

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA

VÂNIA APARECIDA SILVA

Associação Educacional Evangélica  
BIBLIOTECA  
Empréstimo Especial

QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE SANEAMENTO AMBIENTAL NO MUNICÍPIO  
DE NOVA AMÉRICA-GO

Associação Educacional Evangélica  
BIBLIOTECA  
Empréstimo Especial

Associação Educacional Evangélica  
BIBLIOTECA  
Empréstimo Especial

RUBIATABA – GO

2006

**FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA**

**VÂNIA APARECIDA SILVA**

**QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE SANEAMENTO AMBIENTAL NO MUNICÍPIO  
DE NOVA AMÉRICA-GO**

Monografia apresentada à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba, como requisito para obtenção do Título de Bacharel em Administração de Empresas, sob a orientação do Professor Marcos de Moraes Sousa.

**RUBIATABA – GO**

**2006**

# **FOLHA DE APROVAÇÃO**

**VÂNIA APARECIDA SILVA**

## **QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE SANEAMENTO AMBIENTAL NO MUNICÍPIO DE NOVA AMÉRICA-GO**

**COMISSÃO JULGADORA**

**MONOGRAFIA PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE GRADUADO PELA  
FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA**

Orientador \_\_\_\_\_

**Marcos de Moraes Sousa**  
**Especialista em Gestão em Agronegócios**

2º Examinador \_\_\_\_\_

**Prof. Msc. Flávio Manoel C.B. Cardoso**  
**Mestre em Administração**

3º Examinador \_\_\_\_\_

**Profª Alessandra Edna de Paula**  
**Especialista em Gestão de Cooperativas**

**Rubiataba, 13 de dezembro de 2006**

Dedico este trabalho monográfico aos meus pais, inspiração e força. Aos meus amigos (as) pela colaboração e persistência. Aos meus facilitadores (professores) pelo conhecimento e dedicação. Ao meu orientador pela compreensão e disponibilidade de tempo.



## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por ter permitido que eu chegasse até agora.

Aos meus familiares, meus pais: Lázaro Eugênio da Silva e Maria de Fátima da Silva; aos meus irmãos: Vilma Aparecida Silva, Virgínia Aparecida Silva, Vilmar Eugênio da Silva, razão de minha luta.

Às minhas amigas Mirian Luiza Barbosa e Francislene de Faria Cunha, por terem me acompanhado nessa caminhada.

A todos os facilitadores (professores) que lhes dedicaram seu tempo e conhecimento.

Ao meu orientador Marcos de Moraes por ter contribuído com seu conhecimento e profissionalismo, me orientando neste estudo final de conclusão de Curso.

Deixo aqui meus sinceros agradecimentos ao Senhor Libório Santos, que por sua amizade e consideração aos meus pais pôde contribuir viesse a concluir minha graduação em Administração de Empresas.

## **MENSAGEM**

### **PROMETA A SI MESMO**

Ser forte de maneira que nada possa perturbar a sua paz de espírito.

Falar de saúde, felicidade e prosperidade a toda a pessoa que encontrar.

Fazer os seus amigos sentirem que há alguma coisa de superior dentro deles.

Olhar para o lado glorioso de todas as coisas e fazer com que o seu otimismo se torne uma realidade.

Pensar sempre no melhor, trabalhar sempre pelo melhor e esperar sempre o melhor.

Esquecer os erros passados e preparar-se para melhores realizações no futuro.

Ter tanto entusiasmo e interesse pelo sucesso alheio como pelo próprio.

Dedicar tanto tempo ao próprio aperfeiçoamento que não lhe sobre tempo para criticar os outros.

Fazer um bom juízo de si mesmo e proclamar este fato ao mundo, não em altas vozes, mas em grandes feitos.

Viver na certeza de que o mundo estará ao seu lado, enquanto lhe dedicar o que há de melhor dentro de si mesmo.

I. A. Corrêa

## RESUMO

Este estudo monográfico tem por finalidade a apresentação da importância de se prestar um serviço de qualidade em proporcionar uma maior satisfação para o cliente e, conseqüentemente, um maior sucesso da empresa. Para isso, foi realizada uma pesquisa com questionários dirigidos aos usuários dos serviços oferecidos pelo escritório da empresa SANEAGO, em Nova América, verificando a qualidade dos serviços prestados. Como esta empresa possui padrões de qualidade, torna-se necessário, avaliações do grau de satisfação dos serviços oferecidos.

Foi constatado, a partir dos resultados, que quanto ao abastecimento e o fornecimento de água, é possível verificar que há um grau expressivo de satisfação quanto a este serviço oferecido.

Em se tratando do atendimento, podemos notar que a maior parte dos usuários também se sentem satisfeitos. Quanto à assistência domiciliar, é visível a aceitação e o grau de satisfação.

Quando falamos da qualidade da água, os usuários mostraram-se bem satisfeitos, pois a maioria a tem como sendo de bom a ótima.

Outro serviço oferecido, que seria a entrega dos talões de água, verifica-se que é feito com boa qualidade, pois a maior parte dos entrevistados se mostrou bem satisfeita.

E quanto ao preço, podemos observar que o grau de satisfação é baixo, pois muitos dos entrevistados acreditam que pagam mais do que gastam.

**Palavras-chave:** Serviços de qualidade, Padrões de qualidade, Satisfação do cliente.

# SUMÁRIO

## RESUMO

## LISTA DE GRÁFICOS

1 Introdução.....	9
1.1 Problemática.....	10
2 Objetivos.....	11
2.1 Geral.....	11
2.2 Específicos.....	11
3 Justificativa.....	12
4 Referencial Teórico.....	13
4.1 Qualidade.....	13
4.2 Qualidade em Serviços.....	14
4.3 Serviços.....	15
4.4 Saneamento Ambiental.....	15
4.5 Ferramentas Tradicionais da Qualidade.....	16
4.5.1 Histograma.....	16
4.5.2 Benchmarking em Serviços.....	16
4.6 Dimensões da Qualidade em Serviços.....	17
4.7 Satisfação do Cliente.....	18
4.8 Benefícios da Satisfação do Cliente.....	19
5 Metodologia.....	20
5.1 Tipo de Pesquisa.....	20
5.2 Caráter da Pesquisa.....	20
5.3 Coleta de Dados.....	21
5.3.1 Aplicação dos Questionários.....	22
5.4 Objeto de Estudo.....	22
6 Resultados.....	23
6.1 Problemas Encontrados.....	29
6.2 Ações de Melhoria.....	29
6.3 Benchmarking de Serviços.....	29
7 Conclusão.....	30
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	31

APÊNDICES.....33

ANEXOS

## 1 INTRODUÇÃO

O setor de serviços cresceu rapidamente nas últimas décadas e hoje é bastante expansivo na nossa economia.

As empresas precisam se preocupar com a melhoria dos serviços e a qualificação dos colaboradores envolvidos na prestação de serviços, pois o nível de exigência dos clientes e a concorrência no mercado cresce juntamente com a importância do setor.

Os administradores devem ter plena convicção de que a qualidade e excelência em serviços, não só adquire com o uso de ferramentas que possam avaliar a qualidade, é necessário, pois é preciso saber que além de se trabalhar com colaboradores da organização tem-se também, o cliente envolvido no processo.

É preciso investir em qualidade, nos serviços, pois empresas que não possuem qualidade, já estão fora do mercado.

A qualidade tornou-se um pré-requisito para o sucesso das empresas.

