

***SERVICE QUALITY GAP ANALYSIS (SERVQUAL) APLICADO NO PROCESSO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE EM UMA EMPRESA DO SEGUIMENTO METALURGICO***

***SERVICE QUALITY GAP ANALYSIS (SERVQUAL) APPLIED IN THE CUSTOMER SERVICE QUALITY PROCESS IN A METALLURGICAL FOLLOWING COMPANY***

Michele Aparecida Maciel De Oliveira – michelesdj2017@gmail.com  
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (Fatec) – Taquaritinga – SP – Brasil

Luis Roberto De Medeiros – luis.medeiros @fatectq.edu.br  
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (Fatec) – Taquaritinga – SP – Brasil

**DOI: 10.31510/infa.v19i2.1466**

Data de submissão: 01/09/2022

Data do aceite: 28/11/2022

Data da publicação: 20/12/2022

### **RESUMO**

Devido à competitividade do mercado é de extrema importância fidelizar os clientes é preciso que seja proporcionado um atendimento diferenciado, a ponto que os clientes reconheçam a excelência no nível de serviço. Este artigo teve como objetivo aplicar a ferramenta SEVQUAL para mensurar a satisfação do cliente quanto a qualidade de serviço. Para tanto baseou-se em pesquisas bibliográficas por meio de artigos, monografias, dissertações, com o objetivo de produzir informações sobre o tema. A metodologia incluiu ainda um estudo de caso realizado na empresa a Indústria Mecânica Panegossi -Ltda, situada na cidade de Matão - SP. A coleta de dados para o estudo de caso foi por meio de questionário aplicado no *Google Forms* com a legenda, insatisfeito e satisfeito direcionada aos clientes, no período de abril a maio de 2022, que teve como princípio obter a opinião de cada um sobre a satisfação dos serviços prestados pela empresa, visando a melhoria da qualidade do atendimento aplicado no modelo SERVQUAL. Os resultados foram todos positivos para a empresa estudada, sendo possível concluir que, com aplicação do questionário e a análise SERVQUAL dos dados foi possível evidenciar a importância de se mensurar a qualidade dos serviços prestados.

**Palavras-chave:** Satisfação do Cliente. Qualidade. SERVQUAL

### **ABSTRACT**

Due to the competitiveness of the market, it is extremely important to retain customers it is necessary to provide a differentiated service, to the point that customers recognize excellence in the level of service. This article aimed to apply the SEVQUAL tool to measure customer satisfaction regarding quality of service. For this purpose, it was based on bibliographic research through articles, monographs, dissertations, with the objective of producing information on the subject. The methodology also included a case study conducted in the company The Mechanical Industry Panegossi -Ltda, located in the city of Matão - SP. The data collection for the case study was through a questionnaire applied in *Google Forms* with the

caption, dissatisfied and satisfied directed to customers, in the period from April to May 2022, which had as principle to obtain the opinion of each one on the satisfaction of the services provided by the company, aiming at improving the quality of the service applied in the SERVQUAL model. The results were all positive for the company studied, and it was possible to conclude that, with the application of the questionnaire and the SERVQUAL analysis of the data, it was possible to highlight the importance of measuring the quality of the services provided.

**Keywords:** Customer satisfaction. Quality. Servqual

## 1 INTRODUÇÃO

É fato que a satisfação do cliente e a fidelização depende do atendimento que, segundo Las Casas (2010) os clientes criam expectativas com as empresas e /ou serviços de acordo com as promessas feitas pelos vendedores. Se o resultado de uma prestação de serviços iguala a expectativa, o cliente fica satisfeito.

Segundo Dias (2011) os clientes não compram somente aquilo de que necessitam, mas compram serviços e produtos que aparentemente, de acordo com a mídia, possui o efeito de acrescentar qualidades que deseja ter.

No entendimento de Kotler e Armstrong (2014, p. 245) “as empresas devem mensurar constantemente o valor e a satisfação do cliente por meio da entrega dos produtos, dos preços, dos canais e promoção”.

Para Las Casas (2010) um bom produto e um preço adequado não são suficientes para assegurar vendas. É necessária também a existência de uma forma eficiente de conduzir os produtos até os compradores finais.

