

APLICAÇÃO DA FERRAMENTA SERVQUAL PARA MENSURAR A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS AUTOMOTIVOS

APPLICATION OF THE SERVQUAL TOOL TO MEASURE CUSTOMER SATISFACTION IN AN AUTOMOTIVE SERVICE COMPANY

APLICACIÓN DE LA HERRAMIENTA SERVQUAL PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS AUTOMOTRICES

Ramon Oliveira Borges dos Santos¹ (ramonobs98@gmail.com)
Adriano Carlos Moraes Rosa² (adriano.carlos.rosa@gmail.com)
Renann Pereira Gama¹ (renann.gama@hotmail.com)
Antonio Lopes Nogueira da Silva¹ (antonio.nsilva@unisal.br)
Benedito Manoel de Almeida¹ (benedito.almeida@unisal.br)
Caio Souza dos Santos¹ (sapeto6342@themesw.com)

¹UNISAL – Centro Universitário Salesiano de São Paulo

²Faculdade de Tecnologia de Guaratinguetá-SP

Resumo

O setor de serviços é um mercado em expansão, assim, conhecer a percepção dos clientes com relação à qualidade do atendimento e de prestação de serviços é importante. O objetivo deste trabalho é aplicar a metodologia SERVQUAL para análise da satisfação dos clientes em uma empresa de serviços automotivos do Vale do Paraíba. O método de estudo de caso com enfoque na análise qualitativa e quantitativa permeia a aplicação da metodologia SERVQUAL em uma empresa de prestação de serviços automotivos como ferramenta de auxílio na gestão de atendimento ao cliente. Foram coletados dados de uma pesquisa quantitativa permeada na metodologia SERVQUAL a uma amostra de 43 pessoas com 22 questões utilizando a escala de avaliação de Likert. Com o resultado da pesquisa pode-se perceber que conhecer a percepção do cliente é fundamental para que a empresa possa aplicar melhorias contínuas, assim estando em constante posição de destaque no mercado.

Palavras-chave: Servqual, Satisfação do cliente, Setor Automotivo, Qualidade.

Abstract

The service sector is an expanding market, so knowing the perception of customers regarding the quality of care and service delivery is important. The objective of this work is to apply the SERVQUAL methodology to analyze customer satisfaction in an automotive service company in Vale do Paraíba. The case study method with a focus on qualitative and quantitative analysis permeates the application of the SERVQUAL methodology in an automotive service company as a tool to assist in customer service management. Data were collected from quantitative research permeated in the SERVQUAL methodology to a sample of 43 people with 22 questions using the Likert evaluation scale. As a result of the research, it can be seen that knowing the customer's perception is essential for the company to apply continuous improvements, thus being in a constant position of prominence in the market.

Keywords: Servqual, Customer satisfaction, Automotive Sector, Quality.

Resumen

El sector servicios es un mercado en expansión, por lo que es importante conocer la percepción de los clientes respecto a la calidad de la atención y prestación del servicio. El objetivo de este trabajo es aplicar la metodología SERVQUAL para analizar la satisfacción del cliente en una empresa de servicios automotrices en Vale do Paraíba. El método de estudio de caso se centró en

el análisis cualitativo y cuantitativo permeando la aplicación de la metodología SERVQUAL en una empresa de servicios automotrices como herramienta para ayudar a gestionar la atención al cliente. Los datos fueron recolectados a partir de una investigación cuantitativa permeada en la metodología SERVQUAL a una muestra de 43 personas con 22 preguntas utilizando la escala de evaluación Likert. Como resultado de la investigación se puede apreciar que conocer la percepción del cliente es fundamental para que la empresa aplique mejoras continuas, estando así en una posición constante de protagonismo en el mercado.

Palabras clave: Servqual, Satisfacción del cliente, Sector Automoción, Calidad.

Introdução

A qualidade tem sido um tema em pauta no meio acadêmico e organizacional. Segundo Santos *et al.*, (2023) e Valente (2019), o aspecto intangível dos serviços é uma problemática para os clientes, pois a escolha é baseada somente na confiança da organização, diferente de um produto que pode ser visto, sentido e testado antes mesmo da aquisição. Assim, tendo conhecimento da intangibilidade e os fatores que impactam na escolha do serviço, é possível configurar o sistema de operações, conhecer as especificidades do setor e direcionar ações que levem a uma melhor gestão.

Sendo assim, a qualidade pode ser definida como um conjunto de atributos que compõem o produto ou o serviço. É o grau máximo da demanda que visa satisfazer. Evidencia-se que a qualidade deve ser considerada como componente fundamental na gestão de qualquer organização, e se torna peça fundamental para o sucesso da organização. Dessa forma, Kaminari (2019) argumenta que as organizações que objetivam manter excelência na qualidade do serviço precisam fundamentalmente que seus colaboradores estejam aptos para atender bem a necessidade de seus clientes.

Nesse contexto, Santos *et al.* (2019) evidenciam que a qualidade está relacionada à percepção de cada indivíduo, neste sentido a qualidade do serviço interno é dependente da comunicação interna, pois a partir dela que as necessidades dos clientes são disseminadas e os problemas identificados são resolvidos da melhor forma.

Assim, com base nos conceitos apresentados pode-se questionar: Que benefícios a aplicação da metodologia SERVQUAL pode proporcionar na melhoria da qualidade de atendimento de uma empresa?

O presente trabalho aborda a aplicação da ferramenta SERVQUAL para mensurar a satisfação dos clientes em uma empresa de serviços automotivos do Vale do Paraíba. Visando à melhoria da qualidade de atendimento e a redução de falhas na prestação de serviços, mitigando o retrabalho e reduzir o tempo empregado no serviço, objetivando maximizar significativamente o retorno do ativo investido pela organização e otimizando o sistema produtivo. Com base nos conceitos, objetivos e resultados apresentados neste trabalho evidenciou-se a eficiência da metodologia SERVQUAL na obtenção da qualidade percebida e no auxílio da tomada de decisões, por meio da aplicação de um questionário que aborda cinco fatores fundamentais para o

bom desempenho de uma empresa, entre eles se destacam: tangibilidade, confiabilidade, presteza, segurança e empatia. Utilizando a escala de avaliação de *Likert* a um grupo amostral de 43 pessoas, mediante os dados coletados, pode-se perceber a necessidade de a empresa, objeto de estudo, investir em motivação e capacitação profissional com a finalidade de melhorar o atendimento e a prestação de serviços de seus colaboradores. A metodologia SERVQUAL auxiliada com ferramentas de melhoria contínua e ferramentas da qualidade podem proporcionar ao gestor a tomada de decisões mais assertivas e obter um planejamento estratégico que possibilita posicionar a empresa em um destaque competitivo no mercado de atuação.

