulheres e gestantes, com idade entre 25 a 49 anos e que cursou apenas o ensino fundamental.

#### 4.2 SATISFAÇÃO COM OS SERVIÇOS

Quando se perguntou se os serviços correspondem às expectativas, 68% dos pesquisados responderam que sempre, 29% falaram que quase sempre e apenas 3% disseram que nunca tiveram suas expectativas confirmadas, como mostra o **Gráfico 5**. Pode-se considerar que os serviços do CRAS respondem às expectativas dos seus usuários, visto que, se juntados os usuários que responderam sempre e quase sempre, somam-se 97% de usuários com as expectativas confirmadas. Os serviços ofertados na organização devem corresponder às expectativas dos usuários, pois a confirmação de expectativas os deixa felizes e satisfeitos.

O **Gráfico 6** mostra que 83% dos respondentes afirmaram que os serviços ofertados no Centro de Referência da Assistência Social sempre trazem benefícios para a sua vida, proporcionando bem-estar e conforto, e 17% responderam que quase sempre obtêm benefícios, o que mostra que os serviços do CRAS satisfazem os seus usuários ao beneficiá-los, de modo que os serviços recebidos atendem as suas necessidades, deixando-os satisfeitos.

De acordo com o **Gráfico 7**, quando se questionou sobre a possível melhora na qualidade de vida, 76% dos usuários responderam que sempre e 24% disseram que quase sempre apresentaram melhoras na qualidade de vida após começarem a frequentar a organização. Logo, se os serviços recebidos trazem melhorias para a vida do usuário é porque a instituição está oferecendo serviços de qualidade. A qualidade do serviço contribui para a satisfação dos usuários, fazendo com que continuem na instituição.

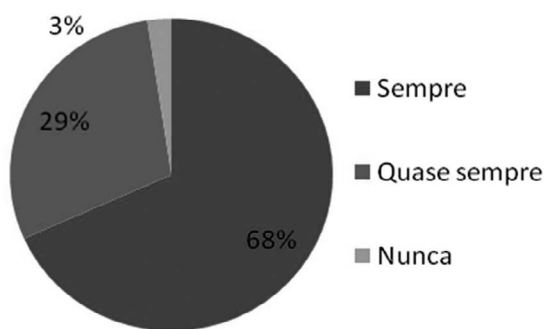


Gráfico 5 – Expectativas correspondidas  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)

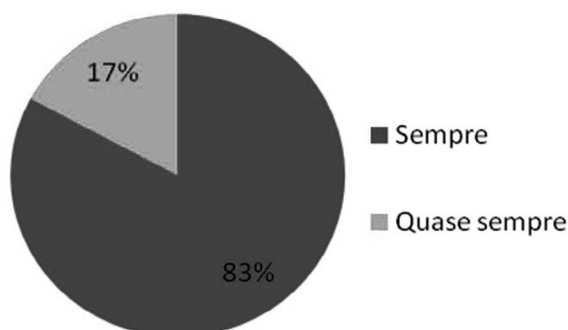


Gráfico 6 – O serviço oferece benefícios  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)

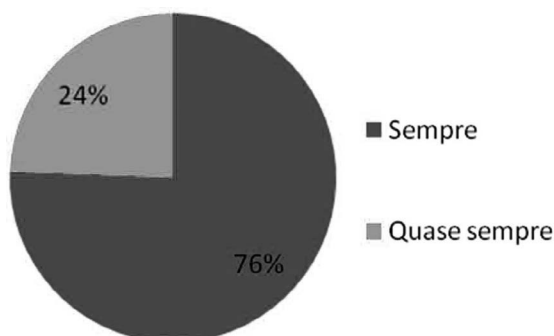


Gráfico 7 – Qualidade de vida melhor  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)

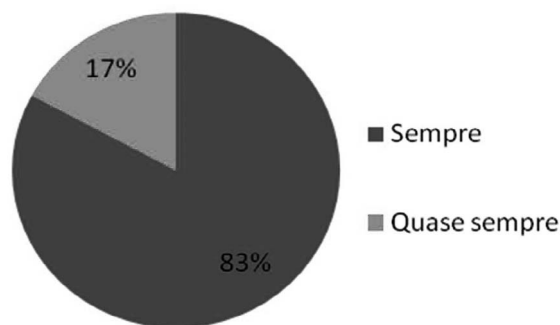
Juran (1992) ressalta que a satisfação do usuário é alcançada quando o serviço recebido corresponde às suas expectativas, e Kotler (2007) afirma que a satisfação dos usuários consiste na confirmação de expectativas. Se o serviço corresponde ao desejado, traz benefícios aos usuários, melhorando sua qualidade de vida.

