

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

Renato Vacaro

**MENSURAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE TI
NA PERSPECTIVA DO USUÁRIO**

Porto Alegre

2010

Renato Vacaro

**MENSURAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE TI
NA PERSPECTIVA DO USUÁRIO**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do sul como requisito para a obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Luiz Antônio Slongo

Tutor Orientador: Rodrigo Costa Segabinazzi

Porto Alegre

2010

Renato Vacaro

**MENSURAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE TI
NA PERSPECTIVA DO USUÁRIO**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do sul como requisito para a obtenção do título de bacharel em Administração.

Aprovado em 10 de dezembro de 2010.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Antonio Padula

Prof. Wagner Ladeira

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todas as pessoas que de alguma maneira contribuíram para a realização deste trabalho, em especial:

A Maria Luiza Falsarella Malvezzi, coordenadora de Gestão da Tecnologia da Informação (TI) do Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA) pela oportunidade de desenvolver o presente trabalho e apoio recebido em todas as fases da pesquisa.

Ao tutor Rodrigo Costa Segabinazzi por ter compartilhado o seu conhecimento em todas as etapas deste trabalho com tranquilidade e segurança.

Ao Grupo de Pesquisa e Pós- graduação (GPPG/HCPA) através das colegas Márcia Mocellin Raymundo e Vânia Naomi Hirakata pelo apoio recebido na tramitação interna e execução do projeto de pesquisa.

Ao Centro de Estudo e Pesquisas em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (CEPA / UFRGS), em especial à Lourdes dos Santos pela sua ajuda na realização das análises estatísticas.

Aos usuários de TI do hospital que contribuíram com o pré-teste do questionário e a todos os sorteados que puderam participar da coleta de dados.

RESUMO

A tecnologia da informação (TI), área essencialmente prestadora de serviços, assume um papel fundamental na conquista de diferencial competitivo por partes das organizações. Desta forma, quanto mais presente o serviço de TI estiver nestas organizações, maior é a responsabilidade da área de TI em prover serviços de qualidade. Por ser uma área prestadora de serviços que apóia as demais áreas, o seu desempenho não é simples de ser mensurado. Este trabalho busca obter por quem efetivamente utiliza os serviços de TI um diagnóstico a respeito da qualidade dos serviços prestados. Foi utilizada a escala SERVPERF do modelo SERVQUAL para identificar qual é a percepção dos usuários internos a respeito da qualidade dos serviços prestados pela área de TI. O método empregado neste estudo foi abordagem exploratória e descritiva em uma amostra probabilística estratificada não proporcional composta por 126 respondentes. A percepção de qualidade apresentou uma média geral de 3,387 em uma escala de 1 a 5, o que corresponde a 67,74% de concordância dos indicadores de qualidade avaliados. A dimensão da qualidade que apresentou melhor desempenho foi a segurança e a dimensão que apresentou o pior resultado foi a confiabilidade. Não foi observada diferença estatisticamente significativa na percepção de qualidade por parte das diversas categorias de usuários. Os resultados obtidos pela escala SERVPERF permitem ao gestor da área desencadear ações de melhorias nas dimensões e indicadores de pior desempenho, porém pode ser necessário buscar informações qualitativas não fornecidas pela escala.

Palavras-chave: Serviços, Avaliação da Qualidade, SERVPERF

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Fatores que influenciam as expectativas de serviço.....	20
Figura 2 - Modelo dos 5 gaps da qualidade em serviço.....	23
Figura 3 - Média das dimensões da escala SERVPERF.....	35

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Composição da amostra.....	26
Tabela 02 - Categoria de atuação no hospital.....	28
Tabela 03 - Tempo de atuação no hospital.....	29
Tabela 04 - Serviços de TI utilizados.....	30
Tabela 05 - Importância da TI no desempenho das atividades.....	31
Tabela 06 - Conhecimento responsável priorização de novos projetos de TI.....	32
Tabela 07 - Confiabilidade da escala SERVPERF.....	33
Tabela 08 - Média e desvio padrão das dimensões da escala SERVPERF.....	34
Tabela 09 - Média e desvio padrão dos indicadores de tangibilidade.....	35
Tabela 10 - Média e desvio padrão dos indicadores de confiabilidade.....	36
Tabela 11 - Média e desvio padrão dos indicadores de responsividade.....	37
Tabela 12 - Média e desvio padrão dos indicadores de segurança.....	38
Tabela 13 - Média e desvio padrão dos indicadores de empatia.....	39
Tabela 14 - Regressão múltipla das dimensões da escala SERVPERF.....	39
Tabela 15 - Regressão múltipla da dimensão tangibilidade.....	40
Tabela 16 - Regressão múltipla da dimensão confiabilidade.....	41
Tabela 17 - Regressão múltipla da dimensão responsividade.....	41
Tabela 18 - Regressão múltipla da dimensão segurança.....	42
Tabela 19 - Regressão múltipla da dimensão empatia.....	43

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	9
1	QUADRO TEÓRICO.....	12
1.1	SERVIÇOS.....	12
1.1.1	CARACTERÍSTICA DOS SERVIÇOS.....	13
1.1.2	ENCONTRO DE SERVIÇOS.....	15
1.1.3	SERVIÇOS DE TI.....	18
1.2	QUALIDADE EM SERVIÇOS.....	18
1.2.1	FORMAÇÃO DAS EXPECTATIVAS DOS CLIENTES.....	19
1.2.2	DIMENSÕES DA QUALIDADE EM SERVIÇOS.....	21
1.2.3	PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS.....	22
1.2.4	ESCALA SERVQUAL.....	23
1.2.5	ESCALA SERVPERF.....	24
2	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	25
3	RESULTADOS.....	28
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA.....	28
3.2	CONFIABILIDADE DA ESCALA.....	32
3.3	ANÁLISE DESCRITIVA.....	33
3.4	ANÁLISE DE REGRESSÃO.....	39
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
	ANEXO A – QUESTIONÁRIO SERVPERF APLICADO.....	49

INTRODUÇÃO

A tecnologia da informação (TI), área essencialmente prestadora de serviços, assume um papel fundamental na conquista de diferencial competitivo por parte das organizações. Conforme Zeithaml, Bitner e Gremler (2006), o foco em serviços domina as modernas economias mundiais. O crescente uso da TI tem modificado a forma como o trabalho é executado nas organizações. Assim, processos manuais e pouco integrados são substituídos por sistemas de informação que racionalizam e evitam trabalhos repetitivos. Quanto maior o grau de informatização de uma organização, maior é a responsabilidade da área de TI em prover serviços de qualidade, que conforme a natureza do negócio precisa estar disponível 24x7. Da mesma forma que nas organizações como o comércio e a indústria, o uso da TI nas organizações hospitalares também adquire um papel de destaque. O uso de sistemas de informação nessas instituições tem contribuído para gerenciar a complexa logística necessária para a assistência aos pacientes.

A área de TI do Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA), instituição pública e universitária, integrante da rede de hospitais universitários do Ministério da Educação e vinculada academicamente à Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), é composta por 68 profissionais e atende 7.046 usuários que atuam nas suas dependências como funcionários, professores e alunos da universidade, pesquisadores entre outros vínculos. Alinhada ao plano estratégico do HCPA através do objetivo estratégico “tecnologia da informação sustentando resultados”, a área de TI utiliza seu potencial para desenvolver sistemas de informação e prover infra-estrutura tecnológica necessária para garantir a qualidade e competitividade dos serviços em saúde.

Porém, por ser uma área prestadora de serviços que apóia as demais áreas, o seu desempenho não é simples de ser mensurado. Uma das formas frequentemente usadas de avaliação, quando é possível traduzir o serviço realizado em números, é através da análise dos resultados obtidos pelas áreas clientes. Porém, essa forma indireta é insuficiente, pois não considera as expectativas e percepções de quem utiliza os serviços. As pesquisas realizadas por Zeithaml, Parasumaran e Berry na década de 80 sugerem que a avaliação da qualidade de serviços pelo cliente é influenciada pelas dimensões: confiabilidade, tangibilidade, presteza, segurança e empatia. Desse estudo resultou a escala SERVQUAL constituída de 22 itens, aplicados uma vez

para medir as expectativas e outra para medir as percepções. Estudos posteriores de Cronin e Taylor (1992) apontam que o uso da diferença entre percepções e expectativas não traz informações adicionais sobre a qualidade do serviço já que estão contidas no componente das percepções. Assim tem origem a escala SERVPERF baseada apenas na medida da percepção de desempenho do serviço para avaliar a qualidade dos serviços, que será o instrumento base para o desenvolvimento desta pesquisa.

O trabalho pretende obter, com um olhar de fora da área, ou seja, por quem efetivamente utiliza os serviços de TI, um diagnóstico a respeito da qualidade dos serviços prestados. Assim pretende-se identificar, na perspectiva do usuário, como está a interação entre área de TI e as demais áreas que utilizam os serviços.

Essa pesquisa propõe-se a responder a seguinte pergunta: Qual é a percepção dos usuários internos a respeito da qualidade dos serviços prestados pela área de TI?

Para responder a questão proposta na pesquisa, o objetivo geral é mensurar a qualidade percebida pelos usuários dos serviços prestados pela área de TI do hospital. Os objetivos específicos visam:

- Identificar as dimensões e indicadores da escala SERPERF de melhor desempenho;
- Identificar as dimensões e indicadores da escala SERPERF de pior desempenho;
- Conhecer o nível de qualidade percebida das diferentes categorias de usuários.

A mensuração da qualidade permitirá ao gestor responsável pelos serviços da área de TI desencadear ações de melhoria nas dimensões e/ou categorias de usuários com resultados insatisfatórios. De acordo com Espinoza (2003), a partir dos resultados obtidos com essa mensuração, as empresas podem contar com um excelente instrumento para orientação de suas estratégias. Desta forma, será possível avaliar, sob o ponto de vista do usuário, o desempenho da área de TI no cumprimento dos objetivos estratégicos da instituição. Este trabalho também pretende contribuir com os estudos para melhorar os instrumentos para mensuração da qualidade em serviços, principalmente na área de TI.