1 Fundamentação Teórica

Nesta seção serão abordados alguns conceitos fundamentais do referencial teórico sobre os assuntos presente nesta pesquisa.

1.1 Qualidade

Segundo Reis *et al.* (2022), German *et al.* (2022), Junior *et al.* (2021), Assis *et al.* (2019), Santos *et al.* (2019) e Oliveira (2018), qualidade pode ser compreendida como a satisfação do cliente, sendo possível obter a qualidade total mediante uma visão sistêmica de todos os fatores envolvidos em qualquer processo produtivo. No Brasil o conceito de qualidade passou a ser disseminado a partir da década de 1990 mediante a introdução do comércio internacional, levando o consumidor a se tornar exigente em relação aos produtos, desde então, a qualidade se tornou um diferencial competitivo dentro das organizações que elaboravam estratégias com o intuito de maximizar o retorno permeado na satisfação simultânea de todas as partes envolvidas no processo, entre elas: cliente, fornecedores, colaboradores, acionistas etc.

1.2 Qualidade no Atendimento

A gestão da qualidade visa proporcionar um processo de produção com a máxima qualidade de desempenho, de forma a satisfazer o seu cliente. Assim, pode-se mensurar a qualidade também na percepção do cliente ao receber o produto ou serviço adquirido e na mensuração da qualidade vivenciada por ele. Para Andrade *et al.* (2020), Rosa *et al.* (2020) e Nascimento (2018), o diferencial competitivo promove a imagem da organização, firmando seu nome no mercado, fazendo com que os clientes reconheçam as qualidades diferenciais dos seus produtos e serviços ou do atendimento, tornando-se assim clientes fiéis.

1.3 Metodologia SERVQUAL

Segundo Tumsekcali *et al.* (2021), Sumi e Kabir (2021), Lizarelli *et al.* (2021), Rezaei *et al.* (2018), Araujo e Silva (2017) e Prass *et al.* (2010), o modelo SERVQUAL é um dos mais utilizados para explicar como funciona a avaliação da qualidade da prestação de serviços. Devido à dificuldade em analisar a qualidade em serviços, desenvolveram uma escala capaz de mensurar a

qualidade desses serviços, sendo esta escala denominada *Service Quality Gap Analysis* (SERVQUAL). Segundo Oliveira *et al.* (2020) afirmam, essa escala se baseia em analisar qualitativamente e quantitativamente a satisfação dos clientes por meio das divergências entre suas expectativas e percepções acerca de um determinado serviço.

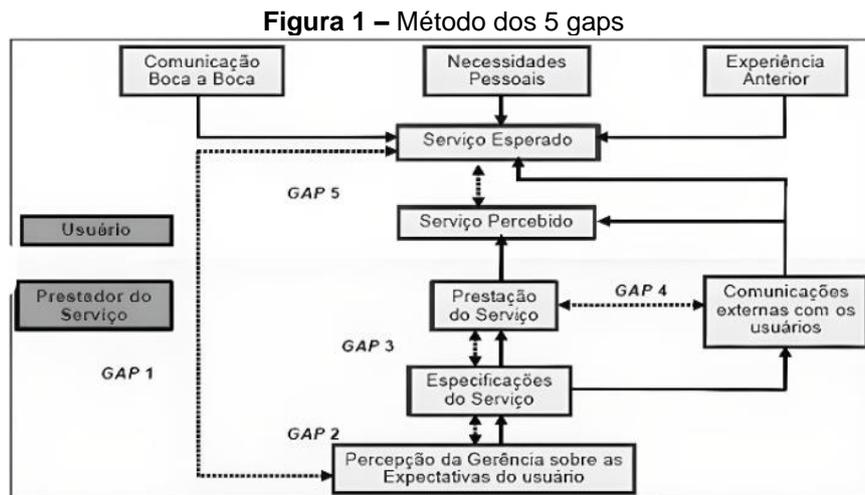
A busca pela qualidade de serviço tornou-se um agente fundamental para todas as organizações que são motivadas pela necessidade de manter a empresa ativa e competitiva. Parasuraman *et al.* (1988 *apud* VIEIRA *et al.*, 2019) caracterizaram a qualidade de serviço percebida como uma avaliação do cliente da primazia geral ou superioridade do serviço resultante da diferença entre expectativas e resultado obtido.

Na metodologia SERVQUAL é executada uma comparação entre expectativas e a percepção do serviço sob o ponto de vista do cliente, como afirma Moro (2019). Em relação às expectativas, são executadas declarações direcionadas a fim de identificar as expectativas gerais dos consumidores relacionadas aos serviços e, relacionada às percepções, são executadas declarações a fim de mensurar a percepção mensurando a percepção da qualidade do serviço relacionada a uma determinada organização prestadora de serviços.

Todavia Sartori *et al.* (2019) argumentam que o método utiliza a modelagem de *gaps* para mensurar a qualidade, no entanto, esta não é a única forma que os clientes podem fazer uso para avaliar os serviços prestados e mediante estas lacunas surgem cinco dimensões: confiabilidade, sensibilidade, segurança, empatia e aspectos tangíveis. Essas dimensões são agrupadas em ordem decrescente de importância, da seguinte forma: confiabilidade, ou seja, a capacidade de prestação de um determinado serviço mediante determinado pelo prestador de serviço com confiança e de forma pertinente, responsabilidade, ou seja, o ato de o prestador de serviços se colocar à disposição em ajudar os clientes, proporcionando de pronto os serviços. Ao deixar o cliente esperando, forma uma percepção negativa da qualidade e segurança, conhecendo sobre o serviço a ser prestado e a cordialidade dos colaboradores, transmitindo confiança, agregando fatores como: competência para executar o serviço, cordialidade e respeito ao cliente, empatia. Demonstrando interesse e atenção personalizada a cada cliente e por fim aspectos tangíveis relacionados à infraestrutura da organização, pessoal e materiais para comunicação.

