

# **Avaliação da qualidade de serviços através da escala SERVQUAL: um estudo de caso em uma autoescola.**

Rafael Barbosa Miquilino (DOCTUM JF) rafaelbarbosamsc@gmail.com  
Natália Fernandes Pinto (DOCTUM JF) natyferf@hotmail.com

## **Resumo**

Com um mercado cada vez mais amplo e competitivo no setor de serviços, os clientes buscam requisitos que atendem suas expectativas ao adquirir um serviço, prezando principalmente pela qualidade e aderência daquilo que almejam em um serviço a ser prestado. A partir da ferramenta SERVQUAL que visa mensurar a qualidade de um serviço através de um comparativo entre expectativa e percepção do cliente, foi realizado uma análise aplicada aos clientes de uma autoescola situada na cidade de Juiz de Fora - MG que utilizam do serviço para habilitar em diversas categorias propostas como carro, moto, ônibus e carreta. Essa pesquisa é de caráter descritivo- exploratória, e natureza qualitativa, com realizações de questionários com os usuários desse serviço. Através das análises realizadas, conclui-se que o método permitiu verificar falhas e até mesmo excelência em determinados setores e áreas da empresa, mensurando assim a qualidade do serviço prestado, destacando-se as deficiências encontradas para posteriormente otimizar o serviço já prestado.

**Palavras-Chaves:** *SERVQUAL; Qualidade sem serviços; Autoescola.*

## **1. Introdução**

O setor de serviços nos últimos 50 anos cresceu em larga escala, o crescimento vem atribuído aos avanços que a economia expande junto a tecnologia e inovação como a internet. Com esse crescimento voluntariamente cresce as oportunidades de emprego o que gera renda aumentando a contribuição global para a economia (FITZSIMONS; FITZSIMONS 2010).

No Brasil o setor de serviços no segundo trimestre de 2017 registrou um crescimento positivo de 0,3% comparado ao primeiro trimestre anterior do mesmo ano (IBGE 2017). Observando a pesquisa mensal disponibilizada pelo IBGE onde são reproduzidos indicadores que representam a receita nominal de serviços Figura 1, que acompanha o comportamento do setor de serviços no país englobando serviços de transporte, administrativo, comunicação, serviços prestados à famílias e outros serviços. Percebe-se através da pesquisa que há um crescimento constantes entre 2012 até 2017.

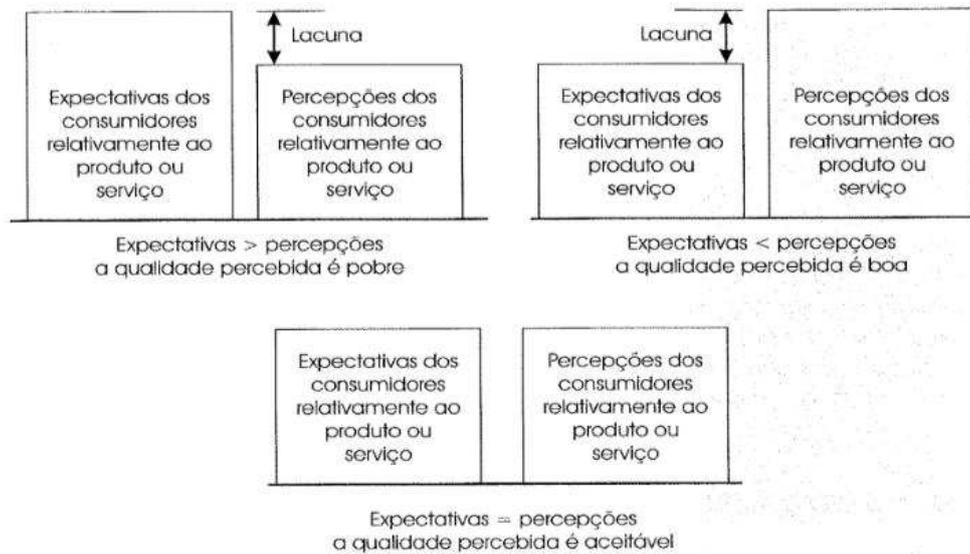
Figura 1 – Pesquisa mensal de serviços



Fonte: IBGE (2017)

A qualidade de um serviço é medida pelo consumidor da forma onde ele terá a experiência ao adquirir ou consumir um determinado serviço ou produto. Se a experiência for maior que a expectativa que aquele consumidor esperava a qualidade será percebida como alta. Por outro lado, se aquele serviço ou produto estiver abaixo da expectativa à qualidade é tida como baixa. A qualidade é aceitável quando as expectativas se igualam a percepção. O grau de satisfação pode ser mensurado através das lacunas Figura 2, entre expectativas e percepções (SLACK 2006).

