

**FACULDADE CATÓLICA DE ANÁPOLIS
INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA**

**PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DO
CONSELHO REGIONAL DE ODONTOLOGIA DE GOIÁS NA CIDADE DE
GOIÂNIA-GO**

**ADMA SUELEN VERAS
DIEGO ALEX COSTA E SILVA
SEBASTIÃO BISMARQUES DA SILVA**

**ANÁPOLIS
2014**

**ADMA SUELEN VERAS
DIEGO ALEX COSTA E SILVA
SEBASTIÃO BISMARQUES DA SILVA**

**PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DO
CONSELHO REGIONAL DE ODONTOLOGIA DE GOIÁS NA CIDADE DE
GOIÂNIA-GO**

Artigo apresentado à Coordenação da Faculdade Católica de Anápolis como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão Pública sob orientação da Prof.(a) Ms. Janaína Teixeira Silva de Oliveira

ANÁPOLIS
2014

**ADMA SUELEN VERAS
DIEGO ALEX COSTA E SILVA
SEBASTIÃO BISMARQUES DA SILVA**

**PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DO
CONSELHO REGIONAL DE ODONTOLOGIA DE GOIÁS NA CIDADE DE
GOIÂNIA-GO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à coordenação do Curso de Especialização em Gestão Pública da Faculdade Católica de Anápolis como requisito para obtenção do título de Especialista.

Anápolis-GO, 29 de Outubro 2014

Aprovada em: ____/____/____ NOTA ____

BANCA EXAMINADORA

Orientadora
Ms. Janaina Teixeira da Silva Oliveira

Convidada
Esp. Aracelly Rodrigues Loures Rangel

Convidada
Dra. Elaine Abrahão Amaral

Convidado
Ms. Halan Bastos Lima

Percepção da qualidade na prestação de serviços do Conselho Regional de Odontologia de Goiás na cidade de Goiânia-GO

Adma Suelen Veras¹
Diego Alex Costa e Silva²
Sebastião Bismarques da Silva³
Janaína Teixeira Silva⁴

RESUMO:

Este artigo tem como objetivo geral verificar qual a percepção dos usuários do Conselho Regional de Odontologia de Goiás, sobre a qualidade dos serviços prestados por esse órgão aos usuários comuns e à classe odontológica. A abordagem utilizada na pesquisa foi do tipo levantamento. Os dados foram coletados a partir da aplicação de questionário e de entrevista com a gerente. Os resultados demonstraram que a qualidade dos serviços prestados em vários atributos do CRO-GO encontra-se no conceito bom. E a partir da entrevista feita com a gerente Executiva, verificou-se que os objetivos da instituição e as práticas adotadas para atingi-los têm refletido alguns serviços positivamente percebidos, como os investimentos nos programas de treinamento a fim de aumentar a qualidade dos serviços oferecidos. Conclui-se a partir deste estudo que conhecer as percepções e expectativas dos usuários dos serviços é fundamental para a busca da qualidade na prestação de serviços.

Palavras-Chave: Percepção, Prestação de serviços, Conselho Regional de Odontologia de Goiás.

INTRODUÇÃO

Os serviços de natureza públicas são conceituados como sendo atividades voltadas para a satisfação pública.

Desta forma a maneira como se prestam ou se colocam a disposição esses serviços serão sempre objetos de observação e investigação quanto a satisfação que tais serviços podem oferecer.

¹Bacharel em Administração,
admasuelen@hotmail.com

²Bacharel em Administração,
diegodacs@hotmail.com

³Bacharel em Direito,
juridico@santacasa.org

⁴Bacharel e Mestra em Psicologia.
psijtsilva@yahoo.com.br

A administração no intuito de satisfazer as necessidades mantém serviços por obrigações derivadas de lei, entretanto tais serviços têm a conveniência de precederem em qualidades, assim sendo a administração necessita dotar tais prestações de avaliações cotidianas, com a finalidade de proporcionar um contentamento.

Em pesquisas realizadas no ano de 2000, o Ministério do Planejamento e Gestão, corrobora com arguição formuladas acima,

A avaliação da satisfação dos usuários de serviços públicos é uma prática muito recente. Mesmo os países onde é uma tradição o governante prestar contas à população ainda não desenvolveram metodologias específicas para esse tipo de pesquisa. Na maioria das vezes, tais avaliações são feitas de forma indireta, como subprodutos de outras pesquisas de opinião pública (PRIMEIRA PESQUISA NACIONAL DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS DOS SERVIÇOS PÚBLICOS-MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO E GESTÃO 2000, p, 08)

Para Gianesi e Corrêa (2007): “a percepção que o cliente tem do serviço prestado é formada por dois fatores principais: a prestação do serviço e a comunicação transmitida ao usuário, durante ou após o processo”.

O órgão público escolhido para a pesquisa de percepção foi o Conselho Regional de Odontologia de Goiás - CRO/GO. Trata-se de uma autarquia federal onde a missão é a supervisão da ética odontológica em todo o território nacional, zelar e trabalhar pelo bom conceito da profissão e dos que a exercem legalmente.

Desse modo, o presente trabalho se justifica devido na atualidade o atendimento ao cliente ser focado como primordial para o sucesso nas organizações, sejam elas públicas ou privadas. Mensurar essa qualidade através da percepção dos usuários com os serviços recebidos geram informações importantes para as organizações, traduzidas em benefícios significativos. Os resultados desta pesquisa podem instigar os gestores a intervirem numa perspectiva de mudança, caso sejam diagnosticados aspectos restritivos, no que concerne a implantação de melhorias contínuas.

Nesse contexto, sabendo da grande importância dos serviços prestados para a sociedade, esta pesquisa investiga a percepção dos usuários quanto aos serviços prestados pelo CRO-GO, instalado na capital do estado, município de Goiânia/GO, a partir dos seguintes objetivos específicos: Conhecer os serviços

prestados pelo CRO-GO; Analisar o nível de qualidade da prestação de serviços através de um levantamento de coleta de dados; Apresentar ações de melhoria através dos dados obtidos.

Desse modo, tendo em vista a complexidade da temática proposta, o problema de pesquisa que se coloca é: Qual a percepção dos usuários quanto à qualidade do serviço prestado no CRO-GO?

A metodologia de pesquisa utilizada foi do tipo levantamento. Os dados foram coletados a partir da aplicação de um questionário com seis perguntas fechadas a 40 usuários do CRO-GO, sendo eles escolhidos de forma aleatória simples. Ainda foi realizada uma entrevista com a Gerente Executiva. Entretanto o presente trabalho tem configuração inédita, não sendo possível estabelecer um parâmetro na análise dos dados por falta de teóricos no tema específico.