Pretende-se avaliar o grau de satisfação dos usuários dos serviços prestados no escritório da Saneago, em Nova América, verificando se o que a empresa se dispõe a fazer condiz com a realidade do momento.

Com este estudo monográfico, tem-se a pretensão de fazer com que a empresa possa saber o grau de satisfação dos usuários, verificando como estão sendo recebidos os serviços prestados pelo escritório da empresa, observando falhas e podendo assim procurar formas de saná-las, e com isso contribuir para a satisfação dos usuários.

Mostrando como é importante prestar serviços de qualidade, onde podemos notar que nesta interação, ambas as partes, empresa-usuário, saem ganhando, e entendermos também que, investir na qualidade dos serviços não custa mais do que não investir em qualidade.

Podemos, ao final deste estudo, estar propondo ações de melhoria.

## 1.1 PROBLEMÁTICA

Com o passar do tempo podemos notar que com a globalização, e toda essa tecnologia as empresas estão cada vez mais numa competição mais acirrada, com isto os clientes passaram a ser mais exigentes quanto a qualidade oferecida, os clientes nem sempre estão satisfeitos com a qualidade e o valor dos serviços que recebem.

Os administradores precisam cada vez mais estarem buscando formas de melhoria da qualidade e, no caso de qualidade em serviços, isto se torna um pouco complicado, pois sendo serviços como algo intangível, fica difícil manuseá-lo.

Os clientes passarão a ser mais exigentes quanto à qualidade, até mesmo por ter várias empresas que oferecem os mesmos produtos.

O administrador enfrenta dificuldade em encontrar ferramentas adequadas para trabalhar a qualidade.

Será que os usuários estão satisfeitos com os serviços prestados?

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 GERAL**

Identificar o grau de satisfação em relação à prestação de serviços do escritório da empresa SANEAGO em Nova América.

### **2.2 ESPECÍFICOS**

- ✓ Identificar e avaliar o nível de satisfação dos usuários;
- ✓ Detectar problemas nos serviços prestados;
- ✓ Propor ações de melhoria.



### 3 JUSTIFICATIVA

Qualidade se faz necessária em qualquer empresa que se dispõe a obter satisfação dos clientes, as empresas que não possuem qualidade, estão fora do mercado competitivo.

Clientes satisfeitos com os serviços prestados por uma empresa, gera mais clientes, e eles passam informações positivas da empresa.

É sabido que clientes insatisfeitos passam informações negativas da comunicação e impede que novos clientes possam vir para a empresa.

Quando o cliente percebe que a empresa oferece serviços confiáveis, onde os funcionários são atenciosos, educados, o local de prestação dos serviços é agradável, os aspectos tangíveis são bem organizados e ele sente que o prestador dos serviços passa segurança no serviço oferecido, isto faz com que a empresa contribua para a satisfação e o cliente pode ter os serviços como sendo de qualidade.

## 4 REFERENCIAL TEÓRICO

### 4.1 QUALIDADE

De acordo com Juran (1991, p. 11)

A palavra qualidade tem múltiplos significados. O uso da palavra é dominado por dois desses significados:

1. A qualidade consiste nas características do produto que vão ao encontro das necessidades dos clientes e, dessa forma, proporcionam a satisfação em relação ao produto.
2. A qualidade é a ausência de falhas.

Segundo o autor, precisamos definir as palavras-chaves para explicarmos a definição, que seria: o produto, como sendo o resultado do processo. A característica do produto é uma característica que o produto possui e que visa atender às necessidades do cliente. Cliente, que é uma pessoa que sofre o impacto do produto. As necessidades do cliente estão relacionadas às características do produto, que devem ir de encontro a atender suas necessidades.

Satisfação com o produto, se as características do produto atendem suas necessidades, isto é, fornecem a satisfação. Deficiência do produto, as falhas causas transtornos aos clientes. Insatisfação com o produto, as deficiências causam clientes insatisfeitos.

Segundo Hronec (1994, p. 44) "qualidade é entender, aceitar, atender e exceder as necessidades, os desejos e as expectativas do cliente, continuamente".

Os clientes possuem diferentes conceitos de qualidade, cada pessoa tem expectativas quanto aos serviços prestados, quando suas necessidades são atendidas, ele tem aquele serviço como sendo de qualidade.

Os clientes são leais aos serviços que excedem suas expectativas.

De acordo com Lovelock e Wright (2003, p. 22) "qualidade é o grau em que um serviço satisfaz os clientes ao atender suas necessidades, desejos e expectativas".

As empresas hoje precisam estar sempre procurando desvendar quais os desejos dos seus clientes, para assim investir na melhoria dos serviços oferecidos.

De acordo com Cerqueira (1994, p. 12), “qualidade é a totalidade de atributos que deve ter um produto ou serviço para que atenda às expectativas do usuário final ou supere-as”.

O que os clientes percebem como sendo de qualidade depende de cada um, o que é perceptivo como sendo de qualidade para um, pode não ser para outro.

Satisfação do cliente é algo psicológico e por isso envolve vários aspectos como custo, atendimento, relacionamento que preserve a moral, garantia da segurança ao cliente, além da adequação ao uso dos serviços prestados.

Segundo Wonks (1987, p. 435) “a qualidade é a medida do grau de proximidade em que um bem ou serviço se adapta aos padrões especificados”.

Os padrões especificados podem estar relacionado com o tempo, desempenho do serviço, resistência.

## **4.2 QUALIDADE EM SERVIÇOS**

De acordo com Lovelock e Wright (2003, p. 106) qualidade do serviço oferecido por uma empresa “são avaliações cognitivas de longo prazo, por parte dos clientes, sobre a entrega do serviço de uma empresa”.

Os clientes avaliam seu grau de satisfação ou insatisfação, desde a primeira vez em que entra em contato com a empresa, todo este processo até o encontro do serviço estará sendo avaliado, qualquer falha neste processo o cliente poderá vier a não se sentir satisfeito, e terá aquele serviço como não sendo de qualidade.

Segundo Las Casas (2002, p. 89) “qualidade em serviço está ligada à satisfação”.

Quando o cliente se satisfaz com os serviços prestados ele estará percebendo aquele serviço como sendo de qualidade.

### 4.3 SERVIÇOS

De acordo com Lovelock e Wright (2003, p. 5) ele nos passa duas definições que, segundo ele capturam a essência dos serviços que são as seguintes:

Serviço é um ato ou desempenho oferecido por uma parte a outra. Embora o processo possa estar ligado a um produto físico, o desempenho é essencialmente intangível e normalmente não resulta em propriedade de nenhum dos fatores de produção.

Serviços são atividades econômicas que criam valor e fornecem benefícios para o cliente em tempos e lugares específicos, como decorrência da realização da mudança desejada no – ou em nome do – destinatário do serviço.

Segundo Las Casas (2002, p. 17) “serviço constitui uma transação realizada por uma empresa ou por um indivíduo, cujo objetivo não está associado à transferência de um bem”.

Serviço é algo intangível, um ato que cria benefícios para o cliente.

### 4.4 SANEAMENTO AMBIENTAL

Saneamento ambiental é o controle de todos os fatores do meio onde o homem está inserido, que exercem ou podem exercer algum efeito sobre seu bem-estar físico, mental ou social.

O saneamento seria como um conjunto de medidas que visa preservar ou modificar o meio ambiente a fim de prevenir doenças e promover a saúde.

