

Avaliação da qualidade de serviços através do modelo SERVQUAL: um estudo de caso em uma clínica médica da Cidade de Pau dos Ferros, Estado do Rio Grande do Norte, Brasil

Evaluation of the quality of services through the SERVQUAL model: a case study in a medical clinic of Pau dos Ferros City, Rio Grande do Norte State, Brazil

Evaluación de la calidad de servicios a través del modelo SERVQUAL: un estudio de caso en una clínica médica de la ciudad de Pau dos Ferros, Estado del Rio Grande do Norte, Brasil

Recebido: 07/07/2020 | Revisado: 17/07/2020 | Aceito: 21/07/2020 | Publicado: 03/08/2020

Jacob Alves Lima

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9429-1536>

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: ja_al_li@hotmail.com

Gioconda Sunción Acuña

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4739-230X>

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Brasil

E-mail: giocondaacuna@gmail.com

Resumo

A qualidade na prestação de serviços na área da saúde se apresenta como um elemento indispensável para as empresas, visto que busca maximizar o bem-estar e satisfação do cliente. Nesse sentido, a avaliação desse serviço torna-se relevante por permitir identificar as fragilidades a serem corrigidas. Assim, o estudo tem por objetivo geral avaliar o nível de qualidade no atendimento, em uma clínica médica da cidade de Pau dos Ferros/RN por meio da aplicação do modelo SERVQUAL. Esta pesquisa é caracterizada como estudo descritivo, de caráter exploratório, configurado como estudo de caso. Como ferramenta de pesquisa foi empregado o modelo SERVQUAL, a partir da aplicação de 2 questionários constituídos por 22 questões cada, aplicados a 50 clientes. Como resultado da pesquisa constatou-se que os principais *gaps* negativos identificados estão associados à tangibilidade e responsividade, em que se destacam a ausência de vagas para estacionamento e o dispêndio de tempo em filas de espera. Todavia, ressalta-se as determinantes positivas, sendo confiabilidade, segurança e

empatia. É importante que haja um processo contínuo de monitoramento, identificação das causas dos pontos negativos encontrados e adoção de mecanismos adequados para a melhoria.

Palavras-chave: Prestação de serviços; Qualidade no atendimento; Modelo SERVQUAL.

Abstract

Quality in the provision of health services is an indispensable element for companies, as it seeks to maximize the well-being and satisfaction of the client. In this sense, the evaluation of this service becomes relevant because it allows identifying the weaknesses to be corrected. Thus, the study aims to assess the level of quality of care in a medical clinic in the city of Pau dos Ferros / RN through the application of the SERVQUAL model. This research is characterized as a descriptive, exploratory study, configured as a case study. The SERVQUAL model was used as a research tool, based on the application of 2 questionnaires consisting of 22 questions each, applied to 50 customers. As a result of the research, it was found that the main negative gaps identified are associated with tangibility and responsiveness, in which the absence of parking spaces and the time spent in queues stand out. However, the positive determinants stand out, being reliability, security and empathy. It is important to have a continuous process of monitoring, identifying the causes of the negative points found and adopting adequate mechanisms for improvement.

Keywords: Services provision; Quality of care; SERVQUAL model.

Resumen

La calidad en la prestación de servicios en el área de la salud se presenta como un elemento indispensable para las empresas, ya que busca maximizar el bienestar y la satisfacción del cliente. En este sentido, la evaluación de este servicio se vuelve relevante porque permite identificar las debilidades a corregir. Por lo tanto, el estudio tiene como objetivo evaluar el nivel de calidad de la atención en una clínica médica en la ciudad de Pau dos Ferros / RN a través de la aplicación del modelo SERVQUAL. Esta investigación se caracteriza por ser un estudio exploratorio descriptivo, configurado como un estudio de caso. El modelo SERVQUAL se utilizó como herramienta de investigación, basada en la aplicación de 2 cuestionarios que constaban de 22 preguntas cada uno, aplicados a 50 clientes. Como resultado de la investigación, se descubrió que las principales brechas negativas identificadas están asociadas con la tangibilidad y la capacidad de respuesta, en las que se destaca la ausencia de espacios de estacionamiento y el tiempo dedicado a las colas. Sin embargo, destacan los determinantes positivos, que son la fiabilidad, la seguridad y la empatía. Es

importante tener un proceso continuo de monitoreo, identificando las causas de los puntos negativos encontrados y adoptando mecanismos adecuados para la mejora.

Palabras clave: Prestación de servicios; Calidad de servicio; Modelo SERVQUAL.

