



Avaliação da Qualidade do Serviço de Alimentação em uma Instituição de Ensino utilizando a Escala SERVQUAL

Assessment of the Quality of Food Service in an Educational Institution using the SERVQUAL Scale

Laynara Silva Chacon¹

Yohana Silva Moreira²

Anderson Tiago Peixoto Gonçalves³

Iris Vitoria do Nascimento Lima⁴

Salmon Carlos Vitorino⁵

Resumo

O presente estudo tem como objetivo avaliar a qualidade do serviço de alimentação prestado por uma empresa terceirizada em uma instituição federal de ensino, localizada no Município de Canguaretama, no Estado do Rio Grande do Norte. Para tanto, foi aplicado um questionário, elaborado conforme a Escala SERVQUAL, junto aos discentes que recebem auxílio alimentação na referida instituição. Ao final, o estudo apresenta um plano de ação para os itens considerados críticos, o qual sugere medidas corretivas e/ou preventivas a fim de melhorar a qualidade do serviço de alimentação prestado pela empresa terceirizada à instituição. Dentre os principais resultados obtidos, destaca-se que a dimensão que obteve a menor média em relação à percepção do serviço foi a responsividade (2,76). Este resultado, conseqüentemente, refletiu negativamente na média dos seus *Gaps* (-1,07), a mais alta dentre as cinco dimensões. Tal constatação evidenciou que há uma relação diretamente proporcional entre a percepção do serviço prestado e a qualidade percebida pelo usuário.

Palavras-chave: Serviços. Qualidade em Serviços. Escala SERVQUAL. Alimentação.

Abstract

The present study aims to evaluate the quality of the food service provided by an outsourced company in a federal educational institution located in the Municipality of Canguaretama, in the State of Rio Grande do Norte. To this end, a questionnaire prepared according to the SERVQUAL Scale was applied to students who received food aid at that institution. In the end, the study presents an action plan for the items considered critical, which suggests corrective and preventive measures to improve the quality of the food service provided by the outsourced company to the institution. Among the main results obtained, it is highlighted that the dimension with the lowest average concerning the perception of the service was responsiveness (2.76). This result, consequently,

1 Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Técnica em Eventos pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN).

2 Técnica em Eventos pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN).

3 Doutor em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Professor Adjunto da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professor do Programa de Pós-Graduação em Gestão, Inovação e Consumo (UFPE).

4 Graduanda em Administração Pública pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Técnica em Eventos pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN).

5 Mestre em Gestão Pública e Cooperação Internacional pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Tecnólogo em Gestão Pública da Diretoria de Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN).

reflected negatively on the mean of their Gaps (-1.07), the highest among the five dimensions. This finding showed that there is a directly proportional relationship between the perception of the service provided and the quality perceived by the user.

Keywords: Services. Quality in Services. SERVQUAL scale. Food.

1 INTRODUÇÃO

O setor de serviços assume posição de destaque na economia brasileira contemporânea, uma vez que nas últimas décadas o crescimento da economia teve grande contribuição do desenvolvimento dos serviços, dada a sua participação no Produto Interno Bruto (PIB) e na geração de empregos. Estudos recentes apontam que o setor apresenta produtividade relativamente elevada, composto por segmentos heterogêneos e dinâmicos, que contribuem para o processo de inovação e difusão de conhecimento na economia (SILVA; MENEZES FILHO; KOMATSU, 2016; CORRÊA; GIANESI, 2018).

A importância que o setor de serviços vem ganhando no contexto socioeconômico atual evidencia a necessidade de conhecer e estudar as particularidades de suas operações, instituindo metodologias específicas de gestão adequadas a sua especificidade. Mas é preciso entender que os processos de serviço são diferentes dos processos de manufatura, principalmente pela participação direta dos clientes. Com o intuito de fidelizar os seus clientes, as empresas têm despendido grandes esforços para atender as necessidades e exceder as suas expectativas. Assim, a Escala SERVQUAL é uma das ferramentas que pode lhes auxiliar nesse sentido (OLIVEIRA, 2017).

A Escala ou Modelo SERVQUAL é uma das ferramentas mais populares de avaliação da qualidade de serviço, a qual foi criada por Parasuraman, Zeithaml e Berry. Ela busca avaliar um determinado serviço por meio da análise das expectativas dos clientes em relação ao desempenho do serviço e da sua percepção real sobre o que é fornecido, ou seja, cruza as expectativas com as percepções dos usuários, permitindo constatar parâmetros de satisfação e de melhorias buscadas pelos usuários. Quanto maior a percepção do cliente sobre o desempenho do serviço, em comparação com suas expectativas ($P > E$), mais o cliente perceberá o nível de qualidade do serviço (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985; PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988; ZEITHAML; PARASURAMAN; BERRY, 1990; CHARLES; KUMAR, 2014; FARIA; FREITAS; MOLINA-PALMA, 2015; RAUCH *et al.*, 2015; OLIVEIRA *et al.*, 2019).

A Escala SERVQUAL é um modelo de avaliação da qualidade de serviço baseado no paradigma da desconfirmação, segundo o qual a qualidade do serviço depende da medida da diferença entre a qualidade percebida e a esperada ($P - E$). Ela emprega um questionário de 22 itens agrupados em cinco dimensões (tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia), cada uma dividida em vários atributos. As pontuações obtidas nas dimensões são calculadas para gerar uma medida de qualidade global (CALABRESE, 2012).

A Escala tem sido uma poderosa ferramenta da qualidade na medição da satisfação dos clientes que utilizam serviços de qualquer natureza, como: bancos, empresas de cartão de crédito, serviços de seguro, hospitais e ensino superior. Assim, pela popularidade de sua aplicabilidade, bem como pelo seu poder de diagnóstico, tem ampla divulgação e utilização (BERRY; PARASURAMAN; ZEITHAML, 2006; MARTINS, 2013; FALCÃO *et al.*, 2017).

Assim, o presente estudo tem como objetivo avaliar a qualidade do serviço de alimentação prestado por uma empresa terceirizada em uma instituição federal de ensino (IFE), localizada no Município de Canguaretama, no Estado do Rio Grande do Norte. Para tanto, foi aplicado um questionário, elaborado conforme a Escala SERVQUAL, junto aos discentes que recebem auxílio alimentação na referida instituição.

Ao final, o estudo apresenta um plano de ação para os itens considerados críticos, o qual sugere medidas corretivas e/ou preventivas a fim de melhorar a qualidade do serviço de alimentação prestado pela empresa terceirizada à instituição.

A contribuição do estudo reside no fato de que mensurar a qualidade da prestação de serviços é essencial para a evolução do setor (AZEVEDO *et al.*, 2016). Além disso, a terceirização de um serviço é, muitas vezes, a melhor opção para as organizações que buscam soluções para certas atividades internas, como é o caso das instituições federais de ensino (IFEs). Entretanto, é comum que surjam algumas dúvidas sobre a melhor maneira de avaliar o desempenho desses serviços, já que a sua gestão é, muitas vezes, realizada pela empresa terceirizada contratada.