Inicialmente esse trabalho explora a qualidade da prestação de serviços públicos, em seguida fala sobre os Conselhos Regionais de Odontologia e a prestação de serviços, após a análise dos dados e a conclusão.

1. A QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PÚBLICOS

As definições de serviços públicos contemplam diversas significações e demandam algumas variáveis que podem modificar seus conceitos, segundo Cunha 2008, as definições não são estáticas mais dinâmicas.

O conceito de serviço público não é estático, pois se modifica de acordo com as necessidades do tempo e do interesse público, sendo profícuos de diversas significações conforme a época e a localidade escolhida para análise. Desse modo, em toda história as diversidades culturais, temporais, espaciais, tecnológicas, econômicas, têm influenciado a definição do que seja serviço público (CUNHA, 2008).

O conceito pode sofrer variações de acordo com as mudanças ocorridas no cotidiano, desse modo as variáveis em comento são a época e a localidade escolhida, entretanto o objetivo dos serviços não sofrem essas variações, que via de regra seriam a satisfação coletiva.

Assim sendo fica patente que os serviços públicos tem como único foco a satisfação da coletividade, tanto os que são prestados como os que se colocam a disposição do cidadão, nesse sentido Maciel (2002) afirma que o “serviço

público tem como objetivo único a satisfação coletiva, ou seja, todos os serviços devem ser prestados em função da coletividade, do usuário final que é o cidadão”

Já Meirelles (2003), na obra *Direito Administrativo Brasileiro*, define serviço público como:

Serviço público é todo aquele prestado pela Administração ou por seus delegados, sob normas e controles estatais, para satisfazer necessidades essenciais ou secundárias da coletividade ou simples conveniências do Estado (MEIRELLES, 2003, p.319).

Do conceito supra, pode-se extrair que, não há assonâncias quanto as definições que se dá aos serviços públicos, pois depende por essa ótica das exigências que a coletividade impõe aos administradores, para que a natureza dos serviços sofra as mutações sempre com a finalidade precípua de atender aos anseios do cidadão.

Um dos desafios mais comuns que se apresenta a todas as organizações é como servir melhor o cliente. E com base nos conceitos acima, entende-se que no setor público não é exceção, por ter como principal característica uma relação de responsabilidade direta com a sociedade. E para isso o setor público deverá encontrar meios para melhorar a eficiência e a eficácia dos serviços que fornece.

Entende-se administração pública como: [...] o conjunto de entidades que compõem o Estado, voltadas para a prestação de serviços públicos e o atendimento das necessidades do cidadão e da coletividade. É constituída da administração direta e da administração indireta, esta formada por autarquias, fundações, empresas públicas, sociedades de economia mista e organizações sociais. É subdividida em poderes (executivo, legislativo e judiciário) e em esferas (federal, estadual e municipal) (INSTRUMENTO PARA AVALIAÇÃO DA GESTÃO PÚBLICA. CICLO, 2007, p. 54).

Observa-se então que o serviço público é voltado para prestação de serviços. Por isso há uma necessidade da administração atentar-se para a qualidade com que esses serviços são prestados aos seus usuários.

Qualidade em serviços, segundo Karl Albrecht (1992, p.254) “é a capacidade que uma experiência ou qualquer outro fator tenha para satisfazer uma necessidade, resolver um problema ou fornecer benefícios a alguém”. Em

outras palavras, serviço com qualidade é aquele que tem a capacidade de proporcionar satisfação.

A qualidade total não se define apenas como uma visão diferenciada tem intensidade maior, englobando de maneira mais ampla as formas de gerenciar as iniciativas existentes e planejadas com mais eficiência, não existindo, assim, uma maneira certa de proceder, cada organização deve determinar qual estratégia e tática deve perseguir.

O que se percebe com essa definição é que não se limita apenas aos clientes externos. A qualidade total em serviços engloba, além dos clientes externos, todos os que com ela interagem, ou seja, funcionários e administradores. Uma empresa deve satisfazer necessidades, resolver problemas e fornecer benefícios a todos que com ela interage, e isto significa considerar clientes, proprietários, como também todas as demais entidades de um mercado. (PALADINI, 2007).

A empresa de serviços deve estabelecer requisitos e especificações que, uma vez estabelecidos, permitam fixar metas de qualidade para os vários níveis da organização.

A qualidade se define ou se conceitua através das impressões externadas pelos usuários, é percebida pelos níveis de satisfação à medida que as especificações atingem seus objetivos.

A qualidade de um serviço pode ser percebida por dois aspectos, o instrumental que abrange a estrutura física disposta e o aspecto funcional que tem por percepção a forma humana do atendimento, são questões ligadas as disponibilidades do desempenho do serviço.

As organizações precisam de administradores que entendam intuitivamente os seus negócios; que conheçam e possam transmitir informações sobre produtos e serviços a seus empregados. Em uma análise final, os serviços são orientados para pessoas. A administração deve educar os empregados; ensiná-los como fazer e permitir que os mesmos resolvam os problemas; descobrir formas de medir seus esforços; e recompensar aqueles que servem melhor. (DENTON, 1990, p.18).

Qualidade Total é apenas uma condição que uma organização pode atingir em que todas as suas funções e todas as pessoas que nela trabalham convergem para um estado de conformidade total em relação aos padrões e a satisfação de seus clientes internos e externos. Não é, portanto um processo,

um sistema, um programa, mas uma condição organizacional a qual se chega pelos mais variados caminhos, através de várias metodologias e pela via de diversos instrumentos, como os tipos de serviços existentes.

Para Las Casas (2007, p.24), “há diferentes tipos de serviços a serem comercializados. Podendo ser considerados intangíveis, inseparáveis heterogêneos e simultâneos”.

Diz se de intangibilidade uma característica singular, que impossibilita a comparação com outras atividades de marketing, dado a sua natureza pessoal que impede de ser perceber antes que o serviço seja prestado. No aspecto da inseparabilidade pode se dizer que há uma agregação entre quem fornece o serviço e o produto, não se separam são interdependentes bem como quem recebe o serviço passa a fazer parte integrante do serviço e de quem presta tal serviço. (LAS CASAS, 2007).

Os serviços também têm característica heterogênea, ou seja, a qualidade varia de acordo com quem presta o serviço, dado a inconstância da natureza humana que tem variações de acordo com o ambiente externo. Mas para uma organização manter seu nível de qualidade na prestação de serviços, é necessário que haja certa padronização. No entanto, necessita-se de padronização de desempenho mais heterogeneidades de interações devido as diferentes expectativas dos clientes.