Figura 2: Lacunas entre expectativas e percepções



Fonte: SLACK (2006)

Há sempre uma necessidade para uma melhoria constante na qualidade em prestação de serviços, o que acaba se desenvolvendo métodos para atender a excelência dos serviços requeridos (MACOWSKI 2007).

Buscando mensurar a qualidade exercida (PARASURAMAN, ZEITHAMIL & BERRY, 1991) apresentam o modelo dos Cinco *Gaps* e a escala SERVQUAL, onde são obtidas informações sobre um determinado serviço através da percepção e expectativa dos clientes.

Os serviços podem ter características a serem mensuradas que entram dentro do aspecto de qualidade. Por exemplo a aparência, confiabilidade, contato, empatia, sensibilidade, onde ambos podem ser avaliados e quando ponderados onde a empresa pode realizar mudanças que afetam diretamente na qualidade (SLACK 2006).

A partir desses conceitos e das ferramentas, esta pesquisa tem como objetivo avaliar a qualidade dos serviços prestados por uma autoescola com a utilização da escala SERVQUAL, fazendo assim uma análise entre as percepções e expectativas desse serviço prestado.

## 2. Escala SERVQUAL e *Gaps*

O objetivo da escala SERVQUAL é fazer uma avaliação da qualidade em serviços, elaborada por Parasuraman, Zeith e Berry seu principal objetivo é identificar medidas que levem em

consideração as lacunas chamadas *gaps* entre a expectativa e percepção. São os *gaps* os obstáculos para atingir a excelência no serviço prestado (BRITO; VERGUEIRO, 2009).

Zeithamil et al., (2014) consideram que a qualidade de um serviço é subjetivo na relutância da comparação em que o cliente faz entre o nível do serviço percebido e o nível do serviço esperado, sendo assim:  $QUALIDADE = PERCEPÇÃO - EXPECTATIVA$ .

Foram identificadas cinco dimensões que os clientes julgam a qualidade em si do serviço, sendo, a confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e aspectos tangíveis, listados da seguinte maneira:

- Confiabilidade: capacidade de prestar o serviço conforme prometido e sua exatidão;
- Responsividade: auxílio e prontidão aos clientes com agilidade e solução rápida para corrigir algum problema;
- Segurança: relacionamento de cortesia entre funcionários e clientes, podendo passar confiança e confidencialidade;
- Empatia: dispor interesse e atenção personalizado, dispor de sensibilidade, acessibilidade e esforço, para atender a necessidade de cada cliente;
- Aspectos tangíveis: Instalações físicas, equipamentos e materiais modernos e boa conservação para uso, condições do ambiente adequado, incluindo a limpeza do local e a disposição correta da mobília.

Através dessas cinco dimensões os clientes conseguem fazer um julgamento sobre a qualidade do serviço, podendo então fazer uma comparação entre o serviço esperado e o que é percebido, tendo assim uma satisfação positiva ou negativa (FITZSIMONS; FITZSIMONS 2010).

Zeithamil et al., (2014) compreendem que os *gaps*, são os obstáculos que o serviço enfrenta na tentativa de atingir a sua excelência. A distância entre a percepção e o objetivo que a empresa almeja vem devido às opiniões obtidas pelos questionários aplicados aos clientes, tendo assim, a compreensão da qualidade oferecida.

Cada *gap* representa a diferença entre o serviço prestado e o percebido, ficando da seguinte forma, representado na Tabela 1.

Tabela 1 - Modelo de Gaps e suas características.

<i>Gaps</i> (lacunas)	Características
<i>Gap 1</i>	Diferença entre as verdadeiras expectativas do consumidor e a percepção dessas expectativas pelos gerentes.
<i>Gap 2</i>	Diferença entre a percepção gerencial acerca das expectativas dos clientes e a tradução dessa percepção em normas e especificações (padrões) em especificações de serviço.
<i>Gap 3</i>	Diferença entre as normas e especificações (padrões) descritas e o serviço efetivamente fornecido ao cliente.
<i>Gap 4</i>	Diferença entre o serviço realmente prestado e a comunicação externa realizada pela empresa.
<i>Gap 5</i>	Diferença entre o serviço prestado e o serviço percebido, sendo a resultante final em função dos outros quatros gaps.