Os serviços de alimentação, englobando os restaurantes universitários ou refeitórios, podem ser gerenciados totalmente ou parcialmente pela própria organização em que estão inseridos, bem como pode haver a concessão total dos serviços a uma empresa contratada que assume as atividades. Em relação aos IFEs, estima-se que os serviços de alimentação estejam passando por um processo gradativo de terceirização total, dada a impossibilidade de alocação de servidores públicos em postos de trabalhos próprios voltados à produção de refeições, como açougueiro, armazenista, auxiliar de cozinha, cozinheiro e demais cargos ligados à manutenção, dentre outros (PAULA; BIFANO, 2019).

Logo, há a necessidade de apresentar a aplicação de uma ferramenta que possa viabilizar a avaliação da qualidade dos serviços prestados por estas empresas terceirizadas, principalmente em organizações que não possuam um método eficiente de avaliação, como é o caso da IFE objeto deste estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Serviços

Os conceitos encontrados na literatura para o termo “serviços” são subjetivos. Autores clássicos como, por exemplo, Kotler e Armstrong (1998, p. 455) afirmam que “serviço é toda atividade ou benefício, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulte na posse de algum bem. A prestação de um serviço pode ou não estar ligada a um produto físico. Serviços são, via de regra, intangíveis, inseparáveis, variáveis e perecíveis”. Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) destacam três características comuns dos serviços: simultaneidade, intangibilidade e heterogeneidade.

Hoffman e Bateson (2003) estabelecem que serviços podem ser definidos como ações ou esforços, que são focados no processo que agrega valor, realizados em caráter de intangibilidade, para garantir que clientes recebam um atendimento que satisfaça uma necessidade urgente.

Complementando os autores supracitados, Spiller *et al.* (2004) afirmam que os serviços são menos tangíveis que os bens ou mercadorias; a sua produção e o seu consumo ocorrem simultaneamente; são inseparáveis de seus produtores; não podem ser estocados; e podem variar em relação ao preço e à qualidade, dependendo de onde, quando e por quem são prestados.

Fitzsimmons e Fitzsimmons (2004) destacam que as definições dadas para serviços têm em comum: a intangibilidade e o consumo simultâneo. Para os autores, a intangibilidade está associada ao fato de que os clientes só podem saber como é o serviço na hora em que ele está sendo prestado, diferente do produto, que pode ser avaliado previamente. Já a simultaneidade refere-se ao fato de que a produção e a prestação do serviço se dão de forma simultânea, no mesmo momento. Os autores afirmam, ainda, que o serviço é uma experiência perecível para o consumidor, pois a partir do momento que alguém deixa de utilizá-lo, como ele não pode ser estocado, não há como ser consumido de outra forma.

O bom desempenho de um serviço depende fundamentalmente do chamado pacote de serviços, que consiste em um conjunto de características, quais sejam: instalações de apoio, bens facilitadores, serviços explícitos e serviços implícitos (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2004). As instalações de apoio referem-se à estrutura física onde é prestado o serviço. Os bens facilitadores dão suporte à instalação de apoio ou auxiliam no momento da prestação do serviço. Já o serviço explícito refere-se ao serviço prestado propriamente dito, é exatamente o que se espera do serviço. Enquanto que o serviço implícito está ligado ao sentimento do cliente em relação ao serviço prestado.

Para Albrecht (1998) alguns fatores podem afetar o desempenho de um serviço, como: reclamações dos clientes em relação à falta de empatia no atendimento, o desrespeito dos prazos, a falta de informação dada ao cliente, etc. A fim de evitar a ocorrência destes fatores, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) sugerem cinco procedimentos:

- Realizar pesquisas que possibilitem que os clientes demonstrem o nível do serviço;
- Implantar metas de acordo com as necessidades dos clientes;
- Cumprir as metas;
- Realizar o trabalho de forma que possa alcançar os objetivos idealizados;
- Não criar expectativas com metas inalcançáveis.

Na prestação de serviços o que determina a satisfação ou não do cliente para com a empresa é a qualidade do serviço, variável decisiva para as futuras intenções de consumo. Segundo Kotler (2000), a satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho percebido de um produto ou serviço com as expectativas do cliente. Dessa forma, no ambiente de alta competitividade, as organizações têm buscado meios para não somente atender, mas superar as expectativas dos clientes quanto à qualidade dos serviços prestados, com intuito de fidelizá-los.

2.2 Qualidade em Serviços

Inicialmente, a qualidade era associada apenas aos bens tangíveis, mas ao decorrer dos anos passou a ser inserida no contexto da prestação de serviços. Buscar a qualidade de um produto não é mesma coisa que buscar a qualidade de um serviço, embora haja uma proximidade entre ambos no que diz respeito ao resultado desejado (VERGUEIRO, 2002).

Segundo Fitzsimmons e Fitzsimmons (2004), a qualidade em serviços é um diferencial e depende de todo um conjunto de envolvidos no processo para agradar o cliente. Paladini (2012) diz que a qualidade em serviços está associada a todo o processo produtivo ou a tudo que envolve o serviço prestado.

A qualidade de um serviço está diretamente ligada à escolha que o cliente terá no momento de decisão sobre qual empresa lhe prestará os serviços desejados. Para o cliente, uma organização preocupada com a qualidade do

serviço oferecido direciona esforços para atender da melhor maneira possível as suas expectativas (KOTLER, 2008; PEREIRA; SILVA; OLIVEIRA, 2016).

Quando o cliente percebe que as suas expectativas não são atendidas ou não são levadas em consideração no momento da prestação do serviço, a perda de interesse pelo serviço oferecido é dada como certa, com o agravante dele poder influenciar negativamente outros potenciais consumidores com a divulgação da sua percepção sobre o atendimento oferecido pela empresa (LAS CASAS, 2008; SANTOS; CÂNDIDO, 2016).

Assim, Gimenez (2012) conclui que a qualidade em serviços está ligada à satisfação do consumidor, é subjetivo, ou seja, as necessidades dos clientes não são necessariamente idênticas, é necessário se adequar constantemente a fim de atendê-las. Assim, é imprescindível avaliar o grau de satisfação do cliente, a fim de saber se ele está satisfeito com o serviço oferecido.

Conforme Fitzsimmons e Fitzsimmons (2004), para avaliar a qualidade de um serviço os clientes consideram os seguintes aspectos:

- **Confiabilidade:** capacidade em prestar o serviço de acordo com o esperado, com confiança e precisão;
- **Responsividade:** capacidade em prestar o serviço prontamente, respeitando os prazos;
- **Segurança:** forma como o serviço é prestado pelos funcionários da empresa, quanto à competência destes ao realizar o trabalho, ao atendimento a partir das necessidades do cliente, e à satisfação demonstrada ao atendê-lo;
- **Empatia:** esforço em tentar atender as necessidades do cliente;
- **Aspectos tangíveis:** estrutura física do local e o modo como o cliente vê a estrutura onde o serviço é prestado.