E por fim a simultaneidade dos serviços, que é a ocorrência intertemporal entre a produção e consumo sendo assim, será necessário sempre considerar o momento de contato com a clientela a principal estratégia de qualquer esforço mercadológico. É certo que a clientela se torna cada vez mais exigente quanto a prestação dos serviços oferecidas. (LAS CASAS, 2007).

Os cidadãos da atualidade estão mais conscientes de seus direitos, dispõem de mais acesso a informações sobre serviços públicos e, conseqüentemente, tem maiores expectativas. Uma vez habituado a certos padrões de atendimento em seu cotidiano, graças a melhorias implementadas por algumas organizações competentes do setor privado que fornecem elevados níveis de personalização e outros benefícios, o cidadão não está disposto a aceitar que as instituições do setor público sejam incapazes de melhorar seu próprio fornecimento de serviços. Além disso, esperam ter uma experiência positiva como cliente e melhores retornos dos impostos que pagam. Ademais, a

crescente transparência sobre os atos do governo e da administração pública em diversos países tem gerado maior conscientização a respeito dos direitos do cidadão e, por sua vez, dos serviços recebidos do governo.

Para Oosterom (2007, p. 19), “a comunicação entre uma organização e seus clientes sempre foi à base para um bom serviço ao cliente”. O desenvolvimento de um entendimento efetivo daquilo que o cidadão espera do setor público traz a oportunidade de fornecer serviços por meio de canais que melhor atendam às suas necessidades. Esses canais são os meios pelos quais as instituições do setor público prestam serviços aos cidadãos e onde eles têm acesso ao governo (por exemplo, correios, telefone, pessoalmente, on-line, celular, fax, quiosques de atendimento).

A percepção dos serviços oferecidas sofrem modificações de acordo com a forma e a comunicação transmitida, ou seja, as impressões tem dependência íntima com o ambiente de comunicação e a forma como é transmitida.

Para Giansesi & Corrêa (2007): “a percepção que o cliente tem do serviço prestado é formada por dois fatores principais: a prestação do serviço e a comunicação transmitida ao cliente, durante ou após o processo”.

E ainda os mesmos autores apontam que um dos trabalhos mais conhecidos na área é o desenvolvido por Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman e Leonard L. Berry. Os autores criaram um instrumento para avaliar a percepção dos clientes a respeito da qualidade do serviço, denominado SERV-QUAL, baseado em uma lista critérios, a saber:

Confiabilidade – a habilidade de prestar o serviço de forma confiável, precisa e consistente;

Responsabilidade – a disposição de prestar o serviço prontamente e auxiliar os clientes;

Confiança – conhecimento (competência) e cortesia dos funcionários e sua habilidade de transmitir confiança, segurança e credibilidade;

Empatia – o fornecimento de atenção individualizada aos clientes, facilidade de contato (acesso) e comunicação; e

Tangíveis – a aparência das instalações físicas, dos equipamentos, dos funcionários e dos materiais de comunicação.

As propostas desses autores provêm de pesquisas empíricas, nas quais se pesquisou a percepção da qualidade de clientes de cinco ramos de serviços, buscando elaborar um instrumento de uso geral para qualquer tipo de serviço. Embora seja um instrumento válido para compreender a forma como os clientes avaliam o serviço, os atributos propostos são excessivamente abrangentes para ajudar os gestores a tomar decisões que tornem o serviço mais competitivo aos olhos dos usuários. (ZEITHAML E BERRY, 1985 apud GIANESI & CORREA, 2007)

O modelo de instrumentos de medição criados pelos autores supra consistem em aplicar variáveis que possam mensurar a satisfação percebida pelos usuários quanto a prestação de serviços oferecidas.

Assim sendo, os serviços devem ser prestados de maneira disponível, precisa e transparente. Também há necessidade de uma disponibilidade para auxílio aos tomadores dos serviços prestados, proporcionando confiança e credibilidade. Outra variável inserida no modelo trata da personalização do atendimento e por fim a importância fundamental da estrutura física, do ambiente, acessibilidade, segurança e o conforto visual. (GIANESI; CORREA, 2007).

O modelo em comento procurou criar um conjunto de variáveis que pudessem ser utilizadas em todas e quaisquer atividades que explorem prestação de serviços trazendo uma avaliação sistemática das prestações de serviços oferecidas objetivando uma tomada de decisão que pudesse tornar o serviço mais competitivo e eficaz, com ampla satisfação dos usuários.

As análises dessas variáveis se traduzem em um dos mais importantes aspectos para tomada de decisão quanto ao marketing a ser aplicado.

Para Las Casas (2002, p.90) a percepção da qualidade é um componente do marketing de serviços. Muitas vezes um profissional sabe que presta um serviço com boa qualidade, uma vez que ele se preparou para fazê-lo, estudou e tem experiência no ramo de atividade. No entanto, o cliente poderá não perceber assim. Em muitos casos, é muito difícil para um cliente avaliar a qualidade dos serviços que recebe. Com esta condição, torna-se importante para uma empresa prestar serviços com qualidade, monitorar como o cliente está percebendo seus serviços por meio de pesquisas e conversas diretas e, em alguns casos, até mesmo treinar os clientes para que eles possam perceber melhor os serviços prestados.

Interessante ressaltar que para aplicação de quaisquer variáveis de aferição na qualidade dos serviços prestados ou colocados à disposição de um segmento social, é essencial passar antes pela figura do prestador dos serviços aquele sobre qual recai todas as responsabilidades de levar os serviços.

De importância fundamental os recursos humanos precisam estar afinados com a administração, compreender os objetivos e entender o foco pretendido, para Fábio Marques, a "Excelência em serviços é o único fator de influência de mercado totalmente baseado em recursos exclusivos e únicos: os Recursos Humanos!" (MARQUES, 2006 p.23).

Assim sendo há uma necessidade enorme de se observar e investir sempre no material humano, que por regra é o reflexo do entendimento da administração em buscar excelência na prestação de serviço.

Para Marques (2006) nenhum investimento é compensável para administração se não houver engajamento e resposta do recurso humano, sendo que a satisfação do material humano tem importância essencial, pois as técnicas aplicadas como marketing, treinamentos, dinâmicas não produzem efeitos se o material humano não estiver comprometido, sintonizado com os anseios da administração em prestar ou colocar à disposição do público serviços de qualidade.