Fonte: Fitzsimmons e Fitzsimmons (2010)

As lacunas (*gaps*) entre o serviço esperado e o percebido se tornam um processo rotineiro, e é ele que traz o retorno de informação do cliente. A satisfação dos clientes dependendo menor número de falhas que estão associados à prestação dos serviços. As numerações dos *Gaps* de 1 a 5 representam a sequência de passos que devem ser seguidos, isto é, pesquisa de mercados, projeto, conformidade, comunicação e satisfação do cliente. (FITZSIMONS; FITZSIMONS 2010).

O questionário original para a escala SERVQUAL original possui 22 aspectos de qualidade, que é dividido em duas seções (expectativa e percepção). É usado a escala *Likert* de 7 pontos para o levantamento de dados, Tabela 2.

Tabela 2 – Escala Likert de 7 pontos

7	6	5	4	3	2	1
Excelente	Muito bom	Bom	Satisfatório	Pouco Satisfatório	Fraco	Medíocre

Fonte: Oliveira e Ferreira (2009)

### 3. Metodologia

O objetivo dessa pesquisa foi verificar e analisar a qualidade dos serviços prestados pelo Centro de Formação de Condutores São Cristóvão LTDA, situado em Juiz de Fora, Minas Gerais, e empresa atua no mercado há sete anos, da qual oferece aos clientes os serviços de habilitação para as categorias A (moto), B (carro), D (ônibus) e E (carreta).

A autoescola conta com um quadro de nove funcionários, distribuídos em suas respectivas ocupações para instrutor de aula teórica, recepção e instrutor de direção, serviços como de faxina e contabilidade são contratados por empresas terceirizadas.

Através da escala SERVQUAL, foi criado dois questionários, Anexo 1, ambos com as mesmas perguntas contendo 22 perguntas e respeitando as cinco dimensões: confiabilidade, tangibilidade, segurança, empatia e responsividade. Foi entregue a cada cliente dois questionários, onde, no primeiro se respondia a expectativa que ele tinha do serviço e no segundo questionário respondida à perspectiva do serviço como um todo. Foi usado a plataforma *Google Forms* para a elaboração e armazenamento do questionário sendo posteriormente avaliado pela escala Likert de 5 pontos.

O questionário foi aplicado entre dezembro de 2017 a janeiro de 2018, um total de 48 alunos matriculados na autoescola e que já estavam no processo de aulas de direção responderam as perguntas. Por ano, passa-se uma média 300 clientes para a realização dos serviços prestados pela empresa.

Após a coleta, utilizando a Escala Likert de 5 pontos para cálculo das médias onde o cliente avaliou as perguntas como (1) discordo plenamente, (2) discordo mais do que concordo, (3) indiferente, (4) concordo mais do que discordo e (5) concordo plenamente.

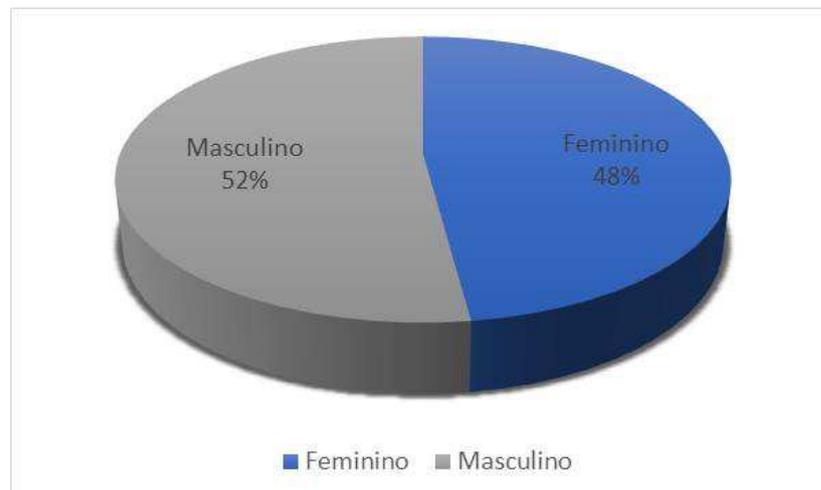
Foi realizado um comparativo entre as médias de cada questionário para a mesma pergunta, gerando assim os *gaps* (PERCEPÇÃO – EXPECTATIVA = GAP).

