



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

**TAYNARA DA SILVA ARAÚJO**

**MENSURAÇÃO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO: uma avaliação utilizando a  
escala Servqual**

**ARAGUAÍNA  
2021**

TAYNARA DA SILVA ARAÚJO

MENSURAÇÃO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO: uma avaliação utilizando a  
escala Servqual

Artigo apresentado à UFT - Universidade  
Federal do Tocantins - Campus  
Universitário de Araguaína para a  
obtenção do título de Tecnólogo em  
Logística, sob a orientação da Professora  
Mestra Clarete de Itoz.

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins**

---

S586m Silva Araújo, Taynara da.  
MENSURAÇÃO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO: : uma avaliação utilizando a escala Servqual. / Taynara da Silva Araújo. – Araguaina, TO, 2021.  
20 f.  
Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Araguaina - Curso de Logística, 2021.  
Orientador: Clarete De Itoz  
1. Fatores que descrevem qualidade no atendimento ao cliente. 2. A importância de desenvolver estratégias que impactam atendimento ao cliente. 3. Mensuração da Qualidade. 4. Escala SERVQUAL. I. Título

**CDD 658.5**

---

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
1.1	A justificativa e a delimitação do tema	7
1.2	Objetivos	8
<b>2</b>	<b>METODOLOGIA</b>	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>REVISÃO DE LITERATURA</b>	<b>10</b>
3.1	Fatores que descrevem qualidade no atendimento ao cliente	10
3.2	A importância de desenvolver estratégias que impactam atendimento ao cliente	13
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE DADOS</b>	<b>15</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>18</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>19</b>

# **MENSURAÇÃO DA QUALIDADE NO ATENDIMENTO: uma avaliação utilizando a escala Servqual**

Taynara da Silva Araújo<sup>1</sup>  
Clarete de Itoz<sup>2</sup>

## **RESUMO**

O presente trabalho teve como propósito descrever a importância de mensurar a qualidade do serviço de atendimento ao cliente, a partir daí foi realizada a verificação da qualidade do nível de serviço em uma papelaria localizada em Araguaína-TO. A pesquisa realizada teve como objetivos medir a qualidade de alguns aspectos considerados importantes para um bom atendimento e analisar as exigências dos clientes da papelaria. Propôs-se realizar pesquisa bibliográfica em livros, artigos, sites usados para norteia este trabalho e a aplicação de um questionário contendo as cinco importantes dimensões da escala SERVQUAL para obtenção dos dados quantitativos descritos neste trabalho. Com isso, foi possível compreender que identificar as expectativas e percepções dos clientes é de extrema importância para ajudar na tomada de medidas corretivas nos pontos em que a empresa não esteja superando as expectativas e melhorar os aspectos com o nível de serviço baixo.

**Palavras-chave:** Atendimento ao cliente, Escala Servqual, Nível de qualidade.

## **ABSTRACT**

This study aimed to describe the importance of measuring the quality of customer service, from then onwards, the verification of the quality of the service level was carried out in a stationery located in Araguaína-TO. The research carried out aimed to assess the quality of some important aspects for a good service and analyze the requirements of stationery customers. It was proposed to carry out a bibliographical research in books, articles, websites used to guide this work and the application of a questionnaire containing five important dimensions of the SERVQUAL scale to obtain the quantitative data needed in this work. With this, it was possible to understand that identifying the expectations and perceptions of customers is extremely important to help in taking corrective measures where the company is not exceeding expectations and to improve aspects with a low level of service.

**Keywords:** Customer service, Servqual Scale, Quality level.

---

<sup>1</sup> Acadêmico do Curso Superior de Tecnologia em Logística da Universidade Federal do Tocantins – UFT; E-mail: taynara.silva@mail.uft.edu.br

<sup>2</sup> Mestra em Contabilidade. Professora na Universidade Federal do Tocantins – UFT; E-mail: clarete@uft.edu.br

## 1 INTRODUÇÃO

O cenário atual de atendimento a clientes, observa-se que eles procuram qualidade não apenas do produto que desejam comprar, mas de tudo que envolve o processo de aquisição de algo que lhe deixe satisfeito, e a excelência nesta relação é fundamental para a empresa. São as exigências dos clientes que as empresas precisam estar atentas quando seu objetivo é oferecer qualidade no seu serviço, devido ao mercado competitivo onde cada vez mais surgem novas empresas que buscam destacar das demais. Com isso, verificar a importância de avaliar a qualidade do serviço identificando se as expectativas do cliente estão sendo atendidas, a avaliação da experiência do cliente é de extrema importância para manter-se positiva no mercado.

