



DIAGNÓSTICO DA SATISFAÇÃO DOS ASSOCIADOS DO SICREDI PANAMBI – UNIDADE DE ATENDIMENTO DE CONDOR RS¹

Lurdes Marlene S. Fröemming², Júlio Cesar Valandro Soares³, Luciano Zamberlan⁴, Ivo Ney Kuhn⁵, Mônica Wegermann⁶, Casius da Silva Santos⁷. UNIJUÍ

INTRODUÇÃO: A busca pela qualidade transformou-se em elemento determinante para a sobrevivência e continuidade das organizações, ou seja, todas as organizações que almejam ser competitivas devem ter clara a idéia da qualidade em tudo o que fazem. Neste sentido, o objetivo deste trabalho, como parte do projeto de pesquisa Gestão de serviços - Diagnóstico e análise multisetorial em empresas da região Noroeste/RS, é verificar as expectativas e percepções dos associados da Cooperativa de Crédito de Livre Admissão de Associados de Panambi – Sicredi Panambi – Unidade de Atendimento de Condor RS, em relação à qualidade de seus serviços. Neste sentido, procurou-se diagnosticar e analisar a qualidade mínima aceitável, a qualidade desejada e a percepção dos associados. **MATERIAL E MÉTODOS:** Para tal, foi utilizado o modelo SERVQUAL adaptado e estruturado em três colunas, portanto, referindo-se à qualidade mínima aceitável, à qualidade desejada e à percepção segundo a ótica dos clientes pesquisados. Para a aplicação deste questionário foi utilizada uma amostra probabilística de 88 entrevistados que opinaram sob uma escala de Likert de cinco pontos. A amostra pode ser considerada probabilística, ou seja, todos os associados tiveram a mesma chance de serem entrevistados. A cada dez associados que freqüentaram a Unidade de Atendimento na primeira quinzena do mês de julho de 2005, um foi abordado para que respondesse o questionário. Por fim, foram realizadas as análises da identificação dos associados, sobretudo, à análise da média e do coeficiente de variação (para identificar a representatividade da média). **RESULTADOS:** As médias em relação ao que os entrevistados consideram o mínimo aceitável em termos de expectativa referente ao serviço que receberão apontam que as afirmações “os colaboradores atendem as suas necessidades em relação ao serviço” (4,74), “os colaboradores do Sicredi são educados e atenciosos” (4,75) e “o fornecimento dos serviços é como prometido” (4,76), situam-se entre as maiores médias. Já as menores médias referem-se às afirmações: “o Sicredi tem propaganda que fale dos produtos e serviços” (4,17), “é fácil utilizar os serviços da internet” (4,08), “é importante que os colaboradores estejam bem vestidos e elegantes” (3,94). No que diz respeito à qualidade desejada, observa-se, em relação à média, que os maiores índices são 4,93, 4,90, 4,89, das respectivas afirmações: “os colaboradores compreendem as suas necessidades em relação aos serviços”, “os colaboradores são educados e atenciosos”, “o fornecimento do serviço é como prometido”. Os menores índices são: 4,17 “é importante que os colaboradores estejam bem vestidos e elegantes”, 4,57 “o Sicredi tem material de comunicação visualmente atraente”, e 4,60 para as afirmações “é fácil utilizar os serviços através da internet” e “o Sicredi tem propaganda que fale dos produtos e serviços”. No que concerne à percepção dos entrevistados em relação à qualidade dos produtos e serviços, as afirmações com as maiores médias são: “os

¹Projeto de Pesquisa Gestão de serviços - Diagnóstico e análise multisetorial em empresas da região Noroeste/RS, financiado pela UNIJUÍ

²Coordenadora do Projeto de Pesquisa Gestão de serviços - Diagnóstico e análise multisetorial em empresas da região Noroeste/RS, Professora Doutora do DEAd/UNIJUÍ

³Professor Pesquisador, Professor Mestre do DEAd/UNIJUÍ

⁴Pesquisador, Professor Mestre do DEAd/UNIJUÍ

⁵Pesquisador, Professor Mestre do DEAd/UNIJUÍ

⁶Bel. em Administração

⁷Acadêmico do Curso de Administração, bolsista PIBEX UNIJUÍ



colaboradores são educados e atenciosos” (4,89) e “os colaboradores são sempre corteses” (4,83), “o fornecimento dos serviços é como prometido” e “os colaboradores compreendem as suas necessidades em relação aos serviços” (4,82). As menores médias são (3,84) “é fácil utilizar os serviços da internet”, (4,36) “o Sicredi tem uma linha completa de produtos e serviços” e (4,43) “o Sicredi tem uma Unidade de Atendimento espaçosa com equipamentos modernos e de última geração”. No que diz respeito à análise comparativa referente à média entre a qualidade mínima aceitável e a percepção, bem como entre a qualidade desejada e a percepção, os dados revelam que em quatro afirmações a percepção tem uma média menor que a qualidade mínima aceitável: “os colaboradores do Sicredi têm facilidade em resolver os seus problemas” (percepção 4,63, qualidade mínima aceitável 4,68), “os colaboradores possuem conhecimentos necessários para responder as suas dúvidas” (percepção 4,47, qualidade mínima aceitável 4,55), “é fácil utilizar os serviços através da internet” (percepção 3,84, qualidade mínima aceitável 4,08), “o Sicredi tem uma linha completa de produtos e serviços” (percepção 4,36, qualidade mínima aceitável 4,50). Na comparação entre a qualidade desejada e a percepção, se verifica que em todas as afirmações a qualidade desejada possui uma média maior que a percepção. **DISCUSSÃO/CONCLUSÕES:** Por meio das análises da qualidade mínima aceitável, da qualidade desejada e da percepção conclui-se que para os associados as afirmações da dimensão da tangibilidade não são muito relevantes, sendo considerado mais importante “a disposição que os colaboradores têm de ajudar os associados”, “o fornecimento do serviço com presteza” e o “desempenho do serviço prometido de modo confiável e preciso”. Em todas as afirmações se verificou que a qualidade desejada possui uma média maior em relação à percepção.