

## **ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS: Estudo de Caso em uma Escola de Ensino Médio de Blumenau**

Rogério Adilson Lana<sup>1</sup>  
Tatiane de Lima Severo<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O tema deste trabalho é a qualidade em serviços prestados, considerando a relação entre as expectativas e as percepções dos clientes. A identificação das diferenças e o comparativo entre o serviço esperado e o percebido, foram os objetivos que conduziram o andamento das atividades. O campo de observação da pesquisa foi em uma escola de ensino médio de Blumenau. Com a aplicação da metodologia SERVQUAL foi possível coletar os dados entre uma amostra de 146 alunos, 146 pais e 29 colaboradores da instituição. Considerando a visão dos alunos, o serviço esperado foi superior em todos os aspectos da pesquisa, porém foi possível identificar apenas dois pontos críticos que deverão ser reavaliados pela escola, no que se refere ao conhecimento das necessidades dos clientes e interesse no seu bem estar. Em relação aos pais, a maioria dos atributos foi avaliada com expectativa maior que a percepção, contudo, nenhum ponto crítico foi identificado. A escola, por sua vez, considerou todos os atributos pesquisados como pontos fortes da instituição.

**Palavras-chave:** Qualidade. Serviços. SERVQUAL. Expectativas. Percepções.

### **1 INTRODUÇÃO**

As instituições, de um modo geral, estão inseridas diretamente no mercado globalizado. Este fato as obriga a buscarem um constante aperfeiçoamento e a realizarem sucessivas avaliações internas e externas dos produtos e serviços oferecidos. Esses processos contribuem para um alinhamento das diretrizes das instituições de ensino, que através de ferramentas específicas, buscam diferenciais para atingir o seu público alvo.

O estudo da qualidade dos serviços merece destaque, pois as instituições devem conhecer e entender as expectativas e percepções dos clientes, buscando oportunidades de melhoria para obter êxito na sua atuação enquanto prestadora de serviços.

---

<sup>1</sup> Professor Orientador. Mestre em Administração e Consultor Empresarial da Área Comercial ([ral.adm@terra.com.br](mailto:ral.adm@terra.com.br))

<sup>2</sup> Graduada em Administração com habilitação em Comércio Exterior pelo Instituto Blumenauense de Ensino Superior ([tatianesevero@yahoo.com.br](mailto:tatianesevero@yahoo.com.br))

LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

Neste sentido, foi sugerida a identificação e análise das expectativas e percepções dos clientes em uma Instituição de Ensino Médio de Blumenau, através de pesquisa com a metodologia SERVQUAL.

A referida pesquisa foi fundamental para maximizar a qualidade dos serviços educacionais oferecidos, no intuito de reter e conquistar clientes. Nesse sentido, o *feedback* do cliente é um dos principais, se não o principal, critério para o desenvolvimento da instituição.

A realização deste trabalho possibilitou relacionar a prática da instituição pesquisada com o referencial teórico estudado ao longo do curso de graduação, principalmente na área da administração mercadológica.

Desta forma, os conhecimentos da pesquisadora puderam fornecer subsídios para o desenvolvimento do trabalho, já que a partir das observações e pesquisas realizadas foi possível identificar o que os clientes da instituição pensam sobre os serviços a eles oferecidos e de que forma a mesma poderá valorizar cada vez mais os seus clientes potenciais.

Primeiramente, será abordado o tema Qualidade em Serviços, na sequência serão apresentados os procedimentos metodológicos, bem como os resultados e discussão, finalizando com as conclusões acerca do estudo.

## **2 QUALIDADE EM SERVIÇOS**

Para que as empresas obtenham sucesso e alcancem o crescimento almejado, faz-se necessário atentar para os procedimentos que deverão ser adotados, no intuito de apresentar ao cliente um serviço com a qualidade por ele esperada.