Este trabalho traz o conceito de alguns autores relacionado a qualidade do atendimento como sendo um fator importante para uma empresa. A questão problema de pesquisa é: **como o cliente avalia qualidade no atendimento em uma papelaria de Araguaína?** A importância da resposta à questão problema à papelaria está em saber que no mercado cada vez mais competitivo e um cenário em que as empresas estão em busca de qualidade e melhorias contínua é necessário identificar como que o serviço prestado está sendo visto pelos seus consumidores. Para medir a qualidade no atendimento, utiliza-se a escala Likert. Para mensurar a qualidade percebida no atendimento, utilizou-se a escala Servqual, criada por pesquisadores norte-americanos de marketing, PARASURAMAN, ZEITHAML E BERRY em 1988.

O presente trabalho se divide primeiramente nesta introdução contendo subtópicos a problemática que envolve a questão problema identificada, em seguida o que se justifica a pesquisa, o objetivo geral e os específicos a serem atingidos com a pesquisa. Na sequência são apresentados os procedimentos metodológicos e a apresentação e discussão dos dados obtidos na pesquisa de forma exemplificadas em quadros, para pôr fim ter as considerações finais do trabalho como um todo, obtidos a partir da análise de toda a pesquisa.

### 1.1 A justificativa e a delimitação do tema

Em razão da relevância que o tema tem para a melhoria de empresas que buscam oferecer qualidade em seus serviços esta pesquisa propõe oferece informações necessárias acerca da qualidade no atendimento ser um ponto de extrema importância e sucesso. Traz o uso de uma ferramenta que auxilia na melhoria da qualidade de serviços, visto que atualmente o cliente estar cada vez mais exigente, portanto, esta pesquisa pode incentivar a gestores de empresas que não tenha conhecimento do assunto a explorarem mais o tema e o uso da

ferramenta, compreendendo as suas vantagens quando utilizada e também para o conhecimento da sociedade geral.

Dentro da abrangência do tema qualidade em atendimento, o recorte desta pesquisa é um estudo experienciado em uma papelaria localizada em Araguaína-TO, onde pretende observar e descrever a qualidade do atendimento na visão do cliente tendo como auxílio a escala SERVQUAL.

## **1.2 Objetivos**

O presente estudo tem como objetivo geral descrever qualidade no atendimento ao cliente, utilizando a escala SERVQUAL em uma papelaria de Araguaína.

Os objetivos específicos de pesquisa são: verificar o grau de importância de alguns aspectos da prestação de serviços com o grau de adequação desses serviços, sob a ótica de clientes de uma papelaria; utilizar um questionário tipo Likert e medir pela escala Servqual a qualidade percebida e o julgamento do consumidor sobre a excelência no atendimento; e, apontar alguns atributos que caracterizam de forma geral um bom atendimento e se perceber o quanto estes atributos estão adequados para o atendimento às exigências dos clientes em uma papelaria.

## **2 METODOLOGIA**

O presente trabalho adotou-se como objeto de pesquisa uma empresa do ramo papelaria que realiza o serviço de atendimento ao cliente, com vendas direta ao consumidor na cidade de Araguaína- TO. Foi realizado uma pesquisa descritiva com a abordagem quantitativa sobre a qualidade do serviço oferecido pela empresa estudada e pesquisa bibliográfica com união de informações na qual norteia este trabalho. Para Vergara (1998, p.45) “a pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação”. Com isso foi realizado a coleta de dados que foram analisados e interpretados visando o conhecer as expectativas e percepções dos clientes da papelaria.

A pesquisa foi estruturada em duas etapas como pode ser observada da Figura 1, primeiramente com o levantamento das informações sobre expectativas de um desempenho ideal, ou seja, o que é esperado de um bom serviço de atendimento, na etapa 2 juntamente com a etapa 1 foi executado a avaliação do desempenho real da empresa. Realizado por meio de um

questionário composto pelos aspectos mais importantes da prestação de serviços de atendimento. Os aspectos das dimensões: tangibilidade, confiabilidade, presteza, garantia e empatia, todas as questões foram baseadas nos aspectos acima mencionados e foram avaliados sob a visão dos clientes da empresa com o instrumento SERVQUAL em uma escala tipo Likert que varia de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente).