Para Lovelock; Wirtz; Hemzo (2011, p. 25) “para mensurar a satisfação do cliente com os aspectos da qualidade de serviço se faz necessário o uso de ferramentas de qualidade”. Werkema (2012, p.35) diz que, “as políticas de qualidade envolvem estratégias com prioridades em conjunto de normas, métodos e procedimentos visando a satisfação do cliente”

De acordo com o Project Management Institute- PMI (2013, p. 125) “a qualidade deve estar em conjunto e características que atenda as exigências do cliente, quando equilibrada, essa relação se traduz em clientes satisfeitos e sucesso nos negócios”.

De modo geral no processo de satisfação do cliente devem ser considerados a qualidade de atendimento venda e pós-venda. Segundo Simões e Medeiros (2010) os clientes escolhem serviços baseado na confiança da empresa, diferente de um produto que pode ser visto, sentido e testado antes da aquisição. Neste contexto é necessário compreender como aplicar

ferramentas para mensurar a satisfação dos clientes. A pergunta norteadora desta pesquisa é: Como a ferramenta SERVQUAL mensura satisfação do cliente?

Esta pesquisa é justificada e relevante sobre a aplicação da ferramenta, *Service Quality Gap Analysis* (SERVQUAL) devido à importância satisfação do cliente nas empresas. O tema deste estudo está delimitado entre a teoria dos estudiosos e a prática aplicada.

O objetivo desta pesquisa é aplicar a ferramenta SERVQUAL que, de acordo com Silva e Neto (2010 p. 22) SERVQUAL “é uma ferramenta de medida da qualidade em serviços, que compara a qualidade do serviço entregue com a qualidade do serviço esperado pelo consumidor”. A ferramenta SERVQUAL foi aplicada em uma indústria metal mecânica especializada em processo de tratamento térmico por indução eletrônica, situada na cidade de Matão -SP, de modo a identificar as expectativas e percepções dos clientes a respeito dos serviços de atendimento prestados aos clientes.

Este trabalho foi dividido em seções, sendo está a introdução, a segunda seção o referencial teórico, definições e conceitos ferramenta SERVQUAL. Na terceira seção apresenta-se a metodologia de pesquisa. Na quarta seção os resultados e discussões. Na última seção (quinta) seguem as considerações finais do estudo.

## **2 FERRAMENTA SERVICE QUALITY GAP ANALYSIS (SERVQUAL)**

De acordo com Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014, p. 08) SERVQUAL “é uma ferramenta que tem como função identificar as tendências da qualidade por meio de pesquisas periódicas com os clientes”.

Parasuraman; Zeithaml e Berry foram os criadores do método SERVQUAL na década de 80, com a finalidade de mensurar a qualidade em serviços. Parasuraman; Zeithaml e Berry (1985) fizeram estudo quantitativo e qualitativo que resultou na escala de cinco dimensões com a ferramenta SERVQUAL, a saber:

- a) Confiabilidade: prestar o serviço conforme o combinado, mantendo a precisão, a consistência e a segurança;
- b) Receptividade: engloba velocidade e prontidão no atendimento ao cliente;
- c) Tangibilidade: relacionam-se todas as evidências físicas a qual o serviço está inserido, bem como funcionários e equipamentos;
- d) Empatia: tratar o cliente com cordialidade, cuidado e atenção individual;

e) Segurança: simplicidade e segurança nos serviços prestados.

Segundo Corrêa e Gianese (2018) o modelo SERVQUAL é constituído por 22 itens para compor as cinco dimensões. A aplicação do modelo é realizada em duas etapas: a) são mensuradas as expectativas dos clientes. b) são mensuradas as percepções dos clientes em relação ao serviço prestado.

Para Fitzsimmons; e Fitzsimmons (2010) com a aplicação correta da ferramenta SERVQUAL, é possível fazer comparações entre a percepção do cliente e o nível de qualidade dos serviços prestado pela empresa e seus concorrentes.

Kotler e Armstrong (2014, p. 32) salientam que:

A percepção da qualidade se dá sob uma abordagem mais ampla do que simplesmente considerar conceitos técnicos, principalmente quando se refere ao contexto de serviços, sendo que ao se compreender como os serviços são avaliados pelos clientes, é possível gerenciar as avaliações no sentido de aumentar o grau de percepção da qualidade.