1. Introdução

A realidade do atual mercado está voltada para uma evidente competitividade com as quais as empresas buscam se destacar com o objetivo de sua perpetuação e crescimento no seu respectivo mercado. Um dos fatores fundamentais, é o nível de qualidade dos serviços observada pelos clientes, sendo um fator chave para o sucesso do negócio, considerando como a competição por novos mercados fica cada vez maior entre as empresas e que clientes satisfeitos são clientes leais (Tontini, 2000).

Dessa maneira, a opinião dos clientes e, conseqüentemente, a satisfação são elementos desejáveis para que as empresas possam tomar decisões certas, melhorar os serviços ofertados e garantir sua permanência no mercado. Tendo em vista esses aspectos, a implementação e uso de mecanismos voltados à avaliação destes fatores tornaram-se indispensáveis (Camargo, 2011).

Assim, esta pesquisa se volta a uma empresa do segmento de saúde, que dispõe de um centro de serviços com profissionais de saúde, especializados em diversas áreas e serviços de tomografias em geral, situada na cidade de Pau dos Ferros, estado do Rio Grande do Norte onde foram identificadas fragilidades relacionadas às dificuldades quanto a avaliação dos serviços ofertados.

Desse modo surge a necessidade da empresa em buscar avaliar o nível de qualidade dos seus serviços, considerando a perspectiva da visão dos clientes. Nesta concepção, surge a seguinte indagação: qual o nível de qualidade no atendimento da clínica médica em estudo, de acordo com a percepção dos clientes? Justifica-se a realização desta pesquisa pela importância da elaboração de estudos na área de qualidade de serviços que gerem informações relevantes para avaliar as operações e processos de serviços para que, posteriormente, sejam realizadas adaptações, procurando cada vez mais adequar os serviços prestados a maior satisfação dos clientes.

Com isso, o objetivo geral da pesquisa consiste em avaliar o nível de qualidade no atendimento, em uma clínica médica da cidade de Pau dos Ferros/RN por meio da aplicação do modelo SERVQUAL. Este modelo busca mensurar a qualidade do serviço baseando-se nas

expectativas do cliente em contraponto com a percepção que esse mesmo cliente tem em relação ao serviço que recebeu.

A estrutura do artigo é composta pelos seguintes tópicos: referencial teórico, composto pelos pilares da qualidade em serviços, a qualidade no atendimento ao cliente e o Modelo SERVQUAL; em seguida é descrita o método de pesquisa utilizado, precedido da apresentação dos resultados e a discussão acerca da análise dos dados; e por fim, a explanação da conclusão desta pesquisa.

2. Referencial Teórico

2.1. Qualidade em serviços

As discussões acerca da qualidade em serviços necessitam de subsídio conceitual acerca do termo “serviços”. Assim, Moraes & Godoy (2005) entendem serviços como ações que ao fim geram um sentimento de satisfação ou insatisfação no cliente, a depender da qualidade, das experiências anteriores e das expectativas criadas pelo sujeito que recebe a ação. Já Gimenez (2012) define como uma transação realizada por uma empresa ou indivíduo, com uma finalidade não associada à transferência de um bem (produto). Sobre as peculiaridades que definem os serviços, Moraes & Godoy (2005) citam a intangibilidade. Desse modo, admite-se que intangibilidade significa dizer que o serviço é abstrato.

No tocante à qualidade em serviços, Camargo (2011) afirma que devido ao fenômeno da globalização, a qualidade tornou-se um fator de grande importância para as instituições prestadoras de serviços, uma vez que a exigência dos clientes se tornou um fator preponderante. O autor complementa que a diversificação dos meios de comunicação ampliou as possibilidades de consulta, o que influencia diretamente a procura pelos serviços disponibilizados pelas empresas.

Dessa maneira, a qualidade não deve ser entendida como um aspecto puramente associado ao controle, pois nas perspectivas atuais, trata-se de um elemento indispensável para o adequado atendimento das necessidades do público ao qual se destina, sendo desejável surpreender positivamente (Camargo, 2011).

Dentro do amplo espectro de serviços, especificando serviços de cuidado à saúde, a qualidade de serviços médicos de consultório percebida pelo paciente é um fator importantíssimo para que o paciente escolha a clínica médica que irá usufruir dos serviços necessários.

Segundo Moreira & Carvalho (2015) em estabelecimentos de saúde os serviços são prestados com forte introdução do contato humano e, por essa razão, são conduzidos com igual influência das emoções individuais, tanto de clientes como de funcionários. A qualidade no atendimento em consultórios e clínicas vai além de uma boa estrutura física ou de bons profissionais, os pacientes precisam de cuidados especiais, de serem bem acolhidos para compor sua percepção de qualidade com o serviço prestado em tais ambientes.

