

## Application of Servqual Method in Providing Services of Two Private Education Companies

Maria Da Penha Damasceno Mustafa Da Silva<sup>1</sup>, Cláudio Dantas Frota<sup>2</sup>

<sup>1</sup>universidade Federal Do Estado Do Amazonas - Ufam – Am Cep: 69077 – 767, Manaus, Am

<sup>2</sup>universidade Federal Do Estado Do Amazonas - Ufam – Am Cep: 69060 – 081, Manaus, Am

---

**Abstract:** *In The Course Of This Article We Will Be Treated To Quality Management In Providing Educational Services, Showing The Five Dimensions Of Parasuraman , Using The Servqual Method , Demonstrating The Expectations Of Customers Regarding The Services Of The Industry Social Service Schools - ( Sesi ) " Dr. Francisco Garcia "And" Dr. Adalberto Ferreira Do Vale , " Which Could Serve As A Model For Other Institutions In The Same Segment . By Following , It Was Also Treated The Tangibility Dimensions , Reliability, Promptness , Empathy And Security Among These 22 Questions To Indicate Customer Satisfaction As The Expectation That The Method Shows The Results .*

**Keywords:** (SERQUAL, Customer, Quality , Services).

---

### I. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, falar em qualidade tornou-se um papel fundamental para as organizações, principalmente, quando se refere à prestação de serviços, pois exige transformações para atender e satisfazer a necessidade do cliente. A qualidade está ligada aos negócios da empresa que percebem e praticam essa premissa, que possibilita vantagem sobre outras e na prestação de serviços conquista diversos setores na economia moderna, do cliente, do produto e da organização.

Segundo, [1], No mercado competitivo, as organizações precisam utilizar ferramentas que garantem a rentabilidade de seu negócio a fim de se manter como referência para seus clientes.

A Qualidade de Serviço continua sendo um tema desafiador na teoria e na prática da gestão da qualidade contemporânea. Embora a qualidade dos produtos e serviços não é facilmente medida, já desde os inícios de 1980,este fenômeno tem sido objeto de estudo de muitos pesquisadores. Ao contrário dos produtos, os serviços são facilmente Não Medido, controlado ou testados quanto à qualidade e este assunto foi objeto de estudo de diferentes perspectivas desde início de 1980. Os pesquisadores na área de marketing têm contribuído significativamente para o entendimento das premissas fundamentais da qualidade do serviço [2-4].

As descobertas mais das pesquisas de qualidade de serviço são as seguintes:

A qualidade do serviço é mais difícil de avaliar para o consumidor que a qualidade do produto;

As percepções da qualidade do serviço resultam de uma comparação das expectativas dos consumidores com o desempenho do serviço real;

As avaliações de qualidade não são baseadas unicamente no resultado de um serviço, mas também envolve a avaliação do processo de entrega.

A Qualidade tem vindo a ser reconhecida como uma ferramenta estratégica para atingir a eficiência operacional e melhor desempenho da empresa. Isto é verdade tanto para os bens e para os serviços. No entanto, o problema com a gestão da qualidade de serviço em empresas de serviços é que a qualidade não é facilmente identificável e mensurável devido às características inerentes de serviços que os tornam diferentes dos produtos.

Existem diversas ferramentas da Qualidade que são amplamente utilizadas, como a ferramenta diagrama de Ishikawa, mais conhecida como espinha de peixe que identifica o relacionamento do problema a ser tratado e as causas do mesmo [5]. Esta propõe avaliar o impacto nas perspectivas de qualidade, custo atendimento, moral e segurança para determinar o resultado do mesmo no negócio e prioriza as ações que venham solucionar o problema avaliando as causas possíveis. Temos também na área da qualidade, o diagrama de Pareto é uma forma especial em gráfico de barras verticais que permite determinar quais problemas resolver e qual a prioridade. Elaborado com base em uma folha de verificação ou em outra fonte de coleta de dados, ajuda a dirigir a atenção e esforços para problemas verdadeiramente importantes. Em geral, obtêm-se melhores resultados atuando na barra mais alta do gráfico do que empreendendo esforços nas menores [6].

Outra ferramenta ou método 5W2H que basicamente é um formulário para execução e controle de tarefas onde são atribuídas as responsabilidades e determinado como o trabalho deverá ser realizado [7].

Várias definições do termo "qualidade de serviço" foram propostos no passado e, com base em definições diferentes, diferentes escalas de medição da qualidade de serviço foram apresentadas. SERVQUAL e SERVPERF constituem duas grandes escalas de medição de qualidade de serviço.