Este trabalho está organizado da seguinte forma: no quadro teórico é apresentada a revisão bibliográfica sobre serviços, características e encontro de serviços, qualidade em serviços e as suas dimensões, formação das expectativas do cliente, as escalas de avaliação da qualidade em

serviços; em seguida são descritos os procedimentos metodológicos para realização da pesquisa, a análise e discussão dos resultados e as considerações finais deste estudo.

1 QUADRO TEÓRICO

Conforme Giansesi e Corrêa (1994) a importância das atividades de serviços em nossa sociedade pode ser demonstrada pela sua participação no Produto Interno Bruto (PIB) e através da análise de tendências e transformações que a economia mundial tem passado. As mudanças tecnológicas, como o avanço dos computadores e das telecomunicações tem provocado aumento na qualidade dos serviços e também a criação de novos serviços. É uma tendência mundial o setor de serviços ocuparem posição de destaque na economia. Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2003 a participação dos serviços no PIB brasileiro foi de 56,7%. Como consequência, os serviços são responsáveis por grande parte da força de trabalho existente além da criação de novos empregos.

Os serviços são a base para uma diferenciação eficaz entre empresas e, conseqüentemente, uma fonte explorável de vantagem competitiva. Constituem uma série de processos mais ou menos intangíveis, onde a produção e consumo não podem ser totalmente separados e onde o cliente, com freqüência participa ativamente no processo de produção. Isso faz com que os serviços sejam percebidos como complexos. Quando um prestador de serviços compreende como os serviços serão avaliados pelos usuários, é possível identificar como gerenciar essas avaliações (GRÖNROOS, 1993).

1.1 Serviços

Para Zeithaml, Bitner e Gremler (2006), os serviços são atos, processos e desempenho. Conforme Grönross (1993) serviço é uma atividade ou uma série de atividades de natureza mais ou menos intangível que é fornecida como solução as demandas dos clientes que na maioria das vezes envolve algum tipo de interação com o prestador do serviço. Para Lovelock e Wrigth (2001) serviços são atividades econômicas que criam valor e fornecem benefícios para clientes em tempos e lugares específicos, como decorrência da realização de uma mudança desejada para o destinatário do serviço. Salientam que 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. Kotler (2000) aponta que o serviço, além do aspecto intangível

e de não resultar em propriedade de nada, a sua execução pode ou não estar relacionada a um produto concreto.

Gianesi e Corrêa (1994) destacam a importância de gerenciar os serviços internos baseados nas necessidades dos usuários destes serviços, pois estes por sua vez atendem o consumidor final da empresa. Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) conhecer o que são os serviços, entender as diferenças que existem entre serviço prestado e um bem físico produzido é fundamental para que a gestão de serviços seja conduzida para um desempenho satisfatório, uma vez que o processo de prestar serviços confunde-se com o próprio serviço.

1.1.1 Características dos serviços

Lovelock e Wrigth (2001) apontam que as primeiras pesquisas sobre serviços procuravam diferenciá-los dos bens concentrando-se basicamente em quatro diferenças genéricas: intangibilidade, heterogeneidade ou variabilidade, precibilidade do resultado e simultaneidade de produção e consumo. Para aproximar estas características com o ambiente do mundo real sugerem nove diferenças que ajudam a distinguir as tarefas associadas a serviços das tarefas envolvidas nos bens físicos. Ressaltam que se trata de generalizações, portanto não aplicadas igualmente a todos os serviços.

a) Os clientes não obtêm propriedade sobre os serviços: se deve ao fato dos clientes normalmente extraírem valor dos serviços sem obter propriedade permanente de qualquer elemento tangível. Envolve, por exemplo, aluguéis e a experiência profissional das pessoas.

b) Os produtos dos serviços como realizações intangíveis: embora os serviços muitas vezes incluam elementos tangíveis a realização do serviço é basicamente intangível, ou seja, algo que é experimentado, mas não pode ser tocado ou preservado. Nos serviços os benefícios são decorrentes da natureza da realização.

c) Há maior envolvimento dos clientes no processo de produção: a realização de um serviço envolve a montagem e a entrega do produto de um composto de instalações físicas e trabalho físico ou mental. Frequentemente, os clientes são ativamente envolvidos no processo de produção do serviço como, por exemplo, em terminais de auto-atendimento bancário ou hospitais.

d) Outras pessoas podem fazer parte do produto: em serviços de alto contato, além do cliente entrar em contato com o pessoal de serviços ele também está em contato com outros clientes, como por exemplo, no transporte público. A diferença entre as empresas de serviços frequentemente está na qualidade das pessoas que atendem os clientes. Da mesma forma, o tipo de cliente que patrocina uma determinada atividade de serviço ajuda a definir a natureza da experiência de serviço. Por isso, em muitos serviços, as pessoas se tornam parte do produto.

e) Há maior variabilidade nos insumos e produtos operacionais: diferente de bens manufaturados que podem ser produzidos sob condições controladas, a presença de pessoal e outros clientes no sistema operacional torna difícil unificar e controlar a variabilidade tanto nos insumos como nos produtos do serviço. Quando os serviços são consumidos à medida que são produzidos, a sua elaboração final deve acontecer sob condições de tempo real que podem variar de cliente para cliente e mesmo de uma hora para outra do dia. Desta forma, erros e falhas são mais frequentes e mais difíceis de serem tratados. Esses fatores dificultam as organizações de serviços melhorarem a produtividade, controlarem a qualidade e oferecerem um produto consistente. Porém, nem todas as variações na entrega do serviço são necessariamente negativas, e as modernas organizações de serviço estão começando a reconhecer o valor de se personalizar pelo menos alguns aspectos da oferta de serviço, segundo as necessidades e expectativas de cada cliente.

f) Muitos serviços são de difícil avaliação pelos clientes: alguns serviços podem enfatizar atributos de experiência, que só podem ser percebidos após a compra ou durante o consumo, como gosto, portabilidade, facilidade de controle, tranquilidade e tratamento pessoal. Desta forma, há atributos de confiança que os clientes têm dificuldade de avaliar mesmo após o consumo, como em cirurgias e reparos técnicos que não são prontamente visíveis.

g) Normalmente há uma ausência de estoques: o fato de o serviço ser uma ação ou realização, e não um artigo tangível que o cliente guarda, faz com que ele seja considerado perecível não podendo ser estocado. As instalações necessárias, equipamentos e mão-de-obra podem estar disponíveis para realizar o serviço, porém estes elementos representam a capacidade produtiva e não o próprio serviço.

h) O fator tempo relativamente é mais importante: muitos serviços são entregues em tempo real. Os clientes precisam estar fisicamente presentes para receberem serviços de organizações como hospitais. Os serviços devem ser rapidamente entregues de forma que os

clientes não percam tempo para recebê-los. Os clientes de hoje são cada vez mais sensíveis ao tempo, e a velocidade muitas vezes é um elemento fundamental para uma prestação do serviço adequada.

i) Os sistemas de entrega podem envolver canais eletrônicos e físicos: ao contrário dos fabricantes, que necessitam de canais de distribuição física para movimentar os produtos da fábrica até os clientes, muitas empresas de serviço podem utilizar canais eletrônicos, como a transferência de fundos por meio eletrônico, ou então combinar produção do serviço, loja de varejo e ponto de consumo em um único local.

Segundo Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) as características dos serviços são notadas pelo cliente e formam a base para a percepção dos serviços. Os serviços explícitos ocorrem quando os benefícios são prontamente percebidos pelos clientes e constituem as características essenciais ou intrínsecas. Já os serviços implícitos são benefícios psicológicos que o cliente pode sentir apenas vagamente e constituem as características extrínsecas dos serviços, por exemplo, saber que o cliente está sendo atendido por um profissional de prestígio.

Para Grönross (1993) a natureza intangível do serviço faz com que ele normalmente seja percebido de maneira subjetiva. A utilização de expressões como experiência, confiança tato e segurança para descrever serviços dificulta a avaliação do serviço por parte do cliente.

1.1.2 Encontro de serviços

Para Lovelock e Wright (2001) um encontro de serviço é um período de tempo que o cliente interage diretamente com um serviço. Conforme a natureza do serviço, a experiência de serviço pode ocorrer em um ou mais encontros que pode distribuir-se por um determinado período de tempo, envolver diversos funcionários e até mesmo locais diferentes. Alertam que os encontros de serviço ocorrem também nas interações entre os clientes e equipamentos de auto-atendimento. À medida que aumenta o nível de contato do cliente com a operação do serviço, a tendência é aumentar a quantidade e a duração dos encontros de serviço. Por isso, os serviços podem ser agrupados em três níveis de contato com o cliente, conforme o grau de interação com o pessoal de serviços e os elementos tangíveis do serviço. Os serviços de alto contato são caracterizados por envolverem significativa interação entre os clientes, pessoal de serviços, equipamentos e instalações. Os clientes são ativamente envolvidos ao longo da prestação do

serviço. Os serviços de médio contato envolvem menos contato entre os clientes e os elementos da operação de serviço. Já os serviços de baixo contato envolvem pouco ou nenhum contato direto entre clientes e fornecedores de serviço. O contato acontece de forma impessoal através de canais de distribuição eletrônicos ou físicos. É uma tendência em rápido crescimento pela conveniência e a sua aplicabilidade pode ser verificada em reparos remotos realizados eletronicamente, recurso cada vez mais comum para solucionar problemas de software.

Conforme Grönross (1993), estes encontros são conhecidos como a hora da verdade, termo introduzido na literatura gerencial por Normann (1984, apud GRÖNROSS, 1993, p. 18) para conceituar as interações entre os clientes e os representantes da empresa ou as várias áreas/setores de uma organização. O conceito significa que esta é ocasião e o lugar onde o prestador do serviço tem a oportunidade de demonstrar ao cliente a qualidade de seus serviços. Após este momento, não há maneiras fáceis de agregar valor a qualidade percebida dos serviços. Se ocorrer algum problema de qualidade, será tarde demais para tomar ações corretivas. Isto não impede de contatar o cliente para corrigir o erro, porém será muito mais problemático e provavelmente menos eficaz do que uma hora da verdade bem administrada.