Observa-se mediante estes aspectos que a qualidade quanto a prestação de serviços está intimamente relacionada com a forma como o cliente percebe e recebe o serviço ofertado. Dessa maneira, a qualidade no atendimento se comporta como uma variável de expressiva relevância.

2.2. Qualidade no atendimento ao cliente

Estudar a qualidade no atendimento ao cliente torna-se uma necessidade pelo fato de que este se configura, enquanto peça indispensável, para que as empresas tenham êxitos e se mantenham no mercado, que por sua vez, está cada vez mais competitivo. Santos (2011) diz que a qualidade no atendimento ao cliente finda por refletir a eficiência da empresa quanto à prestação de serviços, visto que explicita a cultura, a motivação dos colaboradores, mostra ainda as condições das relações de trabalho, a capacidade de gerência e o desempenho do grupo quanto ao trabalho em equipe.

Diante destes apontamentos, Faria (2017) afirma que as condições emocionais dos funcionários que atendem os clientes é um fator determinante. Nesta perspectiva, a autora cita a necessidade dos colaboradores que atuam em contato direto com os clientes estejam adequadamente capacitados, pois devem, simultaneamente, defender os interesses da organização e entender as necessidades do público externo, possibilitando a melhor experiência possível.

A qualidade no atendimento envolve a interação do cliente com as pessoas responsáveis por ofertar esse atendimento, isso abrange desde ouvir as necessidades mais frequentes dos clientes ou a possibilidade de oferecer soluções para possíveis problemas relacionados com o próprio serviço que está sendo ofertado. Esse envolvimento direto do cliente com as pessoas responsáveis pelo atendimento estabelece uma sinergia entre elas.

Dessa forma, quanto aos requisitos básicos para atender adequadamente, Alves (2014) afirma que se faz necessário: conhecer as funções enquanto colaborador, empresa, as normas e procedimentos; fazer uso de um vocabulário adequado e objetivo; ouvir o cliente; e perceber

o que este indivíduo busca. Para Costa, Santana & Trigo (2015), deve-se também tratar o cliente como parceiro; mostrar interesse em solucionar os problemas; usar pesquisas que permitam aferir a satisfação com os serviços prestados; e adotar tecnologias que melhorem as experiências do cliente, com a finalidade de reduzir o tempo de espera e facilitar o acesso aos meios de comunicação.

Especificamente na entrega de serviços de qualidade no âmbito da área da saúde é objetivo primordial que vai além dos cuidados direcionados ao usuário/paciente, pois envolve diretamente todos os serviços de apoio administrativo, do nível tecnológico dos aparelhos e equipamentos, do desempenho da equipe clínica e do estado físico e psicológico do paciente (Junior *et al.*, 2015)

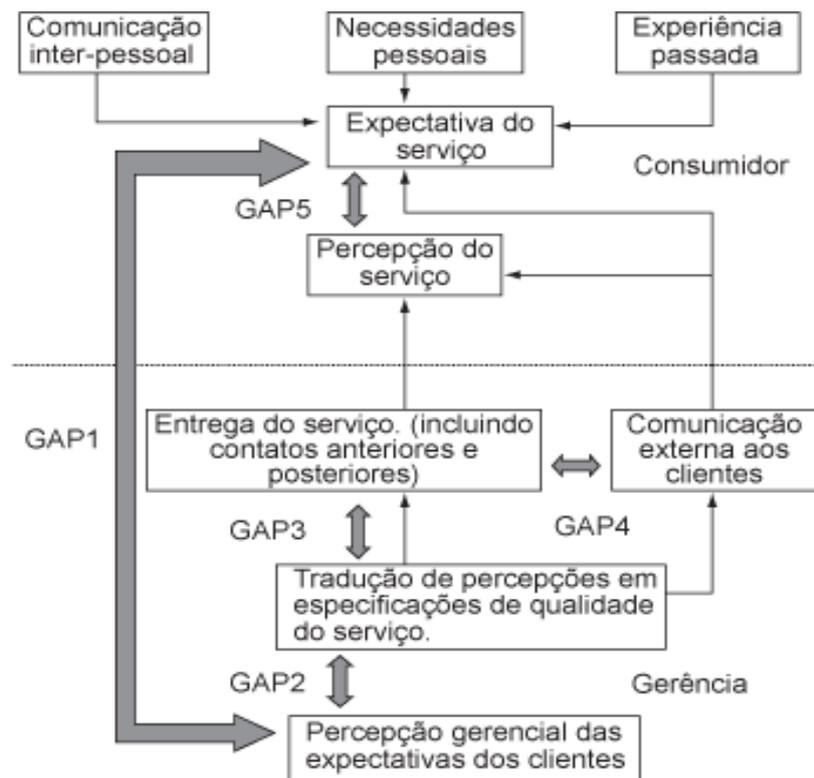
A decisão do cliente de manter sua relação com a empresa está diretamente ligada a fatores com suas experiências, superação das expectativas e a capacidade da empresa fazer o cliente se sentir especial, diante disso, é importante que as empresas adotem uma postura estratégica de interação com o consumidor com o objetivo de engajar e tornar o cliente um promotor da empresa.