Quando se trata de saneamento ambiental é preciso deixar claro que o saneamento básico, sem dúvida, é algo muito importante para a preservação da saúde do homem, pois se responsabiliza por sistemas de tratamento e distribuição de água, coleta e tratamento de influentes domésticos e industriais, coleta e disposição de resíduos sólidos e controle da qualidade do ar.

Neste trabalho foi feita uma pesquisa com usuários dos serviços que a Saneago de Nova América presta, para sabermos o grau de satisfação quanto ao

sistema de tratamento e distribuição de água e, também, o atendimento, assistência domiciliar, qualidade da água, preço.

## **4.5 FERRAMENTAS TRADICIONAIS DA QUALIDADE**

São consideradas usualmente como ferramentas tradicionais aquelas que já se desenvolveram a mais tempo ou aquelas que vieram de outras ciências. No primeiro caso, estão os gráficos de controle, no segundo, representações de dados, como os histogramas.

### **4.5.1 Histograma**

De acordo com Paladini (1997, p. 67) histograma são “estruturas utilizadas na estatística para a representação de dados”.

No histograma facilita a visualização dos dados, que identifica a população de onde eles foram extraídos.

### **4.5.2 Benchmarking em Serviços**

Segundo Lobos (1993, p. 86) benchmarking “é uma das formas mais rápidas, baratas e inúteis de se obter inspiração para melhorar a qualidade em serviços”.

Consiste em copiar o que as excelentes empresas do ramo, ou concorrentes próximos, estão oferecendo de melhor. Pode-se fazer uma visita, conversar com os clientes dos concorrentes, se possível com colaboradores, com isso saber o que as outras empresas do ramo estão fazendo para satisfazer melhor as expectativas dos clientes.

Através do benchmarking as empresas estabelecem suas metas focadas no cliente, esta ferramenta permite às empresas avaliarem desde sua posição “como é” até sua posição “deve ser”. (HRONEC, 1994, p. 81)

## 4.6 DIMENSÕES DA QUALIDADE EM SERVIÇOS

Os clientes “utilizam cinco dimensões amplas como critérios” (LOVELOCK; WRIGHT, 2003, p. 109), para avaliar a qualidade dos serviços prestados por uma empresa.

- ✓ **Confiabilidade:** o cliente avalia se a empresa é confiável no fornecimento do serviço conforme lhes foram prometidos.
- ✓ **Tangíveis:** ele avalia as condições das instalações físicas, ao qual está instalado o fornecedor.
- ✓ **Sensibilidade:** ele observa se os funcionários são prestativos e capazes de fornecer um pronto atendimento.
- ✓ **Segurança:** eles verificam se os funcionários são bem informados, competentes e dignos de confiança.
- ✓ **Empatia:** se a empresa lhes fornece atenção cuidadosa.

Dentre as cinco dimensões citadas, a confiabilidade mostra-se como fator importante na avaliação da qualidade do serviço, pois se o serviço oferecido não é confiável, ele é um serviço deficiente, e os clientes podem julgar que a empresa também não seja confiável.

De acordo com Grönroos (2003, p. 86-87), “basicamente a qualidade de um serviço, como percebida por clientes, tem duas dimensões: uma dimensão técnica ou de resultado e uma dimensão funcional ou relacionada a processo”.

A saber, temos duas dimensões de qualidade, que seria, o que o cliente recebe e como ele o recebe.

Na interação entre clientes e a empresa, o que eles recebem é importante para eles e para sua avaliação da qualidade. Neste caso seria o que fica com o cliente ao final do processo de produção de serviços, relacionado a Qualidade Técnica do Resultado.

O cliente também é influenciado pelo modo como ele experimenta e o modo como recebeu o serviço, ele irá avaliar o serviço em si e como o fornecedor de serviço funcional isto é denominado Qualidade Funcional do Processo.

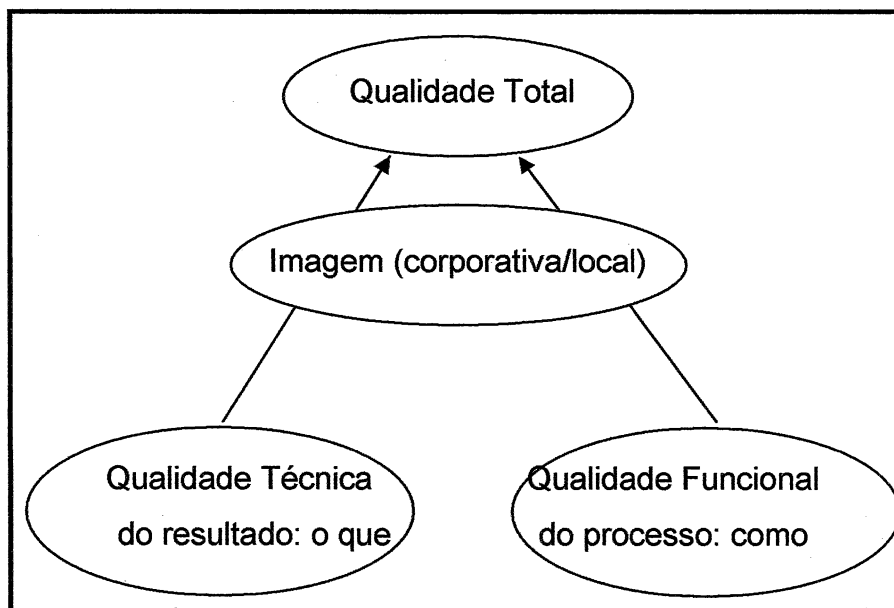


Figura 1: Duas dimensões de qualidade de serviço

Fonte: Dados da pesquisa, 2006.

#### 4.7 SATISFAÇÃO DO CLIENTE

De acordo com Lovelock e Wright (2003, p. 113) “considerando que a satisfação é um estado emocional, suas reações pós-compra podem envolver raiva, insatisfação, irritação, indiferença ou alegria”.

O cliente se sentirá satisfeito quando suas expectativas foram atendidas ou até mesmo ultrapassadas.

As empresas precisam estar buscando meios que venham a contribuir para a satisfação do cliente, pois é sabido que um cliente insatisfeito contará suas experiências para várias pessoas, quanto que se ele saiu satisfeito, ele passará isso para apenas algumas pessoas, por isso a necessidade de que o cliente saia satisfeito, pois assim ele disseminará informações positivas.

## 4.8 BENEFÍCIOS DA SATISFAÇÃO DO CLIENTE

De acordo com Lovelock e Wright (2003) “clientes altamente satisfeitos disseminam informações positivas e, na verdade, se tornam anúncio ambulante e falante para uma empresa, o que reduz o custo para atrair novos clientes”.