Para Zeithaml, Bitner e Gremler (2006) os encontros de serviços são momentos onde as promessas são mantidas ou quebradas. É destes encontros de serviços que os clientes constroem as suas percepções. Quando o cliente interage com o provedor de serviço pela primeira vez, ele terá a primeira impressão a respeito do serviço. Nesse momento, o cliente frequentemente ainda não possui outras bases para avaliar o provedor do serviço, e o primeiro contato pode ser de grande importância para a percepção de qualidade por parte do cliente. Mesmo quando o cliente possui inúmeras interações, cada encontro individual é importante para criar a imagem do provedor de serviço na memória do cliente. Desta forma, as experiências positivas ajudam a compor de alta qualidade, e por outro lado, as experiências negativas levam a um efeito contrário.

De acordo com Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) cada momento da verdade representa uma interação entre cliente e prestador do serviço. O encontro de serviço é formado pela interação dos interesses do cliente, da organização de serviços e do pessoal de linha de frente. O encontro é dominado pela organização de serviço quando são disponibilizadas aos clientes poucas opções de serviços padronizados, sem possibilidade de serviços personalizados. No encontro dominado pelo pessoal da linha de frente, o cliente é colocado em uma posição

subordinada sem controle sobre o encontro e espera-se que deposite considerável confiança no julgamento do pessoal de linha de frente devido ao conhecimento que ele percebe no prestador de serviço. O encontro é dominado pelo cliente nos casos de serviços padronizados e customizados. Nos serviços padronizados, o auto-atendimento é uma forma de dar ao cliente controle completo sobre o serviço oferecido, pois não é necessário interagir com ninguém. Para serviço customizado como é o caso de uma defesa jurídica, pode ser necessário mobilizar todos os recursos de uma organização.

Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) destacam que no encontro de serviço, tanto o prestador quanto o cliente possuem papéis a desempenhar na transação de serviço. Seguir um roteiro apropriado a cada tipo de serviço permite que ambos conheçam seus comportamentos à medida que desempenham os papéis. Desta forma, cada uma das partes espera algum elemento de controle percebido no encontro de serviço. A introdução de novas tecnologias exige um roteiro novo ou diferenciado, que por consequência requer do cliente algum esforço para aprender o novo papel. A resistência dos clientes a novas formas de transação de serviços pode ser explicada pela necessidade de aprender um novo roteiro nas situações onde a interação humana dá lugar a automação. Por outro lado, ensinar um novo papel aos clientes pode ser facilitado quando a transição consiste em modificação de um roteiro existente.

Conforme Lovelock e Wright (2001) quanto mais trabalho é esperado do cliente, mais informações ele necessita sobre como obter melhores resultados. O fornecedor do serviço deve assumir a responsabilidade de instruir os clientes sem experiência e para isso precisam ser treinados em habilidades educacionais. A falta de conhecimento pode resultar em frustração com o processo e gerar resultados insatisfatórios.

Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005), com a disseminação da internet é comum a substituição de prestadores de serviços humanos pela tecnologia. Os encontros de serviços não se concentram exclusivamente nas interações entre pessoas, já que a prestação de serviços pode ocorrer entre máquinas e pessoas ou mesmo entre máquinas como no intercâmbio eletrônico de dados.

1.1.3 Serviços de TI

De acordo com Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) estamos na era informação e, gostando ou não, todos nós somos parte dela. A tecnologia da informação (TI) não é mais algo restrito as pessoas que usam intensivamente computadores. Os semáforos, por exemplo, são operados por uma tecnologia baseada em informação. A TI é uma parte tão fundamental do cotidiano do mundo que se torna um desafio encontrar algum aspecto em que ela não esteja presente. Certamente, nenhum serviço de hoje pode sobreviver sem a utilização de TI e uma de suas mais importantes funções é delegar poder tanto aos empregados quanto aos clientes. A TI permite que o cliente interaja de outras maneiras no processo do serviço, desta forma não ficam mais inteiramente dependentes dos prestadores de serviços.

Para Lovelock e Wright (2001) os serviços baseados em informações têm muito a ganhar com o avanço da informática, pois permitem que a operação seja fisicamente separada dos clientes. A tecnologia permite que o cliente possa conectar seu computador ao sistema do provedor de serviços em diversos locais e é responsável pela transição de serviços que no passado eram tradicionalmente de alto contato para baixo contato como ocorre atualmente nos bancos.

1.2 Qualidade em Serviços

Para Grönross (1993) a qualidade é qualquer coisa que os clientes afirmam ser, e a qualidade de um produto ou serviço em particular, é qualquer coisa que o cliente perceba como tal. Nesta linha, os clientes normalmente percebem qualidade como um conceito muito mais amplo e, além disso, outros aspectos não técnicos podem frequentemente dominar a experiência da qualidade. De acordo com Lovelock e Wrigth (2001) qualidade é o grau que um serviço satisfaz os clientes ao atender suas necessidades, desejos e expectativas. Desta forma, a qualidade do serviço é grau em que um serviço atende ou supera as expectativas do cliente.

Zeithaml, Bitner e Gremler (2006) esclarecem que qualidade e satisfação, embora usados popularmente de forma equivalente, são conceitos completamente distintos em termos de causas e resultados. Embora tenham algumas coisas em comum, satisfação de maneira geral é vista como um conceito mais amplo, enquanto qualidade em serviços foca especificamente as dimensões de serviços. Lovelock e Wrigth (2001) também fazem esta distinção ao mencionarem

que muitos pesquisadores acreditam que as percepções dos clientes sobre a qualidade se baseiam em avaliações cognitivas de longo prazo sobre a entrega de serviço, ao passo que a satisfação do cliente é uma reação emocional de curto prazo a uma experiência específica de serviço. Desta forma, os clientes avaliam seus níveis de satisfação ou insatisfação depois de cada encontro e utilizam essa informação para atualizar suas percepções da qualidade do serviço, porém as opiniões sobre a qualidade não dependem necessariamente da experiência. Quando se trata de serviços que nunca consumiram, as pessoas muitas vezes baseiam seus julgamentos de qualidade na palavra de conhecidos ou outras formas de comunicação.

1.2.1 Formação das expectativas dos clientes

Conforme Giansi e Corrêa (1994) as expectativas dos clientes se modificam ao longo do tempo e os clientes se tornarão mais exigentes à medida que mais prestadores de serviços estiverem capacitados a melhor atender as suas necessidades. A intangibilidade faz com que a formação das expectativas do cliente antes da prestação do serviço não possa basear-se em uma imagem real, dependendo de fatores como comunicação. De acordo com Lovelock e Wrigth (2001) as expectativas do cliente envolvem diversos elementos diferentes que abrange serviço desejado, serviço adequado, serviço previsto e uma zona de tolerância que se estende dentre os níveis de serviço desejado e adequado. Estes elementos estão representados na figura 1 e constituem o modelo de expectativa do cliente.

- **Serviço desejado** é o tipo de serviço que os clientes esperam receber. É um nível aspirado para o serviço – uma combinação entre o que os clientes acreditam que possa e deve ser entregue para suas necessidades pessoais. Embora prefiram receber serviço ideal, os clientes normalmente não possuem expectativas extravagantes ou absurdas. Compreendem que as empresas nem sempre prestam o melhor serviço possível. Por esse motivo, eles também possuem um nível inferior de expectativas para serviço aceitável.

- **Serviço adequado**, é o nível mínimo de serviço que os clientes aceitarão sem ficar insatisfeitos. Entre os fatores que ajudam a estabelecer essa expectativa estão o desempenho antecipado das alternativas de serviço percebidas e fatores situacionais relativos ao uso do serviço em uma ocasião específica. Os níveis das expectativas, tanto do serviço desejado como do

serviço adequado, podem refletir promessas explícitas e implícitas de serviço feitas pelo fornecedor, aquilo que o cliente ouviu pela boca a boca ou soube por alguma experiência passada com a organização.

- **Serviço previsto.** O nível do serviço que os clientes efetivamente esperam receber do fornecedor de serviço durante um determinado encontro de serviço é conhecido como **serviço previsto**. Essas estimativas de níveis de desempenho antecipadas para o serviço afetam o nível de serviço adequado dos clientes. Se é previsto um bom serviço, o nível adequado será mais alto do que quando se prevê um serviço menos que ótimo.

- **Zona de tolerância.** O caráter inerente aos serviços dificulta a entrega consistente de serviço entre os funcionários da mesma empresa e até pelo mesmo funcionário de serviço entre um dia e outro. O grau em que os clientes estão dispostos a aceitar essa variação é chamado **zona de tolerância**. O serviço adequado é o nível mínimo que é aceitável pelos clientes. Serviço *abaixo* deste nível provocará frustração e descontentamento. O serviço que se eleva *acima* do nível de serviço desejado agrada e surpreenderá os clientes. Outra maneira de encarar a zona de tolerância é pensar nela como a faixa de serviço na qual os clientes não prestam atenção explícita ao desempenho do serviço. Quando o serviço cai fora da faixa, os clientes certamente reagirão de uma maneira positiva ou negativa.

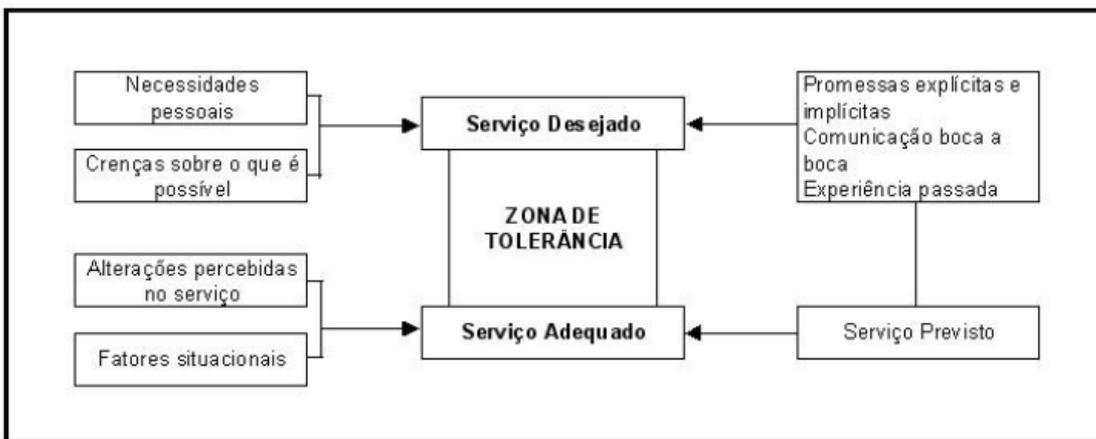


Figura 1 – Fatores que influenciam as expectativas de serviço.
Fonte: Adaptado de Parasuraman, Zeitaml e Gremler(2006).