2.3. Modelo SERVQUAL

A partir do momento em que o foco da empresa se volta ao cliente, a percepção e a satisfação desse indivíduo tornam-se importantes para definir os posicionamentos futuros adotados pelas organizações. A partir da comparação entre a expectativa e a percepção do cliente, avalia-se o desempenho do serviço prestado, de onde surge os *GAPs*.

Segundo Parasuraman *et al.* (1990) a qualidade do serviço é investigada através das lacunas (*gaps*) que são as diferenças entre as expectativas dos clientes e o que é ofertado a esses clientes pela prestação dos serviços das empresas, tal como é esquematizado e apresentado na Figura 1.

Figura 1 - Modelo “GAP” de Qualidade dos Serviços.



Fonte: Parasuraman *et al.* (1985)

Dessa maneira, de acordo com a figura 01, quando o resultado da percepção é menor que a expectativa do cliente, existirá um resultado de *gap* negativo revelando que os serviços prestados obtiveram um baixo nível de satisfação diante ao cliente, contudo, se o resultado da percepção for maior que às expectativas do cliente, o *gap* será positivo revelando a satisfação integral do cliente em relação às expectativas sobre o serviço prestado pela empresa.

De acordo com Parasuraman *et al.* (1985) o *gap* 1 corresponde a diferença entre a expectativa do cliente e a percepção gerencial das expectativas dos clientes. O *gap* 2 corresponde a diferença entre a percepção gerencial das expectativas dos clientes e a tradução das percepções em especificações de qualidade dos serviços. O *gap* 3 está relacionado com a diferença entre tradução de percepções em especificações de qualidade dos serviços e o que de fato é entregue ao cliente como serviço. O *gap* 4 é a diferença entre a promessa realizada pelos meios de comunicação externos e o que de fato é entregue como serviço. O *gap* 5 consiste na diferença entre a expectativa do cliente e a sua percepção do serviço prestado.

A partir do Modelo de *Gaps*, Parasuraman *et al.* (1985) desenvolveram o modelo SERVQUAL, que é um instrumento que avalia a qualidade entendida pelo cliente, sendo que

este modelo se baseia no *Gap 5* para que seja feita a avaliação da qualidade percebida pelos clientes.

Conforme Menezes *et al.*, (2016), trata-se de um instrumento que possibilita determinar a satisfação dos clientes quanto à qualidade dos serviços. O objetivo do modelo SERVQUAL é comparar a performance da empresa prestadora do serviço em relação a um ideal (expectativas) por meio de um questionário como instrumento de aplicação para os respondentes (Parasuraman *et al.*, 1988).

De acordo com Martins *et al.*, (2012) a quantificação do fator satisfação é alcançada por meio da aplicação de dois questionários, ambos com 22 questões. O primeiro busca determinar o nível desejado pelo cliente, já o segundo determinar a satisfação. Para Parasuraman *et al.* (1985) a satisfação do cliente é função da diferença entre a expectativa (anterior à prestação do serviço) e a percepção (após a oferta do serviço), sendo alocados em 5 dimensões, apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 - Dimensões da Qualidade em Serviços.

Tangibilidade	Refere-se à infraestrutura, ou seja, a aparência das instalações físicas, equipamentos, pessoal e material de comunicação.
Confiabilidade	Refere-se à capacidade de obter o desempenho do serviço no tempo estabelecido com confiança e precisão.
Responsividade	Refere-se à capacidade em atender bem o cliente de modo a providenciar um pronto atendimento.
Segurança	Refere-se ao conhecimento e a cortesia dos recursos humanos envolvidos para desenvolver o serviço (mão de obra) e sua habilidade em transmitir credibilidade e confiança.
Empatia	Refere-se ao cuidado da empresa em oferecer atenção individualizada aos seus clientes.

Fonte: Parasuraman *et al.* (1990).

Popular por sua aplicabilidade, bem como pelo “poder de diagnóstico”, o método SERVQUAL tem sido amplamente difundida e utilizada (Parasuraman *et al.*, 1990), seja por organizações públicas e empresas privadas.

3. Metodologia

De acordo com Marconi & Lakatos (2003), a pesquisa é um procedimento formal, de métodos de pensamento reflexivo, que necessita de um tratamento científico para conhecer a realidade ou descobrir verdades parciais de caráter temporário, as quais contribuem para o avanço da ciência.