Há duas dimensões importantes na qualidade de serviços: a qualidade real, que se relaciona ao entendimento do que deve ser o serviço, isto é, a expectativa; e a qualidade percebida, que é a percepção do cliente após a realização do serviço. Conhecer as expectativas dos clientes é a primeira e a mais importante etapa para a execução de serviços de qualidade. A qualidade é percebida em longo prazo, e é a percepção do cliente que definirá a qualidade do serviço (GRONROOS, 2003; LOVELOCK; WRIGHT, 2003; ZEITHAML; BITNER; GREMLER, 2011).

Fitzsimmons e Fitzsimmons (2004) afirmam que a satisfação do cliente com a qualidade do serviço pode ser definida pela comparação da percepção do serviço prestado com as expectativas do serviço desejado. Segundo Gomes (2004), um serviço de qualidade é aquele que supera as expectativas dos clientes. Neste contexto, uma ferramenta capaz de avaliar o grau de satisfação de um serviço por meio da mensuração de dimensões relacionadas à expectativa e à percepção dos clientes é a chamada Escala SERVQUAL.

2.3 Escala SERVQUAL

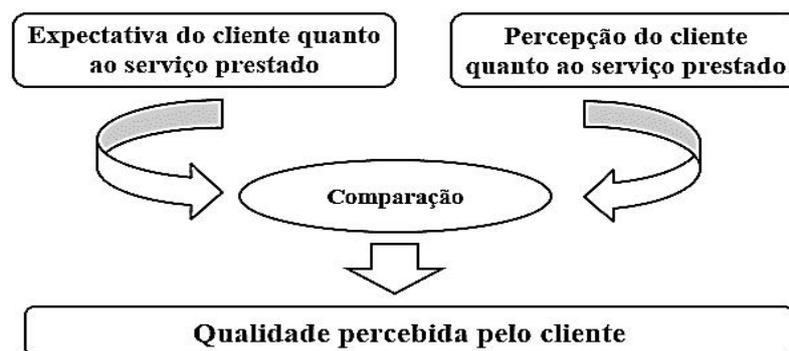
Parasuraman, Zeithaml e Berry criaram a ferramenta da qualidade chamada Escala ou Modelo SERVQUAL com intuito de mensurar a satisfação dos clientes quanto à prestação de um determinado serviço. A métrica foi publicada em 1988, e vem sofrendo revisões ao longo dos anos (ROCHA; SILVA, 2016). Segundo Zeithaml, Parasuraman e Berry (1990), o SERVQUAL é universal e pode ser aplicado em qualquer organização de serviços para avaliar a qualidade dos serviços prestados.

A Escala SERVQUAL é um instrumento de pesquisa com itens múltiplos, que obtém informações quantitativas, com alto nível de confiabilidade e validade, baseado na definição de qualidade do serviço e em dimensões que ajudam as empresas para uma melhor compreensão sobre as expectativas e as percepções que os clientes têm em relação ao serviço prestado. É claramente possível mensurar a qualidade dos serviços por meio de uma avaliação sobre o que os clientes esperam receber e o que eles de fato consideram ter recebido do serviço (GORDON, 1998; COSTA, 2012; CHARLES; KUMAR, 2014).

A Escala considera o que os usuários desejam de um serviço, comparando-se com o que recebem, isto é, mensura o serviço por meio da diferença entre as expectativas dos consumidores em relação ao serviço e a sua percepção real do que é fornecido. Portanto, os consumidores fazem as suas considerações sobre a qualidade de um serviço, considerando as discrepâncias entre as expectativas e as percepções em relação ao desempenho atual da organização que lhes ofereceu um serviço específico (FARIA; FREITAS; MOLINA-PALMA, 2015; SOARES; NOVASKI; ANHOLON, 2017).

Para Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), a comparação das expectativas com as percepções de desempenho resulta na qualidade percebida, que consiste em um julgamento global que o usuário faz da superioridade do serviço, sendo uma forma de atitude relacionada, mas não similar à satisfação. A Figura 1 ilustra a ideia básica da Escala SERVQUAL:

Figura 1. Escala SERVQUAL



Fonte: Medeiros *et al.* (2020).

Na Escala SERVQUAL são utilizadas duas seções com 22 itens ou questões, sendo uma destinada ao mapeamento das expectativas e a outra ao da percepção. Para cada item tenta-se estimar a lacuna ou o *gap* como meio de mensuração da qualidade do serviço, que se dá por meio da diferença entre a percepção e a expectativa ($P - E$) (ZEITHAML; PARASURAMAN; BERRY, 1990; FARIA; FREITAS; MOLINA-PALMA, 2015; OLIVEIRA, 2017).

O *gap*, além de ser uma medida da satisfação do cliente, também seria uma medida da qualidade do serviço em relação a uma dimensão específica. As dimensões seriam características genéricas do serviço, subdivididas em itens, que somadas resultariam no serviço como um todo, sob o ponto de vista do cliente que irá julgá-lo (MIGUEL; SALOMI, 2004).

A equação $P - E$ permite verificar se os escores das expectativas são superiores ou inferiores aos escores das percepções dos clientes em relação às dimensões, indicando sinais de baixa qualidade quando a expectativa supera a percepção ($P < E$) ou de alta qualidade nos casos em que a percepção é superior à expectativa declarada ($P > E$). Os itens são avaliados, geralmente, em Escala Likert de cinco pontos, variando de *discordo totalmente* até *concordo totalmente* (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988).

A Escala SERVQUAL original possuía 10 dimensões que expressavam a qualidade do serviço (SOURI *et al.*, 2018). Após modificações, passou a ter cinco dimensões, que foram assim definidas por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988): i) tangibilidade, observada nas instalações físicas, equipamentos e aparência do pessoal; ii) confiabilidade, refletida na capacidade de se executar o serviço prometido de forma confiável e precisa; iii) responsividade, caracterizada pela disposição de ajudar os clientes e fornecer-lhes o serviço com presteza; iv) segurança, por meio do conhecimento, cortesia de funcionários e capacidade de transmitir confiança; e v) empatia, presente na atenção individualizada e cuidadosa que a empresa oferece ao cliente.

Complementando os autores supracitados, Rezaei *et al.* (2018) citam atributos que compõem cada uma das cinco dimensões:

- Tangibilidade: instalações físicas, equipamentos e pessoal;
- Confiabilidade: serviço consistente, correto pela primeira vez e inspeções;
- Responsividade: eficiência na prestação do serviço, disposição para ajudar, orientação eficiente, pronta entrega e tratamento rápido de reclamações ou solicitações;
- Segurança: confiabilidade, capacidade de resposta e cortesia;
- Empatia: atenção personalizada, interesse e compreensão das necessidades.

Zeithaml, Parasuraman e Berry (1990) destacam que o SERVQUAL pode prover uma análise geral da qualidade de serviços, considerando todas as cinco dimensões em conjunto. Contudo, as empresas podem não somente avaliar os serviços prestados como um todo, mas, também, analisar quais as dimensões requerem mais atenção.

Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2004), a Escala SERVQUAL pode ser utilizada para:

- Medir o desempenho dos concorrentes diretos de uma organização;
- Avaliar de forma geral a qualidade dos serviços prestados;
- Revelar os pontos críticos na percepção dos clientes com relação ao serviço prestado;
- Auxiliar outras ferramentas de medição da qualidade do serviço de forma periódica ou auditada a partir de necessidades impostas.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa é quantitativa, quanto à abordagem do problema, a qual considera que tudo pode ser quantificável; traduz em números as opiniões e as informações para classificá-las e analisá-las; e requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas, como: porcentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, dentre outros (SILVA; MENEZES, 2005).

E é descritiva, quanto aos seus objetivos. Segundo Gil (2008), as pesquisas descritivas têm como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Durante o segundo semestre do ano de 2019, utilizou-se um questionário presencial como instrumento de coleta de dados junto aos discentes que recebem auxílio alimentação em uma IFE, localizada no Município de Canguaretama, no Estado do Rio Grande do Norte. O serviço de alimentação, cuja qualidade foi avaliada, é prestado por uma empresa terceirizada local.

Conforme dados da instituição, no período de aplicação do questionário, 329 discentes recebiam auxílio alimentação, sendo este o tamanho da população da pesquisa. Assim, considerando-se um intervalo de confiança desejável de 95% e margem de erro mínima de $\pm 5\%$, o tamanho da amostra da pesquisa foi de 181 discentes, o qual foi calculado utilizando as fórmulas propostas por Barbetta (2012):

$$n_0 = \frac{1}{E_0^2} \qquad n = \frac{N \cdot n_0}{N + n_0}$$

Sendo:

N é o tamanho da população;

n é o tamanho da amostra;

n_0 é uma primeira aproximação para o tamanho da amostra;

E_0 corresponde ao erro amostral tolerável.

O questionário foi dividido em duas partes. A primeira buscava conhecer características do perfil dos respondentes, como: curso, turno de estudo, quantidade de vezes por semana que utiliza o refeitório da instituição, e tipo de refeição que consome no refeitório. Já a segunda, elaborada conforme a Escala SERVQUAL, foi composta por duas seções, uma para a expectativa e outra para a percepção, porém, com redução na quantidade dos itens de 22 para 20, dada a necessidade de retirar as redundâncias que foram verificadas na primeira versão do questionário. Todos os itens foram apresentados no formato de afirmativas, sendo 04 para cada uma das cinco dimensões da qualidade: tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia. A fim de pontuá-los, foi utilizada a Escala Likert, variando de 1-discordo totalmente a 5-concordo totalmente.

Vale destacar que a aplicação do questionário ocorreu em apenas um momento, ou seja, não se esperou pela prestação e efetiva utilização do serviço para a pontuação da percepção, uma vez que os usuários já o conheciam.

A coleta de dados presencial resultou em 162 questionários respondidos, uma quantidade aproximada do tamanho da amostra. Os dados foram tabulados utilizando-se o *software* Microsoft Office Excel.

Para fins de avaliação da qualidade do serviço, conforme a Escala SERVQUAL, seguiu-se as seguintes etapas:

- Cálculo das médias das expectativas (ME);
- Cálculo das médias das percepções (MP);
- Cálculo dos *gaps* (MP - ME);
- Cálculo das médias por dimensão.

Adicionalmente, após as análises global dos itens e por dimensão, foram calculados os coeficientes alfa de Cronbach, uma medida de confiabilidade de questionários que varia de 0 a 1, sendo os valores de 0,60 a 0,70 considerados o limite inferior de aceitabilidade (HAIR JR *et al.*, 2009). Dado que todos os itens de um questionário utilizam a mesma escala de medição, o coeficiente α é calculado a partir da variância dos itens individuais e da variância da soma dos itens de cada respondente por meio da seguinte equação (HORA; MONTEIRO; ARICA, 2010):

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \times \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Sendo:

k corresponde ao número de itens do questionário;

s_i^2 corresponde a variância de cada item;

s_t^2 corresponde a variância total do questionário, determinada como a soma de todas as variâncias.

Freitas e Rodrigues (2005) propõem uma classificação para a confiabilidade dado o valor do coeficiente α de Cronbach, conforme a Tabela 1:

Tabela 1. Classificação da confiabilidade a partir do coeficiente α de Cronbach

Confiabilidade	Muito Baixa	Baixa	Moderada	Alta	Muito Alta
Valor de α	$\alpha \leq 0,30$	$0,30 < \alpha \leq 0,60$	$0,60 < \alpha \leq 0,75$	$0,75 < \alpha \leq 0,90$	$\alpha > 0,90$

Fonte: Adaptado de Freitas e Rodrigues (2005)

Por fim, foi realizada a análise dos quartis dos itens, a fim de subsidiar a proposição de um plano de ação com sugestões de melhorias para os itens considerados críticos na prestação do serviço de alimentação.

A análise dos quartis subdivide um conjunto de valores em quatro partes iguais: primeiro quartil com 25% dos dados; segundo quartil com 50%; e terceiro quartil com 75%. Ela permite, conforme o nível de criticidade dos itens, identificar aqueles que deverão ser priorizados em prol de melhorias no serviço prestado, ou seja, aqueles em que é necessário aplicar ações corretivas e/ou preventivas seguindo uma ordem de prioridade (crítica, alta, moderada e baixa).

Assim, os itens com valores menores que o valor do primeiro quartil correspondem a 25% do total de itens e são classificados como itens de prioridade crítica, os quais têm prioridade nas ações corretivas/preventivas. Os itens de prioridade alta são aqueles cujos valores se situam entre o primeiro e o segundo quartil e assim por diante.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Perfil dos Respondentes

Quanto à distribuição dos respondentes em relação aos cursos oferecidos regularmente pela instituição de ensino, 46 (28,4%) eram do Curso Técnico Integrado de Eventos, 29 (17,9%) do Integrado de Eletromecânica, 28 (17,3%) do Integrado de Informática, 24 (14,8%) do Superior em Gestão de Turismo, 19 (11,7%) do Integrado de Mecânica e 16 (9,9%) da Licenciatura em Educação do Campo (LEDOC). Em relação ao turno de estudo, 71 (43,8%) respondentes eram da tarde, 50 (30,9%) da noite, e 41 (25,3%) da manhã.

Quanto à utilização do refeitório, 49 (30,2%) respondentes o utilizavam duas vezes por semana, 43 (26,5%) uma vez por semana, 35 (21,6%) três vezes por semana, 18 (11,1%) cinco vezes por semana, 10 (6,2%) quatro vezes por semana e sete (4,3%) acima de cinco vezes por semana.

Já em relação à refeição consumida, 105 (64,8%) respondentes apenas almoçavam no refeitório, 42 (25,9%) só jantavam e 15 (9,3%) almoçavam e jantavam. Este resultado pode ser explicado pelo percentual de respondentes que faz algum dos cursos técnicos integrados (63,6%), os quais têm seus horários de aula divididos entre os turnos da manhã e da tarde, pois possuem demandas para além da sala de aula.

