

# Avaliação da Qualidade Orientada ao Usuário do Museu Capixaba do Negro: Aplicação da Abordagem Teórico- Metodológica Servqual em um Espaço Museológico de Vitória-ES



## Resumo

Este trabalho avalia a qualidade dos serviços prestados no Museu Capixaba do Negro de Vitória/ES utilizando o método de Parasuraman, Zeithaml e Berry, o Servqual. Examina a Matriz Importância X Desempenho como ferramenta para análise dos dados em relação às dimensões da qualidade: Confiabilidade, Empatia, Garantia, Receptividade e Tangibilidade. A metodologia deste estudo possui caráter descritivo de natureza quantitativa. Seu delineamento é do tipo levantamento com a utilização de questionário e da técnica do incidente crítico. Os resultados obtidos nessa pesquisa evidenciam que os clientes consideram a dimensão Tangibilidade importante, pois obteve um índice baixo de insatisfação. Outro diagnóstico demonstra o que os usuários consideram importante e estão satisfeitos com a dimensão Receptividade. Recomenda-se o método Servqual para avaliação da qualidade nos espaços não formais de educação e a sua utilização como ferramenta útil para a gestão e a tomada de decisões, considerando os pontos fortes e fracos das instituições apresentados no resultado da pesquisa, que gera informações sob a ótica da clientela.

Palavras-chave: Qualidade. Servqual. Espaços não formais de Educação. Museologia.

Marcelo Calderari Miguel<sup>1</sup>  
Vitorino Fontenele Freire<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Graduado em Ciências Contábeis pela FEAD-MG e Biblioteconomia pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Graduando em Administração pela UFES Email: marcelocalderari@yahoo.com.br

<sup>2</sup>Mestrando em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) e Graduado em Ciências Sociais pela UFES. Graduando em Ciências Contábeis pela UFES. Email: vitorinobb@yahoo.com.br

### Abstract

*This study evaluates the quality of services provided in Capixaba Museum Negro in the city of Vitoria/ES using the method Parasuraman, Zeithaml and Berry, the Servqual. Examines Importance matrix vs. Performance as a tool for data analysis in relation to the dimensions of quality: Reliability, Empathy, Warranty, Responsiveness and Tangibility. The methodology of this study has descriptive quantitative. Its kind is of survey type using questionnaire and critical incident technique. The results of this research evidence that customers consider Tangibility dimension that is important, and low it is rate of dissatisfaction. Another diagnosis demonstrates that users consider important and pleased the with the receptivity dimension. It is recommended to Servqual method for evaluating the quality of non-formal spaces of education and its use as a useful tool for management and decision-making, considering the strengths and weaknesses of the institutions presented in the search result, which generates information on the perspective of the customer.*

*Keywords: Quality. Servqual. Non-formal Spaces of Education. Museology.*

### INTRODUÇÃO

No presente artigo pretende-se abordar o seguinte problema: quais percepções e expectativas têm os usuários do Museu Capixaba do Negro “Verônica da Paz” (Mucane) sobre o serviço ofertado? O objetivo principal da pesquisa é avaliar a qualidade do serviço ofertado em um espaço não formal de educação<sup>1</sup> e, apresentar a abordagem teórico-metodológica Servqual como instrumento capaz de aferir a relevância das dimensões da qualidade, assinalando até que ponto o nível de serviço prestado vai ao encontro das expectativas dos clientes.

O Estatuto de Museus, Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009, criado pelo Instituto Brasileiro de Museus – Ibram, estabelece critérios básicos para o enquadramento de instituição na categoria museus<sup>2</sup>, define as suas responsabilidades e quais são as responsabilidades do museu. Enquadram-se na Lei as instituições e processos museológicos que trabalham com patrimônio cultural, sem fins lucrativos; as instituições que prestam serviços de preservação, educação, pesquisa, contemplação e turismo das coleções de qualquer natureza cultural e também aquelas que buscam o desenvolvimento cultural, socioeconômico e participativo das comunidades no território e abertos ao público.

Aproximando esse conceito com a gestão institucional<sup>3</sup> do Mucane, verifica-se que a apreensão com a qualidade ressalta de forma evidente os objetivos e princípios a serem observados. O Decreto do Município de Vitória-ES, nº 15.078, em seu artigo 1º, ressalta no que tange à temática “[...] identificação, estudo, conservação, documentação, exposição e ação socioeducativa” contribuindo para que o Museu Capixaba do Negro seja uma instituição contemporânea em que o negro seja capaz de se reconhecer hoje e, entre os objetivos destacam-se, nos incisos IX e XIII do artigo 2º, uma amplitude social amparada na qualidade de suas ações educacionais e fomentadora de ensino e difusão da diversidade cultural (cultura afro, pouco presente nos museus tradicionais) em total consonância com a nova museologia e a Política Nacional de Museus (PNM).

Evidentemente a museologia apregoa que os museus sejam lugares de movimento, educação, interação sociocultural, consciência política e cidadania. O auge de todas estas mudanças<sup>4</sup> advém das bases lançadas em 2003, com a nova PNM, apontando novos caminhos e as diretrizes<sup>5</sup> para a implantação da Nova Museologia no Brasil. A PNM tem como objetivo geral a promoção da valorização, preservação e fruição do patrimônio cultural brasileiro, aqui entendido como um dispositivo de inclusão social e cidadania e é composta por sete princípios orientadores, organizados em sete eixos programáticos, que são:

*“1. Estabelecimento e consolidação de políticas públicas no campo do patrimônio cultural, da institucionalização da memória social e dos museus, visando à democratização das instituições [...]; 2. Valorização do patrimônio cultural sob a guarda dos museus [...]; 3. Desenvolvimento de processos educacionais para o respeito à diferença e à diversidade cultural do povo brasileiro frente aos procedimentos políticos de homogeneização*

<sup>1</sup>Os espaços não formais de educação são muito diversificados e possuem um perfil multidisciplinar e lúdico. Compreende aos seguintes espaços institucionais: Museus, Planetários, Teatro Digital, Jardins Botânicos, Zoológicos, Observatórios Astronômicos, Centros de Ciências, dentre tantos outros. Desta forma, integra diversos saberes de artes, ciências sociais, filosofia e humanidades, fortalecendo ainda mais o processo de valorização dos costumes locais.