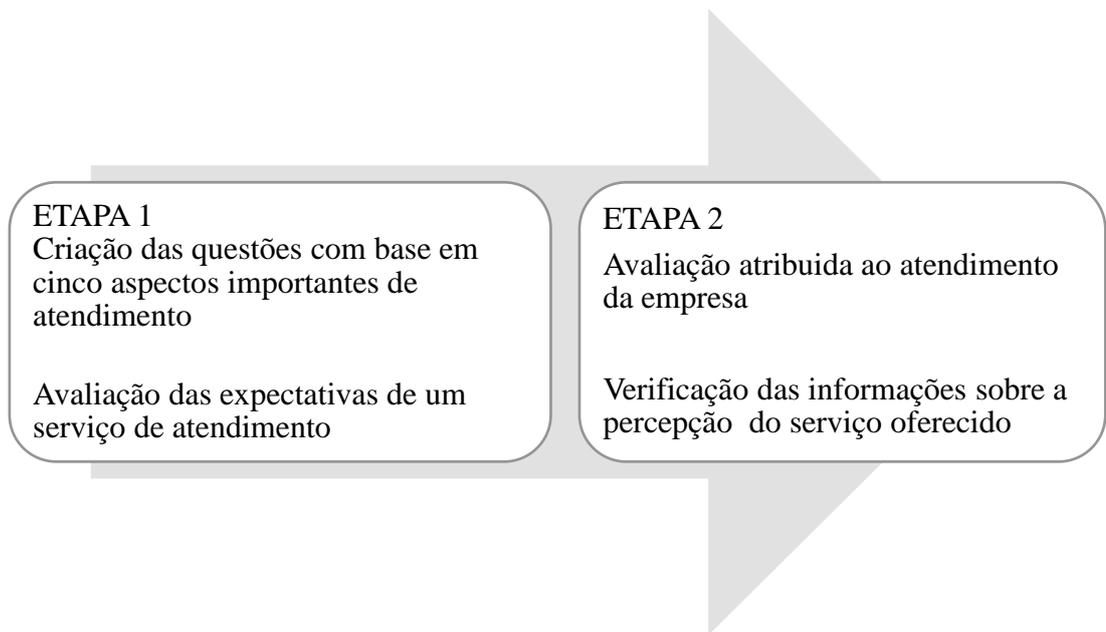


Figura 1: Partes da coleta de informações  
Fonte: A autora.

Na etapa 1 da análise, foi realizada o levantamento das informações com o uso do questionário aplicado a uma amostra de 35 clientes. Nesta primeira parte foram avaliados os aspectos importantes do atendimento ao cliente com base na escala SERVQUAL que é um instrumento de mensuração da qualidade do serviço baseado na qualidade percebida pelo usuário, e em contraponto tem se as expectativas do mesmo em relação ao serviço.

Na etapa 1 as expectativas foram avaliadas com atribuição de pontos aos aspectos que se julga serem importantes para um atendimento adequado, não sendo considerado referências de excelência pois são aspectos mínimos avaliados dentro do contexto de qualidade em atendimento. Existem outros aspectos de qualidade que podem ser atribuídos durante uma pesquisa levando em consideração o tipo de serviço oferecido o mercado de atuação entre outros pontos que podem ser observados antes da aplicação da pesquisa.

Na etapa 2, foram avaliados pelos clientes da papelaria a qualidade percebida do serviço de atendimento que recebeu, com perguntas que visa entender o que o cliente realmente pensa do serviço especificadamente da papelaria, novamente em uma escala de atribuição de pontos.

O questionário contendo as duas partes da pesquisa foi elaborado e aplicado via *Google Docs*, uma ferramenta que possibilita realizar questionários *on-line*. O foram realizadas 22 questões divididas em duas partes avaliadas em uma escala de 1 a 5.

## **2.1 Coleta e tratamento de dados**

Na fase quantitativa da pesquisa foi utilizado a SERVQUAL um instrumento para medir a qualidade dos serviços, o instrumento segundo Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014) é composto por duas seções, uma de expectativas e uma de percepção. O questionário aplicado foi com base nas cinco principais dimensões de qualidade indicadas por Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014): tangíveis, confiabilidade, presteza, garantia e empatia.

A coleta dos dados foi através do questionário que foi o instrumento escolhido para esta pesquisa. O questionário começou a ser aplicado no dia 02 de junho até dia 02 de julho no total de 30 dias, aplicado pela autora deste trabalho para os clientes da papelaria, foram abordados os clientes durante a procura para fazer compras e feito a apresentação, em seguida eram solicitados a ajuda para compor os dados para esta pesquisa.

No período da pesquisa obteve-se o total de 35 respostas ao questionário composto de 22 questões ao todo e foi desenvolvido pela pesquisadora com base no contexto da empresa onde o questionário foi aplicado. A análise e descrição dos dados foi feito pela pesquisadora com o uso de gráficos e fórmulas matemáticas para melhor compreensão das respostas obtidas e compreender o que o cliente esperar do serviço e qual percepção em relação ao que foi observando pelo cliente, com isso identificar se os aspectos analisados no questionário estão satisfazendo as expectativas dos clientes da papelaria.