SERVPERF deve o seu nome à atenção exclusiva que presta a avaliação do desempenho (SERVicePERFormance) para medir a qualidade do serviço. Ele consiste em os mesmos itens e dimensões que o SERVQUAL, a única diferença é que ele remove a parte que faz referência às expectativas dos clientes.

O modelo emprega unicamente as 22 afirmações referentes às percepções sobre o desempenho percebido do modelo SERVQUAL. [8].

Uma escala ideal para avaliar a qualidade do serviço é aquela que não seja apenas psicometricamente boa, mas também de diagnóstico o suficientemente robusto para fornecer introspecções ou percepções para os gestores para ações corretivas em caso de falhas de qualidade. Os estudos empíricos que avaliaram a validade, confiabilidade e solidez metodológica de escalas de qualidade de serviço apontam claramente para a superioridade da escala SERVPERF. A capacidade de diagnóstico das escalas, no entanto, não tem sido explicitamente explicada e empiricamente verificada no passado.

Alguns autores apontam que é a escala SERVQUAL que supera a escala SERVPERF em virtude de possuir maior poder diagnóstico para identificar as áreas para intervenções gerenciais em caso de falhas de qualidade de serviço. [9, 10]

[11] fazem uma comparação do uso das escalas SERVQUAL e SERVPERF para avaliar a satisfação dos alunos de negócios de uma universidade em Malásia, mas não concluem acerca de qual é melhor.

Embora tenha havido esforços para estudar a qualidade do serviço, não houve acordo geral sobre a medição do conceito. A maioria do trabalho realizado até agora tem tentado utilizar a metodologia Servqual em um esforço para medir a qualidade do serviço. Levando em conta estes desenvolvimentos, é evidente que os pesquisadores de serviço precisam prestar mais atenção às avaliações dos consumidores de serviços de base tecnológica [12, 13]

O setor de serviços assumiu maior importância econômica na última década. As últimas estatísticas mostram que o setor responde por 60 por cento do valor acrescentado na Comunidade Econômica Europeia (CEE). Estima-se que "fazer coisas erradas" tipicamente responde por entre 30 e 40 por cento dos custos de funcionamento de uma organização de serviços.

A eliminação desses resquícios e cumprir com as expectativas dos clientes são os principais desafios enfrentados pelos gerentes do setor de serviços. É por isso que a melhoria da qualidade é uma preocupação vital para muitas organizações de serviços. Apesar da importância do setor de serviços e a importância das questões relacionadas com a qualidade para o setor, há uma escassez de pesquisas e publicações que tratam de qualidade do serviço. Além disso, há uma significativa de mal-entendidos de vários aspectos de qualidade de serviço. Cada modelo representa uma abordagem diferente para a melhoria da qualidade. Os principais objetivos são aumentar a compreensão da "qualidade do serviço" e identificar os modelos que os gerentes na indústria de serviços podem empregar para melhorar a qualidade. [14]

Atualmente, as organizações modernas precisam definir uma missão que conduzam aos propósitos organizacionais reagindo a novas demandas do mercado.

Para subsidiar a qualidade, é que este artigo detalhará a escala SERVQUAL, pois o modelo permitirá mensurar as cinco dimensões de Parasuraman [15, 16], que se adaptará de acordo com o objeto de estudo escolhido na pesquisa.

A ferramenta permite analisar qualitativamente e quantitativamente o grau de satisfação do cliente em relação à prestação de serviços das Escolas do Serviço Social da Indústria (SESI), onde será avaliado através da escala e/ou método, com as adaptações do questionário aplicado com os clientes das escolas Unidade 2 e 8, pois os clientes avaliam a qualidade dos serviços prestados com o que desejam ou esperam.

De modo simplificado, o autor [17], afirma que a literatura sobre qualidade de serviço considera a qualidade como "qualquer coisa que o cliente perceba que ela seja".

Na área da educação é de grande valia essas ferramentas que tendem a ser um marco referencial para melhorar a prestação de serviços no setor educacional, pois é de suma importância para a população do Estado do Amazonas ter escolas em que se preocupam como está sendo oferecido o serviço.

Segundo [18], é muito importante utilizar as queixas dos clientes como elemento de medição da qualidade, no que diz respeito satisfazer a necessidade do cliente é um pré-requisito para a diferenciação.

Portanto, a Educação brasileira hoje é o elemento chave para o desenvolvimento do país, pois é a base para que haja resultados e elevação da escolaridade dos brasileiros.