<sup>2</sup>Como exemplo citam-se, entre outros: Museu Casa da Hera (RJ), Museu Casa da Princesa (GO), Museu Casa de Benjamin Constant (RJ), Museu Casa dos Ottoni (MG), Museu Casa Histórica de Alcântara (MA), Museu Chácara do Céu (RJ), Museu da Abolição (PE), Museu da Inconfidência (MG), Museu da República (RJ), Museu das Bandeiras (GO), Museu das Missões (RS), Museu de Arqueologia de Itaipu (RJ), Museu de Arte Religiosa e Tradicional de Cabo Frio (RJ), Museu de Arte Sacra da Boa Morte (GO), Museu de Arte Sacra de Paraty (RJ), Museu do Açude (RJ), Museu do Diamante (MG), Museu do Ouro (MG), Museu Forte Defensor Perpétuo de Paraty (RJ), Museu Histórico Nacional (RJ), Museu Lasar Segall (SP), Museu Nacional de Belas Artes (RJ), Museu Regional de Caeté (MG), Museu Regional de São João del-Rei (MG), Museu Solar Monjardim (ES), Museu Victor Meirelles (SC), Museu Villa-Lobos (RJ), Palácio Rio Negro (RJ), Museu Mariano Procópio (MG).

<sup>3</sup>O Mucane tem como missão desenvolver a consciência através da arte africana e afrodescendente, em todas as suas manifestações, tornando acessível através da educação, da preservação e da pesquisa o patrimônio material e imaterial da cultura afro-brasileira à população afrodescendente, por meio da consciência negra e o conhecimento de nossas africanidades interiores.

<sup>4</sup>Mas as mudanças culturais e políticas da década de 1960 impulsionaram as mudanças no campo museal, com a Mesa Redonda de Santiago do Chile -

1972, que propunha o museu como instrumento educacional e político a serviço da sociedade e a Declaração de Quebec, consolidando os pilares do Movimento Internacional da Nova Museologia (MINOM). Após este período histórico, foi institucionalizado no Brasil o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, IPHAN.

<sup>5</sup>A nova PNM e a atuação do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) nortearam significativas melhorias: capacitação museológica dos profissionais e dos voluntários; melhoria no atendimento, na conservação, preservação, restauração e revitalização dos museus.

<sup>6</sup>Portanto, a importância da qualidade na contemporaneidade se deve ao exame dos serviços ofertados; a constatação de excelência da qualificação gera empoderamento institucional. Nesse esforço, sistematicamente vemos que a questão da avaliação torna-se um aspecto do qual não se pode descuidar e está inserida em amplas dimensões: social, cultural, política e econômica.

<sup>7</sup>Cabe assinalar que os ambientes não formais de educação também necessitam avaliar seus serviços e que a satisfação do usuário representa sua finalidade última. Contudo, há uma flagrante ausência de estudos nessa área.

<sup>8</sup>O Museu foi criado em 13 de maio de 1993, pelo então Governador do Estado Albuino Azeredo, primeiro governador negro do Brasil, por meio do Decreto Lei nº 3.527, publicado na mesma data. Cabe destacar, nesse cenário, o importante papel da Universidade Federal

*decorrentes da globalização; 4. Reconhecimento e garantia dos direitos das comunidades [...] e dos procedimentos técnicos e políticos de definição do patrimônio a ser preservado; 5. Estímulo e apoio à participação de museus comunitários, ecomuseus, museus locais, museus escolares e outros [...]; 6. Incentivo a programas e ações que viabilizem a conservação, preservação e sustentabilidade do patrimônio cultural [...]; 7. Respeito ao patrimônio cultural das comunidades indígenas e afro-descendentes [...]*” (BRASIL, 2003).

Como nos lembra Brandão (1985) é preciso perceber que ação educativa não se limita à escola; ela se estende à família, à igreja e, mais atualmente, a tantas outras associações, ONGS, comunidades e múltiplos espaços de educação não formal. Nesse cenário, o museu adquire um maior peso na sua função social, de educação e conscientização e, vai além na concepção das práticas culturais, ao se propor a novos desafios, atuando e participando da tomada de decisões sobre o desenvolvimento e melhorias da qualidade<sup>6</sup> de vida da comunidade na qual esteja inserido.

*“[...] Ninguém escapa da educação [...] a educação existe onde não há escola e por toda a parte pode haver redes e estruturas sociais de transferência de saber de uma geração a outra, onde ainda não foi sequer criado a sombra de algum modelo de ensino formal e centralizado”* (BRANDÃO, 1985, p. 13)

O gestor do espaço não formal de educação pode colaborar no processo de autoavaliação institucional, identificando e testando metodologias para avaliar seus serviços e melhor compreender as expectativas dos usuários em relação aos serviços ofertados. A partir desse conhecimento, a visão do cliente passa a fazer parte da tomada de decisões garantindo, dessa maneira, vantagem e qualidade para a organização como um todo.

Diante da aceção de melhoria da qualidade dos serviços<sup>7</sup>, Brandão (2007) afirma que é importante que os espaços de educação não formal avaliem e reavaliem permanentemente seus objetivos e sua relação com o público. Para estudarmos esses aspectos propulsores da qualidade dos serviços a partir dessa nova concepção de museu, como um espaço vivo e interativo, um espaço não formal de educação, temos que considerar a ótica da clientela. Nesse sentido, buscamos compreender a participação do ser humano não só como inovador mas que traz, em seu cerne, a razão de existir das instituições e o compromisso com uma determinada responsabilidade social que seja vislumbrada.