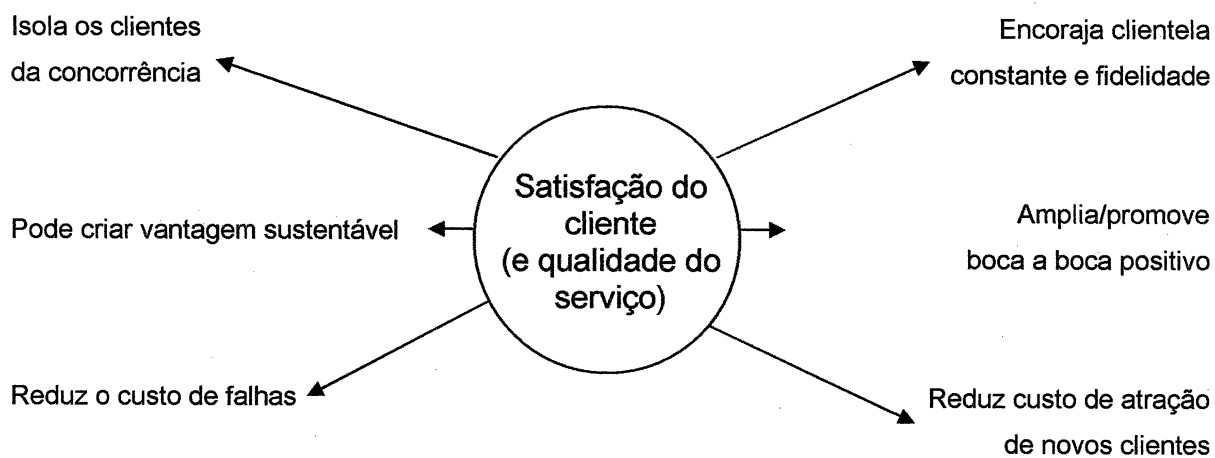


Figura 1 – Benefícios da Satisfação do Cliente e Qualidade do Serviço  
Fonte: Lovelock, Patterson e Waller, 1998, p. 119.



## **5 METODOLOGIA**

### **5.1 TIPO DE PESQUISA**

Fez-se o uso da pesquisa exploratória que, segundo Gil (1999, p. 43)

as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

Nesta pesquisa fez-se o uso de questionário com pergunta fechada que, segundo Richardson (1999, p. 191) “são aqueles instrumentos em que as perguntas ou afirmações apresentam categorias ou alternativas de respostas fixas e preestabelecidas”. Neste caso o entrevistado responderá à alternativa que mais se ajuste ao que ele pensa sobre determinado assunto.

A vantagem de se fazer perguntas fechadas é que facilita o preenchimento, um questionário com muitas perguntas abertas é cansativo, outra vantagem é que o entrevistado não precisa escrever, apenas marcar com um (x) o que melhor se aplica a ele.

A referente pesquisa se trata de um estudo de caso, que segundo Gil (2002)

é uma modalidade utilizada nas ciências biomédicas e sociais, consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados.

### **5.2 CARÁTER DA PESQUISA**

Trata-se de uma pesquisa de caráter qualitativo, que segundo Costa (2001, p. 39) “pesquisa qualitativa é globalmente e hotísca”.

Procura captar a situação ou o fenômeno em toda a sua extensão, ao invés de algumas variáveis de interesse, será feito um levantamento de todas as possíveis existentes, com a intenção de enxergar o verdadeiro significado da questão sob exame.

### 5.3 COLETA DE DADOS

De acordo com Lakatos e Marconi (2001, p. 165) “coleta de dados é uma etapa da pesquisa em que se inicia aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar coleta dos dados previstos”.

Deve-se fazer um planejamento previamente, pois com isto haverá menos desperdício de tempo no trabalho de campo propriamente dito, facilitando a etapa seguinte.

São vários os procedimentos para valorização da coleta de dados:

- ✓ Coleta documental;
- ✓ Observação;
- ✓ Entrevista;
- ✓ Questionário;
- ✓ Formulário;
- ✓ Testes;
- ✓ História da vida;
- ✓ Sociometria;
- ✓ Medida de opinião e de atitudes.

Foi utilizado neste trabalho a observação, entrevista e questionário.

### **5.3.1 Aplicação dos Questionários**

De acordo com Richardson (1999, p. 196) existe dois métodos para aplicar questionário a uma população.

- ✓ Contato direto; e
- ✓ Questionário por correio.

Foi utilizado neste trabalho o questionário com contato direto, apliquei o questionário diretamente, pois desta maneira, haveria menor possibilidade do entrevistado não responder ou deixar algumas perguntas em branco, no contato direto podemos explicar e discutir os objetivos da pesquisa e do questionário.

De acordo com Richardson (1999, p. 196) "o contato direto pode ser individual ou coletivo".

Nesta pesquisa foi utilizado o contato individual, pois as pessoas por mim entrevistadas foram encontradas na rua, em casa e no trabalho.

### **5.4 OBJETO DE ESTUDO**

A pesquisa foi realizada no escritório da empresa Saneamento de Água S/A, (ver caracterização da empresa em anexo), situada na Av. JK, Qd. 01, Lt. 05, na cidade de Nova América – GO.

Neste estudo utilizou-se a pesquisa aberta, pois teve a permissão para observar, entrevistar e participar do ambiente de trabalho.

A observação ocorreu de forma tranqüila durante os dias da pesquisa, foram observados como os usuários estavam sendo atendidos pelos funcionários da Saneago, observando também o grau de satisfação com os serviços prestados.

## 6 RESULTADOS

Nível de satisfação dos usuários. Nesta análise de resultados, discute-se questões levantadas pelos usuários dos serviços prestados pela empresa Saneago de Goiás S/A em Nova América.

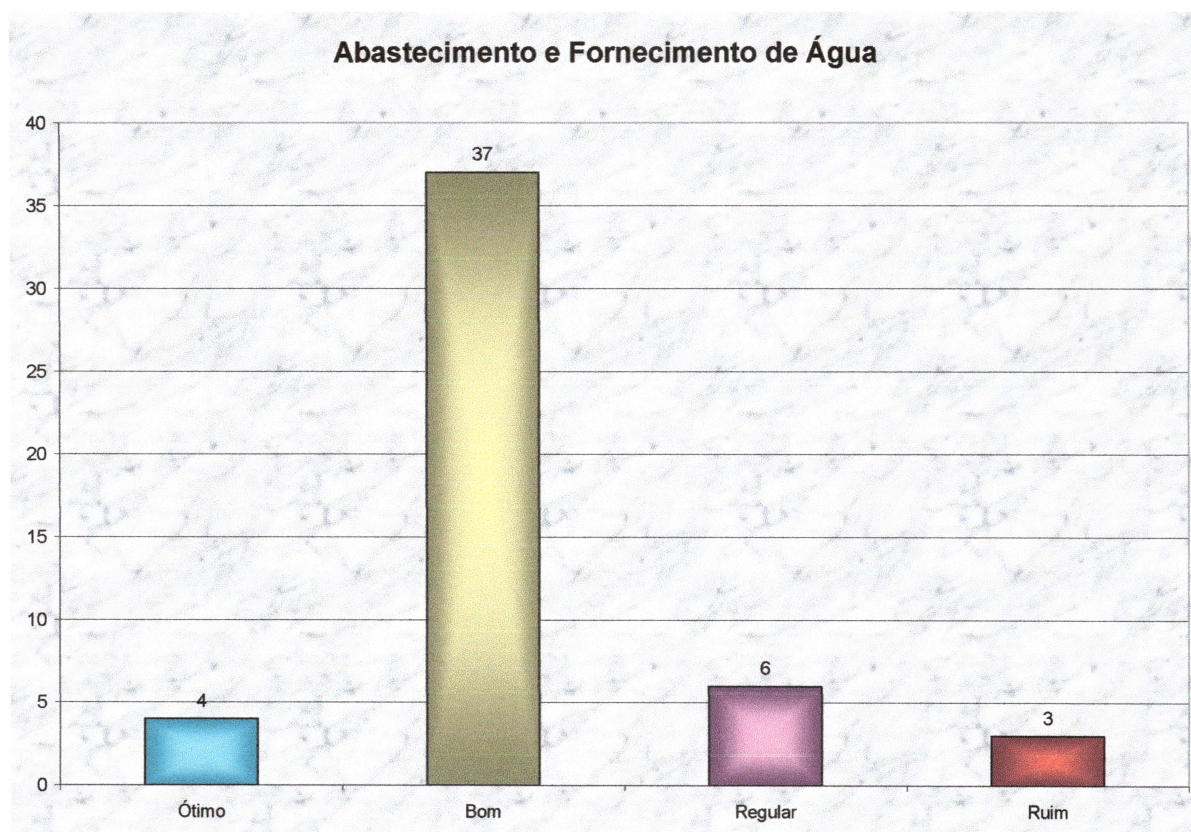


Gráfico 1. Quanto ao abastecimento e o fornecimento de água é feito de forma:

