

## AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO ATRAVÉS DA APLICAÇÃO DA ESCALA SERVQUAL EM UMA EMPRESA TERCEIRIZADA

Lairana de Fátima da Silva<sup>1</sup>, Fernanda Cristina Pierre<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Aluno na Graduação de Tecnologia da Produção Industrial pela Faculdade de Tecnologia de Botucatu  
lairanafatima@gmail.com

<sup>2</sup>Docente na Graduação de Tecnologia da Produção Industrial pela Faculdade de Tecnologia de Botucatu

### RESUMO

Existe uma preocupação por parte da empresa em aprimorar seus serviços prestados por existir uma grande concorrência na área, por essa razão, é necessária uma ferramenta cuja sua aplicação tenha a capacidade de medir a satisfação do cliente em relação aos serviços, comparando seus resultados. Foi realizada uma pesquisa quantitativa utilizando a ferramenta SERVQUAL em uma empresa terceirizada de segurança patrimonial na cidade de Botucatu-SP, a ferramenta tem a capacidade de mensurar e avaliar as expectativas e percepção do cliente em relação aos serviços oferecidos, tendo como base a qualidade percebida pelo cliente. O objetivo dessa pesquisa foi investigar os aspectos relacionados à qualidade na prestação de serviços que segundo o cliente são as mais ineficazes, a motivação pra realizar essa pesquisa é demonstrar a empresa terceirizada os resultados calculados dos serviços que gera preocupações, que é capaz de ser efetuado por meio de uma ferramenta objetiva e precisa, possibilitando uma gestão fácil e clara, proporcionando uma classificação correta dos serviços prestados podendo assim corrigir possíveis falhas, a realização do trabalho proposto atingiu seus objetivos, trazendo dados para a necessidade de ações corretivas, que são apresentadas na tabelano trabalho, segundo a opinião dos clientes da empresa.

**Palavras-chave:**Gestão da Qualidade, Ferramenta da Qualidade, SERVQUAL

### ABSTRACT

#### *EVALUATION OF A THIRD PARTY SERVICE TROUGH THE APPLICATION OF A SERVQUAL SCALE IN A THIRD PARTY COMPANY*

There's a concern in the company to have improved services as there is a large competition in this area. Because of that it's necessary to develop a tool that when it's used it's capable to measure the client satisfaction related to the services comparing the results. A quantitative analisys was made using the SERVQUAL tool in a third party patrimonial safety company in Botucatu, SP. The tool has the capacity to measure and evaluate the expectations and perceptions of the client related to the offered services based on the client perception. The objective of the research was to investigate the aspects related to the quality of the service that according to the client are the most ineffectives. The motivation to do the research is to show to the a third part company the service level that generates concerns and that measurement can be done by an objective and precise tool that also can make an easy and clear management and in the end a correct classification of the services. With that info in hands it's possible to correct problems, see if the job achieved the results and bring clear data about what need to be fixed. All data is presented in a table according to the client's opinion.

**Keywords:**Quality Management, Quality Tool, SERVQUAL

## 1 INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje o mercado está se tornando cada vez mais competitivo, fazendo com que as empresas busquem diferenciais, como um atendimento exemplar, para que possam disputar a fidelidade dos clientes. Porém, apesar de toda evolução da tecnologia e a facilidade de acesso às informações as empresas ainda sentem dificuldade em manter um relacionamento seguro e produtivo com seus clientes, já que, o consumidor está cada vez mais exigente, passando a agir de forma menos passiva, aprendendo a verificar cuidadosamente um produto pela qualidade, ou seja, não basta apenas satisfazer o cliente, visto que somente esse fato não conquista sua lealdade. A satisfação do cliente depende do desempenho dos serviços prestados como um todo.

O setor de serviços assume posição de destaque na economia brasileira contemporânea, seguindo uma tendência histórica de crescimento da participação desse setor no emprego, com possíveis consequências para a produtividade agregada da economia. Estudos recentes sobre a produtividade dos serviços descrevem o setor como com produtividade relativamente elevada, composto por segmentos bastante heterogêneos e com alguns segmentos dinâmicos, que contribuem para o processo de inovação e difusão de conhecimento na economia (SILVA et al., 2016).

