Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica

ESCALA SERVQUAL: ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS AOS ASSOCIADOS DE UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO[1]

Liane Beatriz Rotili[2], Adriane Fabricio[3], Eduardo Vidor Gomes Da Silva[4], Lilian Vanessa Muller[5], Luis Felipe Dias Lopes[6], Linéia Carneiro[7].

[1] Projeto de pesquisa realizado no curso de Administração da SETREM - Faculdade Três de Maio
[2] Bacharel em Administração - UNIJUÍ. E-mail: rotili@terra.com.br
[3] Professora Doutoranda do DACEC - UNIJUÍ
[4] Bacharel em Administração - SETREM
[5] Bacharel em Administração - SETREM
[6] Professor Doutor em Administração - UFSM
[7] Bacharel em Administração - FAISA

INTRODUÇÃO

O crescimento do setor de serviços representa inúmeras oportunidades de negócios para as empresas, destacando-se serviços financeiros, de previdência, saúde, e em diversos outros setores tradicionais. Com o crescimento deste setor é preciso que as organizações evidenciem em seus negócios maior atenção à qualidade de seus serviços prestados. As organizações devem estar atentas a alguns aspectos básicos, primeiramente identificando a necessidade dos clientes, e ainda saber a maneira correta de atendê-los, estes dois aspectos definem a intensidade de sua participação de mercado quanto à questão competitiva. Com este intuito, cresce o uso de ferramentas de qualidade no âmbito empresarial, pois através destas, obtém-se maior eficiência quanto a informações relevantes para o bom funcionamento da organização, estas informações são capazes de identificar os níveis de satisfação laboral, e ainda a qualidade percebida pelos clientes (FIEBIG e FREITAS, 2011).

Segundo Fitzsimmons (2000) uma ferramenta de pesquisa que é utilizada para medir a qualidade em serviços é a escala SERVQUAL (Service Quality Gap Analysis). Ela é utilizada para mensurar as falhas e ou Gap's de qualidade em serviços sob cinco dimensões: confiabilidade, responsabilidade, segurança, empatia e aspectos tangíveis. A diferença entre a qualidade de serviço esperado e o percebido é o ponto onde a satisfação é negativa ou positiva, esta diferença pode ser compreendida como um Gap ou falha. Assim este estudo busca analisar a qualidade esperada e a qualidade percebida pelos associados de uma Cooperativa do noroeste do estado do Rio Grande do Sul utilizando a ferramenta SERVQUAL.

METODOLOGIA

A pesquisa é desenvolvida através de conhecimentos existentes e de metodologia e investigação científica e consiste em um procedimento racional e sistemático com a finalidade de responder o problema proposto (GIL, 2002). Diante disso, esta é uma pesquisa descritiva, que segundo Gil (2007) "tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno, onde serão analisados aspectos e a relações entre fatores que impactam na percepção dos clientes/associados de uma Cooperativa quanto a sua percepção da qualidade dos serviços prestados. Quanto a abordagem, é um estudo quantitativo que para Lopes et al (2008), permite