Soma-se aos fatores acima discorridos, a disposição dos recursos humanos se disporem a absorver técnicas que promovam o bom atendimento, não obstante a absorção das técnicas faz-se necessário conhecer os objetivos a serem atingidos, gostar de relacionamentos ter postura agradável, partilhando desse raciocínio Dantas (2010) assim menciona “Outro fator considerado relevante são os prestadores de serviços. As pessoas que atendem não podem ser pessoas despreparadas. Devem ser predispostas ao bom atendimento, conhecer o que fazem, gostar de lidar com pessoas, ser educadas e corteses, principalmente, saber negociar. O ato do atendimento é um constante exercício de negociação”.

Na mesma esteira de pensamento e buscando a especificidade quanto ao tema, percepção na qualidade de serviços públicos ofertados, será abordado a seguir o objetivo central de nosso trabalho, ou seja, Os Conselhos Regionais de Odontologia e a Prestação dos Serviços aos usuários e profissionais da área, onde serão buscados através de questionários aplicados e entrevista, as percepções da qualidade dos serviços oferecidos.

2 OS CONSELHOS REGIONAIS DE ODONTOLOGIA E A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Os conselhos regionais derivam do seu órgão maior CFO, pessoa jurídica de direito público, uma autarquia federal que foi criada na década de 60. Anteriormente as funções agora desempenhadas pelo CFO e CRO, ficavam a cargo do Serviço Nacional de Fiscalização da Odontologia (SNFO).

O SNFO encaminhou minuta para o Ministério da Saúde com projeto de lei que culminaria com a criação do CFO, a exposição de motivos para criação do CFO que foi acolhida recebeu o nº 185, datada de 31 de agosto de 1960, após apreciação por parte do então Presidente da República, João Goulart, foi encaminhada mensagem para o Congresso Nacional, que aprovou o projeto de criação do CFO e CRO, sendo transformado em 14 de abril de 1964 na lei 4.324, entretanto mesmo com a criação do CFO e CRO, a regulamentação da profissão de cirurgião dentista só se deu em 1966, com o conselho federal e regional estruturados minimamente. (CONSULTA AO HISTÓRICO CRIAÇÃO DOS CONSELHOS REGIONAIS, acesso 20 março 2014).

Os Conselhos Regionais de Odontologia (CRO) tem funções precípua de supervisionarem a ética profissional em todo país, cabendo-lhes zelar pelo perfeito desempenho ético da Odontologia e pelo prestígio e bom conceito da profissão e dos que a exercem legalmente. Dentre os profissionais que podem se filiar estão: Cirurgiões-dentistas, Auxiliar de Saúde Bucal, Técnicos em Saúde Bucal, Técnicos em Prótese Dentária, Auxiliares de Prótese Dentária e Clínicas Odontológicas, sendo que apenas os cirurgiões-dentistas tem direito a voto, os conselhos regionais são formados de Presidente, tesoureiro e secretário, tem mandato de dois anos podendo ser reconduzidos por mais um mandato consecutivo. Também conta em seu quadro geral com Gerente Executiva, que não se submete a mandatos eletivos.

A prestação de serviços orientada aos cidadãos não é uma tarefa simples para o setor público. As questões de diversidade devem ser solucionadas considerando os atributos e as preferências de cada cliente. (OOSTEROM 2007, pg.6).

A busca pela excelência da qualidade em serviços prestados torna-se imperiosa objetivando oferecer serviços eficazes aos usuários.

Os conselhos Regionais de Odontologia prestam serviços aos Cirurgiões-dentistas, Auxiliar de Saúde Bucal, Técnicos em Saúde Bucal, Técnicos em Prótese Dentária, Auxiliares de Prótese Dentária, Clínicas Odontológicas, que procuram o Conselho para efetuar inscrições, cancelamentos profissionais, carteiras. E nos casos ainda de denúncias e formação de parcerias o cidadão comum também procura os serviços do CRO/GO. Dessa forma, o CRO presta serviços diretamente aos profissionais de odontologia e aos cidadãos comuns.

(CONSULTA AO HISTÓRICO CRIAÇÃO DOS CONSELHOS REGIONAIS, acesso 20 março 2014).

Por ser um órgão público e prestar serviços diretamente aos usuários, é necessário que os serviços sejam realizados com excelência e é importante a avaliação que o usuário faz do serviço, pois se dá através da comparação entre a expectativa previa e a percepção formada durante e após a prestação do serviço.

METODOLOGIA

No desenvolvimento da pesquisa foi utilizada pesquisa de campo, com base no levantamento.

Segundo GIL (2008) levantamento é a interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados. Quanto o levantamento recolhe informações de todos os integrantes do universo pesquisado, tem-se um censo.

O estudo foi realizado na Sede do CRO/GO em Goiânia-GO, no SEIC (Setor de Inscrição e cadastro). Essa escolha deve-se ao fato de que este é o setor que lida diretamente com todos os usuários do CRO/GO.

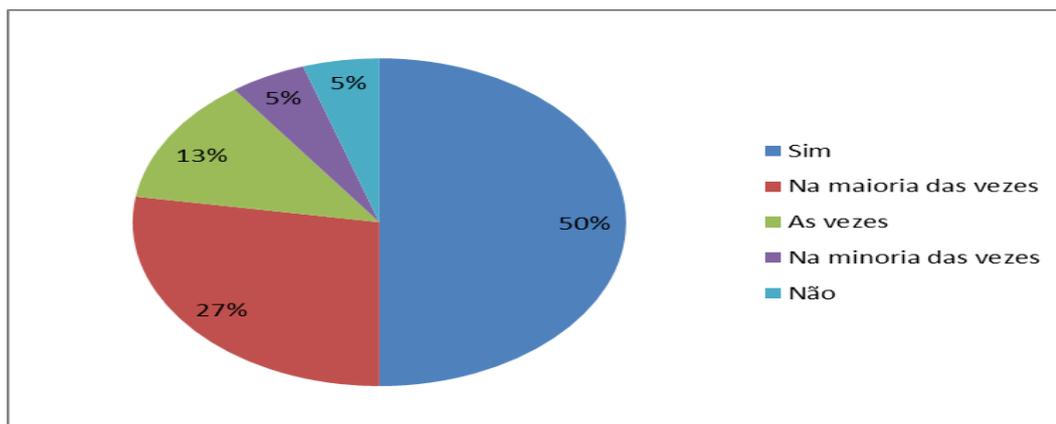
Foi realizado um levantamento através de coleta de dados com os usuários do CRO/GO e uma entrevista com a Gerente Executiva do CRO-GO. O critério da escolha dos usuários participantes foi por amostragem aleatória simples.

Para a realização desta pesquisa foi aplicado um questionário com 06 (seis) perguntas, referentes à percepção dos usuários sobre a qualidade dos serviços prestados pelo CRO-GO aos seus usuários.