Sendo assim, quanto ao alcance dos objetivos, caracteriza-se como um estudo descritivo e de caráter exploratório, pois busca identificar o nível de satisfação dos clientes quanto ao atendimento. Exploratória porque a pesquisa tem por finalidade proporcionar maior familiaridade com a temática a ser investigada, se caracteriza, principalmente, pelo emprego de análises documentais, aplicação de questionários, e tende a assumir a forma de estudo de caso (Gil, 2008). Descritiva porque, ainda segundo o autor, tem como finalidade descrever as características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.

Como as atividades foram voltadas para uma única empresa, a fim de estudar especificamente e profundamente determinado aspecto, finda por culminar em um estudo de caso, que se trata de uma modalidade de pesquisa que contribui de forma inigualável para alcançar a compreensão de fenômenos individuais (Yin, 2001), neste caso, o fenômeno em questão é a satisfação dos clientes face ao atendimento.

Quanto a sua classificação configura-se como quantitativo devido ao instrumento utilizado recorrer, principalmente, de uma linguagem matemática para descrever fenômenos e para o tratamento de dados brutos (Gehardt & Silveira, 2009).

O instrumento desta pesquisa, configurado no modelo de questionário, é baseado no modelo SERVQUAL, que abrange as cinco dimensões da qualidade. A aplicação do instrumento de pesquisa utilizou-se de uma amostra não probabilística por conveniência, não havendo identificação do respondente. O questionário é dividido em 02 etapas de aplicação, sendo a primeira com vinte e duas perguntas fechadas com enfoque na identificação da expectativa do cliente quanto a um serviço de qualidade e a segunda etapa com vinte e duas perguntas fechadas com enfoque na percepção do cliente em relação aos serviços prestado pela clínica em estudo. As respostas do questionário têm sete pontos de intensidade, desde a opção 7 (excelente), que representa maior grau de relevância para o cliente até a opção 1 (insignificante), que representa menor grau de relevância na perspectiva do cliente.

No processo de coleta de dados, a amostra da pesquisa foi constituída por 50 (cinquenta) clientes da clínica estudada, localizada na cidade de Pau dos Ferros/RN. A pesquisa foi realizada *in loco* no período de 01 a 16 de agosto de 2019, em que os clientes responderam de forma individual.

Após conclusão da coleta de dados os resultados foram devidamente calculados e analisados e construído tabelas, com auxílio do *Microsoft Excel 2013*, mantendo a integridade da fonte primária e original dos dados para assegurar-se da precisão, apresentando o nível de qualidade dos serviços da clínica estudada, a partir das cinco dimensões abordadas no modelo

SERVQUAL.

4. Resultados e Discussões

Segundo Moreira & Carvalho (2015), em estabelecimentos de saúde os serviços são prestados com forte introdução do contato humano e, por essa razão, são conduzidos com igual influência das emoções individuais, tanto de clientes como de funcionários.

Com o objetivo de avaliar o nível de qualidade no atendimento, esta pesquisa é constituída por uma amostra de 50 (cinquenta) clientes da clínica médica, objeto desse estudo. Assim, estes foram organizados conforme a situação do cadastro: clientes cadastrados, ou seja, aqueles que até o momento da pesquisa realizou no máximo um procedimento na clínica; clientes ouro, ativos, ou seja, aqueles que já realizaram diversos procedimentos na clínica; e clientes não cadastrados, aqueles que nunca realizaram procedimentos na clínica (Tabela 1).

Tabela 1 - Amostra da pesquisa.

Cliente Cadastrado	Cliente Ouro (Cliente ativo)	Cliente não cadastrado
18%	34%	48%

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Conforme ilustrado, os clientes não cadastrados (48%) possuem a maior representatividade, seguidos dos clientes ouro (34%), grupo menos representativo da amostra, em termos quantitativos, corresponde aos cadastrados (18%).

A partir dos valores indicados pelos clientes, foi possível obter uma média para cada item analisado pelos determinantes de qualidade do serviço, tal como apresentado na Tabela 2.

Tabela 2 - Médias para a percepção e expectativa por Dimensão analisado.