Vale destacar que, diante da aceção de melhoria, é pertinente propor uma abordagem teórico-metodológica visando avaliar a qualidade dos serviços prestados pelo Mucane<sup>8</sup> – um museu que simboliza um marco da resistência da cultura de origem africana no Estado do Espírito Santo e que ao longo de sua trajetória cultivou uma ambiência acolhedora e interativa. Contudo, este meio pode ser restritivo se

ênfazer apenas resultados com ênfase mercadológica e pouco social. A necessidade da avaliação de serviço requer a institucionalidade da “qualidade” com ações que visem à transversalidade cultural e à construção de cidadania, viabilizando um quadro de perenidade e excelência nos serviços prestados.

A proposta deste trabalho vislumbra o uso do método Servqual, que se infiltrou paulatinamente como instrumento avaliativo<sup>9</sup> em museus, jardins botânicos e bibliotecas, porém não se tem notícia de sua aplicação em relação à nova Política Nacional de Museus. Portanto, é possível imaginar que estudos propendendo na percepção da qualidade por sua clientela são realizados pelas instituições museólogas, no entanto, como não há registros dessas pesquisas, não se sabe com certeza que métodos vêm sendo adotados.

O escopo deste trabalho se justifica pela relevância das discussões em torno da “qualidade de serviços” e as possibilidades de contribuir, especificamente, para a melhoria e popularização do espaço não formal de educação. No que tange à relevância, visa-se mostrar a importância da avaliação nos espaços não formais de educação, fornecendo subsídios para promoção de futuros parâmetros, diálogos e políticas públicas. É fascinante poder discutir a avaliação da qualidade em ambientes não formais de ensino, principalmente porque existem no Brasil mais de três mil museus (21% dos municípios brasileiros possuem pelo menos um museu e outros cem em fase de implantação), os museus são agentes de mudança social e desenvolvimento regional e há um fomentado debate sobre a atuação dos museus no Plano Nacional de Educação<sup>10</sup>.

Nas considerações finais, apresentamos uma análise de toda a pesquisa realizada e responde-se pontos pertinentes das percepções e expectativas dos usuários sobre o serviço ofertado, aferindo a relevância das dimensões (tangibilidade, confiabilidade, receptividade, garantia e empatia). Cabe destacar que o resultado aponta um panorama geral da qualidade do serviço percebida pela clientela, de forma a diagnosticar a interatividade e o “fazer museal”.

## REVISÃO DA LITERATURA

Hodiernamente, as mudanças são cada vez mais rápidas e identifica-se que a preocupação com a qualidade de bens e serviços não é recente. A questão da qualidade sempre esteve presente na vida do homem e vale destacar que o enfoque na qualidade evolui à medida em que as relações sociais e econômicas do homem se tornam mais complexas. Mais do que uma simples evolução do conceito de Qualidade em Serviços, implica um processo contínuo e recorrente com um aumento progressivo da sua importância na economia mundial, tornando-se um fator preponderante.

A evolução dos métodos de medição tem acompanhado o desenvolvimento do conceito da qualidade de produtos e serviços, adequando-se às novas exigências e ao aumento da abrangência. Encetada em meados da década de 1920, a abordagem da qualidade com a concepção do Controle Estatístico de Processo (CEP), do Ciclo PDCA (Ciclo Plan; Do; Check; Act to correct) e da Gestão da Qualidade Total (GQT ou TQM), na década de 1950.

do Espírito Santo (UFES) que em 1988 (Centenário da Abolição) fomentou a ideia de se criar um museu sobre o negro capixaba e a atuação da Doutora Maria Verônica da Paz (idealizadora e fundadora), que deu início à ocupação estratégica do prédio.

<sup>9</sup>Nota-se, ainda, que a avaliação da qualidade também passa a ser importante indicativo do ensino no Brasil: as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN), o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Básica (Saeb), o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes) e o Sistema Nacional de Pós-Graduação (SNPG) assinalam a importância da avaliação e, também, a possibilidade de contribuir para a melhoria da qualidade do ensino formal.

<sup>10</sup>Diante da aceção de melhoria da qualidade dos serviços públicos de um modo geral, o Deputado Ângelo Vanhoni vem anunciando que a atividade museológica está relacionada a uma identidade mais profunda do ser humano, uma “identidade da alma”, e aponta que o Brasil precisa dar um salto no fortalecimento de sua cidadania cultural (BRASIL, 2011).

Em linhas gerais, os autores Davis, Aquilano e Chase (2001) afirmam que qualidade é a filosofia de gestão que se preocupa em conseguir o pleno atendimento das necessidades e a máxima satisfação das expectativas dos clientes em relação à organização. A qualidade de um produto tangível ou intangível é que vai proporcionar a satisfação do cliente e, por consequência, o sucesso de uma instituição. Por isso, Costa Filho (2012, p. 18) afirma que “[...] conhecer a qualidade de serviços pelo ponto de vista dos clientes é essencial para tomada de decisões sobre as ações da gestão das organizações”.

Conceitualmente, a “qualidade” pode ser definida de distintas formas. Neste estudo escolheu-se o conceito de Parasuraman, Berry e Zeithaml (1985). Para esses autores, qualidade é a diferença entre as expectativas (esperado) dos clientes sobre o serviço a receber e suas percepções (percebido) sobre os serviços efetivamente entregues. No entanto, quando se trata de serviços é necessário atender a critérios desejáveis por aqueles que recebem o serviço, sendo assim, a qualidade dos serviços prestados pelo museu depende de conhecimento das expectativas e necessidades dos seus usuários.