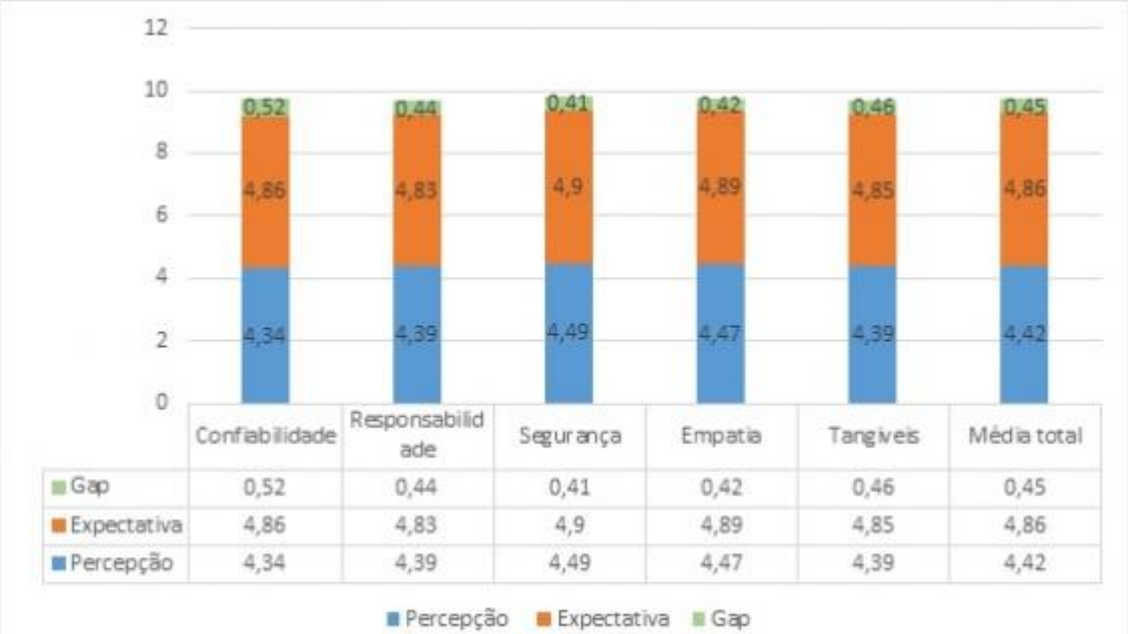
identificar características de uma população que podem ser quantificados. Para coletas de dados, foi utilizado e adaptado questionário com base no modelo teórico de metodologia criado por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), a escala SERVQUAL, a qual possui 22 questões que são divididas em cinco dimensões: confiabilidade; responsabilidade; segurança; empatia e tangíveis.
Segundo Marconi e Lakatos (2003), este tipo de investigação cientifica tem como finalidade analisar características de fatos ou fenômenos. Este estudo foi realizado em uma Cooperativa de Crédito do noroeste do estado do Rio Grande do Sul. De uma população de associados de 1795 pessoas que frequentam mensalmente a Cooperativa, foram aplicados 200 questionários durante o mês de março de 2016, dos quais 41 foram descartados, pois estavam incompletos. Assim, a amostra é formada por 159 questionários válidos de clientes associados respondentes, sendo uma amostragem não probabilística e por conveniência, pois foi de acordo com a disponibilidade dos clientes associados em responder os questionários.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

A Cooperativa estudada surgiu através da união de agricultores familiares que sentiam a necessidade de acesso ao Crédito, e ainda ter um maior desenvolvimento rural sustentável de suas pequenas propriedades, visando a facilitação da vida e permanência no campo desses agricultores. Atua desde 2003 e tem um quadro funcional de 23 colaboradores
Para analisar os resultados é necessário entender a ferramenta utilizada para medir a percepção de qualidade dos associados da Cooperativa em estudo. A ferramenta SERVQUAL é um procedimento ou metodologia de mensuração da qualidade, por meio da diferença de escores entre a expectativa dos clientes em relação ao serviço desejado e o serviço que o cliente efetivamente julga receber, ou seja, o serviço percebido pelo cliente. Essa diferença entre escores é chamada Gap ou lacuna.
A escala SERVQUAL se baseia na premissa de que a satisfação é decorrente do estreitamento da lacuna existente entre expectativa e percepção (percepção - expectativa = Gap's). O modelo SERVQUAL consiste em duas partes: uma seção de 22 itens, que registra as expectativas dos clientes de empresas excelentes do setor específico de serviços, e uma segunda seção de 22 itens, que avalia as percepções dos consumidores de uma determinada empresa nesse setor de serviços. As frases estão dispostas, em ambas as seções – expectativas e percepções, de acordo com as cinco dimensões da qualidade em serviços.
Os resultados das duas seções são comparados para se chegar a "resultados de Gap's" em cada uma das cinco dimensões. Quanto menor o Gap, mais alta a expectativa de qualidade de serviço. As expectativas e percepções dos clientes são mensuradas em uma escala de cinco ou sete pontos, com as classificações básicas de acordo com o nível de satisfação/concordância do consumidor. Os escores são usados para pontuar o nível 7 de concordância/satisfação de cada questão em relação ao serviço desejado e percebido respectivamente. Para avaliação dos dados, soma-se a classificação de cada questão, identificando-as por dimensão. Do resultado obtido são comparadas as duas colunas (expectativa do serviço, e percepção), calculando se a diferença para encontrar o Gap ou lacuna. Quanto maior a lacuna, mais distantes são as percepções do cliente em relação às expectativas, e mais baixa a avaliação da qualidade do serviço. Em oposição, quanto menor a lacuna, mais alta é essa avaliação (BATESON, 2003).

