

A qualidade dos serviços prestados e a satisfação dos usuários em uma Biblioteca Universitária

Michele Marques Baptista

Bibliotecária Coordenadora do Setor de Atendimento da Biblioteca Central da Universidade de Caxias do Sul

Michele Poletto Lesina Leonardt

Funcionária da Biblioteca Central da Universidade de Caxias do Sul

Resumo

Este artigo apresenta uma pesquisa qualitativa com o objetivo de analisar como é realizado o atendimento na Biblioteca Central da Universidade Caxias do Sul, localizada na cidade de Caxias do Sul - RS. Neste estudo será apresentada a definição de qualidade, bem como o nível de satisfação e os elementos que influenciam os seus usuários em seu processo decisório. Para isso, foi realizada uma pesquisa de satisfação, com o objetivo de levantar a percepção dos usuários em relação à qualidade percebida nos serviços oferecidos pela Biblioteca,

e seus resultados foram analisados. A partir disso, podem-se identificar algumas oportunidades para a Instituição qualificar seus serviços e satisfazer seus usuários, e as conclusões desta análise podem orientar possíveis ações futuras.

Palavras-chave: Qualidade. Atendimento aos usuários. Biblioteca Universitária.

1 Introdução

Atender com qualidade os usuários é o principal desafio das bibliotecas na atualidade. Para tanto, deverá haver, segundo Denton (1990), uma equipe dedicada e com perfil adequado. O autor ainda afirma que isso é imprescindível para a empresa possuir um serviço com qualidade e que possa satisfazer seus clientes, sendo características essenciais na prestação de serviços.

Entretanto, Lovelock e Wright (2001) comentam que a qualidade dos serviços e a satisfação dos clientes não são a mesma coisa, já que as percepções dos clientes se baseiam em avaliações cognitivas de longo prazo e a satisfação é uma reação emocional de curto prazo. Muitas vezes, o que os clientes recebem não é aquilo que estavam esperando e isso traz um desconforto, também chamado de lacuna. Em relação aos prestadores de serviços, estes devem reduzir tais falhas ao máximo, para que consigam conquistar a confiança de seus clientes.

Cabe destacar que uma Biblioteca Universitária é uma universidade em si mesma, que tem papel imprescindível na preservação e disseminação de informações e conhecimento. Para que isso aconteça é preciso que haja uma equipe capaz e eficiente (PRADO, 2003). Já Silva e Araújo (2003) descrevem que a finalidade de uma biblioteca universitária é somente atender às necessidades de estudos, consultas e pesquisas de professores e alunos da Universidade.

Dentro do tema proposto, será analisado como é feito o atendimento aos usuários da Biblioteca Central (BICE), caracterizada por ser um processo bastante complexo, pois circulam em média 3.000 pessoas ao dia. Ressalta-se que a BICE é dividida em diversos setores, tais como: Videoteca (vídeos, CDs, DVDs), Periódicos (revistas, jornais e artigos), Referência (enciclopédias, dicionários, atlas, anais de congressos, folhetos, estando incluída neste setor a Biblioteca da Pós-graduação, dos Direitos da Criança, do Fundo Monetário Internacional (FMI), e as Coleções Especiais, juntamente com a Mapoteca), Base de dados, Centro de Documentação (Cedoc), Atendimento (empréstimos, devoluções, informações), Processo técnico e a Restauração. Na Biblioteca trabalham em torno de 40 funcionários, além de terceirizados.

2 Biblioteca Universitária

Biblioteca é um instrumento de autoeducação para desenvolver ideias. A universidade e a biblioteca, desde os mais remotos tempos, desempenham pa-

pel importante na função de preservar e disseminar conhecimento. Em uma biblioteca um elemento importante é o bom atendimento, o que promoverá um conceito alto para a mesma. Também é indispensável que todos os funcionários conheçam bem os setores, pois na falta de algum funcionário, não ficará prejudicado o seu funcionamento, afirma Prado (2003).

Na opinião de Milanese (1985), a universidade e a biblioteca refletem-se, além disso, o autor observa que a qualidade de uma instituição de ensino superior é medida pela excelência de sua biblioteca, não sendo aceitável uma universidade de alto nível com um acervo precário, pessoal incompetente e espaço inadequado.