A qualidade percebida do serviço é resultado entre a comparação das percepções com as expectativas dos clientes e apresenta-se, desta forma, como sumária comparação da diferença entre expectativas versus percepções proeminentes. Assim esse é, quicá, o mais importante elemento para identificar os atributos dos serviços que são mais valorizados pelos usuários. Essa abordagem Servqual (*Service Quality Gap Analysis*) considera as expectativas dos clientes em relação a um determinado serviço frente à percepção de qualidade do serviço recebido. Os critérios de avaliação aplicados levam em consideração as brechas, as lacunas, os hiatos (Gaps) que são as diferenças entre as expectativas dos clientes e o que é realmente oferecido (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985) – a diferença entre o serviço desejado e o encontrado.

De acordo Fitzsimmons & Fitzsimmons (2005), quanto menor for a percepção em relação à expectativa, menor será a qualidade do serviço<sup>11</sup>.

*“A satisfação do cliente com a qualidade do serviço pode ser definida pela comparação da percepção do serviço prestado com as expectativas do serviço desejado. Quando se excedem as expectativas, o serviço é percebido como de qualidade excepcional” (FITZSIMMONS, J. A; FITZSIMMONS, M. J. 2005, p.146-147).*

Segundo Freitas, Bolsanello e Viana (2008), os Gaps representam o resultado da aplicação do método Servqual, sendo que quanto mais negativos os Gaps mais críticos e maior prioridade demandam.

*“Para auxiliar as empresas a mensurar a qualidade de seus serviços prestados, detectando fontes de problemas e, desta forma, buscando melhoria de serviço, Parasuraman et al. (1985) propuseram um modelo de ava-*

*liação de satisfação do cliente, chamado de “modelo Gap”. Este modelo avalia a discrepância entre a expectativa do cliente em relação ao serviço e a percepção do desempenho. Esta diferença é baseada em cinco lacunas (Gaps), cujas características são:*

*– Gap 1 – Lacuna entre as verdadeiras expectativas do consumidor e a percepção dessas expectativas pelos gerentes.*

*– Gap 2 – Lacuna entre a percepção gerencial acerca das expectativas dos clientes e a tradução dessa percepção em normas e especificações (padrões) para atender às expectativas dos clientes.*

*– Gap 3 – Lacuna entre as normas e especificações (padrões) e o serviço efetivamente fornecido ao cliente.*

*– Gap 4 – Lacuna entre o serviço realmente prestado e a comunicação externa.*

*– Gap 5 – Lacuna entre o serviço prestado e o serviço percebido, sendo a resultante final em função dos outros quatro Gaps” (GUARIENTI et al. 2006, p.3).*

Estes gaps são grandes obstáculos na tentativa de se atingir um nível de excelência, na prestação de serviços (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985). E, para se chegar a julgamento avaliativo sobre a qualidade do serviço prestado Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) constataram que os clientes utilizam os mesmos critérios, independentemente do tipo de serviço considerado e, assim, dentre os dez fatores determinantes da qualidade esses autores estruturam cinco dimensões: tangibilidade (*tangibles*), confiabilidade (*reliability*), sensibilidade/receptividade (*responsiveness*), segurança/garantia (*assurance*) e empatia (*empathy*).

*“Confiabilidade: A capacidade de prestar o serviço prometido de modo confiável e com precisão. Tangíveis: A aparência física de instalações, equipamentos, pessoal e materiais de comunicação. Sensibilidade: a disposição para ajudar o cliente e proporcionar com presteza um serviço. Segurança: O conhecimento e a cortesia de empregados e sua habilidade em transmitir confiança e confiabilidade. Empatia: A atenção e o carinho individualizados proporcionados aos clientes” (BERRY; PARASURAMAN, 1992, p. 30, grifos nossos).*

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

### Ambiência da Pesquisa

O ambiente analisado compreende o Museu Capixaba do Negro (Mucane), instituído pelo governo do Espírito Santo, por meio do Decreto nº 3.527, em 13 de maio de 1993, com a finalidade de reunir, preservar e conservar a história da cultura negra. Em 2007, foi cedido à Prefeitura Municipal de Vitória, que viabilizou recursos municipais e federais para a reforma<sup>12</sup> do espaço e, por meio do decreto nº 15.078, de 4 de julho de 2011, passou a ser integrado à Secretaria Municipal de Cultura (SEMC) da Prefeitura de Vitória, tendo entre seus objetivos propiciar meios para o desenvolvimento de ações educativas que promovam a conscientização sobre a importância

<sup>11</sup>Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) reportam que os serviços não são prontamente identificados pela clientela, e essa dificuldade se deve à intangibilidade dos serviços e à apreensão com a experiência total do serviço, portanto, a eficácia de um serviço só é alcançada no final do atendimento, pois é nesse momento que o usuário visualiza e avalia toda a ambiência que compõe a prestação daquele serviço e que o faz sentir-se satisfeito ou não.

<sup>12</sup>O prédio do Museu do Negro é um dos remanescentes da arquitetura de estilo eclético do início do século XX. O imóvel (716,00m<sup>2</sup>) foi construído pelo coronel Francisco Schwab, em 1912, ano em que foi aberta a Avenida República.

da preservação do patrimônio histórico-arquitetônico da capital capixaba.