A satisfação do usuário com o serviço recebido é um misto de expectativas correspondidas com os benefícios advindos dele, de maneira a atender as suas necessidades e trazer melhora para a sua qualidade de vida. A satisfação dos usuários deve ser cada vez mais incentivada nas organizações públicas e os gestores devem ser orientados a buscá-la.

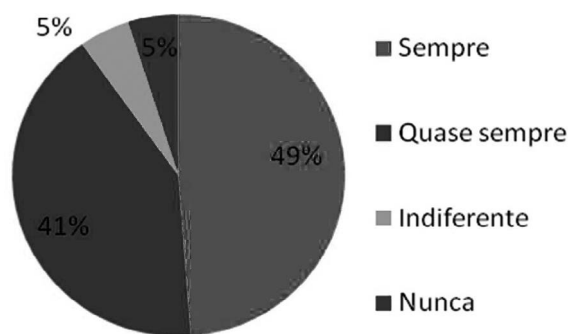
### 4.3 ESTRUTURA DA ORGANIZAÇÃO

As instalações da organização (salas de espera, atendimentos e outras), segundo os usuários, são tranquilas, iluminadas e confortáveis, pois 83% dos pesquisados, quando questionados a respeito, disseram sempre e 17% falaram que quase sempre elas apresentam conformidade com o quesito em análise, conforme o **Gráfico 8**.

Segundo o **Gráfico 9**, pode-se dizer que o CRAS possui estrutura totalmente ou, pelo menos, quase adaptada a todos os tipos de usuários (crianças, idosos, deficientes, etc.), porque, quando se perguntou a respeito de a organização ser ou não adaptada, 49% dos respondentes disseram que sempre, 41% afirmaram que quase sempre; apenas 5% responderam ser indiferente e 5% falaram que nunca.



**Gráfico 8 – Instalações tranquilas, iluminadas e confortáveis adaptadas**  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)



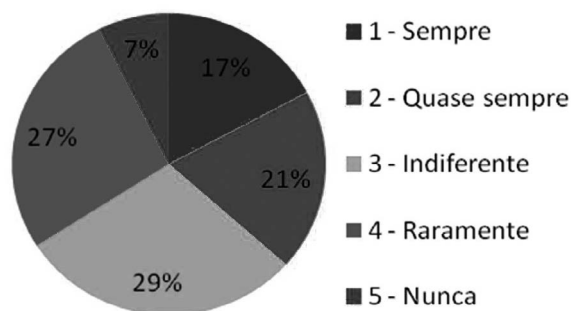
**Gráfico 9 – Estrutura da organização**  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)

A instituição precisa apresentar estrutura de boa aparência física, ser adaptada a todos os possíveis usuários e ser tranquila, iluminada e confortável, entre outros quesitos para, então, possuir uma boa imagem corporativa junto à sociedade. Kotler (2001) relata que o acesso às organizações é um princípio que leva o usuário à satisfação.

#### 4.4 RELACIONAMENTO COM A EQUIPE

O **Gráfico 10** mostra que apenas 17% dos entrevistados dizem que a equipe CRAS sempre usa crachás, 20% disseram que quase sempre, isso porque, em alguns grupos, foram confeccionados crachás para o grupo, 29% responderam ser indiferente, 27% responderam que raramente e 7% falaram que os profissionais da instituição não utilizam crachás, logo, considerando que a maioria dos pesquisados, 29 %, são indiferentes e que raramente e nunca somam 34%, pode-se dizer que a equipe do CRAS não faz uso de crachás no seu dia a dia.

A respeito do conhecimento da equipe do CRAS, a maioria dos usuários, 83%, disse que ela tem o conhecimento necessário para desempenhar o seu serviço, 15% falaram que quase sempre e apenas 2% responderam raramente, como consta no **Gráfico 11**, então, segundo os usuários, a equipe do Centro de Referência da Assistência Social é qualificada e capacitada para desempenhar os seus serviços.