Segundo [19], o Brasil possui altos gastos com tributos que não permite ser revestido em uma educação de qualidade, e também inviabiliza melhorias no setor educacional devido esses gastos, onerando desigualdades para a Educação Brasileira.

Parte-se de uma abordagem crítica, e de forma sistêmica, pois sabemos que o papel do governo é oferecer escolas em todo o território brasileiro, independente, da classe social, cor ou raça. É obrigação do Governo oferecer esses serviços [20], e como não há preenchimento por parte do mesmo, é que o SESI Amazonas mantido pelas Indústrias oferece os serviços em Educação com o valor abaixo do mercado aos seus clientes, Industriários e não dependentes da indústria.



$$\eta = \frac{N \cdot \eta_0}{N + \eta_0} = \frac{2157 \times 277,77}{2157 + 277,77} = 246$$

$\eta = 246$  clientes internos e externos da área educacional.

### **2.1 Gestão da qualidade na prestação de serviços**

Após o surgimento das normas da ISO 9000, muitas empresas tiveram que se estruturar para implantar a Gestão da Qualidade Total a fim de se adequar para atingir a satisfação do cliente [21-23].

O controle da qualidade em avaliar o desempenho operacional, vem comparar objetivo e atuar no processo, quando os resultados se desviarem do desejado. E por seguinte, a melhoria da qualidade que busca aperfeiçoar o patamar de desempenho atual, tornando a empresa mais competitiva. Portanto, o desenvolvimento do controle de qualidade está diretamente ligado à evolução da indústria [24, 25].

Á área da qualidade em serviços tem apresentado forte crescimento nas últimas décadas, fruto do aumento da participação desse tipo de atividade na economia. Entretanto, não existe um conceito sobre qualidade de serviço aceito universalmente, no entanto, há pensamentos no que se refere à satisfação do cliente.

A Qualidade em serviços pode ser entendida como o índice de satisfação do cliente com relação a qualquer serviço. A satisfação pode ser medida por fatores tangíveis e outros mais difíceis de serem mensurados. [26-28].

A empresa ao longo do processo de prestação de serviços irá perceber que a qualidade para os clientes se dará com a entrega e o resultado do que foi proposto. Portanto, a qualidade de serviços será considerada como sendo atitude ao longo prazo formada por uma avaliação geral de uma performance [29].

A análise das tendências sobre a aplicação da gestão da qualidade em serviços de informação evidencia uma certa predisposição por parte dos dirigentes destes serviços em modernizar as práticas gerenciais utilizadas, buscando inclusive novas formas de organização do trabalho, muito mais focado no atendimento das necessidades dos usuários, em contraposição à disponibilização de documentos e informações de forma passiva [30].

Contudo, o processo necessita de medições que representa um papel importantíssimo nas organizações atuais, pois só pode controlar o que se pode medir, daí a necessidade da utilização de método para avaliar a satisfação dos clientes.

Em decorrência, muitos estudiosos da Engenharia de Produção têm voltado sua atenção para os serviços, gerando uma grande quantidade de publicações direcionadas a este setor. Com base em artigos, pode-se dizer que alguns trabalhos na área da Qualidade já se tornaram referências fundamentais no assunto, enquanto novas discussões e propostas afloram diariamente.

### **2.2 As dimensões de Parasuraman**

A Qualidade é identificar suas dimensões em produtos e serviços, ou seja, o conjunto de aspectos de desempenho valorizados pelo cliente, nas quais a organização focalizará seus esforços.

Os autores [3], declara que esses instrumentos pode ser utilizado e adaptado para medir diversos serviços, no qual o objetivo é servir como metodologia de diagnóstico para identificar falhas e pontos forte em prestação de serviços de determinada Instituição. Portanto, a organização precisa definir o mix estratégico de dimensões da qualidade que devem ser reduzidos em um número reduzido de dimensões.

Após alguns refinamentos de autores, essas dimensões da qualidade se estruturaram em cinco, nas quais sua origem eram dez. Dentre as dimensões dos autores [24], podemos destacar as seguintes:

#### **Quadro1– Avaliação das Expectativas**

Dimensões	Características
Tangibilidade	A aparência física das instalações, equipamentos, materiais e comunicação.
Confiabilidade	Capacidade de prover e gerenciar o serviço com confiança e precisão.
Presteza	Disposição para ajudar o cliente e proporcionar um serviço de qualidade.
Empatia	A atenção e o carinho individualizado proporcionado aos clientes.
Segurança	O acesso à informação é apropriadamente restrito e seguro.