## **3 REVISÃO DE LITERATURA**

### **3.1 Fatores que descrevem qualidade no atendimento ao cliente**

O conceito de qualidade tem atualmente se tornado uma das normas mais exigidas nas empresas prestadoras de serviços. Faz parte do dia a dia e tem se tornado uma das práticas cada vez mais importante para uma empresa. Segundo Oliveira (2015, p.15) existem vários fatores que levaram a este cenário atual, são eles, o aumento da competitividade entre o mercado empresarial, conscientização dos consumidores em relação a seus direitos e seu poder de troca como cliente de uma organização, globalização dos mercados.

Com todo este novo cenário no mercado a satisfação do cliente é vista como a solução para o sucesso da empresa, são resultados obtidos através do processo de venda depois com o pós-venda que é importante, a relação das expectativas e necessidades do cliente que devem ser prioridade quando o foco é oferecer serviço de qualidade, com isso, várias as empresas buscam compreender e estimar os atributos mais importante da satisfação do cliente. O alcance da satisfação do cliente é o resultado de um treinamento direcionado ao cliente.

Portanto, a melhor forma de conseguir produtos e serviços de acordo com as especificações estabelecidas e que atendam às necessidades dos clientes é a partir do desenvolvimento de um Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), pois, dessa forma, se garante que as pessoas que executam os processos estarão treinadas, as instruções de trabalho estarão estabelecidas, o processo produtivo será controlado e o cliente ouvido em relação à sua expectativa e satisfação (Oliveira, 2015, p.17).

Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014, p.7) afirmam que “líderes veem a qualidade em serviços como uma chave para o sucesso. Para eles, o serviço é uma parte integrante do futuro da organização, não uma questão periférica”. Um serviço de qualidade sem dúvidas é uma estratégia de sucesso e lucrativa se bem executadas pelas empresas, seja qualquer mercado-alvo a qualidade é base para o futuro competitivo, e a excelência como foco da empresa. A excelência em um serviço requer um processo contínuo em busca de melhor qualidade todos os dias, pois para qualidade em serviços não existe fórmula mágica capazes de conseguir excelência, mas demanda uma jornada interminável em busca do diferencial em relação a concorrência.

Para Oliveira (2015) com o mercado cada vez mais inovador as empresas tendem a buscarem o diferencial para sua empresa em relação ao atendimento prestado com qualidade, pois percebe-se que os clientes não querem somente produtos com qualidades querem algo mais o diferencial que faz com que aquela empresa seja a sua melhor escolha. Por isso, é importante que as empresas procurem dinâmicas diferentes para satisfazer o cliente, para a empresa é adequado que busque atender o cliente que procura sempre uma boa recepção naquele ambiente que escolheu para comprar, pois o que o cliente procura é um atendimento de qualidade. Certamente uma empresa que possuir um quadro de funcionários que dispõe de simpatia e conhecimento no momento do atendimento ao cliente alcançara o crescimento cada vez mais.

De acordo com Costa, Santana e Trigo (2015, p.56) “as empresas estão enfrentando uma concorrência jamais vista, ressalta que para as empresas retenham clientes e superarem a concorrência, precisam realizar um melhor trabalho de atendimento e satisfação das necessidades dos clientes”. Para Albrecht (1992) “qualidade em serviço é a capacidade que uma experiência ou qualquer outro fator tenha para satisfazer uma necessidade, resolver um

problema ou fornecer benefícios a alguém”. Ou seja, qualidade de um serviço estar relacionado a satisfazer uma necessidade de alguém que o atribuirá ao serviço como bom ou ruim. Entende-se também que atendimento ao cliente é realizar todas as atividades para satisfazê-lo, tomar decisões que os oferecem vantagens, prestar serviço de qualidade para que sempre continuem comprando, e assim conquistarem o sucesso da empresa.

Satisfazer um consumidor não é fácil. Acredite! O que é satisfatório para uma pessoa pode ser insatisfatório para outra. Clientes são indivíduos que possuem características, opiniões e gostos diversos (...). Nunca vamos conseguir satisfazer 100% dos clientes, mas é necessário fazermos o máximo de esforço para conseguirmos alcançar o mínimo de satisfação esperada por eles (BEZERRA, 2013, p.12 *apud* COSTA; SANTANA; TRIGO, 2015).

Assim, percebe-se que é de grande importância para as organizações que entendam a atender as necessidades do cliente com qualidade, saber ouvir e compreender o que ele espera do atendimento que a empresa oferece. Procuram na hora do atendimento fatores como simpatia, educação, cortesia, pois todo cliente preza por ser tratado com respeito e atenção, ou seja, uma interação entre empresa e cliente é essencial. Para obter uma boa relação é importante que a empresa conheça os seus clientes através de todos os fatores mencionados acima para que consiga responder as suas necessidades (ZEITHAML, PARASURAMAN E BERRY, 2014, p.204).