#### 4. Análise e Resultados

Antes de responder as 22 questões estabelecidas, os clientes se identificavam previamente com algumas informações pessoais, tais como, sexo, faixa etária e a categoria de habilitação pretendida.

No quesito gênero sexual dos entrevistados houve um equilíbrio entre aqueles que responderam o questionário conforme podemos ver na Figura 3.

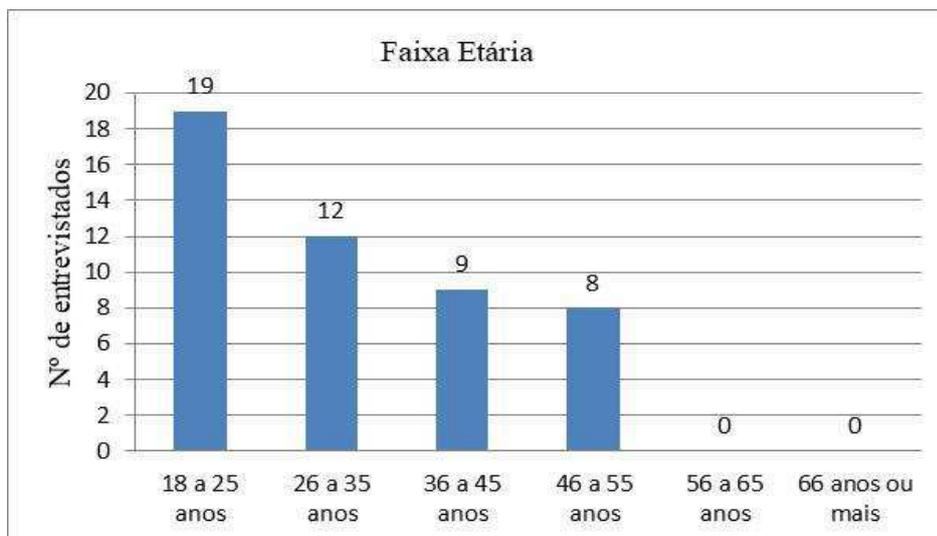
Figura 3– Gênero que o candidato se identifica



Fonte – Autor (2018)

A faixa etária dos entrevistados ficou bem variada, foram fornecidas perguntas para as idades sendo elas de 18 a 25 anos, de 26 a 35 anos, de 36 a 45 anos, de 46 a 55 anos, de 56 a 65 anos e 66 anos ou mais, sendo as duas últimas respectivamente não tendo nenhum entrevistado que possua essas idades. A idade com maior número de aluno foi a de 18 a 25, a Figura 4 mostra o número de alunos entrevistados por faixa etária.

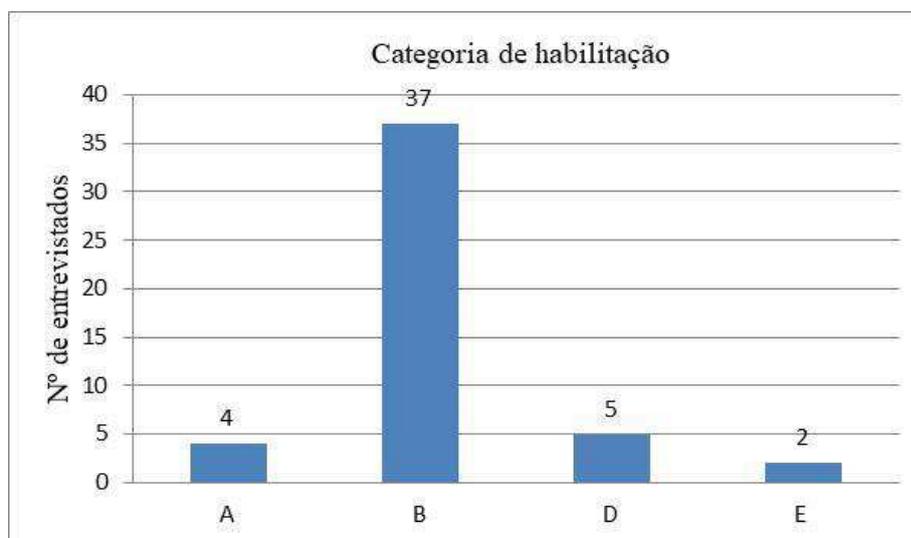
Figura 4 – Faixa etária dos entrevistados



Fonte: Autor (2018)

As categorias pretendidas de habilitação dos entrevistados foram distintas conforme aquelas da qual a empresa oferece sendo elas: A, B, D e E. Foi constatado que a maioria dos entrevistados estavam matriculados para adquirir a habilitação de categoria B (carro). As categorias A (moto) e D (ônibus) vieram posteriormente e apenas dois dos 48 entrevistados estavam inscritos para habilitar na categoria E (carreta), tais informações estão contidas na Figura 5.