*“O espaço foi totalmente restaurado em 2012 e ganhou área para exposições, auditório, mezanino e também um novo prédio que funciona como anexo ao prédio principal. A concepção do projeto de restauração do museu levou em conta o programa de atividades municipais desenvolvidas pela Prefeitura de Vitória, juntamente com representantes da cultura negra, e a importância do monumento para a cidade. A área construída no terreno, que inclui o prédio atual e o novo anexo, é de 1.430 m<sup>2</sup>. A edificação histórica funciona como museu.*

*No térreo, encontra-se o auditório para, aproximadamente, 78 pessoas, recepção e área de exposição temporária. No primeiro andar, o espaço para exposições fixas e temporárias, além de espaço multimídia. No segundo pavimento estão mais duas salas e o mezanino. O novo prédio ainda tem salas para uso coletivo e da administração do museu, biblioteca, área para eventos, mezanino, jardim, banheiros, entre outros”. (PROGRAMA FISCALIZA VITÓRIA, 2015, p. 16, grifos nossos).*

O Mucane funciona na Avenida República, 121, no Centro – Vitória (ES) e, é um centro estadual de referência à cultura negra. O horário de funcionamento é de terça a sexta-feira, das 9h às 17h, e aos sábados e domingos, das 12h às 16h.

#### **Tipo de Pesquisa e Técnica Empregada**

No que diz respeito à escolha da metodologia a ser adotada na pesquisa, foi empregada a abordagem teórico-metodológica Servqual. Denominamos o Servqual como uma abordagem teórico-metodológica porque nos fornece um corpus teórico sobre inúmeros conceitos, tais como: qualidade, satisfação, percepção, expectativa, qualidade de serviços, entre outros conceitos. Além disso, ao mesmo tempo apresenta uma metodologia científica capaz de levar à concretização de estudos que tenham como objeto de estudo a satisfação dos usuários dos serviços prestados por qualquer instituição. Tal abordagem torna viável avaliar a qualidade num cenário em que os serviços prestados podem variar. Cada indivíduo que constitui uma equipe de trabalho possui jeitos e características de acolher e receber, modos de se colocar à disposição, de compreender, ser e fazer singulares.

Com base na abordagem esse estudo é classificado como quantitativo; no que tange aos objetivos, realizou-se uma investigação exploratória-descritiva e, tomando em conta o procedimento técnico adotado, podemos classificar esta pesquisa como um levantamento (survey), por meio de um questionário semi-estruturado aplicado entre os dias 2 e 24 de janeiro de 2016, entre 13 h e 16 h, sendo o instrumento de coleta de dados aplicado após a saída do cliente em visita ao recinto. O roteiro de perguntas possuía vinte questões fechadas, elaboradas e distribuídas entre as cinco dimensões da qualidade do método Servqual (Tangibilidade, Confiabilidade, Receptividade, Garantia e Empatia) e uma questão aberta. Para avaliar o grau de

expectativas e percepção, as vinte questões foram desenvolvidas como base na Escala Psicométrica De Likert.

Em convergência com Crossno e colaboradores (2001), preferimos utilizar o termo importância ao invés de expectativas proposto pelo método Servqual, porque essa abordagem teórico-metodológica permite ajustes e, como tal simplifica a compreensão; assim, é mais fácil para o participante entender “o quanto o atendimento é importante para você” do que “qual a sua expectativa em relação ao atendimento”. Pela mesma razão, percepção foi substituída por “satisfação” na esquematização das questões.

Os usuários deveriam assinalar uma opção entre 1 e 5 da escala Likert para o item “importância” (sendo que na escala 1=menos importante e 5=muito importante) e também para o item “satisfação” (sendo que na escala 1=insatisfeito e 5=muito satisfeito). O procedimento de coleta de dados se deu de forma aleatória, após a saída e a disponibilidade da clientela desse espaço.

#### **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Um total de 95 respostas foram coletadas, superando em três vezes a amostra estatisticamente estabelecida para o estudo, que deveria ser de no mínimo 31 entrevistados. Foram considerados apenas os questionários que tinham a resposta “Sim” à questão: “Você já participou (visitou) alguma atividade do Mucane?” uma vez que o modelo Servqual exige certo conhecimento e/ou experiência prévia do serviço a ser avaliado.

Quanto ao gênero dos que participaram da pesquisa, 55 (57,89%) eram feminino e o restante, 40 (42,11%), masculino. Em termos de faixa etária, 71 participantes (74,74%) têm 18 ou mais anos.

Quanto ao município de residência: 36 (37,89%) são de Vitória/ES, 5 (5,26%) de Vila Velha/ES, 4 (4,21%) do município de Serra/ES, 10 (10,53%) de Cariacica/ES e outros 40 (42,11%) residem em outras cidades.

Quanto à frequência de utilização, 15 (15,79%) dos participantes comparecem ao Museu regularmente, todo mês. Destaca-se também que 30 (31,58%) frequentam esporadicamente - em ocasiões de férias ou em datas comemorativas e feriados. Outros 50 (52,63%) entrevistados não souberam ou não quiseram sugerir frequência.

Quanto à preferência para realização de visitas, 18 (18,95%) dos participantes preferiam durante a semana; 52 (54,7400%) dos participantes citaram fins de semana (aos sábados e domingos) e; 25 (26,31 %) não souberam ou não quiseram indicar ou não tinham preferência de horários.

Sobre questão de atividades do museu, 33 (34,74%) dos clientes assinalaram que gostam de exposições livres, envolvendo ilustração, pintura, escultura, máscaras, fotografia, artesanato em exposição livre, 23 (24,21%) dos participantes apontaram que preferem visita guiada como devida contextualização, 39 (41,05%) dos respondentes sugeriram a preferência por atividades dinâmicas, tal como oficinas, palestras, músicas, danças, contação de histórias, sarau e workshop.

### Importância e Satisfação

Uma análise dos resultados permite identificar os itens mais importantes (expectativa) para a maioria dos participantes, como a “Atualização da programação, exposição, atividades”, com 84,21% das respostas e “Funcionários gentis e acessíveis”, com 82,11%. Ainda em relação à importância, os itens da pesquisa receberam dos participantes uma pontuação que variava entre 3,97 e 4,70 de uma escala de cinco pontos. Isso sugere que os fatores selecionados para a pesquisa são de fato relevantes para os clientes do Mucame.