**Gráfico 10 – Crachás de identificação**  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)



**Gráfico 11 – Conhecimento da equipe**  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Sobre a atenção da equipe e o repasse de orientações aos usuários, o **Gráfico 12** mostra que 93% concordam que a equipe/CRAS sempre os atende de forma atenciosa e lhes dá as devidas orientações, ao passo que 7% responderam quase sempre, o que mostra que a equipe CRAS é atenciosa e orienta os seus usuários quando é necessário.

A equipe do CRAS, conforme o **Gráfico 13**, passa confiança e segurança, pois 95% dos usuários se sentem seguros e confiam nos profissionais e os outros 5% responderam que quase sempre confiam na equipe.

Quando se questionou se os usuários do CRAS ficam à vontade com a equipe, 93% disseram sempre, 5% quase sempre e 2% raramente, conforme o **Gráfico 14**. Então, pode-se dizer que os usuários do CRAS se sentem à vontade com os funcionários da instituição.

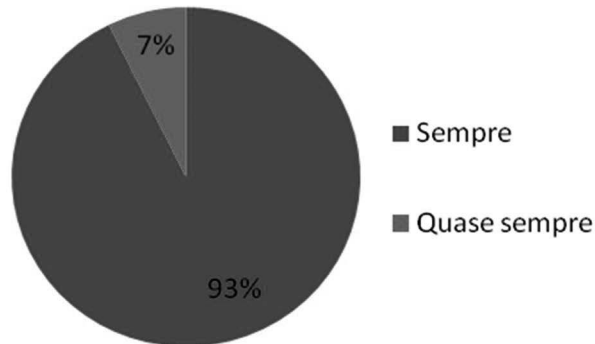


Gráfico 12 – Atenção da equipe e Orientações aos usuários  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)

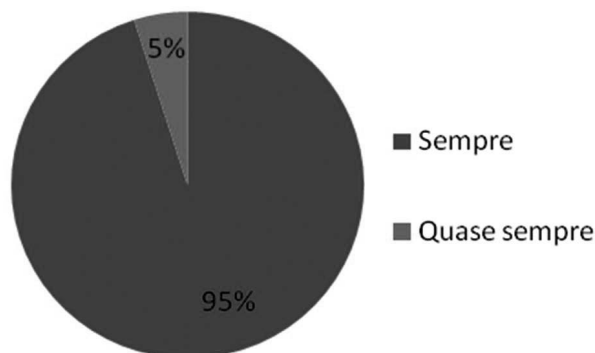


Gráfico 13 – Confiança na equipe  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)

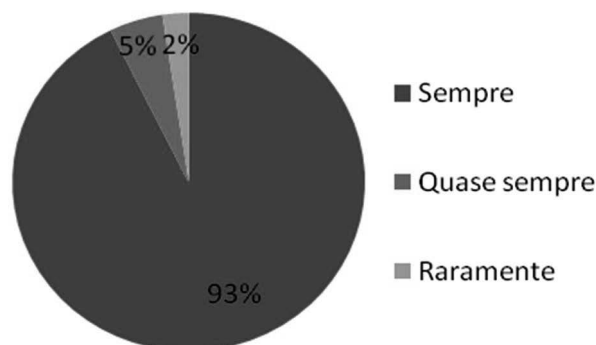


Gráfico 14 – Usuários ficam à vontade com a equipe  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Téboul (1999) relata que os serviços acontecem durante a interação entre usuário e recursos humanos com a finalidade de atender a uma necessidade do usuário. Para isso, é necessário que os prestadores de serviços estejam preparados e bem capacitados.

A equipe do Centro de Referência da Assistência Social deve manter um bom relacionamento com os usuários, para isso, recomenda-se que toda a equipe utilize crachás de identificação. É necessário demonstrar conhecimento, ser atenciosa e orientar sempre que necessário, como já vem sendo feito, para que os usuários se sintam seguros, confiantes e fiquem à vontade com a equipe, trazendo satisfação aos usuários e credibilidade para a equipe e a organização.

#### 4.5 RECURSOS E DISPONIBILIDADE DA EQUIPE

Segundo os usuários entrevistados, 76% responderam que sempre, 20% falaram que quase sempre, 2% disseram raramente e 2% nunca ao se perguntar se os dias e os horários de atendimento no CRAS são favoráveis para eles, como consta no **Gráfico 15**. Logo, os usuários estão satisfeitos com os dias e os horários de atendimento no CRAS.