Os dados da pesquisa foram tabulados, usando o programa Microsoft Office Excel versão 2007/2008 e interpretados por meio de gráficos representativos.

ANÁLISE DOS RESULTADOS:

Gráfico 1 – Interesse pelos problemas do usuário



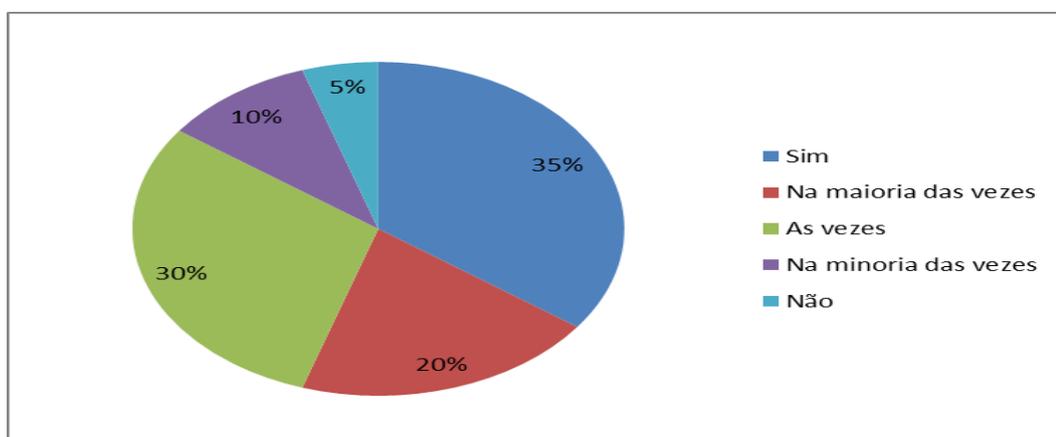
Fonte: Pesquisa de campo (2014)

Os resultados descritos no gráfico indicam que o órgão tem gerado uma boa satisfação aos seus usuários, pois as respostas que ganharam mais votos foram Sim e Na maioria das vezes. Principalmente nesse aspecto citado, onde é evidente o grau de interesse dos colaboradores em relação aos problemas do usuário. Sendo esse um fator que está inserido na qualidade em serviços.

Esses resultados vão de encontro a autores como Karl Albrecht (1992, p.254) que afirma que a qualidade em serviços “é a capacidade que uma experiência ou qualquer outro fator tenha para satisfazer uma necessidade, resolver um problema ou fornecer benefícios a alguém”.

O autor confirma essa tese onde satisfazer a necessidade dos clientes e o interesse em resolver os problemas dos usuários são fatores indispensáveis à qualidade em serviços.

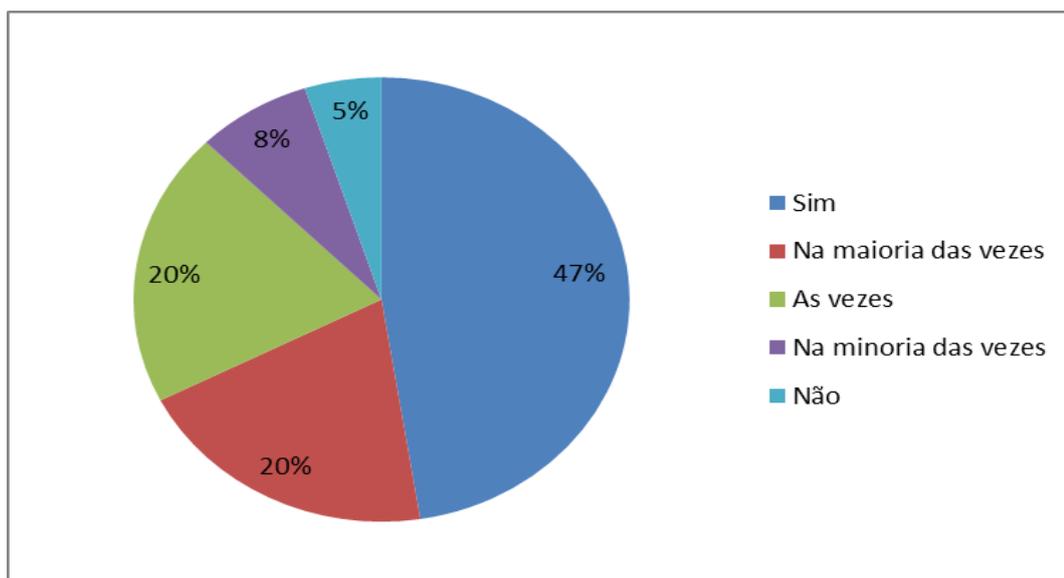
Gráfico 2 – Documentos e informações no prazo estabelecido pelos usuários.



Fonte: Pesquisa de campo (2014)

Observa-se através dos resultados obtidos neste questionamento que nesse fator, onde se trata de prazos o CRO-GO precisa buscar estratégias para melhoria. Pois segundo o gráfico, quase a maioria dos entrevistados responderam que algumas vezes são atendidos no prazo correto. Sem dúvida cumprir as datas estabelecidas é um pormenor que os usuários em geral mais admiram. Os autores Giansesi e Corrêa (2007) apoiam nossa discussão ao apontarem na análise SERV-QUAL, um item valioso que é a responsabilidade - a disposição de prestar o serviço prontamente e auxiliar os clientes. Acredita-se então, que a par da qualidade e a responsabilidade do cumprimento do prazo de entrega são as duas características mais apreciadas pelos usuários.

Gráfico 3 – Confiança e satisfação dos funcionários no trabalho que estão executando



Fonte: Pesquisa de campo (2014)