Entre os itens indicados como de “maior satisfação”, o primeiro deles, com 83,16% das respostas foi “Funcionários que se comunicam bem”. Ainda em relação à satisfação (percepção), os participantes atribuíram às questões uma pontuação que variava entre 3,70 e 4,50, de uma escala de cinco pontos, apontando uma pequena diferença entre a importância e a satisfação dos serviços. Entretanto, os itens que obtiveram uma pontuação menor podem representar aspectos a serem melhorados nos serviços ofertados pelo Museu. Entre eles estão a “Instalações físicas adaptadas às necessidades dos visitantes” e “Atualização e variedade da programação, exposição, atividades”, com respectivamente 15,79% e 11,58% das respostas marcadas entre “insatisfeito” e “pouco satisfeito”.

A tabela 1 apresenta a média da pontuação (em uma escala de 1 a 5) recebida pelos indicadores da qualidade de serviço, a respeito da importância e satisfação, agrupados por dimensão:

Tabela 01: Importância e Satisfação por Dimensão.

	Importância	Satisfação
Empatia	4,47	4,17
Garantia	4,60	4,04
Receptividade	4,70	4,50
Confiabilidade	4,54	4,23
Tangibilidade	3,97	3,70

As dimensões determinantes da qualidade do serviço apontadas no presente estudo assinalaram a dimensão Receptividade como sendo a preferida pelos participantes da pesquisa. Receptividade, para o método Servqual, pode ser interpretada como a disposição dos funcionários para ajudar o cliente e prover um serviço com rapidez de resposta e presteza (responsiveness).

### Análise de Gaps e Quadrante

Segundo Brito e Vergueiro (2011) há uma segunda maneira para apresentar os resultados de pesquisas que usam o método Servqual. Análise de Gaps compreende o diagnóstico dos Gaps apurado pelas questões das dimensões da qualidade. Para o cálculo dos Gaps, utiliza-se a seguinte fórmula:  $Gap = Satisfação - Importância$

Para calcular as médias, as pontuações (de 1 a 5) de cada questão foram somadas e depois divididas pelo número total de respondentes (95), tanto para a satisfação quanto para a importância. A seguir foi calculada a diferença entre as duas,

obtendo-se assim o Gap por questão. Com essa medida é possível verificar que o grau de exigência do público pesquisado é alto. Já os estudos de Nitecki e Herson (2000) indicam que as pontuações de Gaps entre 0 e -1 não superam as expectativas, porém podem atender ao que os usuários realmente esperam de um serviço de qualidade; pode-se dizer que a clientela do Museu Capixaba do Negro de Vitória/ES percebe positivamente a qualidade dos serviços prestados.

Para o cálculo dos gaps por dimensão foram somadas as médias das questões de cada dimensão e divididas pelo total de questões de cada dimensão do questionário da pesquisa. Por exemplo, para o cálculo dos Gaps da dimensão Receptividade, foram somadas as médias das pontuações das questões relativas a esta dimensão e depois divididas por cinco, que era o número das questões relacionadas a esta dimensão.

O gráfico 1 apresenta os Gaps por dimensão:

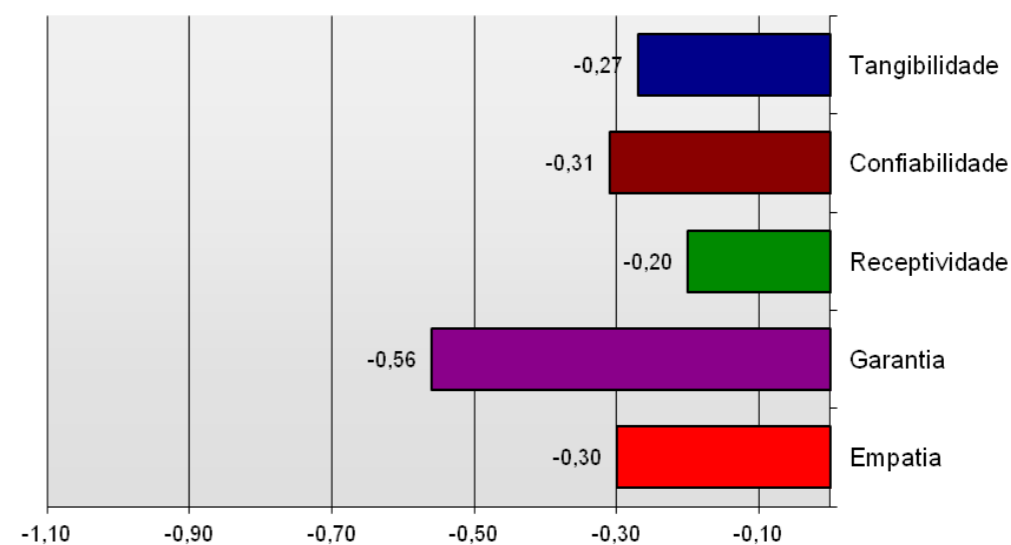


Gráfico 1 - Gaps por dimensões

A partir do gráfico 1 pode-se deduzir que quanto maior é o Gap do item, maior é a lacuna entre o serviço esperado (desejado) e o serviço percebido (resultado direto da efetiva prestação do serviço). Estes Gaps são grandes obstáculos na tentativa de se atingir um nível de excelência, na prestação de serviços (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985).