O método dos cinco *gaps* elaborado por Parasuraman *et al.* (1985 *apud* VIEIRA *et al.*, 2019) apresenta uma assistência aos gestores a obterem a compreensão acerca das raízes dos problemas da qualidade dos serviços e como obter a melhor solução. Os *gaps* mensuram a divergência entre as expectativas dos clientes e dos gestores; os pontos de vistas dos gestores relacionados às expectativas dos clientes e as caracterizações da qualidade do serviço; as caracterizações da qualidade do serviço e execução; o serviço executado é a ação laboral relatada ao cliente e, por fim, as expectativas dos clientes relacionados ao serviço e o ponto de vista dos clientes relacionado ao desempenho do serviço executado.

Gonçalves *et al.* (2017) ressaltam que o método dos cinco gaps pode ser avaliado de forma individual, no entanto, sua mensuração é constituída por meio do uso do método SERVQUAL, sendo formado por 22 fatores que constituem as cinco determinantes da qualidade. A Figura 1 descreve a avaliação dos fatores causadores da baixa qualidade do serviço prestado, e que pode ser usado como suporte para avaliação no planejamento da qualidade em serviços prestados.



Fonte: Parasuraman *et al.* apud VIEIRA (2019)

2 Metodologia

A fim de corroborar e comparar as percepções do gestor com as percepções dos clientes será aplicado um questionário de cunho quantitativo aos colaboradores e clientes da empresa. Assim as perguntas desse método quantitativo serão com perguntas fechadas e múltipla escolha de respostas, visando identificar os principais problemas que os clientes encontram no atendimento, bem como os benefícios gerados com a implantação da metodologia na observação da qualidade percebida e objetivando comparar os cenários, o questionário abordará questões sobre os períodos antes e depois da aplicação.

A pesquisa foi aplicada com a finalidade de obter a percepção dos clientes no que tange ao atendimento e desempenho da empresa ao desenvolver um determinado serviço contratado ou requisitado por seus clientes. Dessa forma, utilizou-se a metodologia SERVQUAL; mediante Almeida e Moraes (2017) a ferramenta atua com o intuito de mensurar a satisfação do cliente permeado em suas percepções baseadas nas expectativas e desempenho realizado pela empresa, e que essa ferramenta pode ser aplicada em qualquer tipo de serviço, em que é constituído uma serie de experiências dos entrevistados.

Como critério de avaliação a escala desenvolvida por Likert em 1932 de 1 a 5, em que Matas (2018) afirma que Likert com base nos modelos anteriores reduziu o número efetivo de pontos de escolha, preservando o sistema de medida contínuo. Na escala de Likert, os entrevistados escolheriam somente um dos pontos fixos estipulados na linha, em um sistema de

cinco categorias de resposta (pontos), partindo de “concordo totalmente” até “discordo totalmente”, introduzindo ao mesmo passo o caráter bidimensional da escala e com um ponto neutro no meio da escala como pode ser observada na Tabela 1.

Tabela 1 – Modelo de Escala de Likert (1932)

5	4	3	2	1
Concordo Totalmente	Concordo Parcialmente	Prefiro não Opinar	Discordo Parcialmente	Discordo Totalmente

Fonte: Adaptado de Matas (2018)

A pesquisa aplicada pode ser observada no Quadro 1 localizado em anexo. Para execução do projeto foi necessário inicialmente obter o conhecimento do tamanho mínimo necessário da amostra, pois, para Fávero e Belfiore (2020 ou 2017), o cálculo amostral é fundamental em todas as ocasiões em que o objetivo do trabalho é extrapolar o resultado encontrado em uma amostra para toda a população. Um dos aspectos fundamentais relacionados à metodologia SERVQUAL é a coleta de dados.

A fim de determinar a população a ser estudada, utilizaram-se 40 clientes que frequentaram a empresa no mês anterior à realização desta pesquisa. Com o intuito de obter um valor mínimo ideal de entrevistas, optou-se pela aplicação de técnica estatística de cálculo amostral simples, evidenciada na equação 1 e 2.

$$n_0 = \frac{1}{E_0^2} \quad (1)$$

$$n_0 = \frac{1}{\left(\frac{5}{100}\right)^2} \quad (1.1)$$

$$n_0 = 400 \quad (1.2)$$

Onde:

- n_0 representa a primeira aproximação do tamanho da amostra;
- E_0 representa o erro amostral, que neste caso foi adotado 5%

$$n = \frac{N \times n_0}{N + n_0} \quad (2)$$

$$n = \frac{40 \times 400}{40 + 400} \quad (2.1)$$

$$n = 36,36 \quad (2.2)$$

Onde:

- n representa o resultado final do cálculo amostral;
- N representa o tamanho da amostra, que neste caso foi adotado 40.

Devido a algumas circunstâncias nem todos se disponibilizam a responder, o resultado do cálculo amostral elaborado foi de aproximadamente 36 entrevistados, a pesquisa foi enviada a 100 clientes, superior ao cálculo amostral evidenciado. As coletas dos dados foram feitas entre 10 dias, a pesquisa obteve 43 respostas aos questionários.

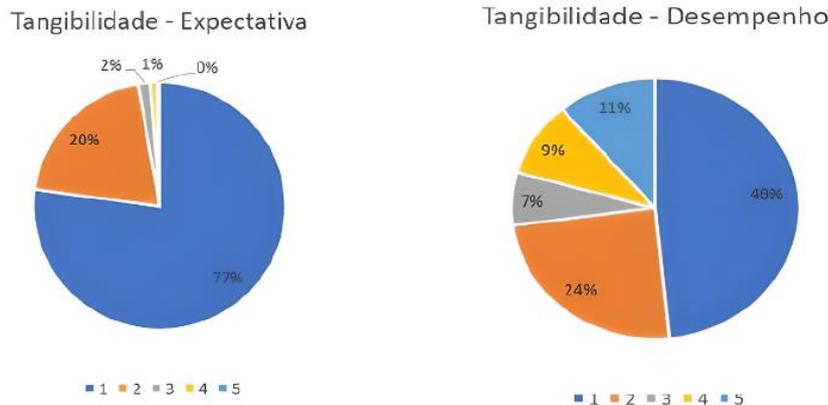
3 Resultados

Nesta seção serão apresentados os resultados obtidos durante o período de realização dessa pesquisa, os resultados apresentados foram provenientes dos questionários aplicados como indicado na metodologia.