Fonte: adaptada de [31] pelo próprio autor

Cada dimensão de Parasuraman adaptado ao questionário representa a extensão das expectativas dos clientes com relação aos serviços prestados, pois indicará a concordância e a discordância em uma série de afirmações sobre o objeto de estudo no qual corresponde a 22 (vinte e duas) questões distribuídas nas dimensões da ferramenta.

### **2.3 A Ferramenta SERVQUAL**

A escala SERVQUAL é um método para aferir a perspectiva dos consumidores da qualidade em serviço, sendo aplicada em estudos de diversas áreas do setor de serviços. Essa ferramenta não mensura tempo e sim avalia a

qualidade do serviço indicando pontos fortes e fracos, a fim de focar na expectativa e percepção do cliente, ou seja, o que foi percebido e o que foi atendido.

O método é mais conhecido para avaliar a qualidade de serviço, segundo [32], chamaram atenção sobre a periodicidade de pesquisas sobre qualidade de serviços: o SERVQUAL deve ser usado periodicamente e em conjuntos com outras formas quantitativas e qualitativas de medição da qualidade de serviços.

[3], consideram o método SERVQUAL de maior utilidade se usado periodicamente para acompanhar as tendências da qualidade de serviço.

Uma aplicação do modelo é a determinação relativa às cinco dimensões em influenciar as percepções de qualidade dos consumidores. Outra aplicação do SERVQUAL é a categorização dos consumidores de uma organização em vários segmentos de qualidade de serviço percebida. Pois o método fornece por meio do seu formato de expectativas e percepções que inclui sentenças para cada uma das cinco dimensões da qualidade de serviços.

Outras pesquisas demonstram que autores como [33] começou com a elaboração da grande importância de levar a cabo o instrumento SERVQUAL nas instituições de ensino chinesas.

A ferramenta muito usada por diversos atores que investigam a necessidade do cliente através de suas expectativas, e como complemento do uso, o autor [34] usaram um instrumento SERVQUAL modificada para investigar as expectativas e percepções de qualidade de serviço em uma amostra de pós-graduação estudantes chineses em uma escola de negócios líder na gestão e no Reino Unido.

A ferramenta é composta por 22 questões contendo frases afirmativas contendo a opinião do cliente, relacionadas a expectativas direcionadas ao serviço percebido, conforme questionário.

**Quadro2** –Opções de respostas – Escala SERVQUAL – Avaliação das Expectativas

Concordo plenamente	Concordo	Quase concordo	Não concordo, não discordo	Quase discordo	Discordo	Discordo totalmente
<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Fonte: adaptada de [31] pelo próprio autor

A ferramenta SERVQUAL proposta por [3], consiste por parte do respondente o peso nas cinco dimensões de qualidade de serviços (Tangibilidade, Confiabilidade, Responsabilidade, Segurança e Empatia).

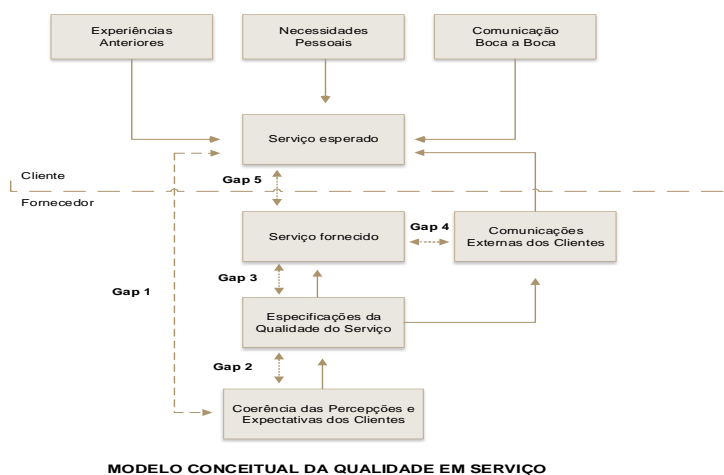
Ao descrever qualidade para o cliente, temos como ponto de atenção, o cuidado, comunicação, preocupação, empatia etc., pois pode ser adaptada a diferentes contextos mediante a escala SERVQUAL.

De acordo com [15], é o SERVQUAL método que avalia a satisfação do cliente, como resultado da diferença entre a expectativa e o desempenho obtido. De acordo com [32], Servqual é universal e pode ser aplicado a qualquer organização de serviços para avaliar a qualidade dos serviços prestados.

A escala SERVQUAL é utilizada para medir a expectativas de qualidade em serviços tornando possível estabelecer planos de ação para tomada de decisão nas escolas SESI.