Segundo Juran (1992) “Satisfação do cliente é um resultado alcançado quando as características do produto correspondem às necessidades do cliente.”

Para Tucker (1999), este conhecimento pode se dar tanto no lado satisfatório de suas aquisições, quanto pelo lado das insatisfações assimiladas. Se eles ficarem decepcionados, irritados, forem explorados, ou se forem tratados de forma justa, como convém, ficarem satisfeitos e, às vezes, encantados com os serviços que receberam, por meio de tais experiências, são acumulados os conhecimentos que trazem às suas expectativas e opiniões sobre uma organização. É por isso que adiantar e entender as necessidades do cliente de forma precisa e comprometida pode ser compensador para a empresa podendo assim presta um serviço de ótima qualidade.

Gianesi e Corrêa (1996) afirmam que a profissionalização do setor de serviços dá-se por meio da implementação de ferramentas que possibilitem aos prestadores de serviços conhecerem seus clientes, especializando-se e desenvolvendo serviços cada vez mais específicos para seu público-alvo.

Victorino (1999, p.21) registra que a qualidade em serviços é a totalidade de aspectos e características de um produto/serviço que influencia sua capacidade de satisfazer as necessidades explícitas ou implícitas do cliente.

Diante desse conceito surgiu o modelo de questionário SERVQUAL, é uma seleção dos conceitos de qualidade no serviço com um amplo aprofundamento. Segundo Lovelock et al. (2011), para medir a satisfação do cliente com os aspectos da qualidade de serviço, Parasuramametal.(1988), desenvolveram um instrumento de pesquisa por levantamento denominado de SERVQUAL, este modelo que consiste em medir a diferença entre expectativa e a percepção do cliente.. Para o método SERVQUAL, considera-se cinco dimensões, tais como: Confiabilidade, Receptividade, Segurança, Empatia e Tangibilidade.

Essa dimensões podem ser definidas como Confiabilidade - capacidade de desempenhar o serviço prometido de modo confiável e com precisão, Receptividade - disposição de ajudar os clientes e de fornecer o serviço com prontidão, Segurança - conhecimento, cortesia dos funcionários e sua capacidade de transmitir confiança , Empatia - atenção individualizada e cuidadosa que as empresas proporcionam aos clientes, Tangibilidade - aparência física das instalações, equipamentos, pessoal e material de comunicação.

O modelo de pesquisa aplicado neste estudo de caso foi a escala SERVQUAL que mostra a diferença entre expectativa e percepção do cliente, permitindo mensurar a qualidade dos serviços e percepção de valor pelo usuário. Por ser adaptável a qualquer modalidade de serviço e contar com um prático instrumento de coleta de dados o mesmo foi escolhido.

A empresa escolhida exerce suas funções no seguimento de segurança patrimonial, ferrovia patrimonial e prestação de serviço, onde atende na cidade de Botucatu no interior do estado de São Paulo, que atua há 20 anos no mercado prestando serviço de forma eficaz e competitiva junto à concorrência.

## **2 MATERIAL E MÉTODOS**

O modelo SERVQUAL é constituído por 22 itens que compõem as cinco dimensões ou determinantes da qualidade, a aplicação do modelo SERVQUAL é realizado em duas etapas: na primeira, são mensuradas as expectativas dos clientes. Na segunda, são mensuradas as percepções dos clientes em relação ao serviço prestado. Segundo Bitner e Zeithaml (2003), para utilizar o método SERVQUAL e assim medir a



16. Segurança na resolução de problemas de Atendimento																				
17. Atendimento de forma cortês e educada																				
18. Atendimento personalizado																				
19. Ouvir atentamente as solicitações dos Clientes																				
20. Disponibilidade de tempo para Atendimento																				
21. Interesses dos clientes como objetivos																				
22. Visitar constantemente os clientes																				

Fonte: Elaborado pelos autores.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O resultado dos dados levantados na pesquisa, aqui apresentados e analisados, foi calculado por meio da diferença entre a percepção do cliente, relativa a cada item das cinco dimensões da escala SERVQUAL, e suas expectativas. Itens positivos significam que o desempenho do serviço foi maior do que o esperado e itens negativos significam que o desempenho do serviço prestado está abaixo do esperado.