Silva e Araújo (2003) dizem que em cada biblioteca há uma realidade diferente, pois está ligada a diversos contextos, sendo constituída de acordo com os interesses e necessidades de seus usuários. Porém, devem ter alguns objetivos que são essenciais: servir de instrumento e difusão cultural; atender a todos os usuários indistintamente; preservar os documentos e as informações neles contidas; possibilitar sua recuperação, divulgar em tempo hábil; promover e divulgar eventos culturais.

A principal função de uma Biblioteca Universitária é proporcionar aos usuários serviços de informação e disponibilizar suporte às atividades de ensino, pesquisa e extensão. As bibliotecas são distribuidoras de informações, desempenhando papel fundamental no desenvolvimento da sociedade, ocasionando transformações científicas, tecnológicas e educacionais em diversas áreas do conhecimento, diz Schweitzer (2007).

Em uma biblioteca, conforme Ribeiro, Silva e Marcondes (2007), é fundamental que seja desenvolvido um processo de qualidade e melhoria que potencialize o serviço oferecido, em outras palavras, não deve ter diferenças no serviço prestado e no que é desejado. Relatam ainda que os equipamentos e as instalações podem estar diretamente ligados à qualidade dos serviços.

2.1 Qualidade nos serviços

Segundo Rocha e Gomes (1993) vários conceitos de qualidade são encontrados na literatura, mas todos refletem um objetivo comum: a satisfação do usuário, conquista e garantia do mercado. Segundo Grönroos

(2004), qualidade de um serviço ou produto é qualquer coisa perceptiva ao usuário. O autor ainda afirma que a vantagem competitiva de uma empresa depende da qualidade do valor de seus bens e serviços devendo levar em conta de como a qualidade é percebida pelos clientes. Nessa direção, qualidade, para Shiozawa (1993), é a maximização do sucesso do usuário. “A qualidade dos serviços é percebida, muitas vezes, nos detalhes, e o conceito de qualidade, então, deve levar em conta o processo humano, se for o caso, na geração do serviço.” (EBERLE; MILAN, 2009, p. 30).

Em se tratando de prestação de serviços, um ponto importante é a equipe de contato, o atendimento em si, pois serão eles que farão a diferenciação e assim criar satisfação para os usuários, afirmam Hoffman e Bateson (2003). É o modo como as coisas serão feitas que será o fator decisivo na escolha do serviço, no qual o usuário será conquistado.

Assim, atendimento é descrito por Prazeres (1996) como a velocidade, competência e a disponibilidade com que os usuários são acolhidos e lhes são prestados os serviços. A busca pela qualidade nos serviços e, acima de tudo, um atendimento com qualidade devem ser constantes, pois será a partir desse contato que a biblioteca conquistará a confiança e a fidelidade junto aos seus usuários.

Nesse sentido, atendimento ao usuário, para Nobre (2003), consiste em uma atitude positiva de dar atenção, permitindo que ele manifeste suas necessidades, ouvindo-o com interesse, dando solução aos seus problemas, ou então, encaminhando-o à pessoa certa.

Por fim, Barcellos (2009) ressaltam a importância que a avaliação quantitativa da qualidade de produtos e serviços possui, e uma das formas de mensurar a qualidade percebida é através de modelos dinâmicos da satisfação do usuário. Nesse sentido, Milan e Maioli (2005) afirmam que a qualidade deve ser vista como um diferencial nos produtos e serviços para assim prover satisfação dos clientes. Kotler e Keller (2006) colocam que qualidade é o segredo para criar valor e satisfazer o cliente.

2.2 Satisfação dos usuários

Satisfação é a avaliação feita pelos usuários a respeito de um produto ou serviço, que será influenciada por atributos específicos do serviço e pelas percepções de qualidade. Fatores emocionais e necessidades pessoais terão influência para o sucesso ou fracasso do serviço,

podendo levar à insatisfação se o resultado não for conforme o esperado ou não tenha superado as expectativas dos usuários, segundo Zeithaml e Bitner (2003).