De acordo com Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005, p.146),

A avaliação da qualidade surge ao longo do processo de prestação do serviço. Cada contato com um cliente é referido como sendo um momento de verdade, uma oportunidade de satisfazer ou não o cliente. 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. Quando se excedem as expectativas, o serviço é percebido como de qualidade excepcional, e também como uma agradável surpresa. Quando, no entanto, não se atende às expectativas, a qualidade do serviço passa a ser vista como inaceitável. Quando se confirmam as expectativas pela percepção do serviço, a qualidade é satisfatória.

LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

“As percepções dos clientes sobre a qualidade se baseiam em avaliações cognitivas de longo prazo, por parte dos clientes, sobre a entrega do serviço de uma empresa”. (LOVELOCK; WRIGHT, 2003, p.106).

O autor ainda afirma que os clientes decidem o quanto estão satisfeitos, fazendo um julgamento sobre a qualidade do serviço, no que se refere à entrega e aos resultados. Alguns clientes, mesmo antes de consumirem o serviço, já têm suas percepções de qualidade definidas, em função das campanhas de marketing da empresa e até mesmo dos julgamentos de outras pessoas que já conhecem o serviço. Porém, para ficar satisfeito ou insatisfeito, o cliente deverá primeiro experimentar o serviço. (LOVELOCK; WRIGHT, 2003).

Grönroos (2003) salienta que no setor de serviços, o mais importante é a diferenciação em relação à qualidade, pois os serviços bem feitos geram satisfação aos clientes que em função disto voltam a comprar e ainda indicam a empresa para outras pessoas.

A qualidade dos serviços, de acordo com Grönroos (2003), apresenta dois componentes importantes:

- a) qualidade real: representa o que o serviço realmente é, ou seja, é o que será desenvolvido pelo profissional responsável pelo processo;
- b) qualidade de percepção: é a realidade sob a ótica do cliente, ou seja, é a impressão que o cliente teve do serviço.

Grönroos (2003) chama a atenção também, para a necessidade por parte dos administradores de seguir uma sequência de procedimentos internos para desenvolver serviços de qualidade.

Para analisar e julgar a qualidade dos serviços os consumidores consideram as seguintes dimensões:

- a) confiabilidade: refere-se à capacidade de prestar o serviço prometido ao cliente com confiança e exatidão. (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005). “A confiabilidade significa que a empresa fornece o serviço com base naquilo que foi prometido – promessas sobre a entrega, sobre a

- prestação do serviço, a solução do problema e o preço.” (BITNER; ZEITHAML, 2003, p.94);
- b) responsabilidade: está relacionada a disposição para auxiliar o cliente e fornecer o serviço prontamente, sem deixar o cliente esperando (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005). Esta dimensão, de acordo com (Bitner e Zeithaml, 2003) chama-se *Responsividade*, e enfatiza a atenção e a prontidão em relação às solicitações, reclamações e problemas dos clientes;
  - c) segurança: refere-se à competência por parte do funcionário em realizar o serviço; cortesia e respeito ao cliente; idéia de que o funcionário está interessado no melhor para o cliente. (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005);
  - d) empatia: refere-se à acessibilidade, sensibilidade e esforço para atender as necessidades dos clientes, atenção personalizada ao cliente (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005);
  - e) aspectos tangíveis: relacionados à aparência da estrutura física (equipamentos, pessoal), a condição do ambiente (limpeza) e conduta de outros clientes que estejam utilizando o serviço. (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005).

## 2.2 FERRAMENTA SERVQUAL

De acordo com Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005), a metodologia SERVQUAL é uma escala de múltiplos itens, utilizados para medir as cinco dimensões da qualidade em serviços: confiabilidade, responsabilidade, segurança, empatia e aspectos tangíveis.

Neste contexto, Bitner e Zeithaml (2003), enfatizam que, através da SERVQUAL, os clientes avaliam a qualidade do serviço pela comparação das percepções com as expectativas relativas a esses serviços.