Portanto, faz-se necessário que os funcionários que presta serviço de atendimento ao cliente tenham atitude que fique claro para o cliente que ele está com disposição e empenho durante o atendimento, com isso deixará a sensação de que sempre será bem-vindo na empresa. O atendente pode gerar satisfação, segurança ao cliente fornecendo informações que satisfaça as suas perguntas e suas necessidades. Lembrando que não é apenas vender e saber como desenvolver todo este processo de atendimento de forma que acrescente benefícios e supere as expectativas dos clientes.

Cobra (2000, *apud* OLIVEIRA, 2004, p.24) destaca que a maneira de se tratar o cliente jamais deve ser padronizada e sim, deve-se "personalizar o atendimento, detectando, observando, ouvindo e perguntando como cada um deseja ser tratado, e com o tempo ajustando-se as características de cada um". São algumas competências básicas que funcionários atuantes no atendimento ao cliente precisam possuir na hora do atendimento para a busca da satisfação do cliente.

### 3.2 A importância de desenvolver estratégias que impactam atendimento ao cliente

Segundo Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014) “um dos principais desafios para a qualidade em serviços é o seu planejamento”. Boas estratégias inovadoras que prezam qualidade podem tornar a empresa um modelo de referência no mercado, sendo assim o diferencial diante dos concorrentes que oferecem o mesmo serviço.

A qualidade de praticamente qualquer serviço depende de como seus inúmeros elementos funcionam juntos, no mesmo processo, para atender às expectativas dos clientes. Esses elementos incluem pessoas que fazem os vários serviços relacionados ao serviço principal, equipamentos que apoiam esse trabalho e o ambiente físico em que os serviços são realizados (ZEITHAML, PARASURAMAN E BERRY, 2014, P.226).

Conforme Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014) o planejamento é uma forma de incorporar a qualidade nos serviços conhecendo de maneira detalhista cada parte do processo, um planejamento voltado para o cliente, através de relatos dos usuários do serviço, com isso será possível responder as expectativas. As falhas no planejamento podem levar a um desgaste da empresa.

Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014, p.227) aponta que “precisamos ser mais rigorosos, mais detalhistas e mais abrangentes no planejamento dos serviços”. Com isso será possível eliminar possíveis pontos de falhas de forma mais inteligente, planejada e diferenciar sua empresa dos concorrentes. O planejamento para melhoria da qualidade dos serviços possui investimentos que as vezes podem não retorna como lucro para a empresa como implantar características de serviço que não são importantes para o cliente, acredita-se que para os clientes são as pequenas ações que fazem a diferença, ou seja, as ações que são percebidas, com isso a estratégia de melhoria do serviço torna-se lucro.

Segundo o Kotler e Armstrong (2003, p. 45 *apud* COSTA; SANTANA; TRIGO, 2015) “para ser bem-sucedidas no atual mercado competitivo, as empresas devem estar voltadas para o cliente”. Não é apenas vender um produto ou um serviço é satisfazer as necessidades do consumidor para conquista-lo dos seus concorrentes, transmitir um valor para seu cliente, pois um cliente bem atendido pode se tornar um defensor da sua marca ou empresa e consequentemente indicar o bom atendimento que recebeu para sua família e amigos. Diferenciar de seu concorrente causam uma interpretação do cliente sobre o serviço de forma positiva para a empresa, pois um atendimento com feito atenção a um pedido pode deixar a percepção de que sua empresa é diferente dos demais que oferecem serviços similares.

O cliente feliz serve como o melhor marketing para os negócios de qualquer empresa. Com o custo apenas do bom atendimento, a empresa consegue convencê-lo a comprar mais vezes e divulgar o serviço na base do boca a boca, estimulando o surgimento de novos consumidores (Las casas, 2012, p.6).

Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014) evidencia que apesar dos manuais de marketing mostrarem a ideia de que os quatro Ps do marketing – produto, promoção, praça, e preço é o sinônimo de sucesso, o quinto P- pessoas, é um excelente pilar básico para tornar competitivo diante da concorrência, pois o desempenho deste elemento pode atrair e fidelizar clientes para a sua empresa e que conseqüentemente divulga o serviço de maneira positiva.