Kotler (1998) define satisfação como o sentimento de prazer ou decepção que é resultado da comparação do que foi recebido com as expectativas da pessoa. Na opinião de Denton (1990), a satisfação ocorre quando a empresa enfoca seus esforços em serviços com qualidade. Eberle e Milan (2009) complementam que satisfazer usuários é se preocupar com o atendimento ou não das expectativas.

Os usuários experimentam vários níveis de satisfação após cada serviço e avaliam se suas expectativas foram atendidas ou até mesmo ultrapassadas. Sendo essa satisfação um estado emocional, suas reações podem envolver raiva, insatisfação, irritação, indiferença ou alegria, complementam Lovelock e Wright (2001).

Com isso, Las Casas (2001) salienta que é necessário dar treinamento em todos os níveis da organização, usando de comunicação adequada, ou seja, os funcionários devem ser convencidos e gratificados pelos resultados obtidos. Outro fator importante é implantar uma filosofia empresarial de satisfação dos consumidores, não apenas transmitir regras. Os funcionários precisam acreditar que se os clientes forem bem tratados trarão benefícios a si mesmos.

Hoffman e Bateson (2003) colocam que é preciso que a biblioteca defina e meça a satisfação dos usuários, nunca devendo esperar por reclamações para então identificar os problemas na prestação de serviços. Antes de a biblioteca querer melhorar seus níveis de satisfação, deve primeiro descobrir se seus usuários estão satisfeitos ou insatisfeitos, o que pode ser feito com uma avaliação de satisfação. Usuários satisfeitos disseminam informações positivas, reduzindo o custo para atrair novos usuários, segundo Lovelock e Wright (2001).

Essa avaliação pode ser feita por meio de uma pesquisa de satisfação. Segundo Rossi e Slongo (1998), pesquisa de satisfação de usuários é uma parte do sistema de informações da biblioteca, que escuta o cliente através do ponto de vista do mesmo. Ela mede sua qualidade externa, podendo indicar caminhos para futuras tomadas de decisões. Os autores enfatizam que essa pesquisa traz vários benefícios, tais como:

- a) percepção mais positiva dos usuários quanto à biblioteca;
- b) informações precisas e atualizadas quanto às necessidades dos usuários;

- c) relações de lealdade com os usuários, baseadas em ações corretivas;
- d) confiança desenvolvida em função de maior aproximação com o usuário.

Também é importante, para Cobra (2001), que, além de satisfazer as necessidades dos usuários, é preciso procurar formas de encantá-los.

E isso implica em identificar necessidades latentes e descobrir desejos ocultos, de forma a desenvolver produtos e serviços que atendam as necessidades. Isto posto, é preciso desenvolver serviços surpreendentes e encantadores e, por fim, comunicar esses serviços aos clientes e consumidores finais. (COBRA, 2001, p. 148).

Assim, o autor afirma que há quatro passos para o encantamento dos usuários:

- a) a biblioteca deve saber quem são seus usuários e o que eles querem;
- b) diferenciar suas necessidades e valores;
- c) interagir com cada um;
- d) redefinir e customizar cada serviço a fim de atender as necessidades e expectativas dos seus usuários.

Usuários satisfeitos trazem valor para a biblioteca. Rust, Zeithaml e Lemon (2001) atribuem esse valor como sendo a base do relacionamento do usuário com a biblioteca. Seu valor é fortalecido à medida que as experiências de pesquisa e uso dos serviços pelos usuários satisfaçam ou excedam suas expectativas; mas o contrário pode acontecer também, se o usuário fica insatisfeito com um serviço ou produto, ele pode se transformar em um transtorno para a biblioteca.

3 Caracterização do ambiente de pesquisa

O presente estudo foi desenvolvido na Biblioteca Central da Universidade Caxias do Sul, localizada na cidade de Caxias do Sul, no Estado do Rio Grande do Sul, sendo fundada em 1967 com o intuito de desenvolver a região.

Na Instituição são prestados vários serviços aos usuários, tais como: empréstimos de materiais, pesquisas acadêmicas, eletrônicas, entre outros; aos alunos e professores. Além de disponibilizar pesquisas de diferentes materiais (jornais, revistas, artigos, livros, etc) à comunidade em geral.