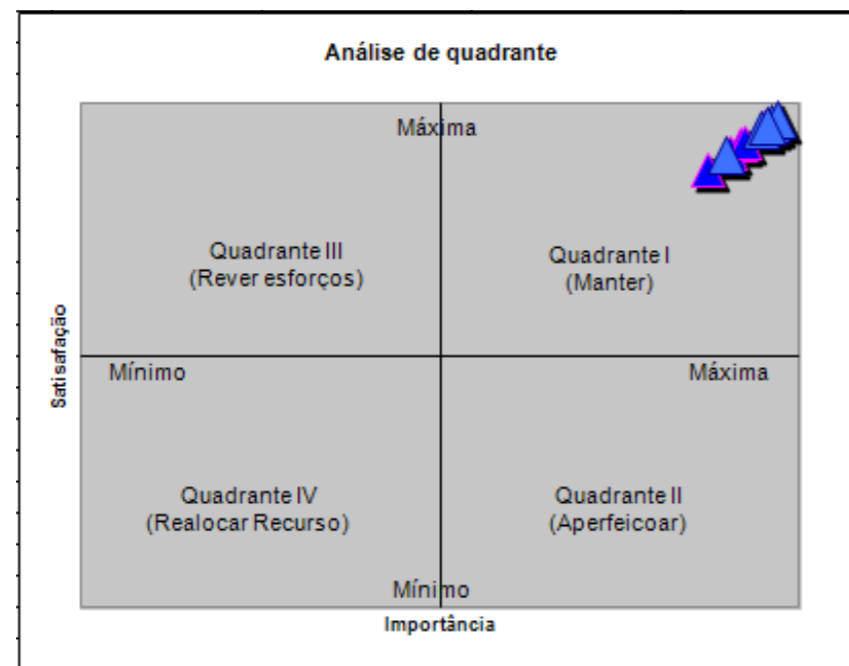
Já a Matriz de Análise de Importância X Desempenho<sup>13</sup> (quadrante) constitui-se uma ferramenta teórico-metodológica para que a instituição tenha uma visão estratégica sobre quais os atributos que deveria melhorar para tornar-se mais competitiva no mercado; sendo assim, podemos dizer que a análise de quadrantes é uma boa forma de se apresentar os resultados do método Servqual. Nitecki e Herson (2000) a recomendam porque ela propicia uma correlação gráfica que facilita a visualização dos dados.

Ao aplicar a análise de quadrante verificam-se informações bastante interes-

<sup>13</sup>A análise de Quadrantes utiliza os dados originários da pesquisa sobre satisfação e constrói uma matriz bidimensional, em que a importância é mostrada pelo eixo x e se atribui ao eixo y a satisfação. A matriz é dividida em quatro quadrantes. Um atributo que se situa no Quadrante I terá alta importância com alto desempenho, representando uma possível vantagem competitiva. Um atributo que tiver alta importância, mas baixo desempenho, deverá receber atenção imediata, constando no Quadrante II. O Quadrante III concentra os atributos com alto desempenho, porém com baixa importância. O Quadrante IV contém os atributos com baixa importância e baixo desempenho, não sendo necessário concentrar esforço adicional.

santes sobre o serviço prestado pelo Museu Capixaba do Negro de Vitória/ES. Nessa pesquisa ocorreu uma concentração no quadrante 1 (manter) de todos os vinte atributos da qualidade. Isso sugere que os clientes veem todos os atributos da pesquisa como importantes e bem desempenhados pela instituição, como pode ser vislumbrado na Figura 1.

Figura 01: Análise de Quadrantes  
Fonte: Dados da pesquisa.



### CONSIDERAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

Este estudo foi realizado tendo-se como objetivo principal avaliar a qualidade dos serviços prestados pelo Museu, no que tange à expectativa e à percepção dos usuários em relação a um espaço não formal de educação.

Reiteramos que os clientes atendidos por monitores estão satisfeitos com o atendimento prestado pelo Mucane, citando a “Receptividade” como uma das mais importantes. Essa dimensão remete à vontade ou disponibilidade dos funcionários para prestar o serviço.

Por meio dessa pesquisa foi possível constatar que os clientes percebem positivamente a qualidade dos serviços prestados pelo Mucane. A diferença entre importância e satisfação foi mínima, indicando que o Museu está muito perto de atingir as expectativas de seus clientes.

Um dos pontos fracos refere-se aos Gaps 5, que demonstraram a necessidade de conhecimento e a cortesia dos funcionários e a sua habilidade em transmitir confiança e confiabilidade (assurance).

Esta pesquisa realizada para avaliar a qualidade do serviço do Mucane, a exemplo de outros estudos realizados em espaços não formais de educação, com-

provou que realmente o método Servqual é apropriado para avaliar a qualidade a partir das percepções e expectativas dos usuários. Além disso, essa abordagem teórico-metodológica pode ser tornar uma ferramenta útil para a gestão e a tomada de decisões, pois permite evidenciar os pontos fracos e fortes das organizações, uma vez que gera informações sob a ótica dos seus clientes.

Utilizado para avaliar o grau de satisfação dos clientes do Museu pode-se também indicar como ponto positivo o fato que esse método “aproxima” essas organizações de seus clientes. Por isso, a avaliação deve ser constante, tendo como metas a captação de nuances das necessidades dos clientes-usuários, da instituição e dos parceiros, visando a implementar as melhorias percebidas pelo estudo realizado. Portanto, não basta a intenção de fornecer serviços com excelente qualidade. É necessário que as instituições estruturam processos contínuos para monitorar as percepções dos clientes sobre a sua qualidade de serviços. Porém, deve-se ter em conta que o usuário sempre pode mudar a direção, forma e característica de qualquer serviço, dependendo de suas necessidades.

O tema não se esgota aqui pois outras reflexões podem ser propostas. Sugerimos explorar mais a parte qualitativa da abordagem teórico-metodológica Servqual promovendo um diagnóstico minucioso da ambiência e também a utilização de outros métodos como o modelo SERVPERF (baseado somente na percepção de desempenho dos serviços). Por isso, possíveis desdobramentos podem fundamentar uma continuidade nessa linha de pesquisa. Os interessados em replicar este tipo de pesquisa devem prescindir que a avaliação é um fim em si e, somente deve ser realizada com objetivos bem definidos, visando responder questões específicas e reunir dados que permitam um melhoramento contínuo.