Além de ser um modelo de mensuração, SERVQUAL é também um modelo de gestão. Alguns autores de SERVQUAL identificaram cinco gaps ou lacunas que podem causar aos clientes a experimentar má qualidade de serviço.

**Figura 1** – Os cinco GAPS na prestação de serviços



Fonte: Adaptado pelo autor (2015)



Gap 1: entre a expectativa do consumidor e a percepção do gestor ou da gestão. Este gap surge quando a gerência não percebe corretamente o que os clientes querem. Por exemplo, os administradores hospitalares podem pensar que os pacientes querem melhor comida, mas os pacientes podem estar mais preocupados com a capacidade de resposta da enfermeira. Os fatores-chave que conduzem a esta lacuna são:

- a) Pesquisa de marketing insuficiente;
- b) Informações pobremente interpretadas sobre as expectativas do público;
- c) A investigação não orientada para a qualidade da demanda;
- d) Muitas camadas intermediárias entre o pessoal de primeira linha e o máximo nível de direção ou gestão.

Gap 2: Entre a percepção da gestão e a especificação da qualidade do serviço. Embora os gestores possam perceber corretamente o que o cliente quer, eles poderiam não definir um padrão de desempenho adequado. Um exemplo seria quando os administradores hospitalares instruem aos enfermeiros para responder a um pedido "rápido", mas não pode especificar 'quão rápido'. O Gap 2 pode ocorrer devido às seguintes razões:

- a) Procedimentos de planeamento insuficientes;
- b) Falta de compromisso de gestão;
- c) Concepção de serviços ambíguos ou pouco claros;
- d) Processo de desenvolvimento de novos serviços não sistemático.

Gap 3: Entre a qualidade dos serviços especificados e dos serviços prestados. Essa lacuna pode surgir através de pessoal de serviço pobremente treinados, incapazes ou sem vontade para atender o padrão de serviço estabelecido. As possíveis razões principais para esse gap são:

- a) As deficiências em políticas de recursos humanos como o recrutamento ineficaz, papel ambiguidade, conflito de papéis, avaliação inadequada e sistema de compensação;
- b) Marketing interno ineficaz;
- c) Falha para coincidir com a procura e a oferta;
- d) Falta de educação e formação do cliente.

Gap 4: entre prestação de serviços e a comunicação externa. As expectativas dos consumidores são altamente influenciadas por declarações feitas por representantes da empresa e anúncios. A diferença surge quando essas expectativas assumidas não são cumpridas no momento da entrega do serviço. Por exemplo, o folheto impresso de um hospital pode afirmar que tem quartos limpos e mobilados, mas na realidade ele pode ser mal mantido, neste caso as expectativas dos pacientes não são cumpridas. A discrepância entre o serviço real e o prometido podem ocorrer devido às seguintes razões:

- a) Sobre promessas na campanha de comunicação externa
- b) Falta de gerenciamento das expectativas dos clientes
- c) A incapacidade de desempenho conforme as especificações

Gap 5: entre o serviço esperado e serviço experimentado. Esta diferença surge quando o consumidor interpreta mal a qualidade do serviço. Por exemplo, um médico pode visitar o paciente continuamente para demonstrar e assegurar os cuidados, mas o paciente pode interpretar isso como uma indicação de que algo está muito errado.

### **III. RESULTADOS**

O presente trabalho utilizou uma amostragem não probabilística onde o cliente conseguiu a disponibilidade em preencher o formulário nas duas Unidades de Educação que foram estudadas. O referido estudo evidenciou o seguinte:

A Escola Dr. Adalberto Ferreira do Vale, evidenciou que as respostas dos clientes, quanto às diferentes dimensões foram as seguintes:

**Tangibilidade.** Na primeira opção está a dimensão que trata da infraestrutura da escola, como ponto positivo. Neste ponto as respostas positivas atingiram um 88%.

**Confiabilidade.** No caso da confiabilidade, as respostas positivas atingiram um 88,33%.

**Presteza.** No caso da presteza o valor percentual de respostas positivas somente atingiu um 77%. Não podemos deixar de mencionar este resultado, pois o mesmo ficou abaixo do esperado, cujo critério de análise precisa ser revisto pela gestão da escola a fim de analisar o que pode estar ocorrendo para que eles apontem essa afirmativa.

**Segurança.** Obteve um índice elevado em torno de 88% de respostas afirmativas na coluna vertical que elegem se sentirem seguros pelo serviço oferecido.