Gráfico 1 – Dados das Gap's por média nas cinco dimensões da escala SERVQUAL

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXIV Seminário de Iniciação Científica



Fonte: Autores da pesquisa (2016)

A qualidade dos serviços é avaliada a partir da comparação do serviço esperado versus o serviço percebido. No Gráfico 1 são apresentadas a média das cinco dimensões da escala SERVQUAL sobre a percepção e a expectativa dos respondentes da pesquisa, quanto maior a lacuna (gap) entre as percepções do cliente em relação as suas expectativas, mais baixa será a avaliação da qualidade, e quanto menor a lacuna mais alta será a avaliação. Conforme Magri, Resson, Flach, Junior (2010), as Cooperativas de credito são sociedades de pessoas constituídas com o objetivo de prestar serviços financeiros aos seus associados, pela sua natureza societária, os participantes (associados) assumem ao mesmo tempo a condição de proprietários e responsáveis pela direção da Cooperativa e pelo atendimento aos clientes, atuando no relacionamento de negócios mais satisfatório, defendendo seus próprios interesses de aplicadores ou tomadores de recursos.

A discrepância (gap) fica clara no gráfico 1, a diferença entre a expectativa e o percebido é semelhante nas cinco dimensões do estudo, sendo que o maior índice observada é na dimensão confiabilidade, por se tratar de uma cooperativa de crédito é preocupante, pois demonstra uma falta de confiança na equipe e consequentemente na instituição enquanto que o mais próximo da realidade é a segurança, ou seja, enquanto eles sentem menor confiança nas informações e itens de contratos, eles acreditam na qualidade do sigilo e na ética dos funcionários.

O gráfico 2 mostra os Gap's obtido com a aplicação do questionário analisando as cinco dimensões da qualidade, o Gap médio geral e individualizado por cada uma das 22 afirmações mencionadas na pesquisa. É visível que as maiores lacunas entre a expectativa e a percepção, encontram-se nas questões 1 (capacidade de inspirar confiança nos associados) e 3 (informação precisa de quando os

serviços prometidos para os associados serão executados) da dimensão confiabilidade, ainda na questão 12 (conhecimento das tarefas específicas por parte dos funcionários) que pertence a dimensão segurança, 16 (funcionários dedicam atenção as necessidades individuais para com o associado) na dimensão empatia, e o 22 (os materiais promocionais - cartazes, folhetos, murais, etc... - são agradáveis e de fácil visualização) nos tangíveis.

Gráfico 2 – Análise dos Gap's das 22 questões nas cinco dimensões da SERVQUAL

Fonte: Autores da pesquisa (2016)

Conforme a gráfico 2 percebe-se que a expectativa dos clientes excedeu a percepção nas 22 questões aplicadas, pois não há nenhuma um gap negativo. Ainda assim, os gap's com aspecto positivo que mais se destacaram, encontram-se na dimensão responsabilidade indicada na questão 9 (conhecimentos dos funcionários para esclarecer/responder eventuais dúvidas ao associado) na dimensão segurança na questão 11 (confiança na gerencia quanto a ética no serviço prestado ao associado), na dimensão empatia na questão 15 (atendimento personalizado-caixa/crédito), e ainda na dimensão tangíveis o aspecto mais positivo está na questão 20 (as instalações e equipamentos da Cooperativa são modernos e seguros). Abaixo o estudo é analisado separadamente nas cinco dimensões da escala SERVQUAL.