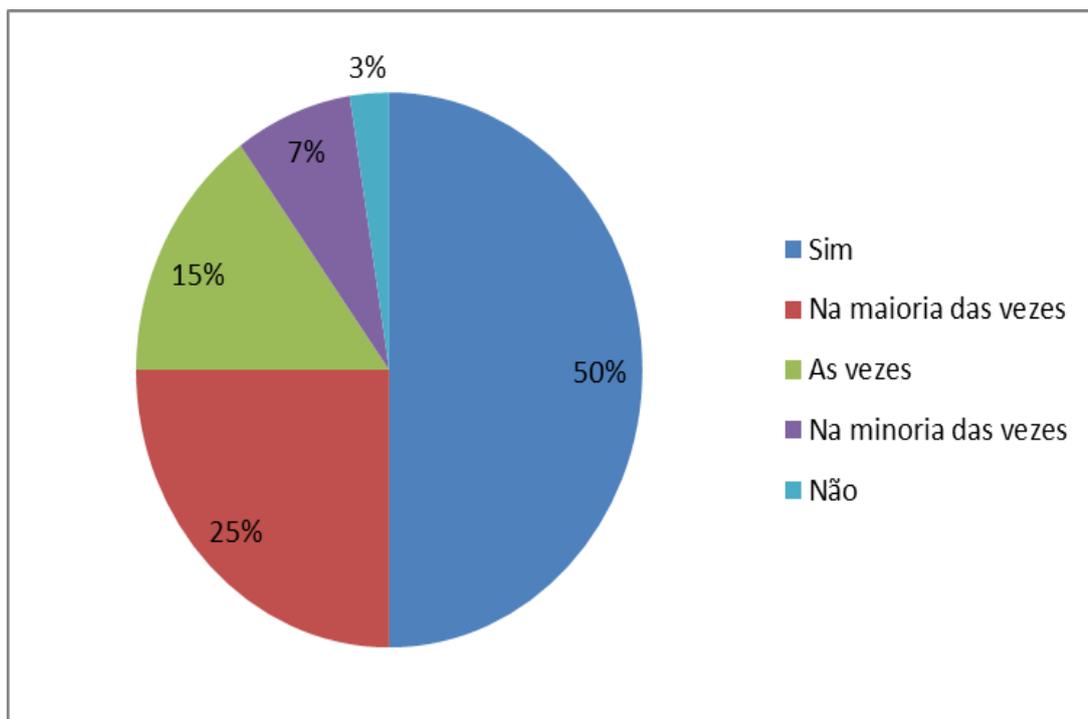
Conforme o gráfico acima, a maioria dos entrevistados acham que os funcionários do CRO-GO sentem-se confiantes e satisfeitos no trabalho que estão executando. Porém houve uma quantidade significativa de usuários que votaram nas respostas que nem sempre isso ocorre. Esses dados evidenciam que o CRO precisa discernir, criar e disseminar as ações dentro da organização para que os colaboradores estejam mais preparados e motivados.

De acordo com essa discussão DENTON (1990) afirma, (...) A administração deve educar os empregados; ensiná-los como fazer e permitir que os mesmos resolvam os problemas; descobrir formas de medir seus esforços; e

recompensar aqueles que servem melhor. Outro autor cita que “Excelência em serviços é o único fator de influência de mercado totalmente baseado em recursos exclusivos e únicos: os Recursos Humanos!” (MARQUES, 2006).

Ou seja, há uma necessidade enorme de se observar e investir sempre no material humano, que por regra é o reflexo do entendimento da administração em buscar excelência na prestação de serviço.

Gráfico 4 – Critérios de qualidade em cortesia, prestação de informação correta e ambiente adequado para atendimento pelo CRO-GO



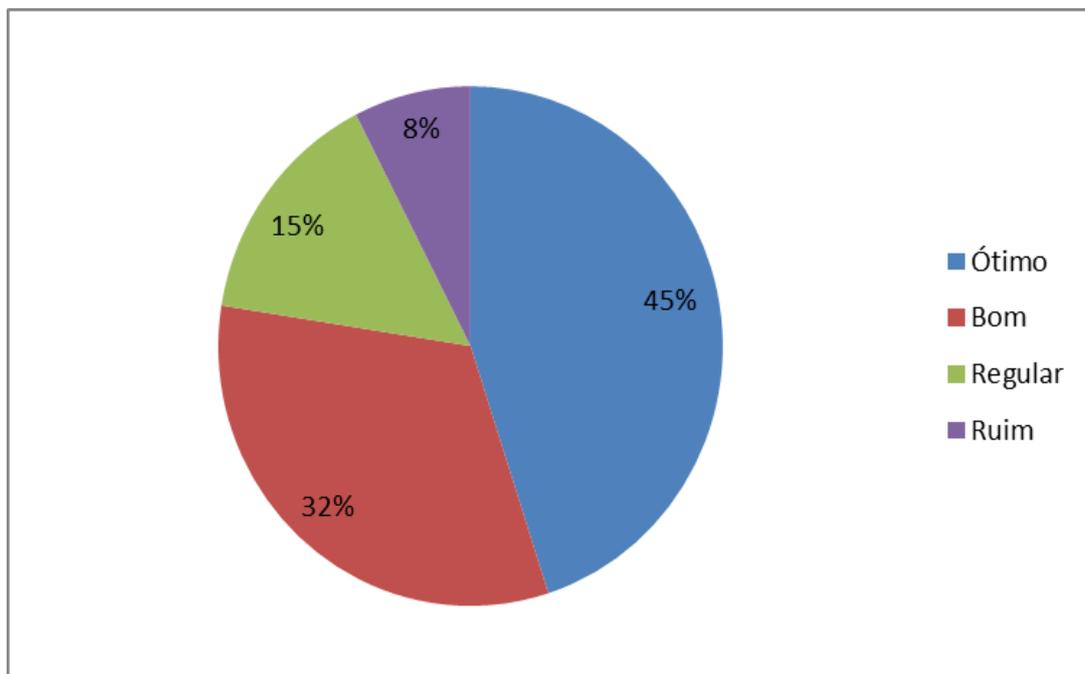
Fonte: Pesquisa de campo (2014)

Quanto aos critérios de qualidade citados acima, o CRO-GO encontra-se no nível considerado bom, segundo os dados obtidos por seus usuários.

Se continuar buscando a melhoria contínua nesses critérios de qualidade, principalmente no que diz respeito à cortesia e ao bom atendimento, de fato a organização irá prestar melhores serviços aos seus usuários.

Essa afirmação vai de encontro a autores como DANTAS (2010) onde afirma que as pessoas que atendem não podem ser pessoas despreparadas. Devem ser predispostas ao bom atendimento, conhecer o que fazem, gostar de lidar com pessoas e ser educadas e corteses.