4.2 Análise global dos itens

Na Tabela 2 são apresentados os resultados obtidos na segunda parte do questionário, seguindo a Escala SERVQUAL: as médias para cada um dos 20 itens, tanto para expectativa (ME), como para percepção (MP), além dos *gaps*, que consistem na subtração MP - ME. As células marcadas em verde correspondem aos três itens com os valores mais altos em cada coluna numérica e em vermelho os itens com os valores mais baixos. Destaca-se que na última coluna consideram-se os valores em módulo. Nas linhas em cinza estão as médias para cada uma das dimensões.

Tabela 2. Médias da expectativa, da percepção e os gaps

Dimensões e Itens	ME	MP	MP-ME
Tangibilidade (T)	4,23	3,27	-0,96
1. Equipamentos higienizados e conservados.	4,12	3,16	-0,96
2. Instalações com espaços limpos e organizados.	4,34	3,31	-1,03
3. Localização acessível, ambiente agradável e seguro.	4,36	3,66	-0,70
4. Manuseio adequado dos alimentos pelos funcionários.	4,09	2,96	-1,13
Confiabilidade (C)	3,98	2,96	-1,02
5. Cumprimento dos horários previamente estabelecidos.	4,39	3,67	-0,72
6. Realização dos serviços evitando falhas.	3,91	2,85	-1,06
7. Alimentos saudáveis e com qualidade.	3,77	2,56	-1,21
8. Funcionários dispostos a resolver impasses.	3,83	2,75	-1,08
Responsividade (R)	3,83	2,76	-1,07
9. Atendimento imediato e de qualidade.	3,78	2,73	-1,05
10. Informações aos usuários sobre alterações nos serviços.	3,74	2,80	-0,94
11. Funcionários proativos e dispostos ao serem solicitados.	3,92	2,81	-1,11
12. Funcionários que dão importância aos desejos/necessidades dos usuários.	3,86	2,69	-1,17
Segurança (S)	3,96	2,96	-1,00
13. Atendimento que inspira segurança dos usuários.	3,86	2,74	-1,12
14. Funcionários treinados para realizar o serviço adequadamente.	3,98	3,01	-0,97
15. Disposição para atender os usuários.	3,94	2,98	-0,96
16. Conhecimento sobre os serviços prestados.	4,05	3,12	-0,93
Empatia (E)	3,88	2,98	-0,90
17. Atendimento direcionado individualmente aos usuários.	3,71	2,77	-0,94
18. Horários apropriados às necessidades dos usuários.	3,98	3,30	-0,68
19. Compreensão das necessidades específicas dos usuários.	3,80	2,85	-0,95
20. Atendimento gentil às solicitações dos usuários.	4,04	3,00	-1,04

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Verifica-se na Tabela 2 que em relação à expectativa os itens que obtiveram as maiores médias foram: C5 – cumprimento dos horários previamente estabelecidos (4,39); T3 – localização acessível, ambiente agradável e seguro (4,36); e T2 – instalações com espaços limpos e organizados (4,34). Já os itens com as médias mais baixas foram: E17 – atendimento direcionado individualmente aos usuários (3,71); R10 – informações aos usuários sobre alterações nos serviços (3,74); e C7 – alimentos saudáveis e com qualidade (3,77). Analisando-se as médias por dimensão, a tangibilidade (4,23) obteve a maior e a responsividade (3,83) a menor, ou seja, os usuários esperam que os aspectos tangíveis relacionados à prestação do serviço de alimentação se sobressaiam aos demais, dando-os maior importância.

Em relação à percepção, os itens que obtiveram as maiores médias foram: C5 – cumprimento dos horários previamente estabelecidos (3,67); T3 – localização acessível, ambiente agradável e seguro (3,66); e T2 – instalações com espaços limpos e organizados (3,31), ou seja, os mesmos itens com as maiores médias na expectativa. Já os itens com as médias mais baixas foram: C7 – alimentos saudáveis e com qualidade (2,56); R12 – funcionários que dão importância aos desejos/necessidades dos usuários (2,69); e R9 – atendimento imediato e de qualidade (2,73). Analisando-se as médias por dimensão, a tangibilidade (3,27) obteve a mais alta e a responsividade (2,76) a mais baixa, ou seja, os usuários avaliam bem o serviço de alimentação quanto aos seus aspectos tangíveis e o avaliam mal se considerando os aspectos de responsividade, indicando possíveis problemas relacionados aos itens que compõem esta dimensão.

Quanto aos *gaps*, observa-se que todos são negativos, ou seja, para todos os itens a expectativa é maior que a percepção, indicando que o desempenho do serviço não condiz com o esperado pelos seus usuários, o que pode refletir em uma possível baixa qualidade. Os itens com os valores dos *gaps* mais altos (em módulo) foram: C7 – alimentos saudáveis e com qualidade (-1,21); R12 – funcionários que dão importância aos desejos/necessidades dos usuários (-1,17); e T4 – manuseio adequado dos alimentos pelos funcionários (-1,13). Já os itens com os valores menores (em módulo) foram: E18 – horários apropriados às necessidades dos usuários (-0,68); T3 – localização acessível, ambiente agradável e seguro (-0,70); e C5 – cumprimento dos horários previamente estabelecidos (-0,72). Analisando-se as dimensões, a responsividade (-1,07) obteve a maior média dos *gaps* e empatia (-0,90) a menor, comprovando que há problemas na prestação do serviço relacionados principalmente àquela dimensão.

4.3 Análise por dimensão

Na dimensão tangibilidade, quanto à expectativa, o item com a maior média é T3 (4,36) e o de menor média é o T4 (4,09). Quanto à percepção, os itens com a maior e a menor média são, respectivamente, T3 (3,66) e T4 (2,96), os mesmos da expectativa.

Quanto aos *gaps*, os dois itens anteriormente destacados apresentam a maior e a menor diferença entre as médias de percepção e de expectativa, T4 (-1,13) e T3 (-0,70), respectivamente. Assim, em relação à dimensão tangibilidade, verifica-se que os usuários percebem uma diferença significativa entre o que recebem e o que esperam do serviço quanto ao manuseio adequado dos alimentos pelos funcionários.

Na dimensão confiabilidade, quanto à expectativa, o item com a maior média é C5 (4,39) e o de menor média é o C7 (3,77). Quanto à percepção, os itens com a maior e a menor média são, respectivamente, C5 (3,67) e C7 (2,56), os mesmos da expectativa.

Quanto aos *gaps*, os dois itens anteriormente destacados apresentam a maior e a menor diferença entre as médias de percepção e de expectativa, C7 (-1,21) e C5 (-0,72), respectivamente. Assim, em relação à dimensão confiabilidade, verifica-se que os usuários percebem uma diferença significativa entre o que recebem e o que esperam do serviço quanto à saúde e à qualidade dos alimentos.

Na dimensão responsividade, quanto à expectativa, o item com a maior média é R11 (3,92) e o de menor média é o R10 (3,74). Quanto à percepção, os itens com a maior e a menor média são, respectivamente, R11 (2,81) e R12 (2,69).