A ferramenta é composta por duas partes, a primeira refere-se aos registros das expectativas dos clientes para o serviço e a segunda trata dos registros das percepções do cliente sobre uma determinada empresa de serviços. Cada parte é

LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

composta por 22 enunciados da pesquisa que descrevem aspectos das cinco dimensões da qualidade. (FITZSIMMONS E FITZSIMMONS, 2005).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Quanto aos objetivos, foi realizada uma pesquisa descritiva, que consistiu na observação dos fatos, registros, análises, classificação e interpretação sem a interferência do pesquisador. Este tipo de pesquisa utiliza a técnica padronizada de coleta de dados, através de questionários e da observação sistemática. (ANDRADE, 2001).

Em relação aos procedimentos, que são as maneiras utilizadas para a obtenção dos dados necessários, foi adotada a pesquisa de campo, que é a observação dos fatos como ocorrem na realidade. Para isso, foi utilizada a observação direta, os formulários e as entrevistas. (ANDRADE, 2001).

Para responder a questão problema do trabalho foi realizada uma pesquisa em uma instituição de ensino médio de Blumenau, que possibilitou a obtenção de dados, com a aplicação da metodologia SERVQUAL. A população-alvo da pesquisa foi a seguinte: 580 alunos do Ensino Médio, 580 pais, no qual foi considerado apenas um responsável (pai ou mãe) para cada aluno e 34 colaboradores do administrativo da instituição.

Para a obtenção dos dados, foram consideradas amostras, com base na metodologia de Samara e Barros (2002), com uma margem de segurança de 95% e desvio-padrão igual a 1,96. O erro amostral revela no cálculo, qual a proporção de elementos da amostra que ficará fora dos valores previstos. Neste caso o erro amostral considerado é de 7%, sendo considerada uma variação de 7%, a maior ou a menor nos resultados obtidos. Dessa forma, a pesquisa foi realizada com um total de 146 alunos, 146 pais e 29 colaboradores.

### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A partir da aplicação dos questionários, foi possível obter dados para responder aos objetivos do estudo. Com base na escala SERVQUAL as afirmativas

LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

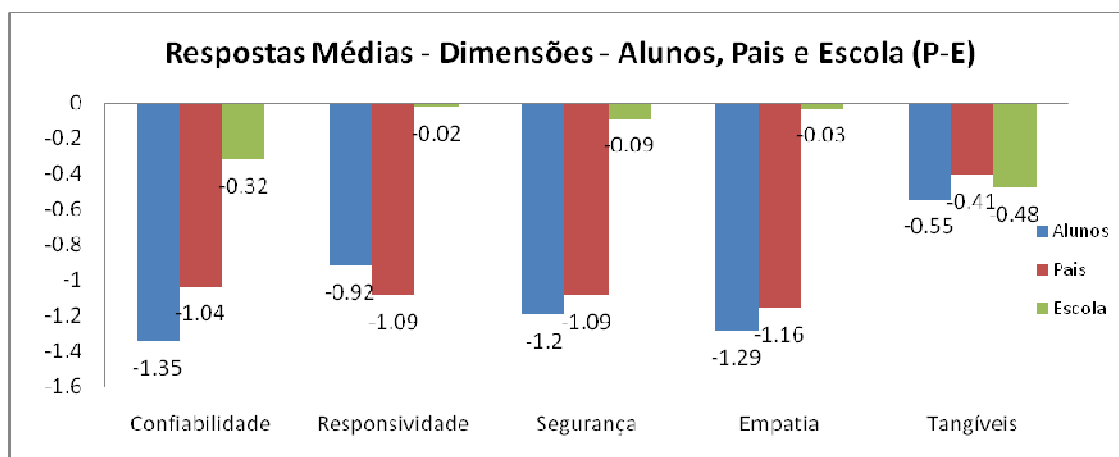
foram analisadas e verificou-se a diferença entre as expectativas e percepções relacionadas à qualidade dos serviços para os três grupos de entrevistados.

A partir dos dados obtidos foi possível demonstrar um comparativo entre as respostas dos três grupos em relação as suas expectativas sobre os serviços das escolas de ensino médio e as percepções referentes à escola em estudo.

Desta forma, foi realizado o cálculo da média para as respostas das afirmativas da SERVQUAL de cada grupo de entrevistados. As afirmativas foram divididas em dimensões. Para efeitos de representação gráfica, as médias de percepção foram subtraídas das médias de expectativas.