3.1 Objetivos da pesquisa

Objetivo geral, para Furasté (2006), é a definição com precisão e clareza dos resultados a que se pretende chegar, ou seja, é o fim que se quer alcançar. Sendo assim, o objetivo geral da pesquisa é analisar o processo de atendimento aos usuários da Biblioteca Central da Universidade Caxias do Sul (BICE/UCS).

Quanto aos objetivos específicos, por sua vez, para Lakatos e Marconi (2001), há uma função intermediária e instrumental, que permite atingir o objetivo geral. Dessa forma, os objetivos específicos do trabalho são:

- a) mapear e descrever o processo em estudo;
- b) identificar oportunidades de melhorias;
- c) propor melhorias no processo de atendimento aos usuários;
- d) mapear e diagramar o processo proposto;
- e) discutir a viabilidade técnica e operacional das ações propostas.

3.2 Método de pesquisa: técnicas e procedimentos adotados

Existem muitas formas de se caracterizar uma pesquisa. Segundo Pacheco Júnior, Pereira e Pereira Filho (2007), ela é caracterizada segundo a natureza das variáveis, o grau e a natureza, o objetivo, a coleta de dados, a amplitude e a profundidade da pesquisa. Assim, existem três aspectos a considerar:

- a) natureza: pode ser considerada como qualitativa ou quantitativa;
- b) tipo de pesquisa: exploratória, descritiva ou conclusiva causal;
- c) profundidade e amplitude da pesquisa.

Para Mattar (2001) as pesquisas descritivas são aquelas que têm por características: objetivos bem definidos, procedimentos formais, são bem estruturadas e dirigidas para a solução de problemas. A pesquisa qualitativa, para McDaniel e Gates (2005), é empregada para indicar pesquisas cujas descobertas não são sujeitas à quantificação nem à análise quantitativa.

O tipo de pesquisa escolhido neste trabalho foi a qualitativa descritiva, pois ela é umas das pesquisas de marketing mais utilizadas, na qual o pesquisador sabe exatamente o que pretende, quem e o que deseja medir, quando, onde e como o fará e por que deverá ser feito.

Este trabalho está dividido em três etapas distintas: a primeira está constituída pela análise das respostas obtidas por meio de um roteiro de questões; a segunda relaciona-se à análise das respostas obtidas; e a terceira foi à análise geral e o grau de satisfação dos usuários.

3.3 Qualidade percebida em relação aos serviços prestados

Segundo Slack (1997, p. 552), “qualidade é a consistente conformidade com as expectativas dos consumidores [...]”, mas basear a definição de qualidade em expectativas é um problema, pois pode acontecer que as expectativas variam entre os usuários, com isso, as percepções também variam. Nos serviços essa variação acontece mais pelo fato de serem intangíveis, e isso leva os usuários a terem percepções diferentes em diversos momentos (SLACK, 1997).

Nesse sentido, Grönroos (1999) coloca que a qualidade nos serviços deve ser aquela que os usuários percebem, pois é a comparação das percepções com as expectativas dos clientes. De acordo com Kotler (1998), a qualidade percebida está relacionada com a satisfação dos usuários.

Para Gale (1996) a qualidade percebida é o que os usuários pensam a respeito dos produtos ou serviços, comparando com os da concorrência, enquanto o valor percebido é a qualidade que o mercado percebe em relação ao produto ou serviço. Consoante isso, Milan, Brentano e De Toni (2008) reforçam que o mais importante é o que o usuário percebe em relação à qualidade.

Grönroos (1999) acrescenta que a qualidade percebida pode ser dividida em duas: a técnica e a funcional, em que a técnica é o resultado do processo produzido por determinado processo, e a funcional está relacionada ao processo de produção do serviço, ou seja, de como o usuário recebe o serviço e o vivencia.