Quanto aos *gaps*, os dois itens que apresentam a maior e a menor diferença entre as médias de percepção e de expectativa são R12 (-1,17) e R10 (-0,94), respectivamente. Assim, em relação à dimensão responsividade, verifica-se que os usuários percebem uma diferença significativa entre o que recebem e o que esperam do serviço quanto à importância que os funcionários dão aos desejos/necessidades dos usuários.

Na dimensão segurança, quanto à expectativa, o item com a maior média é S16 (4,05) e o de menor média é o S13 (3,86). Quanto à percepção, os itens com a maior e a menor média são, respectivamente, S16 (3,12) e S13 (2,74), os mesmos da expectativa.

Quanto aos *gaps*, os dois itens anteriormente destacados apresentam a maior e a menor diferença entre as médias de percepção e de expectativa, S13 (-1,12) e S16 (-0,93), respectivamente. Assim, em relação à dimensão segurança, verifica-se que os usuários percebem uma diferença significativa entre o que recebem e o que esperam do serviço quanto à segurança que o atendimento inspira nos usuários.

Na dimensão empatia, quanto à expectativa, o item com a maior média é E20 (4,04) e o de menor média é o E17 (3,71). Quanto à percepção, os itens com a maior e a menor média são, respectivamente, E18 (3,30) e E17 (2,77).

Quanto aos *gaps*, os dois itens que apresentam a maior e a menor diferença entre as médias de percepção e de expectativa são E20 (-1,04) e E18 (-0,68), respectivamente. Assim, em relação à dimensão empatia, verifica-se que os usuários percebem uma diferença significativa entre o que recebem e o que esperam do serviço quanto à gentileza no atendimento às solicitações dos usuários.

4.4 Coeficientes Alfa de Cronbach

A fim de analisar a confiabilidade da Escala SERVQUAL utilizada no questionário, calculou-se os coeficientes alfa de Cronbach. A Tabela 3 apresenta os valores obtidos para a expectativa e a percepção, considerando-se todos os 20 itens avaliados. Ambos os valores ficaram próximos a 1, indicando que o questionário possui um grau de confiabilidade muito alto, conforme a classificação de Freitas e Rodrigues (2005). Porém, por estarem acima de 0,90, pode-se considerar que há duplicação de conteúdo entre alguns dos itens, refletindo em redundância (STREINER, 2003).

Tabela 3. Valores de Alfa de Cronbach

Expectativa (α)	Percepção (α)
0,97	0,96

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Já a Tabela 4 apresenta os valores obtidos em cada uma das cinco dimensões da Escala SERVQUAL. Observa-se que em todas as dimensões os valores ficaram acima de 0,75, tanto na expectativa como na percepção, indicando um grau de confiabilidade alto a muito alto.

Tabela 4. Valores de Alfa de Cronbach das dimensões

	Tangibilidade	Confiabilidade	Responsividade	Segurança	Empatia
Expectativa (α)	0,86	0,80	0,93	0,92	0,88
Percepção (α)	0,87	0,82	0,90	0,88	0,86

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

4.5 Plano de Ação

A fim de identificar os itens considerados críticos, ou seja, aqueles que podem estar comprometendo a prestação do serviço, foi realizada a Análise dos quartis. Conforme as médias das expectativas, das percepções e os *gaps* para cada um dos itens, foi gerada uma classificação de prioridades, a qual é apresentada na Tabela 5.

Tabela 5. Análise dos quartis

Classificação de prioridade dos itens																								
Expectativas																								
E17	R10	C7	R9	E19	C8	R12	S13	C6	R11	S15	S14	E18	E20	S16	T4	T1	T2	T3	C5					
3,71	3,74	3,77	3,78	3,80	3,83	3,86	3,86	3,91	3,92	3,94	3,98	3,98	4,04	4,05	4,09	4,12	4,34	4,36	4,39					
1º Quartil = 3,82					2º Quartil = 3,93					3º Quartil = 4,06														
Percepções																								
C7	R12	R9	S13	C8	E17	R10	R11	C6	E19	T4	S15	E20	S14	S16	T1	E18	T2	T3	C5					
2,56	2,69	2,73	2,74	2,75	2,77	2,80	2,81	2,85	2,85	2,96	2,98	3,00	3,01	3,12	3,16	3,30	3,31	3,66	3,67					
1º Quartil = 2,77					2º Quartil = 2,91					3º Quartil = 3,13														
Gaps																								
C7	R12	T4	S13	R11	C8	C6	R9	E20	T2	S14	T1	S15	E19	R10	E17	S16	C5	T3	E18					
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
1,21	1,17	1,13	1,12	1,11	1,08	1,06	1,05	1,04	1,03	0,97	0,96	0,96	0,95	0,94	0,94	0,93	0,72	0,70	0,68					
1º Quartil = -1,09					2º Quartil = -1,00					3º Quartil = -0,94														
Prioridades:					Crítica					Alta					Moderada					Baixa				

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Conforme a Tabela 5, nas expectativas, os itens considerados de prioridade crítica foram: T4, T1, T2, T3 e C5. Já os itens de prioridade crítica nas percepções foram: C7, R12, R9, S13 e C8. Nos *gaps* os itens C7, R12, T4, S13 e R11 foram os considerados de prioridade crítica. Nota-se que os itens C7, R12 e S13 são de prioridade crítica tanto nas percepções como nos *gaps*. Enquanto que o item T4 é de prioridade crítica tanto nas expectativas como nos *gaps*.

O item C7 – Alimentos saudáveis e com qualidade – apresentou prioridade baixa em relação à expectativa, enquanto que na percepção apresentou prioridade crítica, gerando um *gap* com prioridade crítica. Isso significa que mesmo os usuários não demonstrando muita expectativa em relação ao item, o serviço prestado não conseguiu atendê-la, acontecendo o mesmo com os itens R12 e S13, ambos com prioridade moderada na expectativa, prioridade crítica na percepção e prioridade crítica no *gap*.

O item T4 – Manuseio adequado dos alimentos pelos funcionários – apresentou prioridade crítica em relação à expectativa, enquanto que na percepção apresentou prioridade moderada, mostrando que era muito importante para os usuários, o que gerou um *gap* de prioridade crítica.