3.1 Tangibilidade

Segundo Gama *et al.* (2021), Boaventura *et al.* (2021), Cunha *et al.* (2020) e Leite e Mendes (2020), a tangibilidade está relacionada à infraestrutura, apresentação externa, aparência, equipamento, pessoal e materiais de comunicação. Sobre este quesito foram abordadas 6 questões sobre a organização da empresa, bem como a apresentação dos colaboradores e da empresa aos clientes. A Figura 2 apresenta os gráficos sobre a tangibilidade da empresa.

Figura 2 – Percepção do cliente acerca da expectativa e do desempenho real da tangibilidade



Fonte: Autores

Os aspectos tangíveis avaliados da empresa foram aparência, modernidade dos maquinários, apresentação dos colaboradores e aplicação da avaliação de desempenho satisfatória, no fator expectativa 77% de 43 entrevistados afirmaram concordar totalmente com a importância desses itens, 22% de 43 entrevistados afirmaram concordar parcialmente, totalizando 99% de 43 dos entrevistados que afirmam que os fatores tangíveis da empresa são fundamentais para uma boa qualidade no atendimento e prestação de serviço.

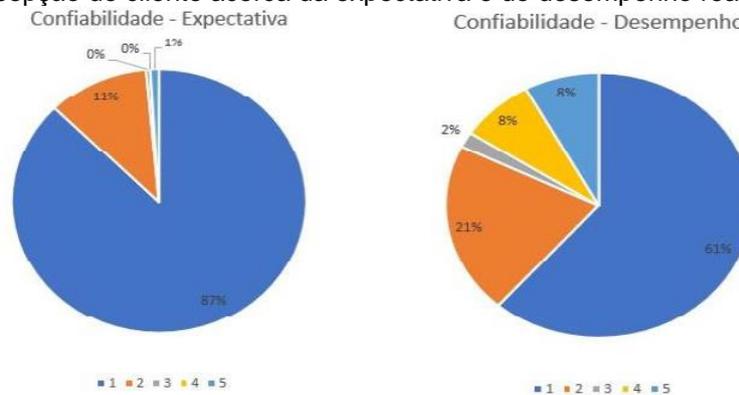
No fator desempenho 48% de 43 entrevistados afirmaram que a empresa cumpre totalmente com esses requisitos, 24% de 43 entrevistados afirmaram o cumprimento em partes desses requisitos. Sobre a avaliação negativa dos entrevistados apenas 11% de 43 dos

entrevistados afirmaram que a empresa não cumpre nenhum dos requisitos, relatou-se que a empresa falha mediante a falta de agilidade no atendimento, falta da avaliação de desempenho dos colaboradores e serviços prestados.

3.2 Confiabilidade

Segundo Gama *et al.* (2021), Guatura *et al.*, (2021), Santos *et al.* (2021), Cunha e Santos (2020) e Leite e Mendes (2020), a confiabilidade é a capacidade de desempenhar bem o serviço prometido sendo o fator mais importante para o cliente. Foram abordadas 5 questões sobre a qualidade de prestação de serviço, a desenvoltura dos colaboradores ao executar os serviços contratados, o cumprimento do tempo, qualidade esperada pelo cliente sobre o atendimento e execução do trabalho. A Figura 3 apresenta os gráficos sobre a confiabilidade da empresa.

Figura 3 – Percepção do cliente acerca da expectativa e do desempenho real da confiabilidade



Fonte: Autores

Acerca da confiabilidade da empresa, sobre a qualidade percebida na prestação do serviço, no atendimento pontual e cordial, entre outros fatores que determinam a confiabilidade de um cliente em determinada empresa, no fator expectativa 87% de 43 dos entrevistados afirmaram concordar totalmente, 11% de 43 afirmaram concordar parcialmente, pode-se perceber que 98% de 43 dos entrevistados afirmam que a confiabilidade é um fator fundamental em uma organização.

No fator desempenho empresarial 61% de 43 dos entrevistados afirmaram que a empresa cumpre totalmente com esses requisitos, 21% de 43 entrevistados responderam que cumpre parcialmente com os requisitos, somando ao todo, 82% dos entrevistados afirmam que a empresa cumpre com os requisitos de fundamental importância para os clientes, tratando de uma empresa se apresentar confiável ao cliente.

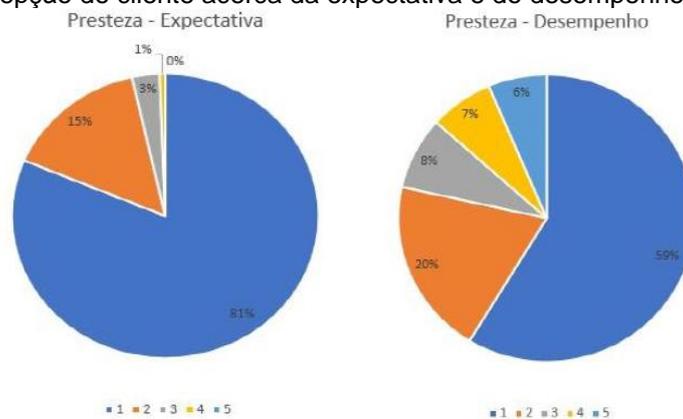
Sobre a avaliação negativa dos entrevistados, apenas 16% dos entrevistados afirmaram que a empresa não cumpre nenhum dos requisitos, sendo que nas questões apresentadas a empresa falha em não cumprir o tempo estabelecido no serviço executado, ao não cumprir com este ponto fundamental a qualidade do trabalho torna-se comprometida com o contentamento do

cliente que se programou para determinado acontecimento e expectativa gerada ao contratar o serviço.