1.2.2 Dimensões da qualidade em serviços

Conforme Zeithaml, Bitner e Gremler (2006), os clientes não percebem a qualidade de forma unidimensional, ao invés disso avaliam a qualidade baseados em múltiplos fatores relevantes a cada contexto. Estas dimensões da qualidade e serviços foram identificadas de forma pioneira pelos pesquisadores Parsu Parasuraman, Valerie Zeithaml e Leonard Berry.

- **Confiabilidade:** é a capacidade de executar o serviço prometido com confiança e exatidão. O desempenho de um serviço confiável é uma expectativa do cliente e significa um serviço cumprido no prazo, sem modificações e sem erros. A confiabilidade também se aplica para as atividades de retaguarda, das quais se espera exatidão na elaboração de suas atividades.

- **Responsividade:** é a disposição de ajudar os clientes e fornecer o serviço prontamente. Deixar o cliente esperando, principalmente por razões não aparentes, cria desnecessariamente uma percepção negativa de qualidade. Se ocorrer uma falha em um serviço, a capacidade para recuperá-la rapidamente e com profissionalismo pode gerar muitas percepções positivas da qualidade.

- **Segurança:** está relacionada ao conhecimento e a cortesia dos funcionários, bem como sua capacidade de transmitir confiança e confidencialidade. Esta dimensão inclui as seguintes características: competência para realizar o serviço, cortesia e respeito ao cliente, comunicação efetiva com o cliente e a idéia de que o funcionário está realmente interessando no melhor para o cliente.

- **Empatia:** é demonstrar interesse e atenção personalizada aos clientes. Esta dimensão inclui as seguintes características: acessibilidade, sensibilidade e esforço para entender as necessidades dos clientes. É a capacidade de um funcionário encontrar a solução para um cliente, como se o problema fosse realmente daquele funcionário.

- **Tangibilidade:** é a aparências das instalações físicas, equipamentos, pessoal e materiais para comunicação. A condição do ambiente é uma evidência tangível do cuidado e da atenção aos detalhes exibidos pelo fornecedor do serviço. Esta dimensão de avaliação pode estender-se também à conduta de outras pessoas que estejam utilizando o serviço, como por exemplo, ruídos.

Conforme Lovelock e Wrigth (2001) a confiabilidade tem constantemente aparecido como o fator mais importante na avaliação da qualidade de serviços pelos clientes. Essa dimensão impõe alguns desafios importantes para as empresas de serviços, uma vez que muitas

vezes os clientes sofrem diretamente os erros antes que o prestado do serviço tenha a oportunidade de corrigi-los. É uma medida de resultado porque os clientes avaliam depois da experiência de serviço. As outras quatro dimensões são dimensões de processo porque podem ser avaliadas pelo cliente durante a entrega do serviço.

1.2.3 Processo de avaliação da qualidade dos serviços

De acordo com Lovelock e Wrigth (2001) os clientes possuem uma expectativa sobre a qualidade dos serviços com base em necessidades individuais, experiências passadas, recomendações de terceiros e divulgação do fornecedor de serviços. Após o encontro de serviço, os clientes comparam sua qualidade esperada com aquilo que efetivamente receberam. Os desempenhos de serviço que surpreendem e encantam os clientes por ficarem acima dos seus níveis de serviço desejado serão vistos como de qualidade superior. Se a entrega do serviço ficar dentro da zona de tolerância, acharão que é adequado. Porém caso a qualidade real caia abaixo do nível adequado esperado pelos clientes ocorre um gap – ou lacuna – entre o desempenho do fornecedor de serviços e as expectativas do cliente. Estes gaps podem ocorrer durante várias partes do desempenho de um serviço.

O modelo de gaps proposto por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) apresentado na figura 2 é composto do:

Gap 1: Lacuna entre a expectativa do cliente e a percepção da gerência sobre essas expectativas.

Gap 2: Lacuna entre as percepções da gerência e os padrões de qualidade.

Gap 3: Lacuna entre os padrões de qualidade e os serviços efetivamente prestados.

Gap 4: Lacuna entre promessas anunciadas e o que realmente é oferecido.

Gap 5: Resulta das outras quatro lacunas e é a diferença entre as expectativas dos consumidores e a percepção da qualidade dos serviços oferecidos.



Figura 2 – Modelo dos 5 *Gaps* da qualidade em serviço.
 Fonte: Adaptado de Parasuraman, Zeithaml e Gremler (2006).

1.2.4 Escala SERVQUAL

A partir do modelo conceitual de gaps, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) desenvolveram a escala SERVQUAL para mensuração das percepções dos clientes sobre a qualidade de serviços através da mediação do gap 5. É composta de 22 indicadores distribuídos entre as cinco dimensões da qualidade em serviços. É composta de duas partes: uma para registrar as expectativas e outra para registrar as percepções dos clientes. A diferença negativa entre a expectativa e a percepção do cliente mostra que as percepções estão abaixo das expectativas e conseqüentemente um resultado insatisfatório para o cliente. Embora tenha sido desenvolvida em segmentos específicos, é padronizada e aplicável em qualquer organização que preste serviço e, caso necessário, podem-se efetuar pequenas alterações na redação dos indicadores para adequar ao contexto da pesquisa. O instrumento também possui aplicabilidade para avaliação da qualidade de serviços prestados por parte do cliente interno de uma organização. A validade desta escala vem sendo testada em diferentes amostras por pesquisadores

no contexto dos serviços de TI (PITT, WATSON e KAVAN, 1995; BRODBECK, ROSES e BREI, 2004).

1.2.5 Escala SERVPERF

Cronin e Taylor (1992) divergiram da escala SERVQUAL e desenvolveram um modelo denominado SERVPERF, baseado somente na percepção de desempenho dos serviços. Para justificar o modelo ressaltam que a qualidade é conceituada mais como uma atitude do cliente com relação às dimensões da qualidade e que não deve ser medida com base no modelo de satisfação, ou seja, por meio das diferenças entre expectativa e desempenho, e sim como uma percepção de desempenho. Consideram que os 22 indicadores que representam as dimensões da qualidade em serviço utilizadas na escala SERVQUAL estão suficientemente fundamentados e desta forma são utilizados para avaliação de desempenho. Concluem que o instrumento SERVPERF é mais sensível em retratar as variações de qualidade em relação às outras escalas testadas com a vantagem adicional de reduzir o tamanho do instrumento de pesquisa.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Será utilizada uma abordagem combinada de pesquisa exploratória, cujo objetivo é aprofundar o conhecimento do pesquisador sobre o tema, e de pesquisa descritiva para coletar e analisar os dados primários.

A coleta de dados será dividida em duas etapas:

- Etapa exploratória: revisão bibliográfica e análise de dados secundários para criação do questionário para coleta dos dados quantitativos. Nesta etapa de revisão da literatura foram analisadas as pesquisas já realizadas sobre avaliação da qualidade na prestação de serviços. Foi selecionado o instrumento considerado adequado para utilizar no contexto onde os clientes internos avaliam os serviços prestados pela área de TI de uma organização. Conforme Malhotra (2006) a pesquisa exploratória possui o objetivo de explorar ou fazer uma busca do problema ou de situações para prover critérios de maior compreensão dele.

- Etapa descritiva: consiste na aplicação e análise dos resultados do questionário. A pesquisa descritiva é formal e estruturada e a análise dos dados resultantes é feita de forma quantitativa (MALHOTRA, 2006). Será realizado um estudo transversal, que promove a coleta de informações de qualquer amostra de uma população uma única vez. Para coleta de dados será utilizado o método survey. Este tipo de coleta dos dados é usado quando a pesquisa envolve a coleta de informações de uma grande amostra de indivíduos (HAIR et al., 2005). Utiliza-se um questionário estruturado, aplicado a uma amostra de uma população, que é destinado a coletar informações específicas dos entrevistados (MALHOTRA, 2006)

O instrumento de coleta de dados foi adaptado a partir da versão da escala SERVPERF aplicada nos serviços de TI (BRODBECK, ROSES e BREI, 2004). Foram feitos alguns ajustes na forma e vocabulário, em conjunto com a coordenadora da área de TI, para refletir a realidade do hospital. Será efetuado um pré-teste com 8 usuários para identificar a forma como as perguntas do questionário serão interpretadas pelos respondentes. Com base no resultado do pré-teste, as perguntas poderão ser ajustadas para melhorar o seu entendimento. As 22 afirmativas da escala serão respondidas utilizando a escala do tipo Likert de 5 pontos.

Para este estudo, a população é composta por todas as pessoas com vínculo vigente no hospital que possuem usuário e senha para acessar os serviços de TI, exceto os profissionais e

estagiários que atuam na área de TI. A amostra dos respondentes do instrumento de pesquisa será probabilística estratificada, que conforme Malhotra (2006) consiste em dividir a população em estratos para depois escolher os elementos de cada estrato por um processo aleatório. A amostra será estratificada por vínculo de atuação no hospital contendo as variáveis: professor, pesquisador, médico, enfermagem, outros profissionais de saúde, administrativo, aluno e estagiário. O número de elementos escolhidos dentro cada estrato é proporcional ao tamanho de um estrato em relação ao tamanho total da amostra, exceto para as categorias enfermagem e administrativo.

O tamanho da amostra conforme Malhotra (2006) será calculado a partir da fórmula abaixo utilizando um intervalo de confiança de 95% e margem de erro de 5%.

$$n = (pi (1 - pi)z^2) / D^2$$

$$n = [(0,5)(1 - 0,5) (1,96^2)] / (0,05)^2 = 384$$

A tabela 01 explica a composição da amostra a ser pesquisada.