Com base nos itens considerados de prioridade crítica nos *gaps*, foi elaborado um plano de ação que sugere medidas corretivas e/ou preventivas, visando possíveis melhorias no serviço de alimentação prestado pela empresa terceirizada, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1. Plano de ação para o serviço de alimentação

Itens críticos	O que?	Por que?	Como?	Onde?	Quem?
C7 – Alimentos saudáveis e com qualidade.	Reformular e revisar continuamente os cardápios das refeições oferecidas.	Para que a alimentação seja sempre equilibrada, saudável e de qualidade.	Procurando, em conjunto com a Instituição, ouvir as demandas dos usuários, bem como consultar profissionais da área de Nutrição.	No refeitório da instituição.	Os gestores da empresa.
R12 – Funcionários que dão importância aos desejos / necessidades dos usuários.	Requalificar os funcionários que trabalham no atendimento ao usuário.	Para que os usuários sintam-se atendidos conforme os seus desejos e as suas necessidades.	Treinando e desenvolvendo os funcionários, por meio de palestras ou cursos ministrados por profissionais especializados.	No refeitório da instituição.	Os gestores da empresa e o setor de RH.
T4 – Manuseio adequado dos alimentos pelos funcionários.	Adquirir utensílios adequados ao manuseio de alimentos.	Para que as normas de higiene sejam respeitadas e a manipulação seja adequada.	Investindo na compra de utensílios adequados ao manuseio dos alimentos.	----	Os gestores da empresa e o setor de compras.
S13 – Atendimento que inspira segurança dos usuários.	Requalificar os funcionários que trabalham no atendimento ao usuário.	Para que os usuários sintam-se seguros durante o atendimento.	Treinando e desenvolvendo os funcionários, por meio de palestras ou cursos ministrados por profissionais especializados.	No refeitório da instituição.	Os gestores da empresa e o setor de RH.
R11 – Funcionários proativos e dispostos ao serem solicitados.	Requalificar os funcionários que trabalham no atendimento ao usuário.	Para que os funcionários se antecipem a possíveis demandas dos usuários, mesmo antes de serem solicitados.	Treinando e desenvolvendo os funcionários, por meio de palestras ou cursos ministrados por profissionais especializados.	No refeitório da instituição.	Os gestores da empresa e o setor de RH.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Observa-se que dentre os itens críticos, três (R12, S13 e R11) estão diretamente relacionados aos comportamentos e às atitudes dos funcionários no atendimento aos usuários, demandando maior atenção da empresa e de seu setor de RH. Porém, as ações mais enérgicas e urgentes devem ser tomadas em relação ao item C7, uma vez que é preocupante a baixa percepção dos usuários em relação à qualidade do alimento servido no refeitório da instituição, um problema que, se não resolvido, atinge diretamente a saúde dos usuários do serviço.

5 CONCLUSÃO

Este estudo teve como principal objetivo avaliar a qualidade do serviço de alimentação prestado por uma empresa terceirizada em uma instituição federal de ensino. Para tanto, foi aplicado como instrumento de avaliação a ferramenta criada por Parasuraman, Zeithaml e Berry, denominada Escala ou Modelo SERVQUAL, que busca avaliar um determinado serviço por meio da análise das expectativas dos clientes sobre o desempenho do serviço e da sua percepção real sobre o que é fornecido.

Dentre os principais resultados obtidos, destaca-se que a dimensão que obteve a menor média em relação à percepção do serviço foi a responsividade (2,76). Este resultado, consequentemente, refletiu negativamente na média dos seus *gaps* (-1,07), a mais alta dentre as cinco dimensões. Portanto, tal constatação evidencia que há uma relação diretamente proporcional entre a percepção do serviço prestado e a qualidade percebida pelo usuário.

O presente estudo teve como limitações a resistência por parte dos discentes em responder ao questionário, fato este que fez com que 19 questionários não fossem respondidos, considerando-se que o tamanho da amostra era de 181 pessoas.

Contudo, o estudo atingiu seu objetivo, confirmando que uma das formas mais viáveis de se medir a qualidade de um serviço prestado por uma determinada empresa é por meio daqueles que usam o serviço, que neste estudo são os discentes.

A contribuição científica deste estudo reside na demonstração de que a Escala SERVQUAL é um instrumento de mensuração viável, principalmente em um ambiente onde há uma heterogeneidade de clientes ou usuários, como é o caso das instituições federais de ensino. Portanto, o presente estudo fornece aos tomadores de decisão destas organizações a aplicação e a comprovação de um instrumento de alto nível de confiabilidade e validade. Por meio da aplicação do referido instrumento foi possível verificar os itens críticos do serviço, que subsidiaram a elaboração de um plano de ação, que poderá auxiliar a empresa terceirizada em possíveis melhorias na prestação do serviço de alimentação.

REFERÊNCIAS

- ALBRECHT, K. **Revolução nos serviços**: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.
- AZEVEDO, T. R. *et al.* Avaliação da qualidade percebida de um serviço por meio de site de redes sociais. **Revista Ciências Administrativas**, [S.l.], v. 22, n. 1, p. 162-191, 2016. DOI: [10.5020/2318-0722.2016.v22n1p162](https://doi.org/10.5020/2318-0722.2016.v22n1p162)
- BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. 8. ed. Florianópolis: UFSC, 2012.
- BERRY, L. L.; PARASURAMAN A.; ZEITHAML, V. A. Um Modelo Conceitual de Qualidade de Serviços e Suas Implicações para a Pesquisa no Futuro. **Revista de Administração de Empresas - RAE**, [S.l.], v. 46, n. 4, p. 96-107, 2006.
- CALABRESE, A. Service productivity and service quality: A necessary trade-off? **International Journal of Production Economics**, [S.l.], v. 135, n. 2, p. 800-812, 2012. DOI: [10.1016/j.ijpe.2011.10.014](https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.10.014)
- CHARLES, V.; KUMAR, M. **Satisficing data envelopment analysis**: An application to SERVQUAL efficiency. **Measurement**, [S.l.], v. 51, p. 71-80, 2014. DOI: [10.1016/j.measurement.2014.01.023](https://doi.org/10.1016/j.measurement.2014.01.023)
- CORRÊA, H. L.; GIANESI, I. G. N. **Administração Estratégica de Serviços**: Operações para a experiência e satisfação do cliente. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2018.
- COSTA, T. **O mundo da qualidade**: um compêndio da padronização e normalização pelo mundo. 2. ed. [S.l.]: Clube dos autores, 2012.
- FALCÃO, L. M. A. A. *et al.* Using the SERVQUAL Model to assess mall service quality and customer satisfaction. **Brazilian Journal of Operations & Production Management**, [S.l.], v. 14, n. 1, p. 82-88, 2017. DOI: [10.14488/BJOPM.2017.v14.n1.a9](https://doi.org/10.14488/BJOPM.2017.v14.n1.a9)
- FARIA, L. F. V.; FREITAS, A. L. P.; MOLINA-PALMA, M. A. Qualidade em serviços sob a perspectiva dos métodos SERVQUAL e SERVPERF: um estudo bibliométrico. **GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, [S.l.], v. 10, n. 3, p. 53-67, 2015. DOI: [10.15675/gepros.v10i3.1294](https://doi.org/10.15675/gepros.v10i3.1294)
- FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. **Administração de Serviços**: Operações, Estratégia e Tecnologia da Informação. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- FREITAS, A. L. P.; RODRIGUES, S. G. A avaliação da confiabilidade de questionários: uma análise utilizando o coeficiente alfa de Cronbach. *In*: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 12, 2005, Bauru. **Anais [...]**. Bauru: SIMPEP, 2005.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIMENEZ, D. R. **Modelo de Gestão Estratégica da Qualidade para avaliar o impacto da imagem da marca na qualidade percebida pelo consumidor em empresas prestadoras de serviços**. 2012. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) — Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.
- GOMES, P. J. P. A evolução do conceito de qualidade: dos bens manufaturados aos serviços de informação. **Cadernos Bad**, [S.l.], v. 2, p. 6-18, 2004.
- GORDON, I. **Marketing de relacionamento**: estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar clientes e mantê-los para sempre. São Paulo: Futura, 1998.
- GRONROOS, C. **Marketing**: Gerenciamento e serviços. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- HAIR JR, J. F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- HOFFMAN, K. D.; BATESON, J. E. G. **Princípios de Marketing de serviços**: Conceitos, estratégias e casos. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