Fonte: Dados da pesquisa, 2006

Foi feita uma pesquisa com 50 usuários e foi constatado os seguintes aspectos. O grau de satisfação foi de 37 usuários que acreditam que este serviço é feito de boa qualidade, 4 usuários disseram que este chega a ser de ótima qualidade, pois não chega a faltar água com grande frequência, 6 usuários acreditam que é regular e 3 disseram que é ruim, devido sua localização, pois suas casas ficam numa parte alta da cidade, devido a isso, quando acaba a água, suas casas são as primeiras a ficarem sem água.



Com estes resultados, podemos verificar que se os clientes se satisfazem com os serviços prestados, eles perceberão o serviço como sendo de qualidade.

De acordo com Las Cas (2002, p. 29) “qualidade em serviço está ligada à satisfação”.

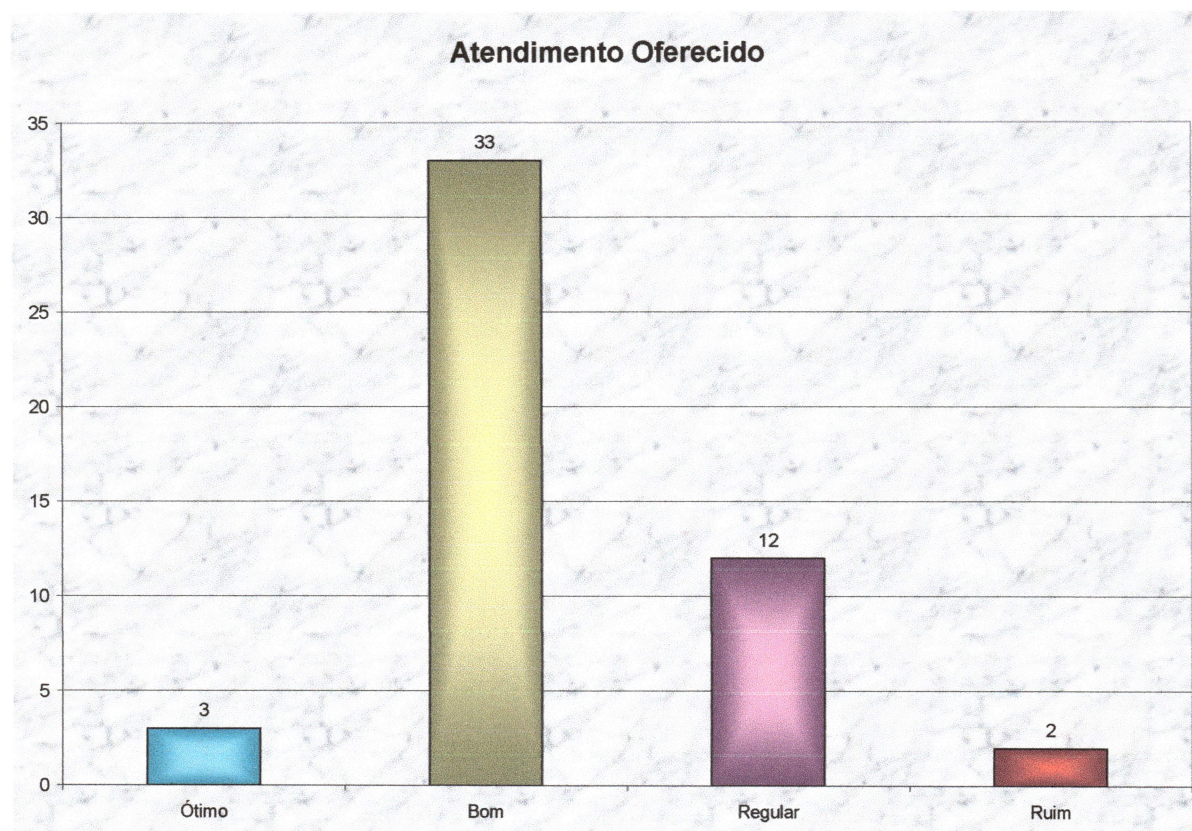


Gráfico 2. Quanto ao atendimento oferecido.

Fonte: Dados da pesquisa, 2006

Quanto ao atendimento, 33 dos 50 entrevistados disseram que é bom, pois sempre são bem atendidos, 12 usuários disseram ser regular, pois chegam lá na empresa e não tem ninguém, e isto acontece devido serem 2 (dois) funcionários, pois podem estar prestando serviço domiciliar, 3 disseram que foi ótimo o atendimento recebido, e 2 usuários dizem que não tiveram suas questões resolvidas.

Quanto ao atendimento, podemos dizer que seria um dos primeiros contatos que o usuário tem com a empresa, é necessário que os colaboradores sejam atenciosos, mostrando segurança e responsabilidade.