Segundo o autor Las Casas, a satisfação do cliente atualmente é um diferencial competitivo pois cada vez mais os clientes procuram por elementos que o satisfaz. Com isso a satisfação é um recuso que pode ser utilizado com a finalidade de fidelizar o cliente e cria uma rede de relacionamento entra empresa e cliente. A fidelização está ligada diretamente a lucratividade da empresa e estar em vantagem competitiva quem atende melhor o cliente. Para que isso aconteça é importante que a empresa saiba como entender e atender o cliente através de estratégias inovadoras como o uso da internet ter uma relação cada vez mais próxima com o cliente, já que atualmente se utiliza basta esta ferramenta. Na era da tecnologia e informação que se vive atualmente com vários canais de comunicação com o cliente, fez com que o consumidor tenha um maior poder de decisão e avaliação sobre o serviço, estão cada vez mais exigentes e seletivos quando procuram um serviço de atendimento com qualidade, por isso estar atendo a estas ferramentas é um diferencial competitivo para qualquer organização que preza por satisfazer o cliente. Mas a tecnologia é usada para apoio as estratégias de serviço, e não somente como uma ferramenta estratégica que irá solucionar o problema de qualidade.

Para Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014) “a tecnologia certa usada da maneira certa correta é parte do que os clientes esperam de um serviço: elementos tangíveis, confiabilidade, responsabilidade, segurança e empatia”. Os elementos mencionados anteriormente são fatores que influenciam as expectativas e percepções dos clientes em relação a qualidade do serviço que consomem. Possuem as seguintes definições: elementos tangíveis é a aparência física do local, confiabilidade é capacidade de realizar o serviço, responsabilidade é disposição em ajudar, segurança é ausência de perigos, e empatia é relacionamento com o cliente. São elementos importante que podem ser utilizados para conhecer o cliente com ajuda da tecnologia que aproxima de certa forma.

Para Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014, p.233-234) “uma boa tecnologia pode ajudar funcionários de serviço a trabalhar de maneira mais inteligente ou rápida, assim como pode liberá-lo de tarefas entediantes e permitir que se dediquem a serviços mais criativos e

gratificantes”, ou seja uma ferramenta de auxílio no momento de oferecer serviço de qualidade pode ser uma maneira de incrementar qualidade ao serviço, fazendo o uso da tecnologia a favor da empresa para o sucesso da mesma.

A tecnologia usada para conhecer as expectativas e percepções do serviço é um diferencial diante do mercado cada vez mais competitivo, e conseqüentemente terá um *feedback* sobre o serviço. Melhorar o serviço usando a tecnologia e pessoas, é uma combinação estratégica com foco no cliente, pois ajuda por exemplo, a funcionários de serviços em geral a serem mais rápidos com a automação de alguns serviços, além de proporcionar experimentar e aprender com os erros (Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014). Mensurar a qualidade do serviço da empresa é uma boa estratégia para conhecer os seus clientes e melhorar de acordo com as expectativas em relação ao serviço.

Souza, Oliveira, R. e Oliveira C. ( 2012 p.6), dizem que “as empresas inteligentes têm como meta encantar os clientes, prometendo somente o que podem oferecer e depois oferecendo mais do que prometeram”, ou seja, depois da oferta do serviço prometido é importante que através do estudo para conhecer o cliente a empresa possa melhorar os pontos que não satisfizerem o cliente, através de uma pesquisa de qualidade onde será possível intensificar o que o cliente acha do serviço e assim melhorar com medidas estratégicas onde for necessário para o sucesso da empresa, e para os novos clientes que venham a conhecer tenha a suas expectativas alcançadas.

#### 4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE DADOS

O questionário foi aplicado aos clientes da papelaria de acordo com a escala SERVQUAL, as perguntas foram com base nas características do ramo em que atua a empresa. As respostas obtidas na primeira etapa foram perguntando qual a expectativa do serviço e na segunda etapa qual a percepção em relação ao serviço de atendimento prestado pela papelaria em análise neste estudo. Os dados obtidos durante a pesquisa presentes aqui foram analisados com o uso do Microsoft Excel e Word, para construção das tabelas de forma a deixar os dados de fáceis compreensão. Foi calculado a média de resposta de cada item analisado através da fórmula:

$$X_1 W_1 + X_2 W_2 \dots X_n W_n / \text{Total}$$

X= número de resposta

W= peso da opção

Em seguida para calcular a média Servqual foi usado a seguinte fórmula:

$$\text{Servqual} = \text{Percepção} - \text{Expectativa}$$

Na pesquisa foram analisadas as seguintes dimensões:

- Tangibilidade onde foram avaliados os aspectos instalações físicas, aparência dos funcionários da papelaria e o visual condizente com o ramo em que atua.
- Confiabilidade foram as características como interesse da empresa em resolver o problema do cliente e o atendimento qualificado dos funcionários.
- Presteza foram avaliados a boa vontade do funcionário e a disposição em ajudar o cliente.
- Garantia foram avaliados a educação dos funcionários no atendimento, e a confiança que o funcionário transmite.
- Empatia foram avaliados a capacidade de compreender as necessidades do cliente e o atendimento individualizado com cortesia.

A seguir os quadros com cada dimensão analisada e suas respectivas análises de acordo com as avaliações obtidas no questionário.