Assim, de acordo com Bitner e Zeithaml (2003), as pontuações da escala SERVQUAL estão expressas como a diferença entre as expectativas e as percepções dos entrevistados e são representadas por números. Em sua maioria esses números são negativos, pois as percepções geralmente ficam distantes das expectativas.

As diferenças encontradas nas dimensões com o cálculo realizado de percepções menos expectativas (P-E) na opinião dos 3 grupos de entrevistados, estão representadas no gráfico 1:



**Gráfico 1 – Respostas Médias das Dimensões: (P – E) Alunos, Pais e Escola**  
Fonte: elaborado pela acadêmica, 2009.

Para efeitos de análise dos resultados obtidos na pesquisa, fez-se necessário o levantamento dos pontos fortes e pontos críticos da instituição de acordo com os atributos da escala SERVQUAL.

LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

Considerando a visão dos grupos entrevistados, podemos comparar a satisfação e/ou insatisfação de cada um em relação aos atributos da escala SERVQUAL.

Ao avaliar os resultados da primeira afirmativa, que se refere à modernidade dos equipamentos utilizados pela escola, como laboratórios de estudos, multimídias e climatizadores, foi possível verificar que alunos e pais demonstraram percepções inferiores às expectativas. Porém, foi considerado um ponto forte da instituição porque de acordo com o parâmetro adotado para análise o item apresentou percentual de percepção superior a 60% do total das expectativas. Por serem os consumidores diretos do serviço, os alunos estão expostos a possíveis falhas decorrentes da utilização diária dos equipamentos citados.

A escola mostrou-se satisfeita, considerando que para este item o esperado igualou-se ao percebido, pois os equipamentos utilizados atendem plenamente as necessidades do processo de ensino-aprendizagem.

Esse fator é fortemente influenciado pela tecnologia, pois se não houver atualização constante, substituição dos equipamentos obsoletos e capacitação dos profissionais que farão uso destes, poderão surgir lacunas na prestação do serviço.

A seguir, foi questionado a respeito das instalações físicas, com ênfase no visual e atratividade. Os resultados para este item contribuíram para a identificação de um ponto forte da instituição na visão dos entrevistados.

Na sequência, pode-se verificar que os itens aparência e apresentação dos funcionários; aparência das instalações físicas de acordo com o tipo de serviço oferecido e horário de funcionamento da organização, também foram considerados pontos fortes, de acordo com as respostas dos alunos, pais e colaboradores da escola.

Em relação ao cumprimento dos prazos estabelecidos, itens 6 e 9, foram identificados pontos positivos. Porém, no item 6 o percentual correspondente para o item, de acordo com o parâmetro adotado para análise, foi de 69,85% na visão dos alunos. Dessa forma, pode-se afirmar que este elemento deve receber atenção especial para que não transforme-se futuramente em ponto crítico.

Contudo, sabe-se que a questão dos prazos é facilmente influenciada por fatores externos que contribuem para o não cumprimento dos prazos pré estabelecidos. Assim, deve-se salientar que a instituição possui um grande número

LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

de alunos e nem sempre é possível seguir o que foi planejado, precisando trabalhar com prioridades a serem resolvidas.

Ao serem questionados quanto a solidariedade da escola com os clientes que estão enfrentando problemas, os entrevistados apontaram este item como ponto forte da instituição. No entanto, o percentual correspondente, conforme o parâmetro adotado para análise foi de 67,42% na visão dos alunos. Assim, para este item faz-se necessário a adoção de estratégias que contribuam para o crescimento do índice, evitando a formação de um ponto crítico.

Já para a escola, neste quesito, a percepção é superior a expectativa, pois em função do grande número de clientes que esta possui é impossível contribuir para a resolução de problemas particulares e que não tenham sido originados em algum aspecto da instituição. Porém, na medida do possível a escola preocupa-se e dedica-se em resolver os problemas que estão ao seu alcance.