Nas dimensões Confiabilidade foram analisados, serviços conforme anunciado ou prometido, transmitir informações de forma confiável e precisa, executar os serviços no tempo prometido e manter os registros de forma correta.

Na dimensão de Receptividade, foram medidos os itens, atualizar o cliente sobre o andamento e execução do serviço, funcionários disponíveis e prontos para atender o cliente, problemas resolvidos e boa vontade em ajudar os clientes.

Já na dimensão Segurança, foram analisados os itens, transmitir confiança durante a prestação do serviço, conhecimento e suporte necessário para execução do serviço e segurança na resolução de problemas de atendimento.

Na dimensão de Tangibilidade, foram avaliados, equipamentos modernos, ambiente físico e instalações limpas e organizadas, instalações conservadas, empregados com boa aparência e empregados bem vestidos.

A dimensão Empatia tem o maior número de itens medidos, cortesia Atendimento de forma cortês e educada, atendimento personalizado, ouvir atentamente as solicitações dos clientes, disponibilidade de tempo para atendimento, interesses dos clientes como objetivos e visitar constantemente os clientes.

Seguem os quadros de apresentação dos resultados e as respectivas análises das dimensões que constituem a escala SERVQUAL separadamente:

Quadro 2: Resultado da dimensão confiabilidade da escala SERVQUAL.

		E	P	SERVQUAL
Confiabilidade	6. Serviços conforme anunciado ou prometido	10,00	7,00	-3,00
	7. Transmitir informações de forma confiável e precisa	10,00	6,5	-3,50
	8. Executar os serviços no tempo prometido	9,75	8,75	-1,00
	9. Manter os registros de forma correta	9,75	6	-3,75

Na dimensão de confiabilidade, em todos os itens, a empresa em estudo não atendeu a expectativa dos clientes. Porém no item 8 foi a que quase se aproximou no que o cliente esperava.

Quadro 3: Resultado da dimensão Receptividade da escala SERVQUAL.

		E	P	SERVQUAL
Receptividade	10. Atualizar o cliente sobre o andamento e execução do serviço	9,00	6,25	-2,75
	11. Funcionários disponíveis e prontos para atender o cliente	9,75	8,75	-1,00
	12. Problemas resolvidos	9,75	7,50	-2,25
	13. Boa vontade em ajudar os clientes	10,00	8,25	-1,75

Na dimensão de receptividade, em todos os itens, a empresa em estudo não atendeu a expectativa dos clientes. Porém como na dimensão anterior no item 11 foi a que aproximadamente atingiu a expectativa do cliente.

Quadro 4: Resultado da dimensão Segurança da escala SERVQUAL

		E	P	SERVQUAL
Segurança	14. Transmitir confiança durante a prestação do serviço	9,75	7,50	-2,25
	15. Conhecimento e suporte necessário para execução do serviço	9,75	6,00	-3,75
	16. Segurança na resolução de problemas de Atendimento	9,75	7,00	-2,75

Na dimensão de segurança em todos os itens descritos no quadro 4 a empresa analisada não atendeu a expectativa.

Quadro 5: Resultado da dimensão Tangibilidade da escala SERVQUAL

		E	P	SERVQUAL
Tangibilidade	1. Equipamentos Modernos	9,50	6,50	-3,00
	2. Ambiente físico e instalações limpas e organizadas	10,00	8,25	-1,75
	3. Instalações conservadas	10,00	9,25	-0,75
	4. Empregados com boa aparência	9,50	8	-1,50

5. Empregados bem vestidos	10,00	9	-1,00
----------------------------	-------	---	-------

Na dimensão tangibilidade os itens não alcançaram a expectativa, porem o item “Instalações conservadas” foi a que se aproximou da expectativa.

Quadro 6: Resultado da dimensão Empatia da escala SERVQUAL.