Quadro 1: Os aspectos avaliados em cada dimensão

	ASPECTOS	PERCEPÇÃO	EXPECTATIVA	SERVQUAL
TANGÍBILIDADE	Instalações físicas	2,88	3,91	-1,03
	Aparência dos funcionários	3,74	3,82	-0,08
	Visual condizente com tipo de negócio	3,71	3,74	-0,03
CONFIABILIDADE	Interesse da empresa	3,85	4,11	-0,26
	Atendimento qualificado	3,97	3,74	0,23
PRESTEZA	Boa vontade do funcionário	3,80	4,02	-0,22
	Rapidez no atendimento	4	3,45	0,55
GARANTIA	Educação dos funcionários	4	4,08	-0,08
	Confiança transmitida pelo funcionário	4,14	4,22	-0,08
EMPATIA	Capacidade de compreender as necessidades do cliente	3,77	3,48	0,29
	Atendimento individualizado	4	3,25	0,75

Fonte: Dados da pesquisa

Pode-se observar que para cada aspectos estão inseridas as médias de pontos atribuídos pelos clientes da papelaria e na coluna final o resultado da subtração da percepção pela expectativa, ou seja, o nível do serviço. A seguir a descrição dos dados de cada dimensão:

**Dimensão tangibilidade:** os aspectos instalações físicas, aparência dos funcionários e a o visual condizente não estão superando as expectativas, ou seja, obteve nota de percepção abaixo das expectativas. Dessa forma o nível de qualidade do serviço está baixo de acordo com esta análise dos dados obtidos.

Os dados mostram que há aspectos na dimensão tangibilidade a serem melhorados da qualidade do serviço de atendimento oferecido pela papelaria. Segundo Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014) esta diferença entre a qualidade percebida e a esperada pelo cliente sugere uma oportunidade de melhorar a qualidade do serviço de maneira que satisfaz as expectativas de um bom atendimento.

**Dimensão confiabilidade:** Na dimensão confiabilidade pode-se observar que dos aspectos analisados pelo questionário Servqual apenas o aspecto atendimento qualificado obteve a pontuação acima da expectativa: 3,97, desse modo a qualidade do serviço neste aspecto é ligeiramente bom pela percepção dos clientes da papelaria. Para Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014) confiabilidade é a dimensão mais importante, mas todas as dimensões são consideradas essenciais para todos os prestadores de serviços.

**Dimensão Presteza:** Na dimensão presteza dos aspectos analisados pelo questionário Servqual apenas o aspecto rapidez no atendimento obteve a pontuação acima da expectativa: 4, quase alcançando a pontuação máxima de 5 pontos de acordo com escala de pontos usada nesta pesquisa. E o a boa vontade do funcionário a nota da percepção não superou a expectativa. Vale ressaltar que quanto mais negativa a pontuação Servqual do serviço, mais ruim é o nível de serviço na percepção do cliente.

**Dimensão garantia:** Os aspectos educação dos funcionários e confiança transmitida da dimensão garantia obteve de acordo com a pesquisa pontos abaixo das expectativas dos itens que os clientes esperavam mais qualidade do serviço de atendimento. Diante dos dados é possível identificar que a empresa analisada possui a oportunidade de corrigir os aspectos para satisfazer o cliente, garantindo que o serviço oferecido pela mesma é de qualidade não deixando a ver discrepância entre o que é visto pelo cliente e o que ele espera do serviço.

**Dimensão empatia:** A capacidade de compreender as necessidades do cliente e atendimento individualizado foram os aspectos verificados pelo instrumento Servqual que obteve as notas acima da expectativa, com isso o nível de serviço destes itens está relativamente bom, porém as notas obtidas não foram as notas máximas.

Com a análise dos dados alcançados pela pesquisa identifica-se que apenas quatro aspectos avaliados através da escala Servqual estão atendendo as expectativas como pode ser notado nos quadros acima. Os demais as notas foram todas abaixo do esperado pelos clientes em relação ao serviço de atendimento prestado pela papelaria. Os dados analisados de forma coletiva mostram que é importante que os prestadores de serviços busquem ter boa aparência, ser confiáveis, empáticos, responsáveis para que o futuro da empresa seja positivo diante dos competidores.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo descrever a qualidade do atendimento ao cliente, e como isso influencia no sucesso de uma empresa diante de um mercado competitivo que a cada vez mais procura oferecer qualidade que exigidas por seus clientes. A pesquisa se propôs identificar o nível de qualidade do serviço em uma papelaria em Araguaína-TO.