Ainda no que diz respeito ao conceito de qualidade percebida, segundo Zeithaml e Bitner (2003, p. 87): “Os clientes percebem os serviços em termos da qualidade dos serviços e de quão satisfeitos eles estejam com respeito ao conjunto total de suas experiências de serviços.” Fitzsimmons e Fitzsimmons (2000) acrescentam que a qualidade em serviços não pode ser objetivamente mensurada, pois contém muitas características psicológicas.

A qualidade percebida também é dividida em seis critérios:

- a) profissionalismo e habilidades, que estão relacionados a resultados, e são uma dimensão técnica da qualidade;
- b) reputação e credibilidade: tem relação com a imagem e satisfaz, tendo uma função de filtragem;
- c) atitudes e comportamento, facilidade de acesso e flexibilidade, confiabilidade e honestidade e recuperação, que são relacionados a processos e representam uma função da qualidade (GRÖNROOS, 1999).

Para os autores Giansi e Corrêa (1994) o fator qualidade é dado pela comparação entre a percepção do serviço prestado e a expectativa que o usuário tem com o mesmo. O usuário não ficará satisfeito se o nível de percepção estiver abaixo do esperado, e assim terá a percepção de um serviço sem qualidade, podendo a qualidade também ser definida como o grau de satisfação.

Eles afirmam que as expectativas e a percepção estão relacionadas ao serviço prestado, e possuem alguns aspectos:

- a) consistência, que tem relação com a experiência anterior, não varia no processo e nem no resultado;
- b) competência, habilidade e conhecimento para executar o serviço;
- c) velocidade de atendimento, prontidão da empresa e seus funcionários em prestar o serviço;
- d) flexibilidade, ser capaz de mudar e adaptar a operação;
- e) credibilidade/segurança, baixa percepção de risco;
- f) acesso, localização conveniente;
- g) tangíveis, aparência de qualquer evidência física;
- h) custo, fornecer serviços a baixo custo.

Corrêa e Caon (2002) afirmam que uma gestão da qualidade eficiente é responsável por gerar níveis de satisfação que garantam que os usuários fiquem fidelizados. Mais que usuários retidos, eles serão divulgadores da empresa no seu círculo de influências, o que levará a ampliação da participação de mercado e acima de tudo conquistar novos usuários.

Por fim, também pode ser definida como “a qualidade percebida dos serviços é um componente da satisfação de clientes” (ZEITHAML; BITNER, 2003, p. 87). Qualidade essa que também pode ser influenciada pelas expectativas e percepções dos usuários, aumentando o nível de satisfação, e conseqüentemente, a retenção e lealdade. (MILAN; TREZ, 2005).

4 Desenvolvimento da pesquisa

Foi realizada a pesquisa com 100 usuários da Biblioteca Central entre os dias 1º e 2 de outubro de 2009, feito de forma aleatória. Para a caracterização da pesquisa, foi entregue um questionário, conforme modelo em anexo, no qual foram levantadas informações sobre o sexo, idade e a relação que o entrevistado tem com a instituição.

4.1 Análise e interpretação dos resultados

De acordo com os entrevistados, verifica-se que a maioria está satisfeita com os serviços prestados pela Biblioteca em modo geral. Na coleta de dados pode-se observar que 53% dos entrevistados são do sexo feminino e têm idade média de 23 anos e 47% são pessoas do sexo masculino com uma média de idade de 28 anos. Em relação ao vínculo com a Instituição, foi observado que 57% dos entrevistados são alunos da graduação, 15%, da pós-graduação (incluindo cursos de especialização, mestrado e doutorado) e outros 28%, funcionários, professores, alunos do Centro Tecnológico Universidade de Caxias do Sul (CE-TEC/UCS) e visitantes. A pesquisa mostrou que mais de 60% dos entrevistados estão satisfeitos com a estrutura geral apresentada pela Biblioteca.

Por meio da análise descritiva dos dados, pode-se identificar o grau de satisfação dos alunos nos atributos analisados. Foi verificado que 72% dos entrevistados estão satisfeitos com a adequação dos espaços existentes e apenas 5% mostraram-se insatisfeitos. Com relação aos itens clareza no atendimento, rapidez, disponibilidade dos funcionários, cortesia e disposição, a grande maioria demonstrou estar satisfeita, com percentuais de mais de 50%; 20% estão totalmente satisfeitos; por outro lado, menos de 10% mostraram-se insatisfeitos nesses aspectos.