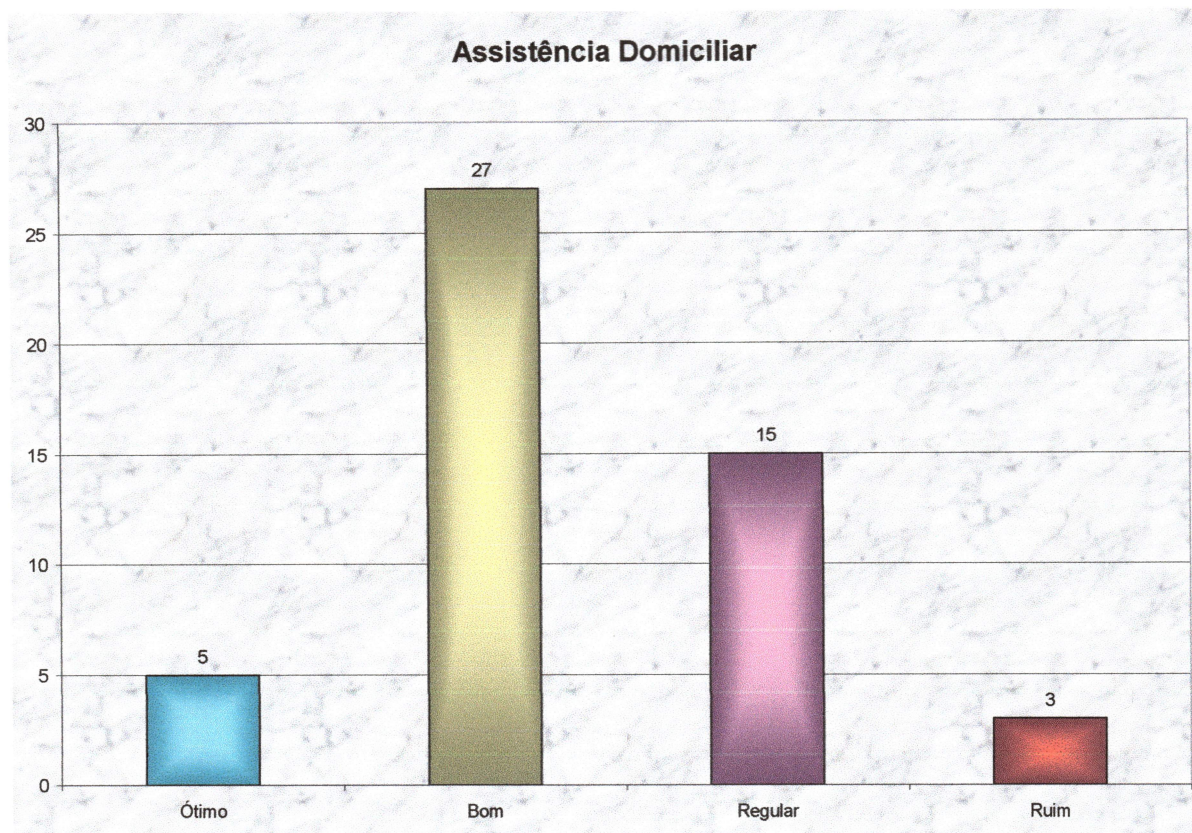


Gráfico 3. Quanto à assistência domiciliar.

Fonte: Dados da pesquisa, 2006

O atendimento prestado dentre os 50 usuários, 27 pessoas concordam que é de boa qualidade, 5 disseram que chega a ser ótimo, 15 não ficam totalmente satisfeitos com o atendimento que lhes foram oferecidos e 3 tiveram uma experiência ruim, não atendendo suas expectativas.

Podemos verificar neste resultado que é preciso estar buscando formas de melhoria para que os clientes se sintam satisfeitos. Segundo Lovelock e Wrght (2003, p. 22) “qualidade é o grau em que um serviço satisfaz os clientes ao atender suas necessidades, desejos e expectativas”.



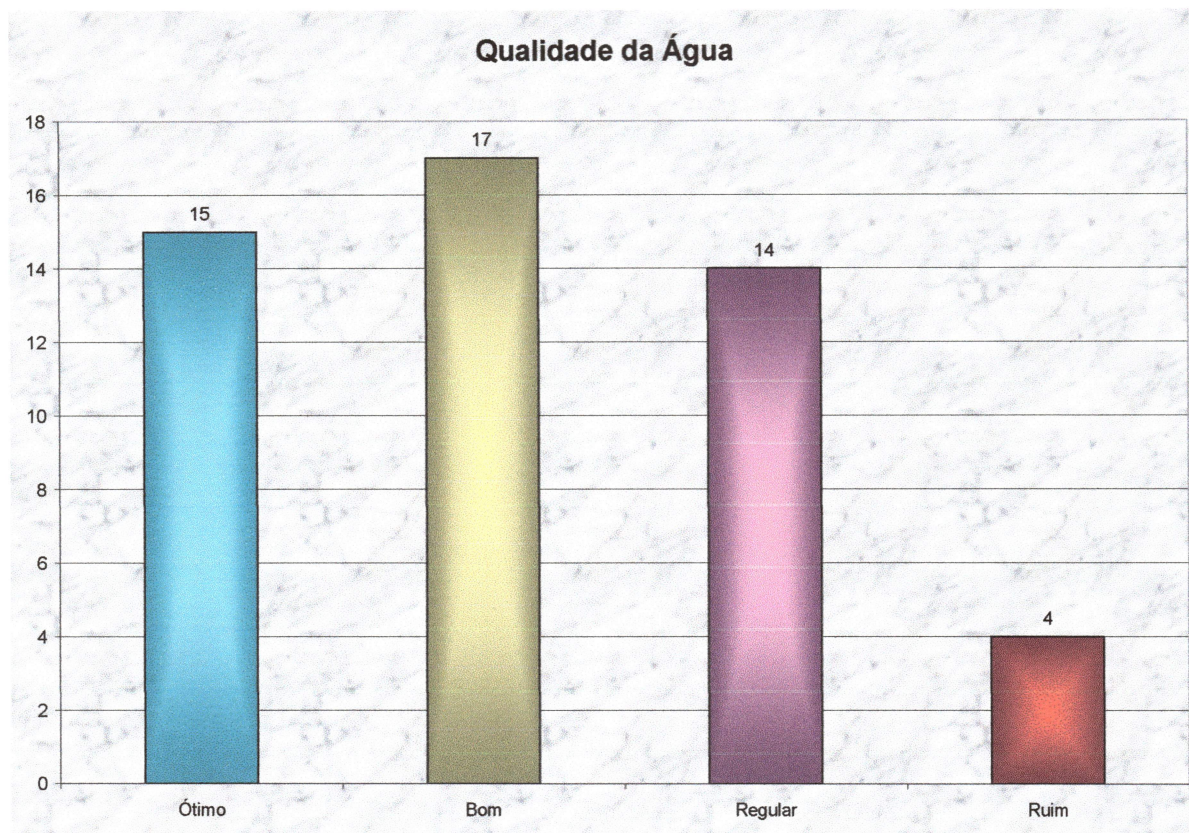


Gráfico 4. Quanto à qualidade da água.

Fonte: Dados da pesquisa, 2006

Quanto à qualidade da água oferecida aos usuários, 17 pessoas disseram que é boa, pois não possui odores, cor estranha, mas eu poderia ser melhor, aplicação de flúor, que ajuda na dentição das crianças. 15 dizem que é ótima, e na medida certa de qualidade, 14 dizem que é regular, acreditam que possui uma quantidade de cloro, um tanto quanto excessivo, 4 pessoas disseram que é ruim, pois possui quantidade de cloro visualizado muito grande.

Quanto à qualidade deste serviço prestado, serão avaliados todos os atributos que ele deve ter para que os usuários o tenham como sendo de qualidade. As avaliações serão feitas quanto a cor da água, o gosto, o cheiro e o cloro.

De acordo com Monks (1978, p. 345) "a qualidade é a medida do grau de proximidade em que um bem ou serviço se adapta aos padrões especificados".