**Empatia.** Este foi o pior de todos os resultados com somente um 70% de respostas afirmativas, o que indica que este é um aspecto que a escola deve priorizar.

Na figura 2, é oferecido um quadro comparativo das diferentes dimensões avaliadas pelos clientes da escola Dr. Adalberto Ferreira do Vale conforme a escala SERVQUAL.

A Escola Dr. Francisco Rodrigues Garcia, evidenciou que as respostas dos clientes, quanto às diferentes dimensões foram as seguintes:

Tangibilidade. Na primeira opção está a dimensão que trata da infraestrutura da escola, como ponto positivo. Neste ponto as respostas positivas atingiram somente um 68,9%. A direção da escola tem que tomar providências com relação a esta situação.

Confiabilidade. No caso da confiabilidade, as respostas positivas atingiram um 76%, que embora não seja um bom índice, não fica tão ruim como no caso da confiabilidade.

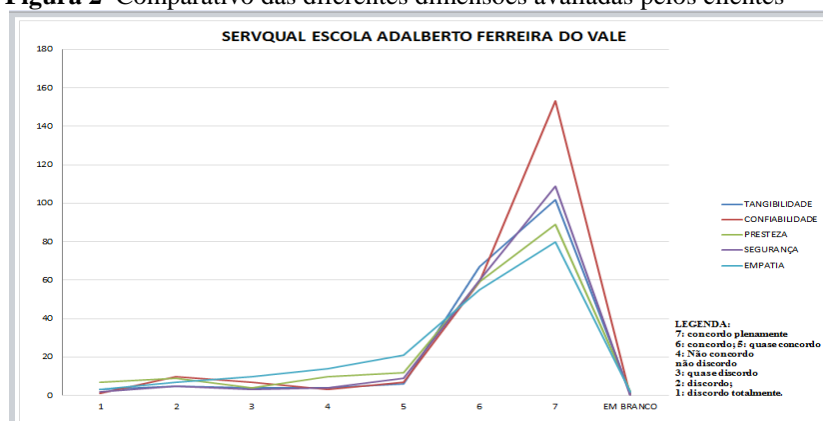
Presteza. No caso da presteza o valor percentual de respostas positivas somente atingiu um 59%, ainda pior que na escola anterior, e sendo o pior de todos os índices. É importante não deixar de mencionar este resultado, pois o mesmo ficou abaixo do esperado, cujo critério de análise precisa ser revisto pela gestão da escola a fim de analisar o que pode estar ocorrendo para que eles apontem essa afirmativa.

Segurança. Obteve um índice também muito baixo, em torno de 66% de respostas afirmativas na coluna vertical que elegem se sentirem seguros pelo serviço oferecido.

Empatia. Nesta escola ao igual que no caso anterior a empatia teve um resultado muito baixo, só de um 64%, o que indica que este é um aspecto que a escola deve priorizar.

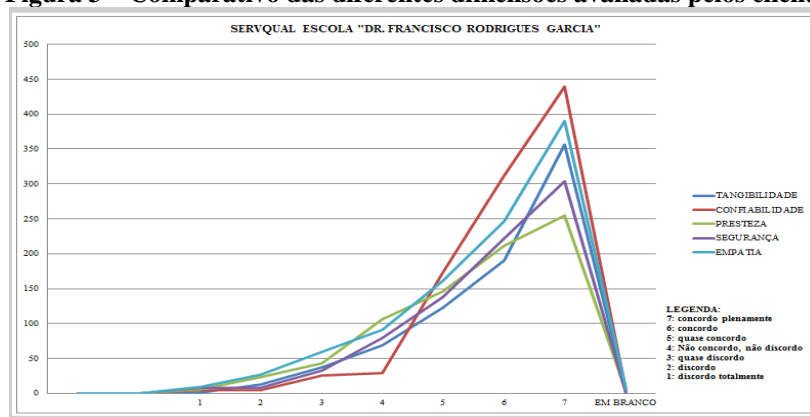
Na figura 3, é oferecido um quadro comparativo das diferentes dimensões avaliadas pelos clientes da escola Dr. Francisco Rodrigues Garcia conforme a escala SERVQUAL.

Figura 2–Comparativo das diferentes dimensões avaliadas pelos clientes



Fonte: Adaptado pelo autor (2015)

Figura 3 – Comparativo das diferentes dimensões avaliadas pelos clientes



Fonte: Adaptado pelo autor (2015)

#### IV. DISCUSSÃO

As escolas do SESI, não possuem um instrumento padrão para medir a satisfação do cliente, e o método SERVQUAL, possibilitou uma avaliação mais abrangente com o apoio das dimensões aplicadas no questionário, e por terem o Sistema de Gestão da Qualidade já implantado na organização escolar, a tendência é tornar que os clientes fiquem satisfeitos com as melhorias realizadas nas instalações das mesmas.