Figura 5 – Categoria de habilitação pretendida



Fonte: Autor (2018)

As perguntas dos questionários a seguir estão respeitando as cinco dimensões da escala SERVQUAL e se encontram na Tabela 3, ao lado das perguntas temos a média da expectativa e da perspectiva do serviço e posteriormente o *gap* encontrado para cada questão analisada.

Tabela 3: Questionário junto à média de expectativa e perspectiva

<b>DIMENSÕES DA ESCALA SERVQUAL</b>	<b>QUESTÕES</b>	<b>E</b>	<b>P</b>	<b>GAP</b>
<b>TANGIBILIDADE</b>	1. O ambiente é limpo	4,64	4,71	0,07
	2. As instalações são modernas e atende o cliente	4,52	4,73	0,21
	3. A organização do espaço físico é adequada	4,58	4,60	0,02
	4. A iluminação do ambiente é correta	4,52	4,90	0,38
<b>CONFIABILIDADE</b>	5. Cumprimento das promessas do serviço	5,00	4,85	-0,15
	6. Qualidade do material didático oferecido	4,88	4,88	0
	7. O preço é justo conforme a qualidade oferecida	4,70	4,65	-0,05
	8. Os veículos estão bem conservados	5,00	3,98	-1,02
	9. A autoescola mantém os clientes sempre informados	4,77	4,58	-0,19
<b>RESPONSIVIDADE</b>	10. O horário de atendimento atende as minhas necessidades	4,67	4,58	-0,09
	11. As formas de pagamento me atendem	4,82	3,96	-0,86

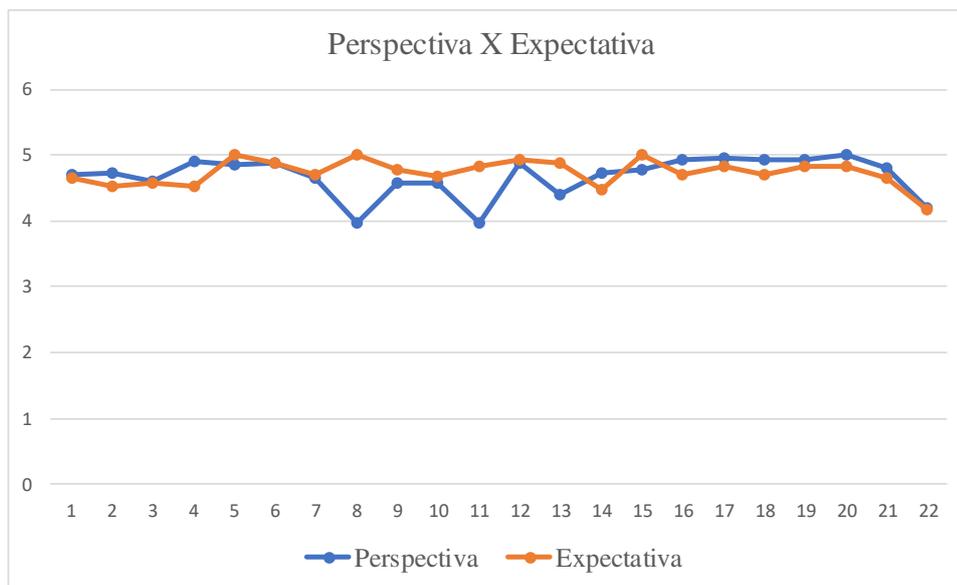
	12. Os empregados demonstram disposição em ajudar	4,94	4,88	-0,06
	13. O serviço é rápido e ágil quando solicitado	4,88	4,41	-0,47
<b>SEGURANÇA</b>	14. O local é seguro	4,73	4,48	-0,25
	15. O instrutor de aulas práticas respeita os horários agendados	5,00	4,79	-0,21
	16. O tempo de atendimento é adequado	4,70	4,92	0,22
	17. Suas dúvidas sobre o serviço são sempre solucionadas pela recepção	4,82	4,96	0,14
	18. Os funcionários têm comportamento adequado	4,70	4,94	0,24
<b>EMPATIA</b>	19. A autoescola se empenha em solucionar os problemas	4,82	4,92	0,10
	20. Os funcionários são educados e cordiais	4,82	5,00	0,18
	21. A empresa buscar melhorar os seus serviços se adequando ao cliente	4,64	4,81	0,17
	22. O serviço é personalizado ao cada cliente	4,17	4,21	0,04