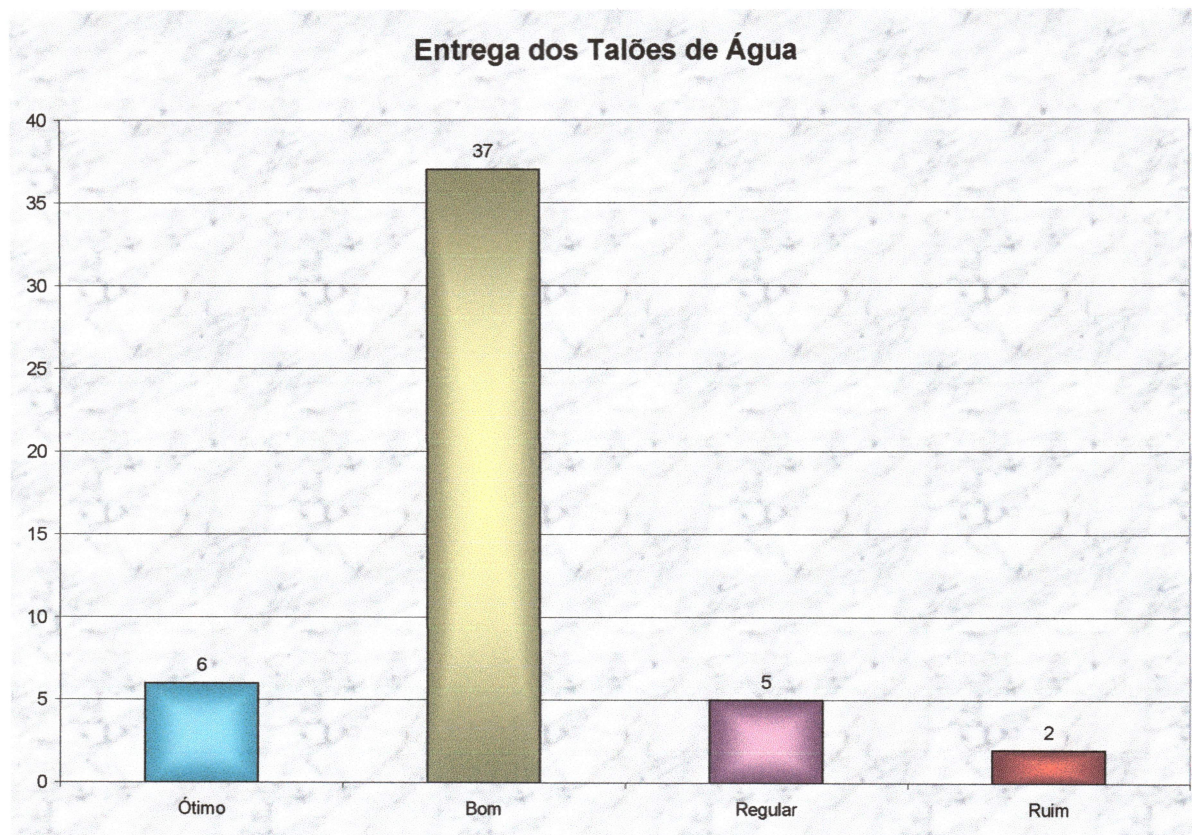


Gráfico 5. Quanto à entrega dos talões de água.

Fonte: Dados da pesquisa, 2006

A entrega feita dos talões de água é considerada de boa qualidade por 37 usuários dentre os 50 pesquisados, pois a entrega é feita na data certa, 6 disseram que é ótima, 5 disseram ser regular, pois reclamam de não colocarem os talões nos lugares devidos, 2 usuários disseram ser ruim, pois não encontram os talões.

Pode-se verificar neste tipo de serviço oferecido, os usuários farão uma análise de como a entrega dos talões de água é feita, se é entregue na data certa, se é colocado no devido local para evitar possíveis desaparecimentos, a partir do contato e da experiência final, é que o usuário irá avaliar seu grau de satisfação.

De acordo com Lovelock e Wright (2003, p. 113), “considerando que a satisfação é um estado emocional, suas reações pós-compra podem envolver raiva, insatisfação, irritação, indiferença ou alegria”.



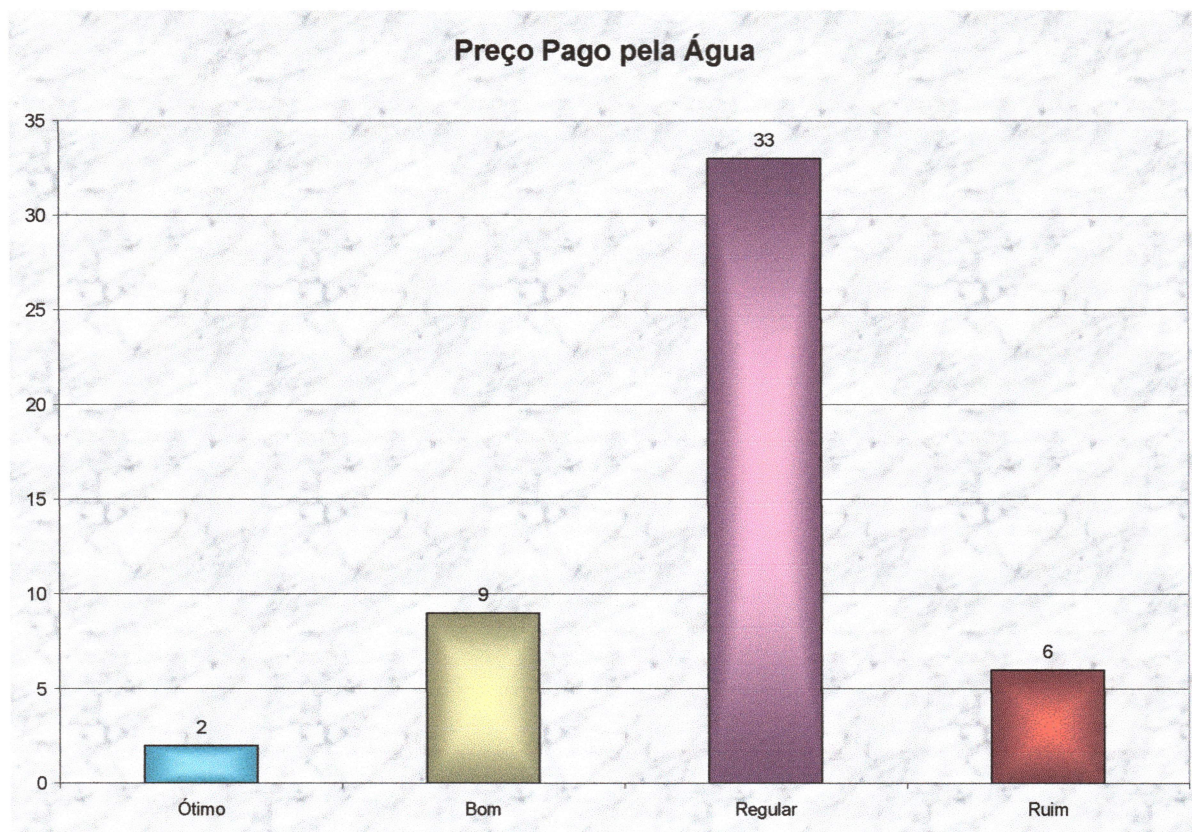


Gráfico 6. Quanto ao preço pago pela água.

Fonte: Dados da pesquisa, 2006

Dos 50 usuários pesquisados, 33 pessoas disseram que é regular, não acreditam que há um excesso no preço pago, 9 disseram que é de boa qualidade, acreditam que pagam pelo que gastam, 6 disseram que o preço pago é além do que de fato utilizam, 2 disseram que é ótimo, é um preço justo.

Fica claro que, quando se relaciona a medidas monetárias, onde os usuários vão repassar em forma de dinheiro um preço pago pelos serviços recebidos, podemos notar que há uma insatisfação, que os entrevistados nos passam como sendo relacionado a estarem repassando um preço a mais do que gastam de água.

É sabido também que, como a água é um bem escasso, o preço não pode ser muito baixo, lógico que não pode ser abusivo, e isso é controlado para que não haja desperdício.

Segundo Cobra (1997, p. 230) “na verdade, cada indivíduo tem sua escala de valores para classificar a utilidade do bem e o preço que ele se dispõe a pagar pela sua posse”.