Tabela 01 - Composição da amostra

Categoria	Número de elementos no estrato	% de elementos no estrato	Tamanho de amostra	% de elementos na amostra
Professor	470	7	26	7
Pesquisador	840	12	46	12
Médico	888	13	48	13
Enfermagem	1940	28	70	18
Outros Prof. Saude	730	10	40	10
Administrativo	1392	20	118	31
Aluno	310	4	17	4
Estagiário	476	7	19	5
Total	7046	100	384	100

Fonte: Coordenadoria de Gestão de Pessoas do HCPA, 2010

De acordo com Hair et al. (2005) uma abordagem para a seleção de amostra estratificada desproporcional considera a variabilidade dos dados de cada estrato. A enfermagem, proporcionalmente a maior amostra, não apresenta grande variação no uso dos serviços de TI, porém o contrário ocorre com a categoria administrativa que é representada por diversas ocupações na gestão e apoio à assistência. Desta forma, a amostra menor do que a proporção ainda representaria a percepção da enfermagem a respeito da qualidade dos serviços prestados pela CGTI. Por outro lado, uma amostra com um maior número de usuários que prestam serviços administrativos permitirá registrar com mais exatidão a percepção destes profissionais presentes em praticamente todas as áreas do hospital.

O questionário será disponibilizado para preenchimento na internet através do site www.surveymonkey.com. Conforme Malhotra (2006) o meio eletrônico é uma forma de proporcionar ao respondente alta percepção do anonimato. Cada participante receberá um e-mail contendo o objetivo da pesquisa, orientações de como responder o questionário, forma de consentimento de participação da pesquisa e link para acesso ao questionário.

Os dados serão analisados de forma univariada e multivariada. Conforme Malhotra (2006), as técnicas univariadas são adequadas para a análise de dados quando há uma medida única de cada elemento na amostra, ou no caso de existir várias medidas de cada elemento, quando cada variável é analisada isoladamente. As técnicas multivariadas são utilizadas quando há duas ou mais medidas para cada elemento e as variáveis são analisadas simultaneamente. A análise dos dados coletados será feita de acordo com as dimensões da qualidade presentes na escala SERVPERF através do software estatístico SPSS – Statistical Package for Social Science e do Excel. O coeficiente Alfa de Cronbach será utilizado como indicador de confiabilidade das respostas por meio de uma medida da variância do conjunto de valores. A análise de regressão múltipla será aplicada para avaliar a influência relativa de diversas variáveis independentes sobre a variável dependente. De acordo com Hair et al. (2005), quando são utilizados os coeficientes beta na regressão múltipla, pode-se fazer comparações diretas entre as variáveis independentes para determinar qual delas tem mais influência sobre a variável dependente.

3 RESULTADOS

Os resultados obtidos através do instrumento de coleta de dados constituem a base para análise dos dados. Foram respondidos 126 questionários, o que equivale a uma taxa de resposta de 32,85%. As análises descrevem os resultados do estudo através da aplicação de técnicas estatísticas e da interpretação dos dados. São apresentadas as características da amostra, análise de confiabilidade da escala, análise descritiva e análise de regressão.

3.1 Caracterização da amostra

A caracterização da amostra visa definir o perfil dos usuários que utilizam os serviços de tecnologia da informação do HCPA. Foram utilizadas as variáveis: a) categoria de atuação, b) tempo de atuação, c) serviços de TI utilizados, d) Grau de importância da TI no desempenho das atividades e e) Conhecimento de quem é responsável pela priorização de novas demandas/projeto de informática.

a) Categoria de atuação no hospital

As diversas atuações dos usuários dos serviços de tecnologia da informação foram estratificadas em 8 categorias. Os resultados são apresentados na Tabela 02.

Tabela 02 – Categoria de atuação no hospital

Categoria	Frequência	Percentual
Professor	8	6,3
Pesquisador	3	2,4
Médico	4	3,2
Enfermagem	20	15,9
Outros profissionais de saúde	32	25,4
Administrativo	51	40,5
Aluno	3	2,4
Estagiário	5	4,0
Total	126	100,0

A categoria com maior participação foi o pessoal administrativo com 40,5% das respostas. Esse percentual é explicado pelo fato da maioria dos profissionais administrativos utilizarem intensamente os recursos de TI na sua atuação profissional. É a categoria profissional onde os encontros de serviços ocorrem em maior número e duração. Conforme Lovelock e Wrigth (2001), à medida que aumenta o nível de contato do cliente com a operação de serviço, a tendência é aumentar a quantidade e a duração dos encontros de serviços. Os demais 59,5% dos usuários são compostos por 25,4% de outros profissionais de saúde, 15,9% de profissionais de enfermagem, 6,3% de professores, 4% de estagiários, 3,2 % de médicos contratadores e residentes, 2,4% de pesquisadores, 2,4% de alunos de graduação e pós-graduação. A pouca participação da categoria médica pode ser explicada devido à paralisação dos médicos residentes ocorrida durante a coleta de dados.

b) Tempo de atuação no hospital

O tempo de atuação dos respondentes foi distribuído em 4 faixas. Os resultados são apresentados na Tabela 03.

Tabela 03 - Tempo de atuação no hospital

Tempo	Frequência	Percentual
Até 3 anos	28	22,2
De 4 a 6 anos	15	11,9
De 7 a 10 anos	13	10,3
Acima de 10 anos	70	55,6
Total	126	100,0

Os usuários podem ser divididos em dois grandes grupos: aqueles que atuam no hospital há mais de 10 anos (55,6%) e os que atuam no hospital até 10 anos (44,4%). Aquele que possuem tempo de atuação menor do que 10 anos, 22,2% atuam até 3 anos, 11,9% atuam de 4 a 6 anos e 10,3% atuam de 7 a 10 anos. Os usuários que possuem maior tempo de atuação são os usuários contratados pelo hospital e os professores da universidade. Apesar da maioria dos usuários atuarem no hospital há mais de 10 anos, o foco em assistência, ensino e pesquisa, faz com que exista uma constante renovação de pessoas e conseqüentemente novos usuários de TI. Conforme

Zethaml. Bitner e Gremler (2006) é nos encontros de serviços que os usuários constroem as suas percepções e o primeiro contato pode ser de grande importância para a percepção de qualidade. Mesmo para os usuários que possuem inúmeras interações, cada encontro de serviço é importante para criar a imagem do provedor de serviço na memória do usuário. Assim as experiências positivas ajudam a compor uma imagem de alta qualidade e, por outro lado, as experiências negativas comprometem a imagem.

c) Serviços de TI utilizados

Foram listados 5 serviços prestados pela área de TI para que os respondentes indicassem quais serviços utilizam na execução do seu trabalho no hospital. Os resultados estão apresentados na Tabela 04.

Tabela 04 - Serviços de TI utilizados

Serviço	Frequência	Percentual
AGH	122	96,8
Aplicativos de escritório	76	60,3
Correio Eletrônico	101	80,2
IG	38	15,1
Outros Softwares	32	30,2

O AGH, sistema corporativo, é utilizado pela grande maioria dos usuários (96,8%), o que mostra a sua importância no desempenho das atividades profissionais dos usuários de TI. O correio eletrônico corporativo é utilizado por 80,2% dos usuários de TI, enquanto que 19,8% usuários utilizam provedores de correio eletrônico externos. Os aplicativos de escritório são utilizados por 60,3% das pessoas que responderam e é importante destacar que embora houve uma prevalência de indicação de uso pela categoria administrativa, esse serviço foi indicado por todas as categorias. Outros softwares são utilizados por professores, outros profissionais de saúde e administrativos (30,2%). O sistema de informações gerenciais (IG), de acesso limitado aos ocupantes de cargos gerenciais, teve indicação de uso de 15,1%. Conforme Lovelock e Wrigth (2001) a tecnologia permite que o usuário possa acessar de um computador serviços que no passado eram de alto contato como, por exemplo,

um médico realizar um atendimento ambulatorial através do sistema corporativo sem depender que alguém desarquive o prontuário em papel e o entregue no consultório. Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) umas das mais importantes funções do serviço de TI é delegar poder tanto para aos usuários quanto aos provedores de serviços.

d) Grau de importância da TI no desempenho das atividades

Foi solicitado ao respondente indicar qual é o grau de importância dos serviços disponibilizados pela CGTI para o desempenho das suas atividades no HCPA. Os resultados são apresentados na Tabela 05.

Tabela 05 - Importância da TI no desempenho das atividades

Grau de Importância	Frequência	Percentual
Não é importante	1	0,8
Pouco importante	2	1,6
Indiferente	1	0,8
Importante	23	18,3
Muito importante	99	78,6
Total	126	100,0

A TI foi considerada importante e muito importante no desempenho das atividades por 96,9% dos respondentes. Para 3,1% dos respondentes, a TI não é importante (0,8%), é pouco importante (1,6%) e indiferente (0,8%). Não é importante foi atribuído por um usuário de outras profissionais de saúde. Pouca importância foi atribuída por um usuário da categoria administrativa e outro da enfermagem. Mostrou-se indiferente um usuário administrativo. Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005), nenhum serviço da atualidade pode sobreviver sem a utilização de TI, o que pode ser observado neste estudo pelo expressivo percentual de concordância. Conforme Giansi e Corrêa (1994) é um desafio atender as expectativas dos usuários porque elas se modificam ao longo do tempo, além de se tornarem mais exigentes à medida que entram em contato com outros provedores que oferecem melhores serviços.

- e) Conhecimento do responsável pela priorização de novas demandas/projetos de informática

Foi verificado se o respondente conhecia o responsável pela priorização de novos projetos, sistemas e demandas de informática no hospital. Os resultados são apresentados na Tabela 06.

Tabela 06 – Conhecimento responsável priorização de novos projetos de TI

Responsável	Frequência	Percentual
Administração Central	27	21,4
CGTI	79	62,7
Comitê de TI	20	15,9
Total	126	100,0

O Comitê de TI, responsável pela priorização de novos projetos, sistemas e demandas de informática foi a resposta de apenas 15,9% dos respondentes. Conseqüentemente, esse comitê é desconhecido por 84,1% dos respondentes. A administração central, com de 21,4% das respostas é quem toma as decisões com base na priorização efetuada pelo Comitê de TI. A CGTI, com 62,7% das repostas, é responsável pela execução dos novos projetos aprovados pela administração central do hospital. De acordo com Lovelock e Wrigth (2001) os clientes possuem uma expectativa sobre a qualidade dos serviços com base em necessidades individuais, experiências passadas, recomendações de terceiros e divulgação do fornecedor de serviços. Estes números apontam a necessidade da área de TI buscar uma forma de dar mais visibilidade ao Comitê de TI para que os usuários tenham ciência do papel deste comitê. As priorizações de demandas de TI estão diretamente envolvidas com a dimensão responsividade da qualidade em serviços que, conforme Zeithaml, Bitner e Gremler (2006), está relacionada com o prazo para fornecimento de serviços.