DIMENSÃO: TANGIBILIDADE		EXPECTATIVA	PERCEPÇÃO	GAP
01	A clínica deve possuir equipamentos modernos?	6,15	6,31	0,16
02	A clínica deve possuir uma boa localização?	5,31	5,77	0,46
03	A clínica deve possuir vagas de estacionamento que comporta a rotatividade de clientes?	4,85	3,85	-1
04	A clínica deve possuir instalações visivelmente agradáveis (limpas e organizadas)?	6,38	6,31	-0,07
05	A aparência dos funcionários deve ser adequada (uniforme padronizado)?	6,31	6,39	0,08
DIMENSÃO: CONFIABILIDADE				
06	A clínica realiza o serviço conforme o prometido?	6,23	6,38	0,15
07	O serviço prestado foi realizado corretamente na primeira vez?	6,31	6,44	0,13
08	Os preços devem ser facilmente divulgados?	5,36	5,36	0
09	Deve haver prontidão da equipe para resolver os problemas e solicitações dos clientes?	6,15	6,18	0,03
DIMENSÃO: RESPONSABILIDADE				
10	Os funcionários devem ser prestativos e educados?	6,31	6,41	0,1
11	Os funcionários devem ter conhecimento para responder a dúvidas dos clientes?	6,41	6,43	0,02
12	O tempo de fila ou espera deve ser tolerável?	5,74	5,41	-0,33
13	O atendimento na recepção deve ser rápido e eficiente?	5,87	6,10	0,23
14	O tempo de entrega dos resultados deve ser tolerável?	5,72	5,69	-0,03
DIMENSÃO: SEGURANÇA				
15	A clínica deve garantir sigilo sobre os dados pessoais dos clientes?	6,49	6,56	0,07
16	Os funcionários devem ter conhecimento e habilidades para realização dos procedimentos?	6,46	6,56	0,1
17	O horário de funcionamento da clínica deve ser conveniente?	5,95	6,08	0,13
18	Deve haver flexibilidade nas condições de pagamento?	5,97	5,89	-0,08
DIMENSÃO: EMPATIA				
19	A clínica deve buscar propor sugestões para melhor atender o cliente?	5,90	5,77	-0,13
20	Os clientes devem receber atendimento individual de forma atenciosa?	6,05	6,13	0,08
21	Os funcionários devem permanecer gentis e compreensíveis diante de reclamações?	6,08	6,15	0,07
22	A equipe deve demonstrar total interesse em servir os clientes e atender suas necessidades?	6,23	6,35	0,12

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

A coluna relativa as médias de Expectativa são correlacionadas a o que os clientes esperam de um serviço de qualidade e a coluna de Percepção está direcionada a compreensão quanto à qualidade de serviço ofertado pela clínica estudada. Assim, foi possível identificar as potencialidades e fragilidades no processo de atendimento da clínica em análise.

Como se observa nos aspectos da dimensão de tangibilidade, relativo a infraestrutura física da clínica, desde estacionamento, equipamentos e aparência física da clínica, os dois

pontos que apresentaram maior discrepância entre percepção e expectativa estão relacionados à disponibilidade de vagas de estacionamento capazes de atender a rotatividade de clientes (item 3) e a agradabilidade do ambiente quanto a limpeza e organização (item 4). A percepção negativa relacionada ao item 3 se deve à ausência de espaço físico para a alocação dos veículos dos clientes. Quanto a percepção negativa observada no item 4, sua causa pode estar relacionada ao excesso da circulação de clientes no ambiente ocasionando um acúmulo de sujeira, apesar do cuidado da empresa com a sua remoção.

Vale destacar que a localização da empresa (item 2) que apresenta percepção maior do que a expectativa, alcançando média positiva, conseqüentemente é possível identificar como o item de maior destaque relativo a aspectos físicos da clínica.

Na dimensão confiabilidade, relativo a confiança e precisão na realização do serviço, não houve *gaps* negativos, logo pode-se considerar que todos os itens atenderam ou superaram as expectativas dos clientes, especificamente no item em que a clínica realiza o serviço de acordo com o prometido.

No tocante à dimensão responsividade, alusivo a capacidade em atender bem o cliente, os aspectos que apresentaram valores de diferença negativos dizem respeito ao tempo de espera na fila e ao tempo de entrega dos exames (itens 12 e 14), elucidando a necessidade de promover melhorias nesses segmentos, porém vale ressaltar a rapidez e eficiência no atendimento da recepção (item 13).

A negativa relacionada ao item 12 pode ser explicado devido ao tempo necessário para a obtenção do laudo com exatidão, levando em consideração que as elaborações dos resultados de alguns exames demandam de um tempo maior para serem realizados. A demora nas filas do item 14 pode ser influenciado pelos clientes que possuem preferência no atendimento, não no caso de idosos, deficientes e gestantes (por lei) como pelos clientes que realizam seus exames com contraste, que demanda de um tempo maior de realização.

Ao observar a determinante dimensão segurança, referente ao conhecimento e habilidade em transmitir credibilidade e confiança, alerta-se para a necessidade de flexibilizar as formas de pagamento, por meio de parcelamentos ou descontos para clientes ouro (item 18), levando em consideração que obteve um resultado negativo. Deve-se destacar o bom resultado para o horário em que a empresa realiza seus procedimentos (item 17).