Na sequência, as expectativas e percepções em relação a transmissão de confiança da empresa aos clientes também foram questionadas através das afirmativas 8 e 15. Nestes itens, para os alunos e pais a expectativa é inferior a percepção, contudo, obtiveram a pontuação necessária para serem considerados pontos fortes.

Outro fator muito importante é a comunicação com exatidão de quando os serviços estarão concluídos. Alunos e pais apontam para este fator como um ponto forte da instituição, que por sua vez, também percebe que o item em questão é atendido plenamente. Este fator obteve pontuação necessária, 68,66%, para ser considerado ponto forte, entretanto, na visão dos alunos, merece atenção diferenciada para não contribuir para futura insatisfação dos clientes.

Em relação aos itens 12 e 14 os entrevistados foram questionados quanto ao atendimento imediato dos funcionários às solicitações dos clientes e ambos foram considerados pontos fortes. Entretanto, deve-se ressaltar que, existem momentos de grande demanda e nem sempre a esperada agilidade é possível. O grande número de clientes faz com que a organização precise estipular prazos para que consiga atender de forma plena todos os clientes que necessitarem.

O item 13 aborda a disponibilidade dos funcionários em ajudar aos clientes. A instituição defende que seus colaboradores devem sempre estar dispostos, demonstrando interesse e cortesia no atendimento. Quando foram analisadas as



LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

respostas dos alunos e pais, foi possível a identificação de ponto forte neste item, mas na visão dos alunos, pode ser melhorado evitando insatisfação.

O item apresentado na afirmativa 16, relacionado à transmissão de segurança nas transações dos clientes com os funcionários, aponta para um ponto forte na opinião dos entrevistados.

Quanto à gentileza dos funcionários, a escola mostra-se satisfeita, pois prima pela cordialidade dos seus colaboradores no atendimento aos clientes. Para que este objetivo continue sendo atingido, a instituição prepara seus colaboradores através de cursos anuais com temáticas relacionadas ao atendimento. Dentro do possível, apóia os seus colaboradores para que possam executar bem as suas tarefas.

Para os pais e alunos o item também foi considerado ponto forte, todavia, o percentual correspondente, conforme o percentual mínimo adotado para análise foi de 64,71% na visão dos alunos. Assim, faz-se necessário analisar de forma mais específica este quesito, para que as percepções não continuem cada vez mais aquém das expectativas.

Nos itens 19 e 20 mesmo com expectativas superiores as percepções, os pais e alunos, nos fatores atenção individualizada e atenção personalizada oferecidas aos clientes apontaram pontos fortes na instituição. Em relação à atenção individual, a instituição, mostra-se satisfeita, pois apesar do grande número de clientes, consegue atendê-los de forma individual de acordo com as necessidades.

Já em relação ao atendimento personalizado, a instituição reconhece uma possível falha, pois nem sempre é possível tratar os clientes pelo nome, em função de muitos atendimentos serem realizados todos os dias. Também é improvável que o colaborador lembre-se de todas as situações ocorridas que envolveram cada cliente.

Outro item pesquisado afirma que os funcionários devem saber quais são as necessidades dos seus clientes. Nesta questão os alunos, os pais e a escola demonstraram percepção inferior à expectativa. Nas respostas dos alunos percebeu-se uma discrepância entre expectativas e percepções, deixando claro que o serviço oferecido está distante do esperado, sendo considerado ponto crítico que deve ser reavaliado para satisfazer plenamente as necessidades desse grupo.

LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

Para os pais a pontuação necessária para consideração de ponto forte foi alcançada, ficando em 67,59%, merecendo também atenção especial. Nas respostas da escola, a diferença foi pequena e, portanto, foi considerado ponto forte.

O último item avaliado refere-se ao interesse das escolas em relação ao bem estar dos clientes. Os alunos contribuíram para a consideração deste ponto crítico, pois se mostraram insatisfeitos. Dessa forma, a empresa deve buscar novas estratégias visando o bem estar de seus clientes, pois o seu sucesso depende da satisfação deles. A escola defendeu sua visão em relação a este item, manifestando percepção igual à expectativa. Para os pais o item também foi considerado um ponto forte.