3.2 Confiabilidade da escala

Segundo Hair et al (2005), a confiabilidade de um instrumento de medida pode ser definida como o grau em que um conjunto de variáveis é consistente com o que se propõe a

mensurar. É uma avaliação do grau de consistência entre as múltiplas medidas de um construto. Neste trabalho a confiabilidade e a consistência interna da escala SERVPEF foi avaliada pelo Alfa de Cronbach. O alfa de Cronbach é aceitável acima de 0,6 e, quanto mais próximo de 1, maior a confiabilidade. Conforme a Tabela 07, as 5 dimensões e a escala Geral apresentaram números que permitiram usar a escala e as dimensões neste estudo.

Tabela 07 - Confiabilidade da escala SERVPERF

Dimensão	Alfa de Crombach
Tangibilidade	0,820
Confiabilidade	0,838
Responsividade	0,812
Segurança	0,914
Empatia	0,881
Geral	0,957

3.3 Análise Descritiva

Para os cálculos da média e do desvio padrão, os valores da Escala tipo Likert foram convertidos da seguinte forma: 1 – discordo totalmente, 2 – discordo, 3 – não concordo nem discordo, 4 – Concordo e 5 – Concordo totalmente.

O teste de comparação ANOVA não mostrou diferenças estatisticamente significantes na média de percepção de qualidade das dimensões da escala SERVPERF para as variáveis: categoria de atuação e tempo de atuação no hospital. Isso indica que os níveis de qualidade são percebidos de forma semelhante entre as diferentes categorias de usuários como por exemplo: médicos, professores e administrativos.

São apresentadas a seguir as médias e o desvio-padrão de cada dimensão e dos indicadores da escala SERVPERF agrupados por dimensão.

A média e o desvio padrão alcançados pelas dimensões da escala SERVPERF são apresentados na Tabela 08.

Tabela 08 - Média e desvio padrão das dimensões da escala SERVPERF

Dimensão	Média	Desvio Padrão
Tangibilidade	3,4635	0,74
Confiabilidade	3,2238	0,74
Responsividade	3,2593	0,85
Segurança	3,6171	0,79
Empatia	3,3714	0,77

A dimensão de melhor desempenho foi segurança com a média 3,6171, seguida da tangibilidade com a média 3,4635. A empatia foi a terceira dimensão com melhor desempenho com a média 3,3714. As duas dimensões com pior desempenho foram responsividade com a média 3,2593 e confiabilidade com a média 3,2238. A variação entre a maior média e a menor média foi de 10,9%, o que mostra que as médias não tiveram uma variação significativa. A figura 3 mostra graficamente a situação atual e o quanto falta para a área obter um resultado de excelência na avaliação da qualidade em serviços. O maior desvio padrão ocorreu na dimensão responsividade, porém com valor não muito distante do desvio-padrão das demais categorias. De acordo com Grönross (1993) quando um prestador de serviços compreende como os serviços são avaliados pelos usuários, é possível identificar como gerenciar estas avaliações. Esta avaliação feita com base nas respostas informadas na coleta de dados por quem utiliza dos serviços pode subsidiar a área de TI a compreender como os serviços são avaliados. Conforme Lovelock e Wrigth (2001) características como variabilidade e produção simultânea ao consumo dificultam os prestadores de serviços a melhorarem a produtividade, controlarem a qualidade e oferecerem um serviço consistente. Porém, essas adversidades devem vistas como uma oportunidade de melhoria para atender as expectativas dos usuários.

Em relação a outros trabalhos aplicados no contexto onde o cliente interno avalia a percepção da qualidade dos serviços de TI, os resultados deste estudo são similares aos encontrados por Roses et al. (2005) e Brodbeck, Roses e Brei (2004). Nestes 3 estudos a dimensão de pior desempenho foi a confiabilidade. Esse cenário confirma a importância da confiabilidade na avaliação de serviços pelo cliente apontada por Lovelock e Wrigth (2001). Explicam que por ser uma medida de resultado, isto é, os clientes avaliam depois da experiência de serviço, essa dimensão impõe alguns desafios importantes para as empresas de serviços. Da

mesma forma que no presente trabalho, a segurança foi a dimensão de melhor desempenho no estudo de Brodbeck, Roses e Brei (2004). No trabalho de Roses et al. (2005) a dimensão de melhor desempenho foi a tangibilidade seguida da segurança, enquanto neste estudo a ordem foi inversa. A ordem das demais dimensões foi a mesma em ambos os estudos.

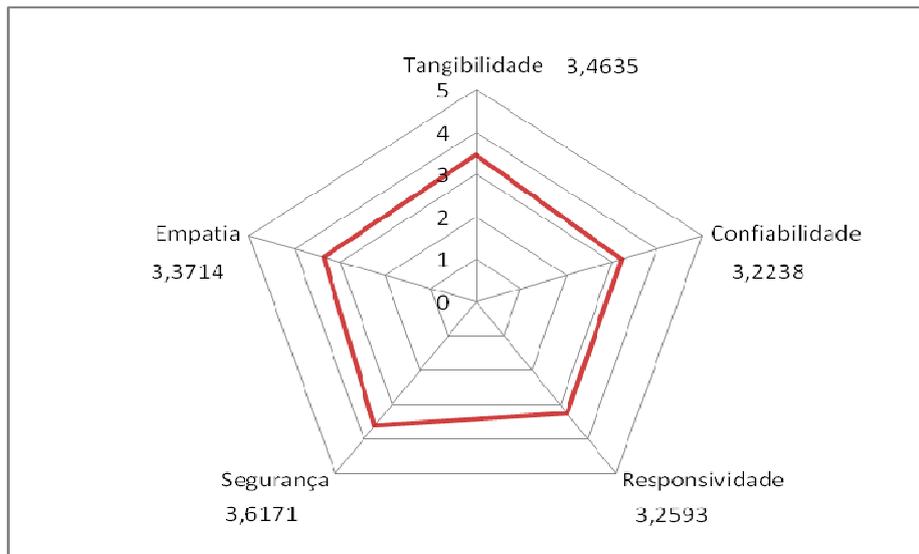


Figura 3 – Médias das dimensões da escala SERVPERF.
Fonte: dados da pesquisa

A média e o desvio padrão alcançados pelos indicadores da dimensão tangibilidade são apresentadas na tabela 09.

Tabela 09 - Média e desvio padrão dos indicadores de tangibilidade

Indicador	Média	Desvio padrão
6 - Os equipamentos de TI (microcomputador, impressora, etc.) utilizados por você nas atividades do Hospital são adequados, ou seja, atendem às necessidades das suas atividades	3,48	1,093
7 - A CGTI apresenta instalações físicas visualmente adequadas para o atendimento ao usuário	3,54	0,900
8 - As telas dos aplicativos, bem como os relatórios, utilizam linguagem clara e de fácil compreensão	3,62	0,875
9 - A operação dos aplicativos é fácil e estimula a sua utilização	3,46	0,927

Continua

Conclusão

Indicador	Média	Desvio padrão
10 - Quando você tenta acessar os aplicativos necessários ao seu serviço eles estão sempre disponíveis (acessíveis).	3,22	1,057

O indicador 8 recebeu a melhor pontuação desta dimensão com média 3,62 e o indicador 10 obteve o pior desempenho com média 3,22. A diferença entre estes dois indicadores é que enquanto o indicador 8 refere-se a parte de software, ou seja, mais estável, o indicador 10 está relacionado com infra-estrutura. Como o hospital vem atualizando seu parque tecnológico gradativamente, o usuário pode ficar exposto a interrupções dos serviços em circunstâncias e momentos diversos. O desvio-padrão mais elevado do indicador 6 é decorrente dessa situação. Conforme Lovelock e Wrigth (2001), os usuários são cada vez mais sensíveis ao tempo e a velocidade, portanto é crucial uma atenção quanto à disponibilidade dos aplicativos para uma prestação de serviço adequada, que é o mínimo que os usuários aceitarão sem ficarem insatisfeitos.

As médias e desvio padrão alcançados pelos indicadores da dimensão confiabilidade estão na tabela 10.

Tabela 10 - Média e desvio padrão dos indicadores de confiabilidade

Indicador	Média	Desvio padrão
11 - Quando a CGTI promete realizar algo durante um período de tempo (consultoria, participação em grupo de trabalho, atendimentos, reuniões, etc.), ela o faz	3,40	0,989
12 - Quando você tem um problema ou uma necessidade, a CGTI mostra um real interesse em resolvê-los	3,45	1,063
13 - Quando o serviço da CGTI é concluído não há necessidade de correções	3,13	0,894
14 - A CGTI entrega seus serviços na data em que prometeu fazê-los, ou seja, sem atrasos	3,17	0,956
15 - A CGTI é reconhecida pela geração de serviços sem erros	2,97	0,838

O indicador 12 indicador é aquele que apresenta o melhor desempenho com a média 3,45. É um indicador que avalia o real interesse em resolver um problema ou necessidade. Por outro lado, a percepção de que a área de TI é reconhecida pela geração de serviços sem erros obteve o pior desempenho entre todos os indicadores com a média 2,97. Foi único indicador que ficou ligeiramente abaixo da média 3. Os indicadores 11 e 12, além de apresentarem os dois maiores desvios-padrão possuem as duas maiores médias. Conforme Zeithaml, Bitner e Gremler (2006) um desempenho de serviço confiável é uma expectativa do cliente e significa um serviço cumprido no prazo, sem modificações e sem erros.

As médias e desvio padrão alcançados pelos indicadores da dimensão responsividade estão na tabela 11.