O presente instrumento, segundo Parasuraman; Berry; Zeithaml (1991) é universal e pode ser aplicado em qualquer organização de serviços. Este modelo possibilitou uma avaliação numérica do serviço de qualidade oferecido pela empresa, destacando os pontos fortes e fracos (CÖNSOLI; MARTINELLI, 2003). A Unidade 08, escola Dr. Francisco Rodrigues Garcia teve resultados piores em sentido geral que a escola Dr. Adalberto Ferreira do Vale, sendo os itens mais críticos a presteza, a segurança e a empatia.

## V. CONCLUSÕES

O presente artigo possibilitou implantar um novo modelo para avaliar a qualidade nas escolas estudadas, este modelo é muito mais completo que o modelo usado atualmente por essas escolas. Os resultados permitiram identificar a través das dimensões avaliadas quais eram as principais insatisfações dos clientes. Esses resultados podem ser usados pelas respectivas direções das escolas para melhorar o seu trabalho. As pesquisas de campo e os questionários usados para o alcance dos objetivos propostos permitiu além de uma avaliação quantitativa do problema da satisfação dos clientes uma avaliação qualitativa conforme as perguntas realizadas

A escolha da amostra foi feita levando em conta a técnica probabilística para amostragem aleatória simples, com índice de confiança de 94%. O erro amostral de tolerável para o estudo foi de 6% e a amostra conforme esses critérios foram de 246 indivíduos.

O uso da escala SERVQUAL ofereceu resultados satisfatórios, demonstrando a sua validade no sector educacional, o que concorda com as pesquisas bibliográficas realizadas.