- HORA, H. R. M.; MONTEIRO, G. T. R.; ARICA, J. Confiabilidade em Questionários para Qualidade: Um Estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach. **Produto & Produção**, [S.l.], v. 11, n. 2, p. 85-103, 2010. DOI: [10.22456/1983-8026.9321](https://doi.org/10.22456/1983-8026.9321)
- KOTLER, P. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- KOTLER, P. **Administração de Marketing**: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 7. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1998.
- LAS CASAS, A. L. **Qualidade Total em Serviços**: Conceitos, Exercícios, Casos Práticos. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços**: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2003.
- MARTINS, E. P. F. **Qualidade do Serviço**: O caso do setor bancário português. Porto: Vida Económica, 2013.
- MEDEIROS, M. N. *et al.* Aplicação do modelo SERVQUAL na avaliação da qualidade do serviço prestado por uma empresa de segurança em uma Instituição de Ensino Superior. **GEPROS**: Gestão da Produção, Operações e Sistemas, [S.l.], v. 15, n. 2, p. 01-22, 2020. DOI: [10.15675/gepros.v15i2.2267](https://doi.org/10.15675/gepros.v15i2.2267)
- MIGUEL, P. A. C.; SALOMI, G. E. Uma revisão dos modelos para medição da qualidade em serviços. **Revista Produção**, [S.l.], v. 14, n. 1, p. 12-30, 2004. DOI: [10.1590/S0103-65132004000100003](https://doi.org/10.1590/S0103-65132004000100003)
- OLIVEIRA, E. B. B. *et al.* Avaliação da Qualidade dos Serviços Logísticos Prestados por Websites Utilizando o SERVQUAL. **GEPROS**: Gestão da Produção, Operações e Sistemas, [S.l.], ano 19, edição especial, p. 135 - 150, 2019. DOI: [10.15675/gepros.v14i3.2612](https://doi.org/10.15675/gepros.v14i3.2612)
- OLIVEIRA, O. J. **Curso básico de Gestão da Qualidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2017.
- PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade**: teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 49, p. 41-50, 1985. DOI: [10.1177/002224298504900403](https://doi.org/10.1177/002224298504900403)
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.; BERRY, L. L. SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, [S.l.], v. 64, n. 1, p. 12-40, 1988.
- PAULA, A. H. Modos de gestão em Restaurantes Universitários. **Brazilian Journal of Development**, [S.l.], v. 5, n. 12, p.32478-32493, 2019. DOI: <https://doi.org/10.34117/bjdv5n12-313>.
- PEREIRA, M.; SILVA, V.; OLIVEIRA, E. C. L. Aplicação das ferramentas de qualidade na melhoria dos serviços em um salão de beleza e bar. **LIBERTAS**: Revista de Ciências Sociais Aplicadas, [S.l.], v. 6, n. 2, p. 9-14, 2016.
- RAUCH, D. A. *et al.* Measuring service quality in mid-scale hotel. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, [S.l.], v. 27 n. 1, p. 87-106, 2015. DOI: [10.1108/IJCHM-06-2013-0254](https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2013-0254)
- REZAEI, J. *et al.* Quality assessment of airline baggage handling systems using SERVQUAL and BWM. **Tourism Management**, [S.l.], v. 66, p. 85-93, 2018. DOI: [10.1016/j.tourman.2017.11.009](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.11.009)
- ROCHA, R. A.; SILVA, A. A. A Métrica Servqual na Avaliação da Satisfação dos Usuários da Biblioteca Central da Universidade Federal de Santa Catarina. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, [S.l.], v. 21, n. 45, p. 35-53, 2016. DOI: [10.5007/1518-2924.2016v21n45p35](https://doi.org/10.5007/1518-2924.2016v21n45p35)
- SANTOS, H. M.; CÂNDIDO, C. J. F. Avaliação da qualidade dos serviços bancários online: Proposta de integração dos modelos SERVQUAL, Kano e QFD. **Tourism & Management Studies**, [S.l.], v. 12, n. 2, p. 145-153, 2016. DOI: [10.18089/tms.2016.12216](https://doi.org/10.18089/tms.2016.12216)
- SILVA, C. M.; MENEZES FILHO, N.; KOMATSU, B. Uma Abordagem sobre o Setor de Serviços na Economia Brasileira. **Inspere Policy Paper**, [S.l.], n. 19, ago. 2016. Disponível em: [Link](#). Acesso em: jun. 2021.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SOARES, M. C.; NOVASKI, O.; ANHOLON, R. Servqual Model Applied to Higher Education Public Administrative Services. **Brazilian Journal of Operations & Production Management**, [S.l.], v. 14, n. 3, p. 338-349, 2017. DOI: [10.14488/BJOPM.2017.v14.n3.a7](https://doi.org/10.14488/BJOPM.2017.v14.n3.a7)

SOURI, M. E. *et al.* Grey SERVQUAL method to measure consumers' attitudes towards green products: A case study of Iranian consumers of LED bulbs. **Journal of Cleaner Production**, [S.l.], v. 177, p. 187-196, 2018. DOI: [10.1016/j.jclepro.2017.12.105](https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.105)

SPILLER, E. S. *et al.* **Gestão de serviços e marketing interno**. 1. ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.

STREINER, D. L. Starting at the Beginning: An Introduction to Coefficient Alpha and Internal Consistency. **Journal of Personality Assessment**, [S.l.], v. 80, n. 1, p. 99-103, 2003. DOI: [10.1207/S15327752JPA8001_18](https://doi.org/10.1207/S15327752JPA8001_18)

VERGUEIRO, W. **Qualidade em serviços de informação**. São Paulo: Arte & Ciência, 2002.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J.; GREMLER, D. **Marketing de Serviços: a empresa com foco no cliente**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

ZEITHAML, V. A.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L. L. **Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations**. London: Macmillan, 1990.

Contato:

Laynara Silva Chacon
E-mail: laynarachacon02@gmail.com

Yohana Silva Moreira
E-mail: yohanamoreira13@gmail.com

Anderson Tiago Peixoto Gonçalves
E-mail: anderson.tiagopeixoto@ufpe.br

Iris Vitoria do Nascimento Lima
E-mail: irisvnlima@gmail.com

Salmon Carlos Vitorino
E-mail: salmonvitorino@gmail.com

Submetido em: 16/11/2020

Revisado em: 16/11/2021

Aprovado em: 07/12/2021