O modelo simples e útil para explorar e avaliar qualitativamente as experiências dos clientes de serviços e tem sido amplamente utilizado por organizações para avaliar seus serviços, sendo eficiente para fazer a ponte entre o serviço percebido e esperado dos clientes (LAS CASAS 2010).

Segundo Zeithaml; Bitner e Gremler (2014) para mensurar a qualidade de atendimento de serviços utilizando o a escala SERVQUAL é necessário calcular, as diferenças entre expectativas e as percepções do serviço e do cliente.

Vários estudos foram encontrados na literatura que aplicaram o modelo SERVQUAL como ferramenta de avaliação qualidade no setor de serviços, conforme descrito no quadro 1:

**Quadro 1- Autores que aplicaram a escala SERVQUAL**

<b>Autores/Ano</b>	<b>Títulos do estudo</b>
Pereira et al. 2013	Um estudo bibliométrico sobre a evolução da pesquisa da qualidade em serviço.
TARGANSKI, R., TINOCO, M. A. C., RIBEIRO, J. L. D 2012	Modelagem da satisfação e identificação de atributos de qualidade em serviços odontológicos
CALARGE, F.A. et al. 2015	Análise e avaliação da qualidade de serviços internos com foco na manutenção de utilidades em uma empresa de manufatura.

GONÇALVES, W.; BRUNO, D.; BORGES, F. 2017	Aplicação do Método SERVQUAL: um Estudo de Satisfação do Cliente em m Estacionamento de Veículos Leves.
BRUMATTI, G. 2018	Qualidade em serviço: um estudo de caso de uma empresa de varejo no setor de calçados e artigos esportivos através da aplicação da ferramenta SERVQUAL.

**Fonte: O próprio autor**

Para Corrêa e Gianese (2018) o modelo de avaliação é genérico e válido, embora seja mais expressivo para produto e/ou serviços em função de sua intangibilidade sendo que, quando um consumidor vê um produto tangível, a imagem real é a principal responsável pela formação de suas expectativas.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia adotada nesta pesquisa é uma abordagem descritiva de cunho quali-quantitativa. Segundo Gil (2010) o método quali-quantitativo é considerado como delineamento mais adequado para a investigação de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real, em que os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente percebidos.

O ponto de partida desta pesquisa o foi levantamento do referencial bibliográfico sobre o objeto de estudo na qual foi realizada através de livros, artigos, teses de mestrado e doutorado e com auxílio da internet. O referencial teórico teve o levantamento dos dados em base de investigação em bases de consulta como SCIELO (*A Scientific Electronic Library Online*), Revistas online: CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) USP (Universidade de São Paulo) FGV (Fundação Getúlio Vargas).

Gil (2010, p. 145) diz que a “escolha de um tema de pesquisa, bem com a sua realização, é um ato político”. A realização de uma pesquisa bibliográfica e estudo de caso, ajuda a identificar problemas a partir das referências teóricas registradas em documentos, e pôde ser realizada como da parte pesquisa descritiva.

A metodologia inclui ainda um estudo de caso realizado na empresa denominada Indústria Mecânica Panegossi -Ltda, situada na cidade de Matão - SP. A coleta de dados para o estudo de caso foi por meio de questionário aplicado no *Google Forms* , com a legenda “Insatisfeito e Satisfeito” direcionada aos clientes, no período de abril a maio de 2022 , que

teve como princípio obter a opinião de cada um sobre a satisfação dos serviços prestado pela empresa, visando a melhoria da qualidade do atendimento aplicado no modelo SERVQUAL .

### 3.1 Objeto da pesquisa

Como mencionado anteriormente, o estudo de caso se deu na empresa Indústria Mecânica Panegossi -Ltda, situada na cidade de Matão – SP. Fundada em 1976 no interior de São Paulo, a Panegossi é pioneira no processo de tratamento térmico por indução eletrônica no Brasil. Mantem ainda, constante investimento em pesquisas e desenvolvimento tecnológico que faz da Panegossi referência em qualidade, conta ainda com um setor de engenharia ágil e altamente qualificado.