No item de divulgação de informações sobre a Biblioteca pode-se verificar que 36% estão satisfeitos; por outro lado, 31% estão insatisfeitos. Verificou-se também que outro ponto teve índices altos de apro-

vação e desaprovação: as salas de estudos, a maioria está satisfeita, com 44%, mas um percentual de mais de 20% estão insatisfeitos. Outro item que também teve bastante desaprovação foi o item acervo de livros existente, com percentual de 26%.

Também pode-se verificar que um percentual razoável dos entrevistados desconhecem alguns serviços apresentados pela Biblioteca, entre eles o acervo da videoteca (vídeos e DVDs), com percentual de 26%, o acervo de referência (dicionários e enciclopédias), com 19% dos entrevistados, o acervo de revistas, com 15%, e as salas de multimeios, com 20% dos pesquisados.

Os serviços prestados pelo posto de devolução, recepção, balcão de atendimento e balcão de empréstimos tiveram aprovação dos usuários também com índices de mais de 60%, o que demonstra que estão satisfeitos com esses serviços.

Em relação à organização do acervo, mais de 60% dos entrevistados estão satisfeitos. No item horário de atendimento da Biblioteca teve um alto índice de usuários muito satisfeito 21%, e também 50% estão satisfeitos, mostrando um índice muito baixo de desaprovação apenas 2% estão totalmente insatisfeitos com o mesmo.

O resultado da pesquisa demonstra que a grande maioria dos usuários da Biblioteca Central está satisfeita com toda a estrutura da mesma, incluindo a parte do atendimento, das dependências e no geral do acervo dos diversos materiais.

4.2 Oportunidades de melhorias

A partir da percepção dos entrevistados, foram identificados oportunidades de melhorias nos serviços prestados, o que pode ser desdobrado em algumas ações:

- a) melhorar as divulgações de informações sobre a Biblioteca, pois muitos afirmam que as mesmas são insuficientes;
- b) verificar possibilidades de aquisições de livros de outra forma, o normal é a compra pelos Centros Acadêmicos. Seria interessante ter uma cota de aquisição pela Biblioteca, onde seriam adquiridos os livros mais procurados; ou mesmo por sugestões dos alunos;
- c) melhorar as salas de estudos, pois esta é uma das grandes insatisfações dos entrevistados, que disseram que há muito barulho com as atuais e que são abafadas (deveriam ser mais ventiladas), causando transtornos.

Outro ponto a levar em consideração é que muitos entrevistados desconhecem vários serviços disponibilizados pela Biblioteca: acervo da videoteca (vídeos, DVDs e mapas), o acervo de referência (dicionários, enciclopédias e atlas), o acervo de revistas e jornais e as salas de multimeios, os quais são muito ricos em materiais. Nesse caso, poderia ser feito uma divulgação maior desses serviços, para serem mais bem utilizados e aproveitados pelos usuários da Biblioteca.

5 Considerações finais

Pelos resultados provenientes da pesquisa pode-se verificar a existência de uma relação entre a qualidade percebida pelos usuários e a que é realmente proporcionada pela Biblioteca, o que demonstra a preocupação que a mesma tem com a qualidade, e isso sempre deve ser reforçado.

É fundamental que as bibliotecas universitárias, excetuando as peculiaridades de cada uma, desen-

volvam e implementem alguns estudos de avaliação dos serviços que prestam, onde poderá ser avaliada a qualidade e a satisfação junto de seus usuários e, com isso, poderão valorizar melhor seu principal público, os alunos, que são a maioria dos frequentadores da Biblioteca.

Outro ponto a ser observado é que, em decorrência dos fatores identificados pelos níveis de satisfação apresentados, podem ser tomadas decisões no que diz respeito às prioridades da Biblioteca, como, por exemplo, investimentos na parte de instalações (salas de estudos), divulgação (informações pela internet) e possíveis mudanças na compra de acervo de livros.