### **6.1 PROBLEMAS ENCONTRADOS**

- ✓ Não comunicação aos usuários quando irá faltar água;
- ✓ Não possui uma pessoa designada para atender aos usuários;
- ✓ A água não possui flúor;
- ✓ Não possui computador.

### **6.2 AÇÕES DE MELHORIA**

- ✓ Ter uma pessoa específica para atender os usuários;
- ✓ Informatização;
- ✓ Colocação de flúor na água, que isso irá contribuir para a dentição das crianças.

### **6.3 BENCHMARKING DE SERVIÇOS**

A empresa de Saneamento de Goiás S/A, comparada à agência de Rubiataba, quando aos serviços prestados são os mesmos, precisa investir em informatização para melhoria dos processos de serviços, um atendimento, e quando comparada à agência de Ceres, precisa-se de um laboratório para análise da água, e que a aplicação do flúor na água, pois nestas duas cidades já é feita esta aplicação para ajudar na dentição das crianças.

## 7 CONCLUSÃO

Os clientes ao estarem em contato com uma organização, eles não compram bens ou serviços oferecidos por aquela empresa, e sim compram benefícios que os bens e serviços lhes proporcionam.

As expectativas dos clientes possuem impacto decisivo sobre as percepções da qualidade. Se a empresa oferece promessas exageradas, eles perceberão que estão obtendo baixa qualidade.

A qualidade é percebida mediante uma comparação feita entre expectativas e experiências para uma série de atributos de qualidade.

O cliente tem vários critérios de avaliação quanto à qualidade dos serviços que são: consistência, competência, flexibilidade, credibilidade, os aspectos tangíveis, acesso custo, atendimento e a velocidade do atendimento.

Pelo serviço ser algo vivenciado pelo cliente, sua avaliação é muito rápida e até mesmo instantânea.

Podemos verificar que dos 50 usuários pesquisados quanto aos serviços prestados pelo escritório da Saneago, em Nova América, ficou constatado que há um nível satisfatório quanto aos serviços prestados, é isto que pode ser visto nos resultados.

É preciso investir em qualidade, pois isto contribui para a satisfação dos usuários, falhas, impedem que a organização vá bem, e isto prejudica o bom andamento dos processos e gera usuários insatisfeitos.

É preciso ter funcionários bem treinados e motivados, pois a maneira como são tratados pelas organizações poderá influenciar na maneira que irão tratar os clientes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CERQUEIRA, Jorge Pedreira. **ISO 9000 no ambiente da qualidade total**. 2. ed. Rio de Janeiro: Imagem, 1994.

COBRA, Marcos Henrique Nogueira. **Marketing básico: uma perspectiva brasileira**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

FITZSIMMONS, Janes A. **Administração de serviços operações, estratégia e tecnologia da informação**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

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

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

HRONEC, Steven M. **Sinais vitais: Visando medidas de desempenho da qualidade, tempo, custos para traçar a rota para o futuro de sua empresa**. São Paulo: Makron Books, 1994.

JURAN, J. M.; GRZYNA, F. M. Juran. **Controle da qualidade: conceitos, políticas e filosofia da qualidade**. São Paulo: Makron, McGraw-Hill, 1991.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LOBOS, Julio. **Encantando o cliente: externo e interno**. São Paulo: 1993.

LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços, marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2003.

LOVELOCK, C. H.; PATTERSON, P. G.; WALLER, R. H. **Services marketing**. Austrália and New Zealand: Sydney Prentice Hall, 1998,

MONKS, Joseph G. **Administração da produção**. São Paulo: McGraw-Hill. 1987.

PALADINI, Edson Pacheco. **Qualidade total na prática: implantação e avaliação de sistemas de qualidade total**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

RICHARDSON, Robert Jany e colaboradores. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

*Revisado por*

Associação Educacional Evangélica  
BIBLIOTECA  
Empréstimo Especial

Associação Educacional Evangélica  
BIBLIOTECA  
Empréstimo Especial

## APÊNDICES

Associação Educacional Evangélica  
BIBLIOTECA  
Empréstimo Especial

## **APÊNDICE A**

### **CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA**

A empresa utilizada como objeto de estudo é a empresa Saneago – Saneamento de Goiás S/A, situada na Rua JK, Qd. 01, Lt. 05, telefone: (62)3345-6103 e CNPJ nº 01.616,929/0001-02, Nova América – GO. O gerente do Distrito é o Sr. Orlando Pereira de Araújo, que possui o 1º grau completo, e o agente de sistema Cícero João da Silva, que possui o 2º grau completo.

A agência de atendimento em Nova América foi inaugurada pelo Exmo. Sr. Governador do Estado Naphtali Alves, Secretaria do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos, Presidente José de Arimatéia Santiago, em 14 de agosto de 1998. A gerência regional de serviços de Ceres.

Esta obra é um tributo de homenagem e reconhecimento oferecido aos servidores da Saneago de Nova América, que sempre lutaram pelo engrandecimento da empresa, sobretudo, pela garra com que abraçaram o programa Qualidade Total.

### **VISÃO DA EMPRESA**

A visão da empresa Saneago é: ser a melhor Empresa de Saneamento Ambiental do Brasil.

### **MISSÃO DA EMPRESA**

Sua missão é promover saúde às comunidades, prestando-lhes serviços de saneamento ambiental, mantendo e conquistando novos clientes, com desempenho e atendimento impecáveis e preço justo.

### **VALORES DA EMPRESA**

A Saneago somos nós.

- ✓ Agilidade de informação em quatro vias;
- ✓ Rapidez e competência de respostas;
- ✓ Criatividade;
- ✓ Ética interna e externa;
- ✓ Flexibilidade;
- ✓ Gestão transparente;
- ✓ Harmonia;
- ✓ Justiça;
- ✓ Lealdade;
- ✓ Liberdade de expressão;
- ✓ Parceria com empregados, clientes, fornecedores, poder concedente e sociedade;
- ✓ Organização, higiene e limpeza exemplares;
- ✓ Otimismo;
- ✓ Treinamento e auto-desenvolvimento.



## APÊNDICE B

### QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA

Questionário voltado aos usuários dos serviços prestados pela empresa Saneago de Goiás S/A, realizado pela acadêmica Vânia Aparecida Silva, cursando Administração de Empresas pela FACER.

1. Quanto ao abastecimento e o fornecimento de água, é feito de forma:

Ótimo       Bom       Regular       Ruim

2. Quanto ao atendimento oferecido é:

Ótimo       Bom       Regular       Ruim

3. Quanto à assistência domiciliar é:

Ótimo       Bom       Regular       Ruim

4. Quanto à qualidade da água é:

Ótimo       Bom       Regular       Ruim

5. Quanto à entrega dos talões de água, é feito de forma:

Ótimo       Bom       Regular       Ruim

6. Quanto ao preço pago pela água, você considera:

Ótimo       Bom       Regular       Ruim

## FICHA CATALOGRÁFICA

Silva, Vânia Aparecida

Qualidade dos serviços de saneamento ambiental no município de Nova América  
/ Vânia Aparecida Silva – Rubiataba - GO: FACER, 2006.

38p.

Orientador: Marcos de Moraes Souza (Especialista)  
Monografia (Graduação em Administração de Empresas)  
Bibliografia.

1. Satisfação do cliente 2. Serviços de qualidade 3. Serviço ao cliente I. Silva,  
Vânia Aparecida. II. Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba. III. Título.

**CDU 658.56:7818**

Elaborada pela Bibliotecária Célia Romano do Amaral Mariano CRB1/1528