A empresa está em constante busca por excelência e melhoria contínua dos processos e linha de peças, com Inovação e Desenvolvimento de Novos Produtos. A Panegossi conta com uma ampla linha de produção para peças: Canaveira; Agrícola; Industrial; De Mineração; De Limpeza Urbana e para Tratores de Esteira, atende o mercado atacadistas e revendas.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise do questionário foi inspirada nos estudos de Parasuraman ;Zeithaml e Berry, considerando as cinco dimensões da escala SERVQUAL, e suas expectativas. Onde procurou classificar quais dimensões foram mais bem avaliadas pelos clientes e quais precisavam ser focadas para melhorar a satisfação. Conforme quadro 2:

**Quadro2- Cinco dimensões da escala SERVQUAL**

Dimensões Confiabilidade - Cordialidade e atenção recebidas durante as negociações
Dimensão de Receptividade- Recebimento de contatos dos representantes comerciais
Dimensão Segurança - Atendimento/suporte pós-venda
Dimensão de Tangibilidade - Equipamentos, instalações físicas,

Dimensão Empatia- Necessidades dos seus clientes.
---

Fonte: Adaptado de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985)

Para fins de cálculos utilizou a fórmula, proposta por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985):

$$\text{SERVQUAL} = [\text{PERCEPÇÃO} - \text{EXPECTATIVA}]$$

Considerando que a nota 7 é a avaliação máxima na escala SERVQUAL, a Tabela 1 apresenta os resultados e as respectivas análises das dimensões que constituem a escala SERVQUAL.

**1- Resultado das dimensões da escala SERVQUAL**

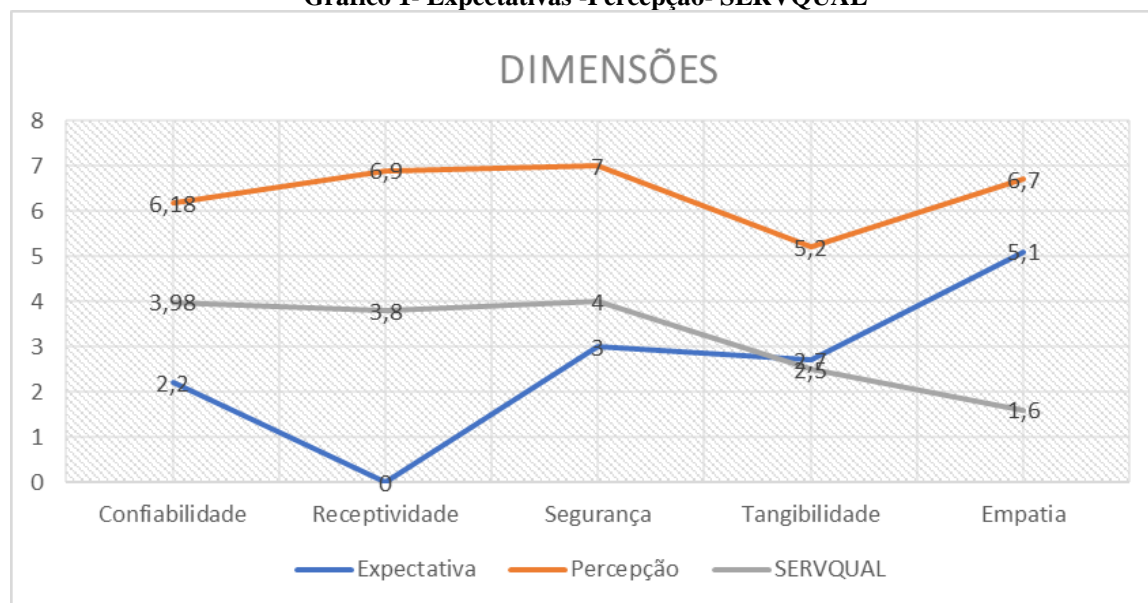
Dimensões	Itens	Expectativa	Percepção	SERVQUAL
Confiabilidade	Cordialidade e atenção recebidas durante as negociações	2,2	6,18	3,98
Receptividade	Recebimento de contatos dos representantes comerciais	3,1	6,9	3,8
Segurança	Atendimento/suporte pós-venda	3	7	4
Tangibilidade	Equipamentos, instalações físicas	2,7	5,2	2,5
Empatia	Necessidades dos clientes	5,1	6,7	1,6

Fonte: Elaborada pelo próprio autor

No item Cordialidade e atenção recebidas durante as negociações na escala SERVQUAL obteve uma pontuação de 3,98. Recebimento de contatos dos representantes comerciais ficou de 3,8 de pontuação. Equipamentos, instalações físicas pontou 2,5, o item Necessidades dos seus clientes teve menos pontuação que foi 1,6.