Em relação a um espaço adequado para reclamações ou sugestões, os usuários encontram-se bem divididos: 25% disseram sempre; 22%, quase sempre; 17% são indiferentes; 7% responderam que raramente e 29% responderam que nunca, como mostra o **Gráfico 16**. Então, pode-se dizer que, de acordo com as respostas obtidas, se somadas as pessoas que não quiseram opinar- indiferente, raramente e nunca - 53% - a instituição não disponibiliza um espaço adequado para esse fim, por exemplo, Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC ou simplesmente uma caixa própria para os usuários fazerem reclamações ou sugestões de forma anônima, na recepção ou em outro local, acessível a todos os usuários.

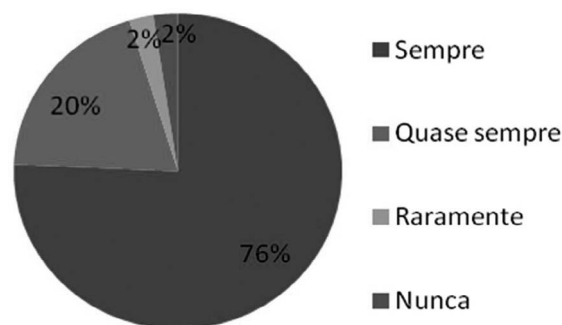


Gráfico 15 – Dias e horários favoráveis  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)

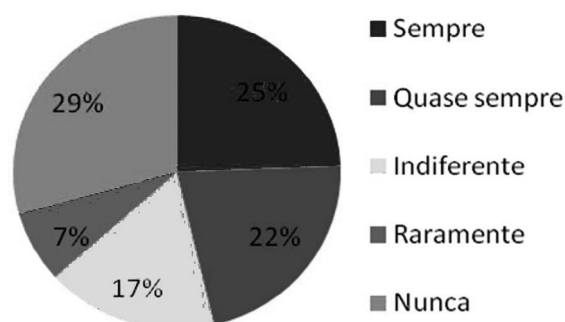


Gráfico 16 – Espaço adequado para reclamações ou sugestões  
 Fonte: Dados da pesquisa (2013)

As organizações públicas, assim como as privadas, precisam de recursos materiais e humanos para disponibilizar ao usuário serviços que satisfaçam suas necessidades de forma satisfatória, gerando serviços eficientes e eficazes.

#### 4.6 SATISFAÇÃO GERAL

De acordo com a pesquisa, conforme o **Gráfico 17**, os usuários do CRAS, de modo geral, estão satisfeitos com a instituição, os serviços oferecidos e os profissionais que nela trabalham, pois, quando questionados a respeito, 68% responderam que sempre e 32% falaram que quase sempre estão satisfeitos.

A satisfação do usuário é gerada pelo contentamento em relação a um dado serviço ou organização, quando os usuários gostam e sentem-se satisfeitos. De acordo com Oliver (1997), satisfação é a resposta de preenchimento do consumidor em relação ao serviço consumido, deixando-o satisfeito.

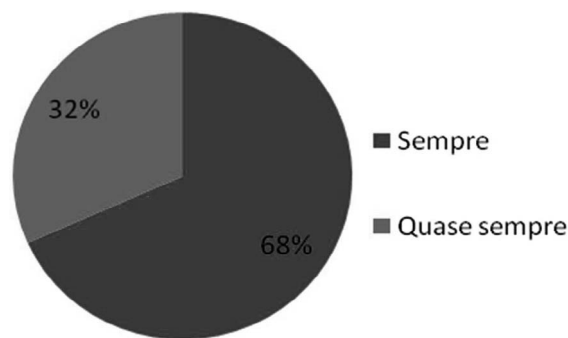


Gráfico 17 – Satisfação geral  
Fonte: Dados da pesquisa (2013)

Portanto, a instituição precisa e deve sempre se atualizar para atender aos seus usuários de maneira a aperfeiçoar os seus serviços para melhor atendê-los e, assim, obter a sua satisfação.

#### 4.7 DETERMINANTES DA SATISFAÇÃO

Os fatores que geram satisfação aos usuários do CRAS são: bom atendimento - 47% dos respondentes; conhecimento dos funcionários - 29%, qualidade no serviço - 12%; bom humor dos funcionários - 7%; e facilidade de acesso - 5% dos entrevistados, como mostra o gráfico 18. De acordo com a pesquisa acima descrita, os fatores que mais geram satisfação aos usuários do CRAS são o bom atendimento, o conhecimento dos funcionários e a qualidade no serviço.