## BIBLIOGRAFIA

- [1] D. Jovarauskiene and V. Pilinkienė, "E-Business or E-technology?," *Engineering Economics*, vol. 61, 2015.
- [2] C. Grönroos, "The perceived service quality concept—a mistake?," *Managing Service Quality: An International Journal*, vol. 11, pp. 150-152, 2001.
- [3] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "Servqual," *Journal of retailing*, vol. 64, pp. 12-40, 1988.
- [4] T. Woodall, "Six sigma and service quality: Christian Grönroos revisited," *Journal of Marketing Management*, vol. 17, pp. 595-607, 2001.
- [5] S. Aguiar, *Integração das ferramentas da qualidade ao PDCA e ao programa Seis Sigma*: Editora de Desenvolvimento Gerencial, 2002.
- [6] M. Brassard, "Qualidade: ferramentas para uma melhoria contínua," in *Qualidade: ferramentas para uma melhoria contínua*, ed: Qualitymark, 1985.
- [7] M. d. G. P. Lisbôa and L. P. Godoy, "Aplicação do método 5W2H no processo produtivo do produto: a joia," *Iberoamerican Journal of Industrial Engineering*, vol. 4, pp. 32-47, 2012.
- [8] J. J. Cronin Jr and S. A. Taylor, "SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality," *The Journal of Marketing*, pp. 125-131, 1994.
- [9] S. K. Jain and G. Gupta, "Measuring service quality: SERVQUAL vs. SERVPERF scales," *Vikalpa*, vol. 29, pp. 25-37, 2004.
- [10] S. Llosa, C. Orsingher, F. A. Carrillat, F. Jaramillo, and J. P. Mulki, "The validity of the SERVQUAL and SERVPERF scales: A meta-analytic view of 17 years of research across five continents," *International Journal of Service Industry Management*, vol. 18, pp. 472-490, 2007.
- [11] M. Yusoff, F. McLeay, and H. Woodruffe-Burton, "Dimensions driving business student satisfaction in higher education," *Quality Assurance in Education*, vol. 23, pp. 86-104, 2015.
- [12] A. Dehghan, A. Shahin, and B. Zenouzi, "Service Quality Gaps & Six Sigma," *Journal of Management Research*, vol. 4, 2011.
- [13] A. Parasuraman, D. Grewal, and R. Krishnan, *Marketing research*: Cengage Learning, 2006.
- [14] A. Ghobadian, S. Speller, and M. Jones, "Service quality: concepts and models," *International Journal of Quality & Reliability Management*, vol. 11, pp. 43-66, 1994.
- [15] P. A. C. Miguel and G. E. Salomi, "Uma revisão dos modelos para medição da qualidade em serviços," *Revista Produção*, vol. 14, pp. 12-30, 2004.
- [16] A. Parasuraman and D. Grewal, "The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda," *Journal of the academy of marketing science*, vol. 28, pp. 168-174, 2000.
- [17] C. Grönroos, *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*: Ediciones Díaz de Santos, 1994.
- [18] C. H. M. de Souza, "Uma ferramenta para avaliação da qualidade em serviços—A janela do cliente," *PerspectivasOnLine 2007-2010*, vol. 2, 2014.
- [19] S. Higgins and C. Pereira, "The effects of Brazil's taxation and social spending on the distribution of household income," *Public Finance Review*, vol. 42, pp. 346-367, 2014.
- [20] I. M. F. R. Cassiano, "THE VALUE CREATION PROCESS IN INTERNATIONAL STRATEGIC," Universidade Católica Portuguesa, 2015.
- [21] E. Sallis, *Total quality management in education*: Routledge, 2014.
- [22] J. S. Oakland, *Total quality management and operational excellence: text with cases*: Routledge, 2014.
- [23] S. Mehra and S. P. Agrawal, "Total quality as a new global competitive strategy," *International Journal of Quality & Reliability Management*, vol. 20, pp. 1009-1025, 2003.
- [24] F. Shahidi, A. M. Spanier, C.-T. Ho, and T. Braggins, *Quality of fresh and processed foods* vol. 542: Springer Science & Business Media, 2012.
- [25] M. Ulsh, B. Sopori, N. V. Aieta, and G. Bender, "Challenges to High-Volume Production of Fuel Cell Materials: Quality Control," *ECS Transactions*, vol. 50, pp. 919-926, 2013.
- [26] E. Emerson, P. McGill, and J. Mansell, *Severe learning disabilities and challenging behaviours: Designing high quality services*: Springer, 2013.
- [27] O. J. De Oliveira and E. C. Ferreira, "Adaptation and application of the SERVQUAL scale in higher education," in *Proceedings of POMS 20th Annual Conference Orlando, Florida USA*, 2009.
- [28] P. A. C. Miguel, E. Satolo, S. Ferreira, and F. A. Calarge, "Avaliação da qualidade em serviços em uma livreria utilizando o instrumento Servqual," *Revista Gestão Organizacional*, vol. 4, pp. 113-121, 2011.
- [29] C. LOVELOCK and L. & WRIGHT, *Serviços: Marketing e Gestão*. São Paulo: Saraiva, 2003.
- [30] V. M. Valls and W. d. C. S. Vergueiro, "A gestão da qualidade em serviços de informação no Brasil: uma nova revisão de literatura, de 1997 a 2006," *Perspectivas em Ciência da Informação, Belo Horizonte*, vol. 11, pp. 118-137, 2006.
- [31] D. P. da Silva and A. C. Neto, "Avaliação da qualidade em serviço de entrega em domicílio no setor farmacêutico: uma aplicação do método SERVQUAL, usando a análise fatorial," *RECEN-Revista Ciências Exatas e Naturais*, vol. 10, pp. 49-62, 2010.



- [32] A. Parasuraman, L. L. Berry, and V. A. Zeithaml, "Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale," *Journal of retailing*, vol. 67, p. 420, 1991.
- [33] Y. L. Zhao and C. A. Di Benedetto, "Designing service quality to survive: Empirical evidence from Chinese new ventures," *Journal of Business Research*, vol. 66, pp. 1098-1107, 8// 2013.
- [34] B. R. Barnes, "Analysing service quality: The case of post-graduate Chinese students," *Total Quality Management & Business Excellence*, vol. 18, pp. 313-331, 2007.

## **RESUMO**

No decorrer desse artigo será tratado a Gestão da Qualidade na prestação de serviço Educacional, evidenciando as cinco dimensões de Parasuraman, utilizando o método SERVQUAL, demonstrando as expectativas desses clientes em relação aos serviços prestados das Escolas do Serviço Social da Indústria – (SESI), “Dr. Francisco Garcia” e “Dr. Adalberto Ferreira do Vale”, onde poderá servir como modelo para outras Instituições do mesmo segmento. Por seguinte, foi tratado também as dimensões Tangibilidade, Confiabilidade, Presteza, Empatia e Segurança dentre essas 22 questões para indicar a satisfação do cliente quanto a expectativa que o método evidencia nos resultados.

**Palavras-Chaves:**(SERQUAL, Cliente, Qualidade, Serviços).