3.3 Presteza

Segundo Gama *et al.* (2022), Gama *et al.* (2021), Santos *et al.* (2020), e Leite e Mendes (2020), a presteza é a capacidade de atender bem e prontamente aos clientes, representando um significativo diferencial. Sobre este quesito foram abordadas 4 questões sobre a disponibilidade do colaborador em atender ou resolver os problemas de um cliente, bem como a proatividade e ao pronto atendimento. A Figura 4 apresenta os gráficos sobre a presteza da empresa.

Figura 4 – Percepção do cliente acerca da expectativa e do desempenho real da presteza



Fonte: Autores

Acerca da presteza da empresa, abordaram-se a proatividade e a agilidade do colaborador em atender ao cliente ao apresentar um determinado produto ou serviço, ou na solução de um determinado problema, no fator expectativa, 81% de 43 dos entrevistados afirmaram concordar totalmente com a importância desses itens, 15% de 43 afirmaram concordar parcialmente, pode-se perceber que 96% dos entrevistados afirmam que a presteza faz a diferença no resultado final de um serviço ou produto.

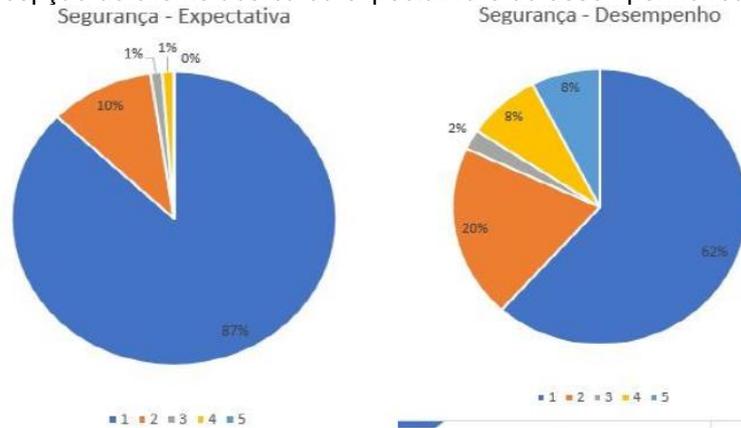
No fator desempenho da empresa, 59% de 43 dos entrevistados afirmaram que a empresa cumpre totalmente com esses requisitos, 20% de 43 dos entrevistados afirmaram que a empresa cumpre em partes com esses requisitos, somando ao todo, 79% de 43 dos entrevistados afirmam que a empresa cumpre com os requisitos primordiais para os clientes. Sobre a avaliação negativa dos entrevistados, apenas 13% de 43 dos entrevistados afirmaram que a empresa não cumpre nenhum dos requisitos, sendo que nas questões eles evidenciaram que a empresa falha ao possuir habilidades para captar as necessidades dos clientes.

3.4 Segurança

Segundo Santos *et al.* (2021), Santos *et al.* (2021) e Giroto *et al.*, (2020) Leite e Mendes (2020), a segurança ou garantia é o conhecimento e cortesia dos colaboradores e sua habilidade

em inspirar e transmitir credibilidade e confiança. Sobre este quesito foram abordadas 4 questões sobre a disponibilidade do colaborador em atender ou resolver os problemas de um cliente, bem como a proatividade e o pronto atendimento. A Figura 5 apresenta os gráficos sobre a segurança que a empresa transmite ao cliente.

Figura 5 – Percepção do cliente acerca da expectativa e do desempenho real da segurança



Fonte: Autores

Acerca da segurança ou garantia da empresa, abordou-se a credibilidade que a empresa deve transmitir ao cliente, proatividade na prestação de um serviço e a forma como o colaborador deve atender a demanda de um cliente, no fator expectativa: 87% de 43 dos entrevistados afirmaram concordar totalmente com a importância desses itens, 10% de 43 afirmaram concordar parcialmente, pode-se perceber que 97% de 43 dos entrevistados afirmam que a garantia ou segurança que a empresa transmite ao cliente faz a diferença no resultado final do serviço ou produto. No fator desempenho da empresa, 62% de 43 dos entrevistados afirmaram que a empresa cumpre totalmente com esses requisitos, 20% de 43 afirmaram que a empresa cumpre em partes com esses requisitos, somando ao todo, 82% de 43 dos entrevistados afirmam que a empresa cumpre com os requisitos primordiais para os clientes.

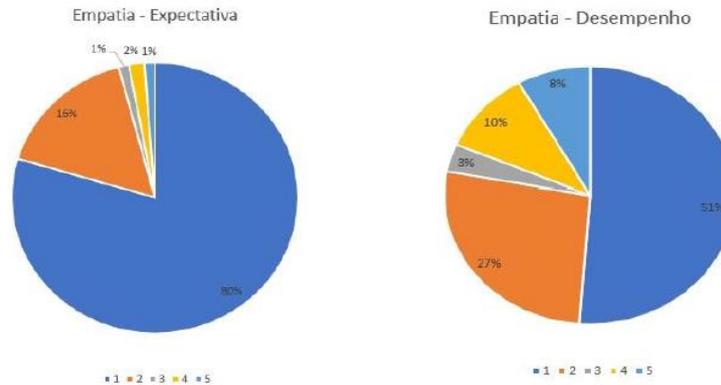
Sobre a avaliação negativa dos entrevistados, apenas 16% de 43 dos entrevistados afirmaram que a empresa não cumpre nenhum dos requisitos sendo que as questões que afirmam que a segurança é falha na empresa são questões que abordam sobre a forma como o colaborador deveria transmitir credibilidade de forma que o cliente se sinta seguro ao divulgar a empresa em seu meio de convivência e sobre a falha na comunicação ao transmitir o retorno do serviço prestado, a comunicação é um fator fundamental para o desenvolvimento e garantia da qualidade de uma organização.