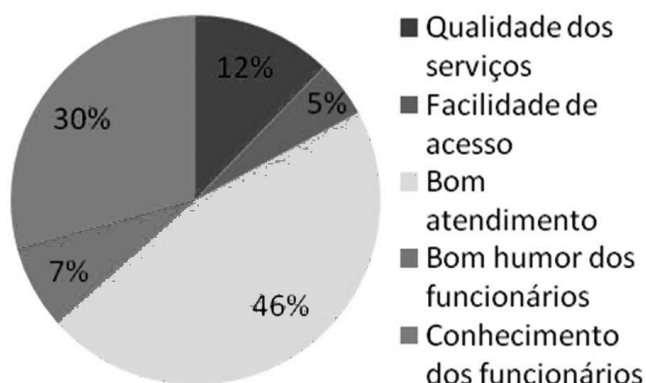


Gráfico 18 – Determinantes da satisfação  
Fonte: Dados da pesquisa (2013)

São inúmeros os fatores que determinam a satisfação dos usuários, alguns deles citados acima, no entanto deve-se levar em consideração o estado psicológico do usuário, pois os mesmos fatores que podem satisfazer muitos usuários podem não satisfazer outros, não exatamente pelo mesmo motivo, ou, em algum momento da vida, o fator que satisfaz um usuário no presente pode não mais satisfazê-lo no futuro, se um fator satisfaz ou não um usuário depende do seu estado psicológico no momento da avaliação.

Enfim, os usuários do Centro de Referência da Assistência Social de Marcelino Vieira, em sua maioria, estão satisfeitos com os serviços oferecidos na organização.

## 5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A satisfação dos usuários de serviços é de suma importância tanto para as organizações, pois, se os usuários estão satisfeitos, é porque a instituição está desempenhando de forma eficiente os seus serviços, quanto para os usuários, que, se estão satisfeitos, é sinal de que estão gostando dos serviços recebidos.

Através dos dados coletados, verificou-se que os pesquisados são, na sua maioria, mulheres, visto que a maior parte é do grupo de mulheres e gestantes, com idade entre 25 a 49 anos e que cursaram apenas o ensino fundamental.

De acordo com a pesquisa realizada na instituição em outubro/2013, os fatores que mais geram satisfação aos usuários do CRAS são o bom atendimento - para 46% dos respondentes; o conhecimento dos funcionários - para 30% - e a qualidade no serviço - para 12% dos entrevistados.

Sobre possíveis falhas em relação aos serviços recebidos, os usuários mostram-se satisfeitos quanto aos quesitos estrutura da organização, pois, a maioria, ao ser questionada sobre a organização ser tranquila, iluminada e confortável, 83% responderam sempre e 49% disseram que ela é adaptada a todos os usuários. Os usuários também estão satisfeitos com o relacionamento com a equipe, pois 29% são indiferentes ao uso de crachás, 83% disseram que os profissionais têm o conhecimento necessário para desempenhar o seu serviço, 93% falaram que os funcionários do CRAS sempre os atende de forma atenciosa e lhes dão as devidas orientações, 95% dos usuários sentem-se seguros

e 93% ficam à vontade com a equipe.

Em relação aos recursos e à disponibilidade da equipe, 76% concordam que os dias e os horários são favoráveis, no entanto, para a maioria dos usuários, 53%, a instituição não disponibiliza um espaço adequado para reclamações ou sugestões; quanto às expectativas e às percepções, 68% dos pesquisados falaram que tiveram suas expectativas correspondidas.

Logo, pode-se dizer que o nível de satisfação dos usuários do CRAS é bom, pois 68% dos respondentes dizem sempre estar, de modo geral, satisfeitos com os serviços ofertados na organização.

A pesquisa irá contribuir significativamente para a melhoria dos serviços prestados pela organização, pois ela poderá identificar seus pontos fortes e fracos e, assim, oferecer serviços que melhor atendam às demandas dos seus usuários.

Como sugestão de melhorias, recomenda-se que a equipe da instituição faça o uso de crachás de identificação para facilitar a comunicação com os usuários e disponibilize um espaço adequado para que eles possam, de forma anônima, apresentar sugestões ou fazer reclamações, por exemplo, confeccionar uma caixa e colocar na recepção ou em outro local da instituição acessível a todos os usuários para esse fim.