Tabela 11 - Média e desvio padrão dos indicadores de responsividade

Indicador	Média	Desvio padrão
16 - Os funcionários da CGTI dizem para você exatamente quando os serviços serão executados, ou seja, o prazo/data de término	3,16	0,950
17 - Se você tem uma necessidade com característica urgente, ela é resolvida imediatamente pelos funcionários da CGTI	3,17	1,137
18 - Os funcionários da CGTI, ainda que ocupados, respondem as suas perguntas e dúvidas no tempo apropriado	3,45	0,882

O indicador 18 apresenta a maior média da dimensão responsividade com 3,45. Já o indicador 16 é responsável pela menor média com 3,16. O maior desvio-padrão é observado no indicador 17. O desempenho desta dimensão pode ser influenciada em função de que neste último ano a área de informática tem dedicado parte significativa do seu esforço de trabalho para um projeto governamental, o que restringiu sua atuação nas demandas internas para as situações de urgência ou manutenções legais. Conforme Zeithaml, Bitner e Gremler (2006) um bom desempenho nesta dimensão reflete a disposição de ajudar os clientes e fornecer o serviço prontamente. Em caso de falhas do serviço, a capacidade de resolver o problema rapidamente pode gerar percepções positivas da qualidade.

As médias e desvio padrão alcançados pelos indicadores da dimensão segurança estão na tabela 12.

Tabela 12 - Média e desvio padrão dos indicadores de segurança

Indicador	Média	Desvio padrão
19 - A atuação dos funcionários da CGTI inspira confiança em você	3,70	0,897
20 - Você se sente seguro quanto as suas tratativas com a CGTI	3,60	0,931
21 - Os funcionários da CGTI mostram-se sempre seguros ao responder as suas questões	3,55	0,854
22 - Os funcionários da CGTI possuem o conhecimento necessário para responder as suas perguntas e dúvidas	3,63	0,837

Nesta categoria encontram-se os indicadores da categoria de melhor desempenho. A atuação dos funcionários inspirarem confiança no usuário foi o indicador que recebeu a maior média com 3,70 entre todos os indicadores. O indicador de desempenho mais baixo nessa dimensão foi o 21 com a média 3,55. Assim como a área de TI possui profissionais experientes e que conhecem profundamente o negócio, ela também conta com estagiários no quadro de pessoal que embora qualificados, estão em processo de aquisição de experiência. O desvio-padrão entre os indicadores teve pouca variação. De acordo Zeithaml, Bitner e Gremler (2006) esta dimensão está relacionada ao conhecimento, cortesia e a capacidade de transmitir confiança e confidencialidade por parte de quem presta o serviço. Embora a competência do prestador para realizar o serviço seja uma das características desta dimensão, para Grönross (1993) os usuários percebem qualidade como um conceito mais amplo e a utilização de expressões como experiência, confiança tato e segurança para descrever serviços dificultam a avaliação do serviço por parte do usuário.

As médias e desvio padrão alcançados pelos indicadores da dimensão empatia estão na tabela 13.

Tabela 13 - Média e desvio padrão dos indicadores de empatia

Indicador	Média	Desvio padrão
23 - A CGTI fornece atenção individualizada para você	3,30	1,014
24 - A CGTI presta serviços em horários convenientes a você	3,50	0,856
25 - Os funcionários da CGTI proporcionam atenção adequada as suas necessidades	3,40	0,972
26 - A CGTI demonstra dar real importância às grandes necessidades apresentadas por você	3,28	0,977
27 - Os funcionários da CGTI compreendem as necessidades específicas apresentadas por você	3,38	0,875

O indicador com melhor desempenho com a média 3,50 refere-se a prestação de serviços em horários convenientes ao usuário. Esse resultado é expressivo dado o desafio que é prestar serviços em uma instituição que funciona 24x7. O indicador 26 apresenta o pior desempenho com a média 3,28. O maior desvio-padrão ocorre com o indicador referente a área de TI fornecer atenção individualizada para os usuário, o que reforça diferenças na percepção dos encontros de serviços. Conforme Zeithaml, Bitner e Gremler (2006) o principal aspecto desta dimensão é demonstrar interesse e atenção individualizada aos clientes.

3.4) Análise de regressão

As médias das dimensões da escala SERVPERF são as variáveis independentes e a média geral de percepção de qualidade de todas as dimensões é a variável dependente. Os resultados da análise de regressão múltipla das dimensões da escala SERVPERF são apresentados na Tabela 14.

Tabela 14 - Regressão múltipla das dimensões da escala SERVPERF

Dimensão	Coefficiente Beta
Responsividade	0,244
Segurança	0,226
Empatia	0,223
Tangibilidade	0,214
Confiabilidade	0,213

A variável independente que mais afeta a média geral de percepção geral é a dimensão responsividade com coeficiente Beta de 0,244. A segunda dimensão que mais influencia é a segurança com coeficiente Beta de 0,226. A terceira dimensão é a empatia com coeficiente Beta de 0,223. A quarta dimensão é a tangibilidade com coeficiente Beta de 0,214 e a última a confiabilidade com coeficiente Beta de 0,213. Para melhorar o desempenho esta seria a ordem de prioridade de atuação sugerida pela técnica estatística de análise de regressão.

As médias dos indicadores da dimensão tangibilidade são as variáveis independentes e a média da dimensão tangibilidade é a variável dependente. Os resultados da análise de regressão múltipla da dimensão tangibilidade são apresentados na Tabela 15.

Tabela 15 - Regressão múltipla da dimensão tangibilidade

Indicador	Coefficiente Beta
6 - Os equipamentos de TI (microcomputador, impressora, etc.) utilizados por você nas atividades do Hospital são adequados, ou seja, atendem às necessidades das suas atividades	0,294
10 - Quando você tenta acessar os aplicativos necessários ao seu serviço eles estão sempre disponíveis (acessíveis).	0,284
9 - A operação dos aplicativos é fácil e estimula a sua utilização	0,249
7 - A CGTI apresenta instalações físicas visualmente adequadas para o atendimento ao usuário	0,242
8 - As telas dos aplicativos, bem como os relatórios, utilizam linguagem clara e de fácil compreensão	0,235

A variável independente que mais afeta o desempenho da dimensão tangibilidade é o indicador referente aos equipamentos de TI. O indicador que menos influencia essa dimensão é o indicador 8, referente a parte de usabilidade dos aplicativos. A tabela 15 mostra a ordem de atuação dos indicadores sugerida pela técnica estatística de análise de regressão para melhorar o desempenho da dimensão tangibilidade.

As médias dos indicadores da dimensão confiabilidade são as variáveis independentes e a média da dimensão confiabilidade é a variável dependente. Os resultados da análise de regressão múltipla da dimensão confiabilidade são apresentados na Tabela 16.

Tabela 16 - Regressão múltipla da dimensão confiabilidade

Indicador	Coefficiente Beta
12 - Quando você tem um problema ou uma necessidade, a CGTI mostra um real interesse em resolvê-los	0,287
11 - Quando a CGTI promete realizar algo durante um período de tempo (consultoria, participação em grupo de trabalho, atendimentos, reuniões, etc.), ela o faz.	0,267
14 - A CGTI entrega seus serviços na data em que prometeu fazê-los, ou seja, sem atrasos	0,258
13 - Quando o serviço da CGTI é concluído não há necessidade de correções	0,241
15 - A CGTI é reconhecida pela geração de serviços sem erros	0,226

A variável independente que mais afeta o desempenho da dimensão confiabilidade é o indicador referente a área de TI apresentar real interesse em resolver um problema ou necessidade do usuário. O indicador que menos influencia essa dimensão é o indicador 15, referente a geração de serviços se erros. A tabela 16 mostra a ordem de atuação dos indicadores sugerida pela técnica estatística de análise de regressão para melhorar o desempenho da dimensão confiabilidade.

As médias dos indicadores da dimensão responsividade são as variáveis independentes e a média da dimensão responsividade é a variável dependente. Os resultados da análise de regressão múltipla da dimensão responsividade são apresentados na Tabela 17.

Tabela 17 - Regressão múltipla da dimensão responsividade

Indicador	Coefficiente Beta
17 - Se você tem uma necessidade com característica urgente, ela é resolvida imediatamente pelos funcionários da CGTI	0,447
16 - Os funcionários da CGTI dizem para você exatamente quando os serviços serão executados, ou seja, o prazo/data de término	0,373
18 - Os funcionários da CGTI, ainda que ocupados, respondem as suas perguntas e dúvidas no tempo apropriado	0,346

A variável independente que mais afeta o desempenho da dimensão responsividade é o indicador referente a área de TI resolver imediatamente uma necessidade urgente do usuário. O indicador que menos influencia essa dimensão é o indicador 18, referente aos funcionários da área de TI mesmo ocupados responderem as dúvidas e perguntas do usuário no tempo apropriado. A tabela 17 mostra a ordem de atuação dos indicadores sugerida pela técnica estatística de análise de regressão para melhorar o desempenho da dimensão responsividade.

As médias dos indicadores da dimensão segurança são as variáveis independentes e a média da dimensão segurança é a variável dependente. Os resultados da análise de regressão múltipla da dimensão segurança são apresentados na Tabela 18.

Tabela 18 - Regressão múltipla da dimensão segurança

Indicador	Coefficiente Beta
20 - Você se sente seguro quanto as suas tratativas com a CGTI	0,296
19 - A atuação dos funcionários da CGTI inspira confiança em você	0,286
21 - Os funcionários da CGTI mostram-se sempre seguros ao responder as suas questões	0,272
22 - Os funcionários da CGTI possuem o conhecimento necessário para responder as suas perguntas e dúvidas	0,266

A variável independente que mais afeta o desempenho da dimensão responsividade é o indicador referente ao usuário sentir-se seguro nas suas tratativas com a área de TI. O indicador que menos influencia essa dimensão é o indicador 22, referente aos funcionários da área de TI possuírem os conhecimentos necessários para responderem as dúvidas e perguntas do usuário. A tabela 18 mostra a ordem de atuação dos indicadores sugerida pela técnica estatística de análise de regressão para melhorar o desempenho da dimensão responsividade.

As médias dos indicadores da dimensão empatia são as variáveis independentes e a média da dimensão empatia é a variável dependente. Os resultados da análise de regressão múltipla da dimensão empatia são apresentados na Tabela 19.