Gráfico 5 - Atuação do Conselho Regional de Odontologia de Goiás no trabalho em prol da classe odontológica

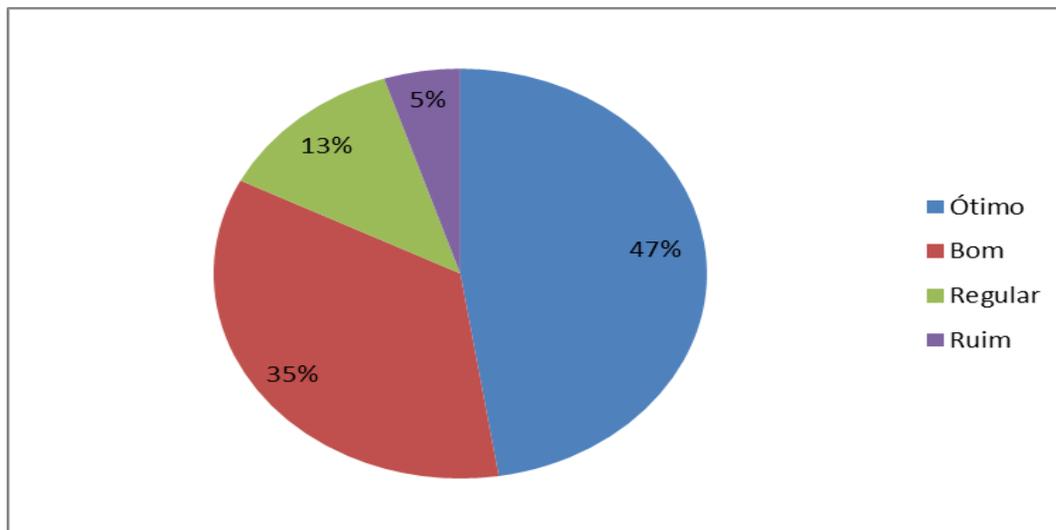


Fonte: Pesquisa de campo (2014)

O gráfico 5 mostra com clareza a satisfação dos usuários quanto a atuação do CRO-GO em prol à classe odontológica, onde o conceito ótimo e bom tiveram o maior número de votos. Segundo entrevista com a gerente executiva O CRO-GO trabalha junto aos profissionais e com a sociedade. Portanto a prioridade do conselho é conhecer as necessidades do público para a busca de soluções específicas para a área, com ações voltadas aos cidadãos. Com base nisso destaca-se a afirmação de Meirelles (2003):

Serviço público é todo aquele prestado pela Administração ou por seus delegados, sob normas e controles estatais, para satisfazer necessidades essenciais ou secundárias da coletividade ou simples conveniências do Estado. (MEIRELLES, 2003, p.319).

Gráfico 6 – Avaliação do nível de qualidade da prestação de serviços oferecidas pelos colaboradores do CRO-GO aos seus usuários



Fonte: Pesquisa de campo (2014)

Sobre a percepção da qualidade na prestação de serviços, os resultados da pesquisa mostraram que a qualidade dos serviços prestados em vários atributos do CRO-GO encontra-se no conceito ótimo e bom, já que esses itens foram os mais votados. Este item confirma a hipótese do projeto onde a percepção dos usuários sobre os serviços prestados teria um bom conceito.

A importância de se avaliar a percepção dos usuários quanto aos serviços prestados deve-se ao fato da necessidade de saber qual a avaliação do usuário em relação àquele serviço, se ele está satisfeito ou não. Pois os cidadãos da atualidade estão mais conscientes de seus direitos dispõe de mais acesso a informações sobre serviços públicos e, conseqüentemente tem maiores expectativas.

Corroborando com essa discussão Las Casas (2002) defende que a percepção da qualidade configura-se como um componente do marketing de serviços onde o profissional toma conhecimento da qualidade dos serviços prestados, uma vez que houve o preparo para fazê-lo, o estudo e a experiência no ramo de atividade. Contudo existe a dificuldade na avaliação da qualidade de serviços recebidos por parte dos clientes: Faz-se necessário que a empresa preste serviços de qualidade e monitore a percepção dos clientes à partir de pesquisas e conversas diretas, podendo em alguns casos orientar os clientes para que possam perceber melhor os serviços prestados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com a proposta do artigo, foi realizado um levantamento de dados e uma análise dos resultados obtidos no questionário estruturado e entrevista, de forma que essa análise permitisse investigar a percepção da qualidade dos serviços prestados pelo CRO-GO, segundo a visão dos seus usuários.

Conforme verificado nos gráficos, os resultados da pesquisa mostraram que a qualidade dos serviços prestados em vários atributos do CRO-GO encontra-se no conceito bom. Este item confirma a hipótese do projeto onde a percepção dos usuários sobre os serviços prestados tem um bom conceito.

Ainda assim, observou-se que o CRO-GO precisa buscar melhoria em alguns aspectos como os prazos estabelecidos aos usuários. Nesta questão a gerente informou que após exigência do Tribunal de Contas da União (TCU), O CRO- teve que demitir 20 funcionários que trabalhavam no CROGO desde 2001, sem concurso público, e abrir um novo concurso no final de 2013. Dessa forma, o funcionamento do Conselho, que passou a contar com apenas dez funcionários, ficou comprometido. Mas que até final do primeiro semestre todos concursados seriam convocados e assim cumprir tarefas no prazo que é estabelecido ao usuário.

Outras sugestões que se dá para o CRO-GO aumentar o nível de qualidade em seus serviços prestados será um trabalho de esforço integrado, identificando oportunidades em trabalhar com critérios de excelência: Estratégias e Planos, Cidadãos, Informações e Conhecimento e Pessoas. Por meio do aprimoramento desses critérios os colaboradores do CRO-GO ganharão motivação e capacitação e o trabalho ficará mais simples e coeso, acentuando o nível de satisfação dos usuários e cidadão em geral.

A partir da entrevista com a gerente executiva, verificou-se que os objetivos do CRO-GO e as práticas adotadas para atingi-los têm refletido em serviços positivamente percebidos.

Portanto, nesta perspectiva a presente proposta da pesquisa possibilitou a identificação das variáveis que estão abaixo, acima e iguais ao esperado nas expectativas dos usuários. O que possibilitou sugestões de melhoria como

treinamento e desenvolvimento aos funcionários, a fim de capacitá-los para um excelente atendimento e ainda promoções e reconhecimento aos colaboradores para motivá-los ainda mais a satisfazer os desejos dos usuários e influenciar positivamente no serviço oferecido ao cidadão.

A partir da pesquisa realizada, destaca-se ainda que saber qual a percepção desses usuários em relação ao serviço prestado é de extrema importância para se implantar estratégias de melhoria e assim prestar um serviço de excelência aos seus usuários. Pois essas informações são valiosas para aprimorar a gestão e a qualidade dos serviços oferecidos.

Este artigo por sua vez ofereceu uma abordagem para estudos da percepção da qualidade na prestação de serviços no Conselho Regional de Odontologia de Goiás, segundo a visão dos seus usuários. Visto por sua vez que não foram encontradas pesquisas de satisfação em conselhos regionais. Propondo estudos futuros da qualidade na prestação de serviços direcionados aos órgãos públicos, especificamente aos conselhos.