3.5 Empatia

Segundo Ferraz *et al.*, (2021), Leite e Mendes (2020), Ranieri e Barreira (2012), a empatia é o cuidado, a atenção individualizada que a empresa oferece aos seus clientes. Sobre este quesito foram abordadas 4 questões sobre a qualidade de atendimento ao cliente, sobre a

importância do cliente para a empresa e a capacitação do colaborador em relação ao atendimento. A Figura 6 apresenta os gráficos sobre a empatia da empresa.

Figura 6 – Percepção do cliente acerca da expectativa e do desempenho real da empatia



Fonte: Autores

Esse quesito abordou sobre a cordialidade e a atenção que a empresa deve voltar ao cliente e sobre a capacitação que os colaboradores devem ter ao atender os clientes, no fator expectativa: 80% de 43 dos entrevistados afirmaram concordar totalmente com a importância desses itens, 16% de 43 afirmaram concordar parcialmente, pode-se perceber que 96% de 43 dos entrevistados afirmam que a empatia que o colaborador e a empresa oferecem ao seu cliente tem impacto fundamental na qualidade do serviço esperado.

No fator desempenho da empresa, 51% de 43 dos entrevistados afirmaram que a empresa cumpre totalmente com esses requisitos, 27% de 43 afirmaram que a empresa cumpre em partes com esses requisitos, somando ao todo, 78% de 43 dos entrevistados afirmam que a empresa possui empatia ao lidar com o cliente.

Sobre a avaliação negativa dos entrevistados, 18% de 43 dos entrevistados afirmaram que a empresa não cumpre nenhum dos requisitos sendo que as questões que afirmam que a empatia é falha na empresa são questões que abordam sobre a forma como o colaborador atende o cliente, não o fazendo se sentir peça fundamental e importante para a empresa e sobre a fila de espera ao ser atendido.

Considerações Finais

Atualmente é inquestionável a relevância dada aos clientes, pois as organizações, devido à concorrência, se veem na necessidade de buscar diversificar a forma como os serviços e produtos são oferecidos aos clientes e sempre promovendo um excelente atendimento, fazendo assim um diferencial para a empresa ou marca na qual está atrelada em algum grupo empresarial. Com a entrevista aplicada percebeu-se que o maior problema foi sobre atendimento ao cliente, nos quesitos analisados, tais como: tangibilidade, confiabilidade, presteza, segurança e empatia, evidenciou-se que a falta de preparo no atendimento causa um impacto negativo sobre a imagem da empresa.

Dessa forma, propõe-se como ferramenta de melhoria da qualidade do desempenho da empresa capacitação profissional, visando um melhor atendimento e percepção da real importância que o cliente tem para a empresa, bem como a aplicação de ferramentas que possibilitem na avaliação do desempenho da qualidade, auxiliando o gestor ter maior clareza sobre os problemas raízes que impactam negativamente a empresa.

A metodologia SERVQUAL mensurou a discrepância entre as expectativas e as percepções dos clientes da empresa. Ponderando-se os dados coletados, conclui-se que a empresa possui pontos fundamentais para garantir uma posição de competição no mercado. No entanto, como toda empresa de pequeno porte existem necessidades de investimento em ferramentas de padronização e procedimentos, melhoria contínua da qualidade e capacitação e motivação profissional dos colaboradores, visando um atendimento mais ágil e eficaz.

No geral, o nível do desempenho dos serviços percebidos apresentou-se ideal, embora, existam oportunidades para a implantação de melhorias. Detectou-se que o modelo da escala SERVQUAL pode auxiliar a gestão com a tomada de decisão, definindo quais pontos emergentes devem ser aplicados para melhoria contínua.

Referências

ALMEIDA, B. M.; MORAIS, S. C. F. **O uso AHP (processo de análise hierárquica) na tomada de uma decisão para escola do método de avaliação.** In: XXXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção – ENEGEP, 2017, Joinville - SC.

ANDRADE, F. S.; *et al.* Qualidade no atendimento ao cliente como diferencial competitivo: estudo de caso em uma loja de departamento no município de Pouso Alegre, MG, Brasil. **Revista Conexão UEPG.** v. 16, e. 2014364, p. 01-08, 2020.

ARAUJO, J. J.; SILVA, A. C. G. C. Aplicação da ferramenta SERVQUAL para mensurar a satisfação dos clientes em uma academia de ginástica em Petrolina – PE. **Exacta**, v. 15, n. 2, p. 323-334, 2017. University Nove de Julho. <http://dx.doi.org/10.5585/exactaep.v15n2.6942>

ASSIS, L. C. E.; *et al.* Aplicação Do Método Desdobramento Da Função Qualidade “Qfd” Para Melhoria Da Prestação De Serviços Em Uma Transportadora. **Revista Científica On-Line - Tecnologia, Gestão e Humanismo**, v. 9, n. 1, p. 35-50, 2019.

BOAVENTURA, G. A. S.; *et al.* Feasibility of Prototyping the Jominy Test Device: corroborating for studies and preliminary results of the heating and data acquisition subsystems. **Journal Of Materials Science and Chemical Engineering**, v. 09, n. 03, p. 23-38, 2021. Scientific Research Publishing, Inc. <http://dx.doi.org/10.4236/msce.2021.93003>

CUNHA, K. C. S.; *et al.* The Reliability of Metrologia 4.0 Data in the Industrial Technological Scenario: how this can impact the forms of dimensional control in the industry. **International Journal of Engineering And Applied Sciences (Ijeas)**, v. 7, n. 4, p. 34-38, 2020. Engineering Research Publication ERP. <http://dx.doi.org/10.31873/ijeas.7.04.05>

CUNHA, K.; SANTOS, R. The Reliability of Data from Metrology 4.0. **International Journal On Data Science And Technology**, v. 6, n. 4, p. 66, 2020. Science Publishing Group. <http://dx.doi.org/10.11648/j.ijdst.20200604.11>

FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P. **Manual de análise de dados: estatística e modelagem multivariada com Excel, SPSS e Stata**. Elsevier Brasil, 2017.

FERRAZ, T. R.; *et al.* **Análise da Aplicação do Modelo Kano nos Serviços e Atendimento Prestados em Uma Academia na Cidade de Lorena/Sp**. In: XLI ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – ENEGEP, 2021, Foz do Iguaçu - Pr.