Dessa forma, podemos afirmar que o levantamento dos pontos críticos e fortes contribuiu para a verificação das falhas existentes nos serviços e identificação das oportunidades de melhorias para que se possa buscar a excelência no atendimento e a satisfação plena de todos os envolvidos no processo.

## 5 CONCLUSÃO

Este estudo foi proposto com a finalidade de identificar qual a relação existente entre as expectativas e as percepções dos alunos, pais e instituição no que se refere à qualidade dos serviços de uma escola de ensino médio de Blumenau. Para responder a esta questão foi realizada uma pesquisa com os alunos, os pais e colaboradores do administrativo da instituição que contribuem diretamente para a realização do serviço.

Após tabulados e representados graficamente, os dados contribuíram para responder a questão problema, revelando que as expectativas e as percepções são parâmetros imprescindíveis na análise da qualidade dos serviços.

Em relação ao objetivo específico: *verificar através de pesquisa secundária os principais tópicos referentes ao estudo proposto*, afirma-se que os referencias teóricos de diversos autores foram essenciais para o embasamento deste estudo.

O tema Marketing foi amplamente discutido, de acordo com os autores Kotler, Keller, Las Casas, entre outros. No que se refere ao Marketing de Serviços, os autores Lovelock, Wright, Bitner e Zeithaml foram essenciais para fundamentação deste tópico. Em relação ao tema Cliente e Comportamento do Consumidor, os

LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

autores Hooley, Griffin, Grönroos e Gianesi nortearam a discussão. Os autores Fitzsimmons e Fitzsimmons contribuíram na fundamentação teórica da Ferramenta SERVQUAL.

O objetivo específico: *verificar a diferença entre a expectativa e a percepção dos alunos em relação aos serviços*, foi alcançado a partir da análise das respostas dos entrevistados para os 22 atributos de expectativas e percepções. O resultado demonstrou que as percepções dos alunos em todos os atributos pesquisados foram inferiores as expectativas em relação à qualidade dos serviços.

*A verificação da diferença entre a expectativa e a percepção dos pais no que se refere aos serviços oferecidos*, constituiu também um objetivo específico, no qual os entrevistados manifestaram percepção maior que a expectativa em apenas dois atributos: aparência das instalações físicas de acordo com o serviço oferecido e disponibilidade dos colaboradores em responder prontamente às solicitações dos clientes.

Outro objetivo específico deste estudo referiu-se a *verificação da diferença entre a expectativa e a percepção da instituição diante dos serviços oferecidos aos clientes*. Neste sentido, constatou-se que dos 22 atributos pesquisados, a escola manifestou percepção inferior à expectativa em sete: no que se refere a instalações físicas atraentes, apresentação e cuidados com a aparência dos colaboradores, conveniência para os clientes do horário adotado pela escola, cumprimento dos prazos determinados, segurança sentida pelos clientes nas transações com a escola, atenção personalizada aos clientes e conhecimento das necessidades dos clientes.

A partir do confronto das respostas dos entrevistados, foi possível atingir o objetivo específico: *demonstrar um comparativo entre as expectativas e as percepções dos alunos, dos pais e da instituição de acordo com as dimensões da metodologia SERVQUAL*.

No comparativo os alunos apresentaram pontuações inferiores, indicando oportunidades de melhoria nas dimensões: Tangíveis, Segurança, Confiabilidade e Empatia. Os pais demonstraram tendência a insatisfação na dimensão Responsividade, apresentando menor pontuação. A instituição na dimensão Tangíveis apresentou pontuação superior aos alunos e inferior aos pais, nas demais dimensões apresentou melhor pontuação entre os grupos entrevistados, sendo que

LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

nas dimensões Empatia e Responsividade as percepções aproximaram-se das expectativas.

O objetivo geral desse estudo, que era a *identificação das expectativas e percepções em relação aos serviços de uma instituição de ensino médio de Blumenau*, foi alcançado a partir da análise dos 22 atributos da escala.