REFERÊNCIAS

ALBRECHT, Karl, *Revolução nos serviços: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes*. 2 Ed. São Paulo: Pioneira, 254 p.

CUNHA, Carlos Mendes da Silveira. **O Conceito de Serviço Público: O caso do serviço público postal e a era digital**. Clubjus, Brasília-DF: 24 jul. 2008. Disponível em: <<http://www.clubjus.com.br/cbjur.php?artigos&ver=2.19950>> Acesso em: 06 abril.2014.

CONSULTA AO HISTÓRICO DA CRIAÇÃO DOS CONSELHOS REGIONAIS: CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA, 2014. Disponível em: <<http://cfo.org.br/historico>>. Acesso em: 20 março. 2014.

DE MELLO, Celso Antônio Bandeira. **Curso de Direito Administrativo**. Malheiros Editores. 14 Ed. 2001. São Paulo.

DENTON, D. Keith. **Qualidade em serviços: o atendimento ao cliente como fator de vantagem competitiva**. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1991.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Atendimento ao público nas organizações**. Editora Senac DF, 2010 p.14.

GIANESI & CORRÊA. **Administração Estratégica de Serviços**. Editora Atlas, São Paulo: 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

INSTRUMENTO PARA AVALIAÇÃO DA GESTÃO PÚBLICA.CICLO 2007.

Disponível

em:<http://ww2.prefeitura.sp.gov.br/arquivos/secretarias/subprefeituras/pqgp/materiais_consulta/0001/Instrumento_Avaliacao_GESPUBLICA.pdf> Acesso em: 05 abri. 2014.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade Total em serviços**, Ed. Atlas 2007. p. 20 a 24.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**, Ed. Atlas 2002. p. 90

OOSTEROM, WIM. **O futuro da prestação de serviços públicos**, Ed. OECD Public Setor, 2007, SP.p.19

MACIEL, Alba Regina. **Conceito de Serviço Público**. Bate Byte, Curitiba-PR: Ago.2002. Disponível em:

<<http://www.pr.gov.br/batebyte/edicoes/2002/bb123/conceito.htm>>. Acesso em: 06. mar.2014.

MARQUES, Fábio. **Guia Prático da Excelência em Serviços; como conquistar clientes, aumentar os lucros e viver melhor**- São Paulo – Nobel - 2006.

MEIRELLES, Lopes Hely. **Direito Administrativo Brasileiro**. Editora PC Editorial LTDA 2003. p 319, 29º edição.

PALADINI, Edson Pacheco. **Qualidade Total na prática (Implantação e avaliação de sistemas de qualidade total)**, Editora Atlas 2007.

PRIMEIRA PESQUISA NACIONAL DE AVALIAÇÃO DE SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS DOS SERVIÇOS PÚBLICOS. Brasília-DF, out. 2000. Disponível em:http://www.planejamento.gov.br/secretarias/upload/Arquivos/publicacao/sege_s/080804_PUB_Gestao_1pesquisa.pdf

THOMAS, P; PALFREY, C. “Evaluation: Stakeholder Focused Criteria”, Social Policy & Administration, vol. 30, 125-142.1996

ABSTRACT:

This article has as its general objective to verify the perception of users, CRO-GO Regional Council of Dentistry of Goiás on the quality of services provided by this agency to ordinary users and the dental profession. The approach used in this research was the survey type. Data were collected from a questionnaire and an interview with the manager. The results showed that the quality of services provided in various attributes of the CRO-GO is the good concept. And from the interview with the Executive Manager, it was found that the objectives of the institution and the practices adopted to achieve them have reflected positively perceived some services, such as investment in training programs to increase the quality of services offered . It is concluded from this study that understand the perceptions and expectations of service users is fundamental to the pursuit of quality in service provision.

Key-words: Perception, Provision of services, Regional Council of Dentistry of Goiás

APÊNDICES

FACULDADE CATÓLICA DE ANÁPOLIS INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCAÇÃO

Curso: Especialização em Gestão Pública.

Acadêmicos (as): Adma Suelen, Diego Alex e Sebastião Bismarques.

Disciplina: Metodologia da Pesquisa e Trabalho Científico II.

Público Alvo: Usuários do CRO-GO – Goiânia.

Objetivo da pesquisa: Verificar qual a percepção dos usuários do CRO-GO sobre a qualidade dos serviços prestados por esse órgão aos usuários comuns e à classe odontológica.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO PARA OS USUÁRIOS

01) Na sua opinião, o CRO/GO demonstra interesse pelos problemas do usuário?

Sim () Na maioria das vezes () As vezes () Na minoria das vezes ()
Não ().

02) Os usuários recebem os documentos e informações no prazo estabelecido?

Sim () Na maioria das vezes () As vezes () Na minoria das vezes ()
Não ().

03) Os funcionários se mostram confiantes e satisfeitos no trabalho que estão executando?

Sim () Na maioria das vezes () As vezes () Na minoria das vezes ()
Não ().

04) A qualidade do atendimento ao público deve ser pautada em critérios como prestação de informação correta, cortesia no atendimento e

ambiente adequado para a realização desse atendimento. Você acha que o CRO atende esses critérios de qualidade?

Sim () Na maioria das vezes () As vezes () Na minoria das vezes ()
Não ().

05) O que acha da atuação do Conselho Regional de Odontologia de Goiás no trabalho em prol da classe odontológica?

Ótimo () Bom () Regular () Ruim ()

06) Como você classifica o nível de qualidade da prestação de serviços oferecidas pelos colaboradores do CRO-GO aos seus usuários?

Ótimo () Bom () Regular () Ruim ()

APÊNDICE B – ENTREVISTA COM A GERENTE EXECUTIVA CRO-GO

Curso: Especialização em Gestão Pública.

Acadêmicos (as): Adma Suelen, Diego Alex e Sebastião Bismarques.

Disciplina: Metodologia da Pesquisa e Trabalho Científico II.

Público Alvo: Gerente Executiva CRO-GO – Oneida Aparecida M. de Paula

Objetivo da pesquisa: Verificar quais as práticas de gestão são adotadas internamente pelo CRO-GO para melhoria na prestação de serviços aos seus usuários e cidadãos.

01) Quais as práticas de gestão adotadas pelo CRO para melhoria na prestação de serviços aos usuários?

02) Há promoção e incentivo aos funcionários na busca de crescimento pessoal e profissional?

03) O CROGO tem o compromisso de garantir a qualidade dos serviços de registro e fiscalização do profissional de Odontologia, assegurando o aprimoramento dos processos envolvidos e a melhoria contínua do sistema de gestão da qualidade. Você acha que esses objetivos são atendidos?