GAMA, R. P.; *et al.* **Análise do FMEA para Validação do Processo de Desbaste em Torno Vertical**. In: XLI ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – ENEGEP, 2021, Foz do Iguaçu - Pr.

GAMA, R. P.; *et al.* Replacement analysis of ceramic insert by CBN insert in vertical lathe. **Global Journal of Engineering and Technology Advances**, v. 11, n. 1, p. 058-071, 2022. GSC Online Press. <http://dx.doi.org/10.30574/gjeta.2022.11.1.0067>

GERMAN, J. D.; *et al.* Choosing a package carrier during COVID-19 pandemic: an integration of pro-environmental planned behavior (pepb) theory and service quality (servqual). **Journal of Cleaner Production**, v. 346, p. 131123, 2022. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131123>

GIROTO, L. G. F. F.; *et al.* Development and Financial Analysis for the Elaboration Jominy Test Device: conception of an engineering project from the point of view undergraduate students. **International Journal Of Advanced Engineering Research And Science**, v. 7, n. 6, p. 331-336, 2020. AI Publications. <http://dx.doi.org/10.22161/ijaers.76.41>

GONÇALVES, W. S.; *et al.* **Aplicação do método SERVQUAL: um estudo de satisfação do cliente em um estacionamento de veículos leves**. In: ENEGEP - XXXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2017, Joinville - SC.

GUATURA, A. N.; *et al.* **Implantação de Melhoria com Aplicação do Lean Six Sigma em uma Empresa do Ramo de Design de Interiores**. In: XLI ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – ENEGEP, 2021, Foz do Iguaçu - Pr.

JUNIOR, L. G. V.; *et al.* A Integração entre Ferramentas Lean e a Indústria 4.0: uma investigação e análise. **Brazilian Journal of Business**, v. 3, n. 5, p. 4151-4156, 29 dez. 2021. South Florida Publishing LLC. <http://dx.doi.org/10.34140/bjbv3n5-044>

KAMINARI, V. K. **Análise da qualidade do serviço em um restaurante da Grande Florianópolis: uma aplicação do modelo SERVQUAL**. Monografia (Administração), Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça – SC, 2019.

LEITE, R. O.; MENDES, L. S. Determinantes de alavancagem: uma reanálise dos países do G7. **Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa**, v. 19, n. 1, p. 1-13, 2020.

LIZARELLI, F. L.; *et al.* Integration of SERVQUAL, Analytical Kano, and QFD using fuzzy approaches to support improvement decisions in an entrepreneurial education service. **Applied Soft Computing**, v. 112, p. 107786, 2021. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.asoc.2021.107786>

MATAS, A. Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. **Revista Electrónica de Investigación Educativa – REDIE**, v. 20, n. 1 p. 38-47, 2018.

MORO, M. P. **Eficiência energética e qualidade de serviço em centro de dados**. Campo Grande: UFMS, 2019. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Campo Grande - MS, 2019. 211 fls.

NASCIMENTO, H. F., C. R. Experiências Na Gestão De Conflitos No Âmbito Público: Averiguação De Casos Em Um Periódico Científico. **Revista Científica On-Line - Tecnologia, Gestão e Humanismo**, v. 8, n. 2, p. 91-106, 2018.

OLIVEIRA, A. N. C.; *et al.* Perspectiva da qualidade nos serviços de uma clínica de fisioterapia: uma análise introdutória dos conceitos de SERVQUAL. **Caderno de Graduação-Ciências Exatas e Tecnológicas**, v. 6, n. 2, p. 47-47, 2020.

OLIVEIRA, R. B. **Avaliação da qualidade do serviço prestado pelo curso de engenharia de produção da Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Campus de Mossoró: Uma aplicação do método SERVQUAL**. Monografia (Engenharia de Produção), Universidade Federal Rural do Semi-Árido. Mossoró - RN, 2018. 76 fls.

PRASS, R.; *et al.* Avaliação da qualidade de serviços prestados na área educacional através do modelo Servqual. **Revista Gestão Industrial**. v. 6, p. 213-231, 2010.

RANIERI, L. P.; BARREIRA, C. R. A. A empatia como vivência. **Memorandum: Memória e História em Psicologia**, v. 23, p. 12-31, 2012.

REIS, C. R.; *et al.* Utilização Do Rpa Como Tecnologia De Automação De Processos Financeiros Em Uma Multinacional Do Vale Do Paraíba. **Revista Científica On-Line - Tecnologia, Gestão e Humanismo**, v. 11, n. 2, p. 44-59, 2022.

REZAEI, J.; *et al.* Quality assessment of airline baggage handling systems using SERVQUAL and BWM. **Tourism Management**, v. 66, p. 85-93, 2018.

ROSA, A. C. M.; *et al.* Measuring open innovation practices in small companies at important Brazilian industrial centers. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 151, p. 119805, 2020. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119805>

SANTOS, A. V. B.; *et al.* A influência da comunicação interna na qualidade dos serviços prestados aos clientes: estudo de caso em uma concessionária em Aracaju-SE. **Revista Valor**, v. 4, p. 13-26, 2019.

SANTOS, F. A.; *et al.* Comparative Analysis of The Application of Lubricant Coolant By The Mqf Technique In The Face Milling Machining Process Of Hardened D2 Steel Alloy. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 1, p. 10349-10370, 2021. Brazilian Journal of Development. <http://dx.doi.org/10.34117/bjdv7n1-703>

SANTOS, R. O. B.; *et al.* **A Importância Da Nr 12 Em Seus Diversos Contextos: Uma Análise Sistemática Para Prevenção De Acidentes Industriais**. In: II CONGRESSO BRASILEIRO INTERDISCIPLINAR DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA – COBICET, 2021, Diamantina - Mg.

SANTOS, R. O. B.; *et al.* **Criação De Um Método De Comparação Entre Os Processos De Usinagem E Trefilação Para Peças Tubulares Automotivas**. In: XLI ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – ENEGEP, 2021, Foz do Iguaçu - Pr.