Fonte: Autor (2018)

De um modo geral a empresa demonstrou os resultados muito satisfatórios, em alguns quesitos a perspectiva superou a expectativa, o que de modo geral mostra uma empresa empenhada em oferecer um serviço de qualidade aos seus clientes. A subtração das médias entre perspectiva e expectativa dá o resultado do *gap*, quanto mais negativo maior será o valor do GAP (perspectiva – expectativa = GAP)

Na Figura 6, podemos analisar os dados oriundos da Tabela 3, que permitem analisar de forma mais clara os resultados entre expectativa x perspectiva.

Figura 6: Perspectiva x Expectativa



Fonte: Autor (2018)

Portanto os maiores *gaps* ficaram nas questões 8, 11, 13, 14 e 15, das quais tiram um *gap* negativo maior, sendo elas respectivamente:

- a) Os veículos estão bem conservados;
- b) As formas de pagamento me atendem;
- c) O serviço é rápido e ágil quando solicitado;
- d) O local é seguro;
- e) O instrutor de aulas práticas respeita os horários agendados;

Algumas medidas podem ser tomadas para a diminuir ou até mesmo sanar esses *gaps*, sendo assim analisando a questão 8 (“Os veículos estão bem conservados”), sugere-se que os veículos passem por manutenção periódica para evitar problemas mecânicos enquanto estão em operação de aulas com os alunos, evitando assim a quebra em meio as aulas dadas ou a pausa involuntária para consertos inesperados. A limpeza dos veículos também é de suma importância pois aumenta o aspecto de conservação e entrega uma visão de maior qualidade para o cliente.

Para o *gap* da questão 11 (“As formas de pagamento me atendem”), ter melhores condições com parcelamentos de cartão de crédito com menores juros ou a implantação de boletos bancários com parcelas fixas para aqueles que não possuem o cartão de crédito.

A questão 13 (“O serviço é rápido e ágil quando solicitado”), nesse caso a implantação de uma fixa de comando para cada serviço solicitado respeitando as prioridades de urgência para serem executados, sendo assim otimizando a agilidade daqueles que necessitam de um atendimento mais rápido e prioritário.

Apesar da empresa se encontrar em um bairro central da cidade com câmeras e alarmes houve um *gap* para a questão 14 (“O local é seguro”), sugere-se que no período da noite por se tratar de uma empresa que fica na sobreloja possa ser feita a contratação de um segurança noturno aumentando a segurança da permanência dos clientes nesse período.

Com relação à questão 15 (“O instrutor de aulas práticas respeita os horários agendados”), para sanar esse problema, o foco é a conscientização dos funcionários para que avisem os seus respectivos alunos em caso da desmarcação de aula com antecedência, não deixando o aluno ir até a autoescola em vão. Outra medida eficaz seria a criação de um sistema online do qual o aluno poderia analisar seus agendamentos estão corretos junto ao seu instrutor, sendo assim, evitando problemas de aulas desmarcadas ou atrasos oriundos do instrutor.

Em uma das dimensões propostas pela escala SERVQUAL que é o de empatia, pode-se perceber que a empresa teve os menores *gaps*, entre eles uma das questões atingiu excelência em perspectiva, a questão 20 (“Os funcionários são educados e cordiais”), o que demonstra que a equipe está treinada em atendimento, tendo em geral a essa dimensão interesse e disposição para servir o melhor aos clientes.

## **5. Considerações Finais**

Nos dias de hoje a qualidade se trata de quesito primordial para o consumidor, seja para adquirir um produto ou serviço. A exigência da excelência está cada vez mais sendo cobrada de forma criteriosa. Os serviços oferecidos requerem demandas de clientes, clientes esses que buscam a satisfação e um retorno do qual ali depositam a sua expectativa.