Em relação à dimensão empatia, referente ao cuidado em oferecer atenção individualizada aos seus clientes, ressalta-se a excelência relacionado ao interesse dos funcionários em atender os clientes (item 22), demonstrando que os colaboradores estão

engajados com o bom atendimento. Entretanto destaca a falta na proposição sugestões para melhor atender, por parte do cliente (item 19), obtendo resultados negativos.

Para alcançar a análise de cada dimensão de forma mais ampla, foi realizada a soma dos valores correspondentes à percepção e expectativa para cada determinante e, posteriormente, realizou-se média de cada dimensão, conforme apresentada na Tabela 3.

Tabela 3 - Resultados para cada dimensão da qualidade em atendimento.

DIMENSÃO	PERCEPÇÃO	EXPECTATIVA	PER – EXP = GAP
Tangibilidade	28,63	29	-0,37
Confiabilidade	24,36	24,05	0,31
Responsividade	30,04	30,05	-0,01
Segurança	25,09	24,87	0,22
Empatia	24,4	24,26	0,14

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

A partir dos resultados obtidos, constata-se que as principais fragilidades do estabelecimento analisado dizem respeito às dimensões tangibilidade e responsividade, visto que para ambos os casos as expectativas não foram atendidas ou superadas, uma vez que o valor correspondente à qualidade foi negativo.

Entretanto, os demais itens se mostram positivos, o que implica dizer que a percepção se apresentou de forma superior ao que era previsto pelos clientes. Dentre os *gaps* positivos, ganha destaque a determinante confiabilidade, destacando visto que apresenta o maior valor, fato que revela que este é o principal atributo positivo da empresa, destacando-se pela realização o serviço conforme o prometido. Posteriormente, vem os itens segurança, onde destacava-se o horário de funcionamento da clínica e empatia onde o interesse em servir os clientes e atender suas necessidades se sobressai em relação aos demais.

Ao confrontar os resultados com a literatura, verifica-se que resultados similares foram obtidos por Alves (2017) que aplicou o método em um centro de saúde na cidade de Campina Grande. Conforme o autor, os principais fatores que contribuíram para a redução do índice foram o déficit em relação à infraestrutura física do ambiente analisado e a sobrecarga dos colaboradores.

Já Cevada (2014) ao aplicar o modelo SERVQUAL em um instituto de saúde situado na cidade do Porto, em Portugal, afirma que se faz necessário melhorar a qualidade e empatia por parte dos colaboradores. O autor destaca ainda que o tempo de espera se apresentou como um fator de grande impacto negativo face à avaliação, fato que coincide com os resultados aqui descritos.

A partir do que já foi exposto, apresenta-se os principais itens de destaque, caracterizando como pontos fortes e fracos das cinco dimensões da qualidade de serviços, como exposto na Tabela 4.

Tabela 4 - Pontos fortes e pontos fracos.

Pontos Fortes		Pontos Fracos	
Item	Gap	Item	Gap
02 - Boa localização	0,46	03 - Vagas de estacionamento	-1
13 - Rapidez e eficiência na recepção	0,23	12 - Tempo de fila ou espera	-0,33
01 - Equipamentos modernos	0,16	19 - Propor sugestões para melhor atender o cliente	-0,13
06 - Realiza o serviço conforme o prometido	0,15	18 - Flexibilidade nas condições de pagamento	-0,08

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Após obtenção de resultados pode-se perceber que alguns itens se destacaram entre eles a boa localização da empresa, bom atendimento na recepção e boa realização dos serviços oferecidos, muito devido a qualidade dos equipamentos usados.

Em contrapartida, a ausência de espaço para os automóveis, o tempo entre atendimento e prestação de serviços, a falta na proposição sugestões para melhor atender, por parte do cliente e a flexibilidade de pagamento diminuiu a satisfação dos clientes quanto aos serviços prestados pela clínica. Como forma de solucionar esses problemas a clínica deve se propor a fornecer vagas de estacionamento, no momento inexistentes; melhorar a logística de espera, podendo adotar o sistema de agendamento antecipado; disponibilizar caixa de sugestões para que os próprios clientes proponham melhorias, ou ao final dos procedimentos médicos treinar os colaboradores a apurar, de forma informal, um feedback dos pacientes quanto ao atendimento; flexibilizar as formas de pagamento, por meio de parcelamentos ou descontos para clientes ouro.

5. Considerações Finais

Este trabalho teve por objetivo avaliar o nível de qualidade no atendimento, em uma clínica médica da cidade de Pau dos Ferros/RN por meio da aplicação do modelo SERVQUAL.

Constatou-se que o setor de prestação de serviços se tornou extremamente importante para o desenvolvimento dos empreendimentos e bem-estar da população, em específico na cidade de Pau dos Ferros/RN que detém grande parte das empresas na área de serviços.