Tabela 19 - Regressão múltipla da dimensão empatia

Indicador	Coefficiente Beta
23 - A CGTI fornece atenção individualizada para você	0,262
26 - A CGTI demonstra dar real importância às grandes necessidades apresentadas por você	0,252
25 - Os funcionários da CGTI proporcionam atenção adequada as suas necessidades	0,251
27 - Os funcionários da CGTI compreendem as necessidades específicas apresentadas por você	0,226
24 - A CGTI presta serviços em horários convenientes a você	0,221

A variável independente que mais afeta o desempenho da dimensão empatia é o indicador referente a área de TI fornecer atenção individualizada para o usuário. O indicador que menos influencia essa dimensão é o indicador 24, referente a área de TI prestar serviços em horários convenientes para o usuário. A tabela 19 mostra a ordem de atuação dos indicadores sugerida pela técnica estatística de análise de regressão para melhorar o desempenho da dimensão empatia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mensuração da percepção da qualidade do serviço na ótica do usuário é particularmente importante para que os gestores de TI possam tomar conhecimento sobre qual é a percepção dos usuários de uma organização a respeito da qualidade dos serviços prestados pela área e desencadearem ações corretivas para os casos onde o desempenho é insuficiente ou mesmo melhorar o seu desempenho. O instrumento utilizado para medir o desempenho foi a escala SERVPERF adaptada do modelo SERVQUAL por Cronin e Taylor(1992) e ajustada para o uso na TI por Brodbeck, Roses e Brei (2004).

A percepção de qualidade apresentou uma media geral de 3,387, o que corresponde a 67,74% de concordância dos indicadores de qualidade avaliados. Para melhorar o desempenho recomenda-se dar continuidade a atualização do parque computacional, a capacitação profissional, a adoção de novas metodologias de trabalho, a divulgação das ações do Comitê de TI e a implantação do Service Desk. Esta deve ser uma preocupação permanente para que o usuário após o encontro de serviço, quando comparar a qualidade esperada com a qualidade efetivamente recebida, possa ser surpreendido e encantado com qualidade do serviço prestado.

As 5 dimensões de qualidade apresentaram médias com uma variação de 10,9% entre a dimensão melhor pontuada e a dimensão menos pontuada. A dimensão melhor pontuada foi segurança seguida da tangibilidade e empatia. As duas dimensões de menor pontuação foram respectivamente confiabilidade e responsividade. A dimensão confiabilidade considerada a mais importante por Lovelock e Wrigth (2001), compreende a capacidade de executar o serviço prometido com confiança e exatidão. O desafio é conseguir cumprir um serviço no prazo, sem modificações e sem erros. A responsividade, por sua vez, exige a disposição de ajudar os clientes e fornecer o serviço prontamente. Todas as dimensões da qualidade são importantes, mas é recomendado priorizar ações nas dimensões que possuem os indicadores com pior avaliação. A análise dos dados mostrou que a percepção de qualidade dos usuários de TI não possui diferença estatisticamente significativa em relação ao tipo de atividade desempenhada no hospital.

A análise de regressão mostrou que a média geral de percepção da qualidade é afetada em primeiro lugar pela dimensão responsividade, seguida da segurança, empatia, tangibilidade e confiabilidade. A ordem que os indicadores afetam o desempenho de cada dimensão é útil para

auxiliar aos gestores a priorizarem as suas ações. Na dimensão tangibilidade, destaca-se a atenção para os equipamentos de TI. Na dimensão confiabilidade, destaca-se a área de TI apresentar real interesse em resolver um problema ou necessidade do usuário. Na dimensão responsividade, destaca-se a área de TI resolver imediatamente uma necessidade urgente do usuário. Na dimensão segurança, destaca-se o usuário sentir-se seguro nas suas tratativas com a área de TI. Na dimensão empatia, destaca-se referente a área de TI fornecer atenção individualizada para o usuário.

Em relação a outros estudos realizados onde os usuários de uma organização avaliam os serviços prestados pela área de TI, a segurança foi a dimensão de melhor desempenho no trabalho de Brodbeck, Roses e Brei (2004) assim como neste estudo. Por outro lado, a confiabilidade mostrou-se a dimensão de pior desempenho neste estudo e também nos estudos de Roses et al. (2005) e Brodbeck, Roses e Brei (2004).

A contribuição deste estudo foi aplicar o instrumento SERVPERF no contexto de TI e assim contribuir para o estudo de instrumentos que possam medir a percepção da qualidade dos clientes dos serviços desta área de forma simples e prática. O instrumento é útil para se obter resultados quantitativos no formato de indicadores, porém incompleto quando é necessário buscar dados qualitativos.

Como limitação deste trabalho, em função do pouco tempo disponível para a execução e compilação dos dados, foi suprimida a inclusão de pergunta aberta para que os usuários pudessem se expressar sobre algum aspecto não contemplando nos indicadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRODBECK, A.F.; ROSES, L.K.; BREI, V. A. Governança de TI: Medindo o Nível de Serviços Acordados entre as Unidades Usuárias e o Departamento de Sistemas de Informação. In:XXVIII Encontro Anual da ANPAD (2004 : Curitiba). **Anais Eletrônicos...** Curitiba: ANPAD, 2004.

CRONIN, J.; TAYLOR, S. Measuring service quality: A reexamination and extension. **Journal of Marketing**, v. 56, n. 3, p. 55-68, 1992.

ESPINOZA, F. S. **Serviço ao Cliente como Fator de Diferenciação Mercadológica**. In: SEMEAD FEA/USP, 2003, São Paulo, 2003

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de Serviços – operações, estratégia e tecnologia da informação**. 4ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2005.

GIANESI, I.G.N.; CORREA, H.L., **Administração estratégica de serviços**, São Paulo:Atlas, 1994

GRÖNROOS, C. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

HAIR JR, J.F. et al. **Métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman,2005.

ROSES, L. K. et al. A Gestão do alinhamento das percepções sobre a qualidade dos serviços em tecnologia da informação. IN: XXV Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Porto Alegre – RS. **Anais do XXV ENEGEP**, 2005.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: Marketing e Gestão**. 1ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2001.

Hospital de Clínicas de Porto Alegre. **Tecnologia da Informação**. Disponível em: <<http://www.hcpa.ufrgs.br/content/view/2382/1232/>>. Acesso em: 25 jan.2010.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Atlas, 2000.

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

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML V. A.; BERRY L. L. A conceptual model of services quality and its implication for future research, **Journal of Marketing**, v. 49, n. 4, p. 41-50, 1985.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. SERVQUAL: A multiple-Item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, v. 64, number 1, 12-40, New York University, Spring, 1988.

PITT, Leyland F.; WATSON, Richard T.; KAVAN, C. Bruce. Service Quality: A Measure of Information Systems Effectiveness. **MIS Quarterly**, v. 19, n. 2, p. 173-187, 1995.

SurveyMonkey. **Software de questionário e ferramenta de questionário online gratuitos**. Disponível em: <<http://www.pt.surveymonkey.com>>. Acesso em: 5 jul.2010.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, Mary Jo; GREMLER Dwayne D. **Services Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm**. New York: McGraw-Hill Irwin, 2006.

ZEITHAML, V. A.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L. L. *Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations*. New York : The Free Press, 1990

ANEXOS

ANEXO A – QUESTIONÁRIO SERVPERF APLICADO

[Sair desta pesquisa](#)

Questionário para mensuração da percepção da qualidade dos serviços prestados pela CGTI

Prezado(a) colega,

O objetivo desta pesquisa, que faz parte de trabalho de conclusão de curso da UFRGS, é conhecer a sua percepção sobre a qualidade dos serviços prestados pela CGTI. Os resultados da pesquisa permitirão que a área receba um diagnóstico sobre o seu desempenho elaborado com base em quem utiliza os seus serviços. Nenhum participante será identificado individualmente.

Nas respostas das questões de 6 a 27 considere o serviço de toda a Coordenadoria de Gestão da Tecnologia da Informação (CGTI).
 Pesquisador responsável: Maria Luiza F. Malvezzi
 Aluno: Renato Vacaro

Ao responder as perguntas abaixo você consente em participar da pesquisa.

1. Escolha a atuação que melhor define a sua atividade no HCPA

Professor Enfermagem Aluno
 Pesquisador Outros profissionais de saúde Estagiário
 Médico Administrativo

2. Tempo de atuação no HCPA

Até 3 anos
 De 4 a 6 anos
 De 7 a 10 anos
 Acima de 10 anos

3. Dos serviços abaixo disponibilizados pela CGTI, indique qual(is) você utiliza na sua rotina de trabalho no HCPA

AGH
 Aplicativos de escritório (Word, Excel, etc.)
 Correio Eletrônico

Concluído Internet 100%

Continua

Continuação

- IG
 Outros Softwares

4. Qual é o grau de importância dos serviços disponibilizados pela CGTI para o desempenho das suas atividades no HCPA?

- Não é importante Pouco importante Indiferente Importante Muito Importante

5. Em sua opinião, quem é o responsável no HCPA pela priorização de novos sistemas / projetos / demandas de informática?

- Administração Central
 CGTI
 Comitê de TI
 Outra área

6. Os equipamentos de TI (microcomputador, impressora, etc.) utilizados por você nas atividades do HCPA são adequados, ou seja, atendem às necessidades das suas atividades

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

7. A CGTI apresenta instalações físicas visualmente adequadas para o atendimento ao usuário

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

8. As telas dos aplicativos, bem como os relatórios, utilizam linguagem clara e de fácil compreensão

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

9. A operação dos aplicativos é fácil e estimula a sua utilização

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

10. Quando você tenta acessar os aplicativos necessários ao seu serviço eles estão sempre disponíveis (acessíveis)

Concluído Internet 100%

18. Os funcionários da CGTI, ainda que ocupados, respondem as suas perguntas e dúvidas no tempo apropriado

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

19. A atuação dos funcionários da CGTI inspira confiança em você

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

20. Você se sente seguro quanto as suas tratativas com a CGTI

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

21. Os funcionários da CGTI mostram-se sempre seguros ao responder as suas questões

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

22. Os funcionários da CGTI possuem o conhecimento necessário para responder as suas perguntas e dúvidas

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

23. A CGTI fornece atenção individualizada para você

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

24. A CGTI presta serviços em horários convenientes a você

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

25. Os funcionários da CGTI proporcionam atenção adequada as suas necessidades

- Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

Concluído Internet 100%

Conclusão

26. A CGTI demonstra dar real importância às grandes necessidades apresentadas por você

Discordo totalmente Discordo Não concordo nem
discordo Concordo Concordo totalmente

27. Os funcionários da CGTI compreendem as necessidades específicas apresentadas por você

Discordo totalmente Discordo Não concordo nem
discordo Concordo Concordo totalmente

Enviar Pesquisa

Concluído

Internet

100%