Os resultados desta pesquisa indicaram que os aspectos considerados importantes para um bom atendimento têm uma extrema importância para os clientes da papelaria, possibilitou compreender que a qualidade percebida de alguns aspectos não se adequou as exigências, ou seja, as expectativas na visão dos clientes que responderam ao questionário. Analisando os resultados, ainda pode se ressaltar que a papelaria possui atributos onde os clientes se encontram satisfeito com o serviço. Esta pesquisa também revela a necessidade de estar ligado nas expectativas para procurar satisfazer esta expectativa no momento em que o cliente se relaciona diretamente com a empresa.

A pesquisa indicou que a mensuração do nível de serviço pode ser uma estratégia para satisfazer seus clientes tornando-os fieis, e estar em vantagem diante dos concorrentes. Com isso, esta pesquisa oferece informações necessários aos gestores que pretende melhorar o nível de qualidade do seu serviço, incentiva que os gestores procurem compreender como o uso do instrumento Servqual pode ser uma vantagem, visto que a ferramenta auxilia na melhoria da qualidade.

Com as conclusões desta pesquisa, sugere-se a aplicação dessa metodologia de pesquisa em organizações que procuram qualidade dos serviços, com isso os tomadores de decisão conseguiram identificar o que os clientes esperam, como é visto o serviço e verificar o que impede a empresa de atender às necessidades dos clientes. É possível também que a pesquisa realizada na empresa seja compartilhada com os funcionários da linha de frente do atendimento para que eles compreendam os pontos que devem ter melhorias. Pesquisas como esta devem ser continuas, pois os dados coletados podem passar por alterações constantes devido ao mercado estar em constante evolução competitiva.

Portanto, a contribuição desta pesquisa é demonstrar a importância da qualidade como sendo um crucial fator de sucesso para prestadores de serviços, apresentou-se a necessidade de as empresas iniciarem o processo de melhorias para evitarem falhas e buscarem por excelência dos seus serviços.

Para futuras pesquisas sugere-se maior profundidade no estudo do assunto relacionado a prestação de serviço de excelência, aprofundar na pesquisa do papel do funcionário na excelência da qualidade, e a aplicação e interpretação do instrumento Servqual em outras empresas prestadoras de serviços, a fim melhor compreensão da importância do instrumento na busca constante por qualidade, sugere também pesquisar o gestor como sendo o responsável por inspirar nas melhorias futuras da organização.

## REFERÊNCIAS

COSTA, A.S.C.; SANTANA, L.C.; TRIGO, A.C. **Qualidade do atendimento ao cliente: um grande diferencial competitivo para as organizações.** 2015. 18 f. Dissertação-Faculdade visconde de Cauri. Disponível em: <[https://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2/10\\_QUALIDADE\\_ATEND\\_CLIENTE.pdf](https://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2/10_QUALIDADE_ATEND_CLIENTE.pdf)> Acesso em: 06 jun. 2021.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços.** 6. ed., São Paulo: Atlas, 2012.

MOTTA, Gustavo da Silva. **Qualidade em serviços de atendimento ao consumidor (sac): Uma avaliação utilizando a escala servqual e os critérios do Inmetro.** 2011. 20f. Monografia- (Gestão de serviços) - Revista eletrônica de Gestão Organizacional. Disponível em: < <https://periodicos.ufpe.br/revistas/gestaoorg/article/view/21823> > Acesso em: 21 jun. 2021.

OLIVEIRA, J., Otávio. **Curso básico de gestão da qualidade.** São Paulo: Cengage, 2015. Disponível em: < <https://pt.scribd.com/read/485760770/Curso-Basico-de-Gestao-da-Qualidade#>>. Acesso em: 05 jun. 2021.

OLIVEIRA, M., Patrícia de. **Pesquisa de satisfação dos clientes da Papelaria sonho de papel - Uberaba – MG.** 2004. 82 f. Monografia (Marketing) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/129798>>. Acesso em: 21 de jun. 2021.

SOUZA, M.; OLIVEIRA, R.; OLIVEIRA C. **Avaliação da satisfação do cliente.** Um estudo de caso no setor supermercadista. 2012. 25f. Monografia (Marketing) – Faculdade Capivari. 2012. Disponível em: < [https://www.fucap.edu.br/dashboard/biblioteca\\_repositorio/b4ea00052d0f7bf103ec3113faf5e966.pdf](https://www.fucap.edu.br/dashboard/biblioteca_repositorio/b4ea00052d0f7bf103ec3113faf5e966.pdf) > Acesso em: 21 jun. 2021.

VERGARA, Sylvia Maria, **Projetos relatórios de pesquisa em administração.** Rio Paulo: Atlas, 1997.

ZEITHALML, V. A.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L.L. **A excelência em serviços: como superar e garantir a satisfação completa de seus clientes.** 1. ed., São Paulo: Saraiva, 2014.