Dimensão Confiabilidade

Esta dimensão representa a capacidade de prestar o serviço com exatidão, reflete a consistência e a certeza do desempenho de uma empresa. A dimensão confiabilidade está representada nas questões de 1 a 5 do questionário aplicado sendo que os associados se encontram mais satisfeitos em relação às questões de número 2 (demonstração do sincero interesse em resolver os problemas do associado), e questão 5 (execução dos serviços de forma correta na primeira vez), enquanto que os Gap's mais acentuados entre as expectativas e percepções encontram-se nas questões de número 1 (capacidade de inspirar confiança nos associados), 3 (informação precisa de quando os serviços prometidos para os associados serão executados) e 4 (os contratos/empréstimos são cumpridos pela Cooperativa conforme o acordado. Segundo Fitzsimmons (2000) o desempenho de um serviço confiável é uma expectativa do cliente e significa um serviço cumprido no prazo, sem modificações

e sem erro, sendo que a confiabilidade também depende da retaguarda, da qual se espera exatidão na elaboração de contas e na manutenção do registro, pelo resultado da pesquisa os clientes associados podem estar tendo problemas, pois suas expectativas quanto a datas acordadas nos processos, contratos e empréstimo nem sempre realizam-se.

Dimensão Responsabilidade

A dimensão de Responsabilidade corresponde à disposição para auxiliar os associados e também fornecer o serviço prontamente e está representada nas questões de número 6 a 10 da ferramenta. Os Gap's referentes à dimensão responsabilidade é onde destaca uma maior insatisfação dos associados quanto as questões de número 6 (interesse sincero em resolver os problemas dos associados) e 10 (realização dos serviços aos associados no prazo prometido). Os aspectos positivos de maior destaque, em relação ao Gap médio estão localizados nas questões 7 (tempo aguardado para o atendimento) e na questão 9 (conhecimentos dos funcionários para esclarecer/responder eventuais dúvidas ao associado). Segundo Fitzsimmons (2000) o cliente não deve ser deixado a espera de respostas para seus questionamentos, sobretudo, por razões não sabidas, pois isso cria desnecessariamente uma percepção que vai afetar negativamente a qualidade.

Dimensão Segurança

As questões 11 a 14 demonstram os Gap's atingidos na dimensão Segurança, sendo esta a dimensão que relaciona a qualidade da competência, conhecimento para realizar o serviço, o respeito e a cortesia de empregados e sua habilidade em transmitir confiança e confiabilidade aos associados. Percebe-se pelo gráfico 2 que os associados se encontram mais satisfeitos em relação às questões de número 11 (confiança na gerencia quanto à ética no serviço prestado ao associado), e 14 (as informações/dados são mantidas em sigilo), enquanto que o Gap mais acentuado entre a expectativa e percepção se encontra na questão 12 (conhecimento das tarefas específicas por parte dos funcionários). Neste quesito pode vir a ser necessário rever políticas de treinamento e capacitação ou verificar se não há uma grande rotatividade dos funcionários, tendo a cooperativa de crédito funcionários pouco experientes, pois os clientes associados encontram uma lacuna entre a tarefa que esperam que o funcionário cumpra e o que ele possui de conhecimento para cumpri-la.

Dimensão Empatia

Os resultados obtidos quanto à dimensão empatia correspondem as questões 15 a 18 do questionário aplicado na Cooperativa. A dimensão empatia envolve as boas maneiras, cortesia, respeito, consideração, contato amigável, atenção personalizada aos clientes. Nos Gap's referentes à dimensão empatia é possível destacar uma maior insatisfação dos associados quanto a questão de número 16 (funcionários dedicam atenção às necessidades individuais para com o associado). Os aspectos positivos de maior destaque, em relação ao Gap médio estão nas questões 15 (atendimento personalizado Caixa/Crédito), na questão 17 (comprometimento dos funcionários em bem atender), e ainda na questão 18 (os funcionários da Cooperativa são constantemente educados e corteses com seus clientes). A empatia vai além de incluir características de acessibilidade, sensibilidade e esforço para entender as necessidades (FITZSIMMONS, 2000), pois os associados podem necessitar de atenção às necessidades individuais e não sentir a satisfação esperada nesse ponto.