A utilização da escala SERVQUAL permitiu que fosse feito a mensuração da qualidade da autoescola. Foi possível identificar os *gaps* mais altos como também analisar pontos fortes em alguns departamentos da empresa.

Para que a autoescola continue prestando seus serviços de forma correta e atenda a demanda de satisfação exigida pelos seus clientes chegando a excelência é necessário que ocorra mudanças e fortalecimentos nos pontos altos. Ferramentas de gestão com foco em qualidade

junto a treinamentos internos junto à capacitação de seus funcionários possa oferecer um serviço adequado com capital humano.

## REFERÊNCIAS

BRITO, G. F.; VERGUEIRO, W. C. S. **A aplicação do modelo SERVQUAL para percepção da qualidade da biblioteca acadêmica.** Especialização em gestão empresarial – Fundação Escola de Comércio Álvares

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de Serviços.** 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/economicas/servicos/2076-np-pesquisa-mensal-de-servicos/9229-pesquisa-mensal-de-servicos.html?&t=o-que-e> - Acesso em 10/01/2018.

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/economicas/servicos/2076-np-pesquisa-mensal-de-servicos/9229-pesquisa-mensal-de-servicos.html?&t=series-historicas> - Acesso em 10/01/2018.

MACOWSKI, D.. **Qualidade dos serviços prestados por uma instituição de ensino superior na visão dos graduandos: análise estatística segundo o método SERVQUAL.** Universidade Federal do Paraná, Programa de PósGraduação, Curitiba, 2007.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAMAL, V.A.; BERRY, L.L. **Refinement and reassessment of te SERVQUAL scale.** *Journal of Retailing*, v. 67, n. 4, p. 420-450, 1991

SLACK, Nigel *et al.* **Administração da produção.** São Paulo: Atlas, 2006.

ZEITHAML, V.A; BITNER, M.J.; GREMLER, D.D. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente.** 6 ed. Bookman, 2014.

OLIVEIRA, O.; FERREIRA, E..**Adaptação e aplicação da escala SERVQUAL na educação superior.** XXIX ENEGEP, Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Salvador, out., 2009.

## ANEXO

### Anexo 1- Questionário

<p>Responda as seguintes questões conforme a escala fornecida, sendo</p> <p>1- Discordo plenamente</p> <p>2- Discordo mais do que concordo</p> <p>3 - Indiferente</p> <p>4 - Concordo mais do que discordo</p> <p>5 - Concordo Plenamente</p>					
<p>Sexo ( ) Feminino ( ) Masculino</p> <p>Faixa etária ( ) 18 a 25 ( ) 26 a 35 ( ) 36 a 45 ( ) 46 a 55 ( ) 56 a 65 ( ) 66 ou mais</p> <p>Categoria ( ) A ( ) B ( ) D ( ) E</p>					
1. O ambiente é limpo	1	2	3	4	5
2. As instalações são modernas e atende o cliente	1	2	3	4	5
3. A organização do espaço físico é adequada	1	2	3	4	5
4. A iluminação do ambiente é correta	1	2	3	4	5
5. Cumprimento das promessas do serviço	1	2	3	4	5
6. Qualidade do material didático oferecido	1	2	3	4	5
7. O preço é justo conforme a qualidade oferecida	1	2	3	4	5
8. Os veículos estão bem conservados	1	2	3	4	5
9. A autoescola mantém os clientes sempre informados	1	2	3	4	5

10. O horário de atendimento atende as minhas necessidades	1	2	3	4	5
11. As formas de pagamento me atendem	1	2	3	4	5
12. Os empregados demonstram disposição em ajudar	1	2	3	4	5
13. O serviço é rápido e ágil quando solicitado	1	2	3	4	5
14. O local é seguro	1	2	3	4	5
15. O instrutor de aulas práticas respeita os horários agendados	1	2	3	4	5
16. O tempo de atendimento é adequado	1	2	3	4	5
17. Suas dúvidas sobre o serviço são sempre solucionadas pela recepção	1	2	3	4	5
18. Os funcionários têm comportamento adequado	1	2	3	4	5
19. A autoescola se empenha em solucionar os problemas	1	2	3	4	5
20. Os funcionários são educados e cordiais	1	2	3	4	5
21. A empresa buscar melhorar os seus serviços se adequando ao cliente	1	2	3	4	5
22. O serviço é personalizado ao cada cliente	1	2	3	4	5