Pode-se observar neste artigo que a qualidade dos serviços prestados influencia muito a satisfação dos clientes. Espera-se que este trabalho tenha chegado ao seu objetivo principal, qual seja, conhecer o atendimento da Biblioteca, e assim mostrar como a qualidade influencia na satisfação.

University library users' satisfaction and its attendance service quality: a qualitative study

Abstract

This article presents a qualitative study that aimed to analyze how the attendance service is performed at the Central Library of the Universidade de Caxias do Sul, from Caxias do Sul - RS. The study presents a definition of quality, satisfaction levels and factors that affect its users in their decision making process. Then, a qualitative survey was carried out aiming at investigating users' perception and what connotes service quality in their minds, and its results were analyzed. From this, one can identify some

opportunities for the institution to improve its services and satisfy its users, and the achieved conclusions may be turned into possible future actions.

Keywords: *Quality. Library attendance service. University library.*

Referências

ALBRECHT, Karl; ZEMKE, Ron. **Serviço ao cliente:** a reinvenção da gestão do atendimento ao cliente. Rio de Janeiro: Campus, 2002. BARCELLOS, Paulo Fernando Pinto. O valor financeiro da satisfação do cliente: reflexões em nível macro e microeconômico. In: MILAN, Gabriel Sperandio; BRANCHI, Nelson Vinicius Lopes. **Administração mercadológica:** teorias e pesquisas. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2004-2009. v. 3, cap. 11, p. 275-296.

CORRÊA, Henrique Luiz; CAON, Mauro. **Gestão de serviços:** lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes. São Paulo: Atlas, 2002.

COBRA, Marcos. **Estratégias de marketing de serviços.** São Paulo: Cobra, 2001. DENTON, D. Keith. **Qualidade**

- em serviços:** o atendimento ao cliente como fator de vantagem competitiva. São Paulo: Makron Books, 1990.
- EBERLE, Luciene; MILAN, Gabriel Sperandio. **Identificação das dimensões da qualidade em serviços:** um estudo aplicado em uma instituição de ensino superior localizada em Caxias do Sul-RS. Caxias do Sul, RS, 2009. 147 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2009.
- FERRELL, O. C.; HARTLINE, Michael D. **Estratégia de marketing.** São Paulo: Thomson, 2005.
- FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona. **Administração de serviços:** operações, estratégia e tecnologia de informação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- FURASTÉ, Pedro Augusto. **Normas técnicas para o trabalho científico:** elaboração e formatação. 14. ed. ampl. e atual. Porto Alegre, RS: [s.n.], 2006.
- GALE, Bradley T. **Gerenciando o valor do cliente:** criando qualidade e serviços que os clientes podem ver. São Paulo: Pioneira, 1996.
- GIANESI, Irineu G. N.; CORRÊA, Henrique Luiz. **Administração estratégica de serviços:** operações para a satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 1994.
- GRÖNROOS, Christian. **Marketing:** gerenciamento e serviços: a competição por serviços na hora da verdade. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- _____. **Marketing:** gerenciamento e serviços. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. **Princípios de marketing de serviços:** conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Thomson, 2003.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing:** análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- _____; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico:** procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 6. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001.
- LARÁN, Juliano Aita; ESPINOZA, Francine da Silveira. Consumidores satisfeitos, e então? Analisando a satisfação como antecedente da lealdade. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 8, n. 2, p. 51-70, abr./jun. 2004.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing:** conceitos, exercícios, casos. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- LOVELOCK, Cristopher H.; WRIGHT, Lauren. **Serviços:** marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.
- MCDANIEL JR., Carl; GATES, Roger. **Fundamentos de pesquisa de marketing.** 4. ed. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2005.
- MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing.** 3. ed. compacta. São Paulo: Atlas, 2001.
- MILAN, Gabriel Sperandio; BRENTANO, Juliana; DE TONI, Deonir. A qualidade percebida dos serviços prestados por uma agência de comunicação e satisfação do cliente: um estudo exploratório. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 10, n. 26, p. 17-26, jan./mar. 2008.
- _____; MAIOLI, Francele Caroline. Os principais atributos relacionados aos serviços prestados por uma instituição de ensino superior e satisfação dos alunos. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO (ENEGEP), 25., 2005, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre, ENEGEP, 2005.
- _____; TREZ, Guilherme. Pesquisa de satisfação: um modelo para planos de saúde. **Revista de Administração - Eletrônica**, São Paulo, v. 4, n. 2, art. 17, jul./dez., 2005.
- MILANESI, Luís. **O que é biblioteca.** 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- NOBRE, Jorge Alberto. **Sua excelência o cliente:** qualidade no atendimento. 7. ed. Porto Alegre: Passaporte para o sucesso, 2003.