SANTOS, R. O. B.; *et al.* Digital System for Dynamic and Vibration Analysis of a Centrifugal Pump Using the Teknikao Sdav Software: a case study. **International Journal of Advanced Engineering Research And Science**, v. 7, n. 8, p. 367-377, 2020. AI Publications. <http://dx.doi.org/10.22161/ijaers.78.40>

SANTOS, R. O. B.; *et al.* Utilização dos computadores como ferramentas didáticas auxiliares para o aprendizado através da modelagem matemática baseada na Teoria Construtivista Piagetiniana. **Educação, Cultura e Comunicação**, v. 14, n. 27, 2023.

SANTOS, R. O. B.; *et al.* Viabilidade Técnica Para Implantação Do Laboratório De Gestão Das Operações Na Engenharia. **Revista Científica On-Line - Tecnologia, Gestão e Humanismo**, v. 9, n. 2, p. 33-46, 2019.

SARTORI, A.; *et al.* Avaliação da qualidade dos serviços de transporte público urbano em Cuiabá e Várzea Grande utilizando método SERVQUAL. **Brazilian Journal of Development**, v. 5, n. 6, p. 6425-6444, 2019.

SUMI, R. S.; KABIR, G. Satisfaction of E-Learners with Electronic Learning Service Quality Using the SERVQUAL Model. **Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity**, v. 7, n. 4, p. 227, 2021. MDPI AG. <http://dx.doi.org/10.3390/joitmc7040227>

TUMSEKCALI, E.; *et al.* Interval valued intuitionistic fuzzy AHP-WASPAS based public transportation service quality evaluation by a new extension of SERVQUAL Model: p-servqual 4.0. **Expert Systems With Applications**, v. 186, p. 115757, 2021. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eswa.2021.115757>

VALENTE, J. M. G. M. **A satisfação dos clientes e a qualidade do serviço: um estudo na creche “AAA” baseado no modelo SERVQUAL**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Empresariais, Universidade de Lisboa - Lisbon School of Economics & Management, 2019.

VIEIRA, G. B. B.; *et al.* Análise da qualidade dos serviços das assessorias em comércio exterior da serra gaúcha: uma aplicação da escala SERVQUAL. **Revista Produção Online**, v. 19, n. 3, p. 876-895, 2019.

Recebido em 16/01/2023

Aceito em 26/02/2024

• Anexo

Item	Expectativa (E)	Nota	Desempenho (D)	Nota
01	O ambiente da empresa deveria ser agradável aos seus olhos		O ambiente da empresa é visualmente atrativo	
02	Os equipamentos de serviços deveriam ser modernos e eficazes no serviço proposto		A empresa possui equipamentos modernos	
03	Os colaboradores da empresa deveriam ter uma apresentação agradável aos clientes		Os colaboradores se apresentam agradavelmente aos clientes	
04	As especificações de qualidade do serviço oferecido deveriam se traduzir na qualidade do serviço prestado		As especificações de qualidade do serviço oferecido se traduzem na qualidade do serviço prestado	
05	A empresa deveria cumprir o serviço com a qualidade prometida inicialmente		A empresa entrega o serviço com excelência na qualidade	
06	Os colaboradores deveriam transmitir confiabilidade de que sabem o que devem fazer ao executar determinado serviço		Os colaboradores transmitem confiabilidade de que sabem o que devem fazer ao executar determinado serviço	
07	A empresa deveria cumprir o serviço no tempo estabelecido no início do contrato		A empresa cumpre o serviço no tempo estabelecido no início do contrato	
08	Ao ocorrer algum problema com o serviço. Os colaboradores e a empresa deveriam deixar o cliente seguro de que o serviço seria entregue de forma satisfatória		Ao ocorrer algum problema com o serviço. Os colaboradores e a empresa transmitem segurança ao cliente de que o serviço será entregue de forma satisfatória	
09	Em relação ao atendimento os colaboradores deveriam ser cordiais e prestativos ao anotarem o serviço requisitado pelo cliente		Em relação ao atendimento os colaboradores são cordiais e prestativos ao anotarem o serviço requisitado pelo cliente	
10	Os colaboradores deveriam captar as necessidades dos clientes		Os colaboradores têm habilidades para captar de forma satisfatória a necessidade dos clientes	
11	A agilidade no atendimento e a disponibilidade do colaborador em ser proativo deveria ser um fator fundamental para a empresa		A agilidade no atendimento e a disponibilidade do colaborador é um fator fundamental para a empresa	
12	A empresa deveria transmitir credibilidade ao cliente		A empresa transmite credibilidade ao cliente	
13	A empresa deveria ter colaboradores proativos e prestativos		A empresa possui colaboradores proativos e prestativos	
14	A empresa deveria dar um retorno do serviço prestado de forma clara e compreensível ao cliente		A empresa transmite o retorno a respeito do serviço prestado de forma clara e compreensível ao cliente	
15	A empresa deveria transmitir confiabilidade de forma que o cliente se sentiria seguro divulgar a empresa		A empresa transmite confiabilidade de tal forma que o cliente indica a empresa aos seus conhecidos	

16	O atendimento do colaborador deveria ser atencioso de tal forma que poderia interferir em sua aquisição do serviço		O atendimento do colaborador é atencioso de tal que interfere positivamente em sua aquisição do serviço	
17	O atendimento dos colaboradores deveria fazer o cliente se sentir parte fundamental da empresa		O atendimento dos colaboradores faz o cliente se sentir parte fundamental da empresa	
18	A fila de espera na empresa deveria ser organizada e ágil		A empresa respeita o tempo do cliente organizando a fila de espera tornando-a ágil no atendimento	
19	Os colaboradores deveriam ser ágeis no atendimento		Os colaboradores atendem de forma ágil	
20	Os colaboradores deveriam ser capacitados no atendimento e na execução do serviço		Os colaboradores são capacitados no atendimento e na execução do serviço	
21	Esta empresa deveria ter uma média de avaliação no desempenho satisfatória ao cliente		A empresa tem uma avaliação satisfatória no desempenho satisfatória ao cliente	
22	A percepção do cliente sobre o serviço desejado por ele deveria ser atendida com qualidade e eficácia		A percepção do cliente sobre o serviço desejado é atendida com qualidade e eficácia no serviço prestado	