		E	P	SERVQUAL
Empatia	17. Atendimento de forma cortês e educada	10,00	8,50	-1,50
	18. Atendimento personalizado	9,00	6,00	-3,00
	19. Ouvir atentamente as solicitações dos Clientes	9,75	8,00	-1,75
	20. Disponibilidade de tempo para Atendimento	10,00	10,00	0,00
	21. Interesses dos clientes como objetivos	9,50	7,00	-2,50
	22. Visitar constantemente os clientes	8,75	5,75	-3,00

Na dimensão empatia o item “disponibilidade de tempo para atendimento” a empresa atendeu a expectativa do cliente, nos demais itens não atendeu.

Os dados da pesquisa apresentaram 21 itens em que a expectativa do cliente não foi atendida, em ênfase quanto à transmitir informações de forma confiável e precisa, manter registro de forma correta que compõe a dimensão confiabilidade, e destaque também o item conhecimento e suporte necessário para a execução do serviço que consta na dimensão segurança, o que comprova que a empresa em estudo deve buscar estudar ações corretivas para melhoria da prestação de serviço de qualidade.

#### 4 CONCLUSÕES

O presente estudo teve como objetivo avaliar a qualidade dos serviços oferecidos pela empresa Multservice prestação de serviço. Para tanto, foi aplicado o questionário SERVQUAL, que mede as dimensões da qualidade esperada pelo cliente e a qualidade percebida pelo cliente. Este objetivo foi atingido diante dos resultados, quando se observou a necessidade de que a empresa aqui pesquisada desenvolva ações corretivas para 21 itens em que as expectativas do cliente não foram atendidas, exceto ao item disponibilidade de tempo para atendimento no qual o mesmo atendeu a expectativa. Saber quais os itens e as dimensões avaliadas na prestação de seus serviços que não estão atingindo as expectativas de seus clientes é fundamental para a empresa. Com isso, poderá investir na melhoria das características que não estão sendo observadas como qualidade para a mesma. Ao mesmo tempo, a empresa pôde conhecer também os itens e as dimensões que estão atendendo ou até superando as expectativas de seus clientes, que propicia a esta uma maior segurança quanto à fidelidade dos seus clientes.

## 5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIANESI, I.G.N. & CORRÊA, H.L. **Administração estratégica de serviços: operações para satisfação do cliente**. São Paulo: Atlas, 1996. 233p.

JURAN, J.M. **Controle da Qualidade** – Handbook. Conceitos, Políticas e Filosofias da Qualidade- vol.1- São Paulo. McGrawHill Ltda, 1992.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, jochen; HEMZO, miguelangelo. **Marketing de Serviços – Pessoas, Tecnologias e Estratégia**. São Paulo: Pearson, 2011

MENEZES, N.; ABRANTES, L.; NETO JAYME, O.; NEPOMUCENO, D. Aplicação do modelo SERVQUAL para medir a qualidade dos serviços prestados por uma empresa de locação de máquinas. **XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão & III INOVARSE - Responsabilidade Social Aplicada**. 2016. Disponível em: <[http://www.inovarse.org/sites/default/files/T16\\_343.pdf](http://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_343.pdf)>. Acesso em: 10 ago. 2018.

PARASURAMAN, A. ZEITHAML, V. BERRY, L. **A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality**. *Journal of Retailing*, vol 64, nº 1, 12-40, New York University, Spring 1988.

SILVA, C. M.; MENEZES FILHO, N.; KOMATSU, B. **Uma Abordagem sobre o Setor de Serviços na Economia Brasileira**. Policy Paper. Nº 19. Agosto, 2016. Insper Instituto de Ensino e Pesquisa Centro de Políticas Públicas (CPP). Disponível em: <<https://www.insper.edu.br/wp-content/uploads/2016/09/Abordagem-sobre-Setor-Servicos-Economia-Brasileira.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2018.

TUCKER, R. B. **Agregando valor ao seu negócio**. São Paulo: Makron Books, 1999.

VICTORINO, Carlos Roberto. **Qualidade na Organização e nos Serviços Contábeis: marketing em serviços**. Blumenau: Odorizzi, 1999.

ZEITHANL, V.A.; BITNER, M.J. **Marketing de Serviços: A empresa com foco no cliente**. 2ª Ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2003.