- PACHECO JÚNIOR, Waldemar; PEREIRA, Vera Lúcia Duarte do Valle; PEREIRA FILHO, Hyppólito do Valle. **Pesquisa científica sem tropeços**: abordagem sistêmica. São Paulo: Atlas, 2007.
- PRADO, Heloísa de Almeida. **Organização e administração de bibliotecas**. 2. ed. rev. São Paulo: T. A. Queiroz, 2003.
- PRAZERES, Paulo Mundin. **Dicionário de termos da qualidade**. São Paulo: Atlas, 1996.
- ROCHA, E. C.; GOMES, S. H. A. Gestão da qualidade em unidades de informação. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 22, n. 2, p. 142-52, 1993.
- RIBEIRO, Maria Solange Pereira; SILVA, Rose Meire da; MARCONDES, Márcia Regina Sevillano. **Gerenciamento na busca de qualidade nos serviços de atendimento**. Disponível em: <www.alb.com.br/anais16/sem02pdf/sm02ss07_05.pdf>. Acesso em: 2 de ago. 2009.
- ROSSI, Carlos Alberto Vargas; SLONGO, Luiz Antônio. Pesquisa da satisfação de clientes: o estado-da-arte e proposição de um método brasileiro. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 2, n. 1, jan./abr. 1998.
- RUST, Roland T.; ZEITHAML, Valarie A.; LEMON, Katherine N. **O valor do cliente**: o modelo que está reformulando a estratégia corporativa; customer equity. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do consumidor**: conceitos e casos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- SCHWEITZER, Fernanda. Os novos perfis dos profissionais da informação nas bibliotecas universitárias. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, Nova Série, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 80-88, jul./dez. 2007.
- SHIOZAWA, Ruy Sergio Cacesse. **Qualidade no atendimento e tecnologia da informação**. São Paulo: Atlas, 1993.
- SILVA, Divina Aparecida da Silva; ARAUJO, Iza Antunes. **Auxiliar de biblioteca**: técnicas e práticas para formação profissional. 4. ed. rev. aum. São Paulo: Thesaurus, 2003.
- SLACK, Nigel. **Administração da produção**. São Paulo: Atlas, 1997.
- UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL. **Sistema de Bibliotecas**: Biblioteca Central. Disponível em: <www.ucs.br>. Acesso em: 15 abr. 2009.
- ZEITHAML, Valerie A.; BITNER, Mary Jo. **Marketing de serviços**: a empresa em foco no cliente. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

Data de recebimento: 22/05/2010

ANEXO

Pesquisa de Satisfação de Usuários junto a Biblioteca Central da Universidade Caxias do Sul

Identificação:

Sexo:

feminino masculino

Idade: _____

Relação com a UCS:

graduação pós-graduação funcionário professor aluno cetec outros

Questões:

	Totalmente insatisfeito	Insatisfeito	Satisfeito	Totalmente satisfeito	Não sei
Adequação dos espaços existentes					
Clareza no Atendimento					
Rapidez no atendimento					
Estrutura geral da biblioteca					
Serviços prestados via internet					
Serviços no posto de devolução					
Serviços da recepção					
Serviços no balcão de empréstimos					
Serviços no balcão de atendimento					
Horário de atendimento da biblioteca					
Organização do acervo					
Acervo de vídeos, DVDs					
Acervo referencia					
Acervo livros					
Acervo revistas					
Disponibilidade dos funcionários					
Divulgação de informações sobre a biblioteca					
Salas de multimeios					
Salas de estudos					
Cortesia dos funcionários					
Disposição dos funcionários					