Neste sentido, foi possível constatar que em dois atributos pesquisados os alunos sentem-se insatisfeitos, pois na sua visão, os colaboradores da escola não conhecem as necessidades dos clientes e não demonstram interesse no seu bem estar. Neste sentido, os alunos podem ser considerados fonte de referência negativa da qualidade dos serviços, pois apontam uma falha no relacionamento com a instituição. Por serem os usuários diretos do serviço os alunos influenciam os pais, que são os decisores na escolha da escola.

Dessa forma, podemos afirmar que alguns fatores relacionados ao cumprimento das normas e regras estipuladas pela instituição podem influenciar diretamente na satisfação dos adolescentes, já que muitos ainda não têm noção clara dos objetivos da instituição enquanto responsável pela sua formação.

Na maior parte dos atributos pesquisados, os pais manifestaram percepção inferior à expectativa, contudo, nenhum ponto crítico foi identificado. Da mesma forma, todos os atributos foram considerados pontos fortes na visão da instituição.

Alguns itens que precisam receber atenção especial também foram identificados para que possa-se evitar problemas futuros. Na opinião dos alunos os atributos são: cumprimento dos prazos estabelecidos, solidariedade com os problemas dos clientes, comunicação sobre a conclusão dos serviços, disponibilidade para ajudar os clientes e gentileza dos funcionários. Para os pais o item conhecimento das necessidades dos clientes também precisa ser monitorado para que não constitua um ponto crítico no futuro.

A realidade encontrada na pesquisa contribuiu de forma significativa para que a instituição pudesse perceber de forma clara e objetiva o que os clientes pensam sobre os serviços, considerando a adoção de estratégias para maximizar a satisfação dos clientes, investindo de forma correta nos itens que necessitam de melhorias.

LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

Enfim, a instituição deverá a partir desse estudo atender as necessidades dos clientes nos atributos identificados e acompanhar de forma sistemática as possíveis mudanças em relação às expectativas e percepções do seu público alvo.

#### **ABSTRACT**

The theme of this work is the quality of services, considering the relationship between expectations and perceptions of customers. The identification of differences and the comparison between expected and noted service and noted were the aims which led to the progress of activities. The field of observation research was in a high school in Blumenau. With the application of the SERVQUAL methodology was possible to collect data from a sample of 146 students, 146 parents and 29 employees of the institution. Whereas students' views, the expected service was considered superior in all the aspects of the research. It was possible to identify only two critical points that should be reviewed by the school in relation of the knowledge of customer needs and interest in their welfare. For parents, most of the attributes was assessed with greater expectation than perception. However, no critical point was identified. The school, in turn, considered all the attributes searched as strengths of the institution.

**Keywords:** Quality. Services. SERVQUAL. Expectations. Perceptions.

#### **REFERÊNCIAS**

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BARROS, José Carlos de; SAMARA, Beatriz Santos. **Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia**. 3. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

BITNER, Mary Jo; ZEITHAML, Valarie A. **Marketing de Serviços: a empresa com foco no cliente**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul. W. **Comportamento do Consumidor**. 8. ed., Rio de Janeiro: JC, 2000

FITZSIMONNS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. 4. ed. Porto Alegre, Bookman, 2005.

GIANESI, Irineu N.; CORRÊA, Henrique Luiz. **Administração estratégica de serviços: Operações para a satisfação do cliente**. São Paulo: Atlas, 1996.

GRIFFIN, Jill. **Como conquistar e manter o cliente fiel: transforme seus clientes em verdadeiros parceiros**. São Paulo: Futura, 1998.

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: Gerenciamento e serviços**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

LANA, Rogério Adilson; SEVERO, Tatiane de Lima. Análise da qualidade dos serviços: estudo de caso em uma escola de ensino médio de Blumenau. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.3, n.4, p.24-37, Sem II 2009. Temática TCC. ISSN 1980-7031

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. **Princípios de Marketing de Serviços**: Conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

HOOLEY, Graham J; et al. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo. Prentice Hall, 2000.

SANDHUSEN, Richard L. **Marketing Básico**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.