Dimensão Tangíveis

Esta dimensão está representada pelas questões 19 a 22, que tratam da aparência das instalações físicas, dos equipamentos, dos funcionários e dos materiais de comunicação. Os aspectos positivos de maior destaque, em relação ao Gap médio estão localizados nas questões 19 (o número de caixas

no atendimento é suficiente) e na questão 20 (as instalações e equipamentos da Cooperativa são modernos e seguros), sendo possível destacar uma maior insatisfação dos associados quanto as questões de número 21 (aparência, utilização de uniformes e identificação por parte dos funcionários) e 22 (os materiais promocionais são agradáveis e de fácil visualização). Neste quesito a Cooperativa de Crédito deve investir em um novo layout ou verificar se as estratégias utilizadas para divulgação de sua marca, regras ou produtos no espaço interior do estabelecimento, pode estar prejudicando o layout atual.

CONCLUSÃO

Com a ferramenta SERVQUAL os dados obtidos pela pesquisa propiciaram cumprir o objetivo de analisar a qualidade esperada e a qualidade percebida pelos associados de uma Cooperativa do noroeste do estado do Rio Grande do Sul.

As respostas dos questionários foram divididas nas cinco dimensões da escala SERVQUAL, sendo que o maior índice de gap observado foi na dimensão confiabilidade. Por se tratar de uma cooperativa de crédito é preocupante, pois aponta para uma confiança abaixo da expectativa do cliente. Para Hoffmann e Bateson (2003), em geral, a dimensão da confiabilidade reflete a coerência e a confiança que o desempenho de uma empresa inspira. Ela precisa prestar o mesmo nível de serviço dia após dia, e não variar radicalmente a cada encontro. Nada pode ser mais frustrante para os clientes do que não ter suas expectativas realizadas.

A pesquisa com uma ferramenta validada como a escala SERVQUAL proporciona uma maior facilidade para o pesquisador analisar os dados. Sugere-se que a organização, agora que tem conhecimento de qual dimensão tem a maior lacuna (gap) entre a expectativa e a percepção dos clientes, investigue detalhadamente este tópico através de entrevistas e/ou questionários e descubra quais os termos dos contratos e/ou prazos de serviços prestados que estão aquém da expectativa dos clientes associados.

PALAVRAS-CHAVE: Confiabilidade; Segurança; Percebido; Expectativa; Gap.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BATESON,John E.G; HOFFMAN, K Douglas, 2003. Principios de Marketing de Serviços: Conceito, Estratégias e Casos. São Paulo: Thomson. ISBN: 9788522106837.

FIEBIG, E. A.; FREITAS, E. C. Canais de atendimento, satisfação e lucratividade de clientes em serviços: um caso bancário. Revista eletrônica de Administração, Porto Alegre. Ed. 70. Nº 3. Setembro/Dezembro, p. 742- 775, 2011.

FITZSIMMONS, Jammes A; Fitzsimmons, Mona J, 2000. Administração de serviços. 2 ed. Porto Alegre: Bookmann. ISBN 978-85-363-0485-4.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo, Atlas, 2007.

GIL, Antônio Carlos, 2002. Como elaborar projetos de pesquisa. 4ª ed. São Paulo: Atlas. ISBN 85-224-3169-81.

LOPES, L. F. D.; MULLER, I.; SOUZA, A. M.; ANSUJ, A.P.; MORAES, D. A. O.; MOREIRA, JR.; PULGATI, F. H.; STRAZZABOSCO, F. Estatística geral. Caderno didático. 3 ed. Santa Maria: UFSM, 2008.

MAGRI, Cledir A, 2010. Cooperativismo de crédito solidário: reflexões e boas práticas. Passo Fundo: IFIBE. ISBN 9788599184721

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.
PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. A, BERRY, L. L. A Conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, v. 49, n. 4, p. 41-50, Fall, 1985.
ZEITHAML, Valarie A, BITNER 2003. Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente. Porto Alegre:Bookman. ISBN 85-7307-792-X.