Recomenda-se ainda que a instituição, quando possível, faça pesquisas de satisfação com os seus usuários, pois ajudam a organização a encontrar possíveis falhas na prestação dos seus serviços e corrigi-las, evitando insatisfação por parte dos usuários, e contribui para a prestação de serviço eficiente.

O presente trabalho limitou-se aos usuários do CRAS de Marcelino Vieira, mas pode ser realizado em outros CRAS ou outras instituições públicas, então, sugere-se a realização de novos trabalhos sobre a satisfação dos usuários do CRAS, pois ela não pode e não deve ser considerada como atingida definitivamente, com o passar do tempo, os usuários mudam e mudam também os seus gostos e as suas expectativas.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Maria Arlete Duarte. Responsabilização da administração pública: limites e possibilidades do gestor público. In: **Construindo uma Nova Gestão Pública** – Coletânea de textos do I Ciclo de Palestra organizado pela Escola de Governo do RN – Natal, RN: SEARH/RN, 2010.

BEBER, Sidnei José Nardelli. **Estudo exploratório da insatisfação do consumidor com os serviços prestados por assistências Técnicas Autorizadas de automóveis**, 2000. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/2395/000273400.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

BLEUEL, Bill. Customer Dissatisfaction and the Zone of Uncertainty. **The Journal of services Marketing**, v. 4, n. 1, inverno, 1990.

CABRAL NETO, Antônio. Gerencialismo e gestão educacional: cenários, princípios e estratégias. In: FRANÇA, Magna; BEZERRA, Maura Costa. (Orgs.). **Política Educacional: gestão e qualidade do ensino**. Brasília: Liber Livro, 2009.

CHURCHILL JR., G.A. **Marketing research: methodological foundations**. Chicago: The Dryden Press, 1987.

ESPERIDIÃO, Monique Azevedo; TRAD, Leny Alves Bomfim. Avaliação de satisfação de usuários. **Ciência e Saúde coletiva**. V. 10 (Sup). Rio de Janeiro, 2005.

FARIA, Salomão A. Atmosfera de Loja On-line: o Impacto do Ambiente Virtual na Satisfação do Consumidor. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 29. 2005, Salvador. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. 1 cd-rom.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.

GESPÚBLICA. Disponível em: <[www.gespublica.gov.br/](http://www.gespublica.gov.br/)>.

GRÖNROOS, C. **Marketing, Gerenciamento e Serviços: a competição por serviços na hora da verdade**. Rio de Janeiro, Campus, 1995.

HOFFMAN, K. Douglas. Marketing de serviço. In. **Marketing: as melhores práticas**. CZINKOTA, Michael R. Porto Alegre: Bookman, 2001.

HUNT, H. Keith. CS/D Overview and future research direction. In: **conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction**, 1977.

JURAN, J. M. **Controle da Qualidade – Handbook**. Conceitos, Políticas e Filosofias da Qualidade, v.1, São Paulo: McGrawHill Ltda., 1992.

KERLINGER, Fred N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: EPU/EDUSP, 1980.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

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

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

KOTLER, P.; HAVES T.; BLOOM P. N. **Marketing e serviços profissionais – estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros**, 2 ed. Editora Manole, 2002.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

LOBOS. J. **Encantando o cliente Externo e Interno**. 7 ed. São Paulo. 1993.

MORSCH, Patrícia. **Avaliação do grau de satisfação dos usuários do programa de assistência domiciliar do hospital São Sebastião Mártir**. Porto Alegre, 2008. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/15420/000678205.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 09 mar. 2013.

MOURA, José A.M. **Os frutos da qualidade**. 3 ed. São Paulo: Makron Books, 1999.

OLIVER, Richard L. **Satisfaction: a Behavioral Perspective on the Consumer**. Boston: Irwin/McGraw-Hill, 1997.

PIETRO, Maria Sylvia Zanella de. **Direito Administrativo**. 20 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

TÉBOUL, J. **A era dos services – uma nova abordagem de gerenciamento**, 1 ed. Qualitymark Editora, 1999.

WHITELEY, Richard C. **A empresa totalmente voltada para o cliente**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1992.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**, 2 ed. Editora Bookman, 2003.