Finalmente, cabe ressaltar que todo esse elenco de preocupações deve ser levado em consideração, sem se perder de vista que os modelos de avaliação da qualidade de serviço são instrumentos essenciais de aferição de diagnósticos dos pontos fortes e fracos, que se podem exprimir em oportunidades de aplicabilidade de Boas Práticas (best practices), com vistas à implantação e ao desenvolvimento dos processos museológicos essenciais à identificação, ao estudo, à exposição e à ação sociocultural das expressões patrimoniais afrobrasileiras, como excelência no contemporâneo espaço não formal de educação.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERRY, Leonard L.; PARASURAMAN, A.** Serviços de marketing: competindo através da qualidade. São Paulo: Maltese: Norma, 1992. 238 p.
- BRASIL.** Bases para a Política Nacional de Museus: Memória e Cidadania. Ministério da Cultura, Brasília, 2003. Disponível em: <[www.cultura.gov.br/documents/10883/38605/bases-para-a-politica-nacional-de-museus.pdf](http://www.cultura.gov.br/documents/10883/38605/bases-para-a-politica-nacional-de-museus.pdf)>. Acesso em: 23 dez. 2015.
- \_\_\_\_\_. Plano Nacional Setorial de Museus: 2010-2020. Ministério da Cultura, Instituto Brasileiro de Museus, Brasília, 2010. Disponível em: <[www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2012/03/PSNM-Versao-Web.pdf](http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2012/03/PSNM-Versao-Web.pdf)>. Acesso em: 19 dez. 2015.
- \_\_\_\_\_. Plano Nacional Setorial de Museus é apresentado na Câmara dos Deputados. Portal do Instituto Bra-

sileiro de Museus (Ibram). Boletim eletrônico Nº 351 – Ano VIII- 05/05/2011 a 12/05/2011. Disponível em: <[www.museus.gov.br/tag/camara-deputados-plano-nacional-setoria-museus-pnsm-deputada-presidente-ibram/](http://www.museus.gov.br/tag/camara-deputados-plano-nacional-setoria-museus-pnsm-deputada-presidente-ibram/)>. Acesso em: 23 dez. 2015.

**BRANDÃO, Carlos Rodrigues.** O que é educação. 15. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985. 116 p. (Coleção Primeiros Passos).

**BRITO, Gisele Ferreira de; VERGUEIRO, W. C. S.** Avaliação da qualidade orientada ao usuário: estudo de caso em biblioteca acadêmica utilizando o método servqual. In: Congresso Brasileiro de Biblioteconomia e Documentação, 2011, Maceió. Disponível em: <<http://www.mendeley.com/download/public/38134/4386777335/30ad-11d1586b826c8286ec182353074cf983b289/dl.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2013.

**COSTA FILHO, H.** Estudo comparativo da qualidade de serviços de instituições de ensino superior de Paranaíba. 2012. 102 p. Dissertação (Mestrado). Pedro Leopoldo-MG, 2012.

**CROSSNO, J. E. et al.** Assessment of customer service in Academic Health Care Libraries (ACSAHL): an instrument for measuring customer service. Bulletin of the Medical Library Association v. 89, n. 2, pp. 170-176, Abr. 2001. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC31724/>>. Acesso em: 17 mar. 2015

**DAVIS, Mark M.; AQUILANO, Nicholas J.; CHASE, Richard B.** Fundamentos da administração da produção. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. xii, 598 p.

**FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J.** Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 564 p.

**FREITAS, André Luís Policani; BOLSANELLO, Franz Marx Carvalho; VIANA, Nathália Ribeiro Nunes Gomes.** Avaliação da qualidade de serviços de uma biblioteca universitária: um estudo de caso utilizando o modelo Servqual. Ciência da Informação, Brasília, v. 37, n.3, p. 169-184, Dez. 2008.

**GUARIENTI, Adriane et al.** Avaliação da qualidade percebida em serviços através da Escala SERVQUAL. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, XXVI. 2006, Fortaleza. Disponível em: <[http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2006\\_tr\\_470326\\_7203.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2006_tr_470326_7203.pdf)> Acesso em: 22 jun. 2013.

**NITECKI, D. A.; HERNON, P.** Measuring service quality at Yale's University's libraries. The Journal of Academic Librarianship, Ann Arbor, v. 26, n. 4, p. 259-273, Jul. 2000.

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

**PROGRAMA FISCALIZA VITÓRIA.** Relatório Analítico Região I – Centro: Fiscalização dos Equipamentos Públicos da Cultura. Câmara Municipal de Vitória. 2015. Disponível em: <[www.fiscalizavitoria.com.br/cmvet/arquivos/fiscalizacoes\\_relatorios\\_analiticos/144545100915Regia771o%20I%20-%20Caderno%206%20-%20Cultura.pdf](http://www.fiscalizavitoria.com.br/cmvet/arquivos/fiscalizacoes_relatorios_analiticos/144545100915Regia771o%20I%20-%20Caderno%206%20-%20Cultura.pdf)>. Acesso em: 11 dez. 2015.

**VITÓRIA (Cidade). MUCANE – Museu Capixaba do Negro.** Vitória, ES: PMV. Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br/turista/museus>>. Acesso em: 11 dez. 2015.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 15.078, de 4 de julho de 2011. Institui o Museu Capixaba do Negro – MUCANE, integrado à estrutura organizacional da Secretaria de Cultura. Prefeitura Municipal de Vitória, Vitória, 4 jul. 2011. Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br/>>. Acesso em: 11 dez. 2015.