Destacou-se o item de atendimento/suporte pós-venda na escala SERVQUAL, onde obteve -se 4 pontos, demonstrando que os clientes têm segurança no atendimento. No gráfico 1 está representado a diferenças das Expectativas e Percepção do cliente da empresa estudada.

Gráfico 1- Expectativas -Percepção- SERVQUAL



Fonte: Elaborada pelo próprio autor

Conforme o gráfico 1, é possível observar que de todos os itens das dimensões na análise da empresa a percepção dos clientes, supera expectativas dos clientes que participaram da aplicação do questionário SERVQUAL.

Os dados da pesquisa apresentaram-se de modo positivo para a empresa estudada. De modo geral toda e qualquer empresa está sempre em busca de melhoria em seus produtos/ou serviços. A empresa Panegossi tem antecipado a amplitude de atuação de seu setor de atendimento, por meios mensuração da satisfação dos seus clientes.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi aplicar a ferramenta SEVQUAL para mensurar a a satisfação do cliente quanto a qualidade de serviço prestada pela empresa Panegossi situada na Cidade de Matão -SP, onde foi verificada a opinião dos clientes por meio do questionário aplicado.



O estudo apresentou ainda uma análise teórica e conceitual onde percebe-se que a escala SERVQUAL é bastante explorada pelas empresas para verificar a qualidade de atendimento em seus serviços prestados.

A empresa estudada não teve nenhum ponto negativo, como ficou evidenciado com a aplicação escala SEVQUAL. Vale ressaltar que é importante, que a empresa mantenha pesquisa de satisfação dos clientes em busca melhorias contínuas, visando garantir a qualidade em seu atendimento.

De forma conclusiva, com aplicação do questionário e a análise SEVQUAL dos dados das empresas estudada, é possível afirma-se, que a presente análise e pesquisa, evidenciou a importância de mensurar a qualidade dos serviços prestados.

## REFERÊNCIAS

- CORRÊA, Henrique Luiz; GIANESI, Irineu Gustavo Nogueira. **Administração estratégica de serviços: operações para a experiência e satisfação do cliente.** 2ª ed. Atlas. 2018
- DIAS, Sergio Roberto **Gestão de marketing.** 2ª Ed. 2011 São Paulo: Saraiva 2011.
- FITZSIMMONS, James. A.; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação.** 7ª ed. Editora AMGH, 2014.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2010.
- KOTLER, Philip ; ARMSTRONG , Gary. **Princípios de Marketing.** 15ª ed. Editora Pearson Universidades; ,2014.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi, **Marketing de Serviços.** 5ª edição. São Paulo, 2010.
- LOVELOCK, Christopher.; WIRTZ, Jochen.; HEMZO, Miguel Angelo. **Marketing de Serviços – Pessoas, Tecnologias e Estratégia.** São Paulo: Pearson, 2011.
- PARASURAMAN, Anantharanthan; ZEITHAML, Valarie A.; BERRY, Leonard L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of marketing**, v. 49, n. 4, p. 41-50, 1985.
- PMI - Project Management Institute- **Gerenciamento de projetos** Guia PMBOK Campus Boulevard 2013.
- SIMÕES, Quinelato Melo; MEDEIROS, Denise Dumke de. **Gestão da Qualidade em Serviços: aplicação da escala SERVQUAL em uma empresa de Call Center.** ENEGEP, São Carlos, 2010

SILVA, Dirceu Pereira da; NETO, Anselmo Chaves. Avaliação da qualidade em serviço de entrega em domicílio no setor farmacêutico: uma aplicação do método Servqual, usando a análise fatorial. **RECEN-Revista Ciências Exatas e Naturais**, v. 10, n. 1, p. 49-62, 2010.

WERKEMA, Maria Cristina C. **Criando a cultura Lean Six Sigma**: Ferramenta da qualidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

ZEITHAML, Valarie A.; BITNER, Mary Jo; GREMLER, Dwayne D. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. Amgh Editora, 2014.