Assim, a qualidade na oferta e no atendimento tornaram-se indispensáveis, uma vez que se entende que o foco das empresas deve estar direcionado aos clientes.

Partindo dessa perspectiva, o Modelo SERVQUAL se mostra pertinente para a avaliação da qualidade no atendimento, por considerar aspectos que possuem implicação direta: tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia. Ressalta-se que é amplamente utilizado nos mais diversos setores.

Ao se voltar para o caso tratado por esse estudo, verifica-se que os principais *gaps*, com baixo nível de satisfação, no caso da dimensão tangibilidade, diz respeito a ausência de vagas para estacionamento, enquanto que na responsividade destacam-se o dispêndio de tempo em filas de espera e o tempo para recebimento dos exames.

Todavia, ressalta-se a determinantes positivas, com nível de satisfação mais elevada, como a confiabilidade, segurança e empatia. Com isso, afirma-se a necessidade de promover maior disponibilidade de vagas para estacionamento, bem como organizar a logística de atendimento, de modo a reduzir o tempo de espera, bem como a otimização dos recursos em função da redução do tempo para emissão dos exames clínicos.

Deve-se considerar que, o presente estudo apresenta limitações devido a amostra ser caracterizada por pessoas que se encontravam em situação de debilitação ou desconforto físico, considerando que procuram o serviço quando estão diante de situações problemáticas de saúde, que pode ter influenciando para percepções supérfluas acerca dos questionamentos feitos. Bem como ocorreram diversos descartes de questionários por preenchimento incorreto, o reduziu a amostra final e o grau de confiabilidade da pesquisa.

É importante que haja um processo contínuo de monitoramento, identificação das causas dos pontos negativos encontrados e adoção de mecanismos adequados para a melhoria. Por isso é indicado que a pesquisa seja aplicada anualmente com o objetivo de gerar dados históricos e realizar um acompanhamento desses índices a médio e longo prazo.

Vale salientar, também, a necessidade da empresa estudada realizar outros tipos de estudos pra aumentar o conhecimento de sua realidade, além, também, da aplicação do modelo SERVQUAL em mais organizações do mesmo ramo para que haja um confronto de resultados e detectar similaridades, ou não, nesses resultados.

Referências

- Alves, A. C. (2017). A percepção da qualidade na prestação de serviços públicos: estudo de caso de um centro de saúde, na cidade de Campina Grande–Paraíba. *Pensamento & Realidade*, 32(4), 20.
- Alves, A. Y. D. (2014). *Qualidade no atendimento como diferencial competitivo: um estudo de caso na empresa Alocell*. 48 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Uepb, Patos.
- Camargo, W. (2011). *Controle de Qualidade Total*. Curitiba: IFPR.
- Cevada, J. F. (2014). *Avaliação da qualidade de serviços de saúde: o caso do instituto CUF* (Dissertação de mestrado em marketing). Universidade Católica Portuguesa, Porto, Portugal.
- Costa, A. S. C., Santana, L. C., & Trigo, A. C. (2015). Qualidade do atendimento ao cliente: um grande diferencial competitivo para as organizações. *Revista de Iniciação Científica–RIC Cairu*, 2(2), 155-172.
- Faria, J. (2017). *Qualidade no Atendimento ao Cliente: Impacto na Satisfação* (Dissertação de Mestrado). Curso de Mestrado em Marketing, Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa, Portugal.
- Gerhardt, T. E., & Silveira, D. T. (2009) *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6a ed.) São Paulo: Atlas.
- Gimenez, D. R. (2012). *Modelo de gestão estratégica da qualidade para avaliar o impacto da imagem da marca na qualidade percebida pelo consumidor em empresas prestadoras de serviços* (Tese de Doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, SC, Brasil.

Junior, A. S. S., *et al.* (2015, agosto). Qualidade percebida no pronto atendimento do hospital regional da cidade de Guajará-mirim. *Anais XI Nacional de Excelência em Gestão*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 11.

Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de metodologia científica* (5a ed.) São Paulo: Atlas.

Martins, V. W. B., *et al.* (2012). Utilização do modelo SERVQUAL em uma rede de supermercados como instrumento de avaliação da qualidade. *Iberoamerican Journal of Industrial Engineering*, 4(7), 279-296.

Menezes, N., *et al.* (2016, setembro). Aplicação do modelo Servqual para medir a qualidade dos serviços prestados por uma empresa de locação de máquinas. *XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão*, Rio de Janeiro: Firjan-RJ,12.

Morais, A. P., & Godoy, L. P. (2005, novembro). Qualidade em serviços: uma abordagem conceitual. *Anais XII SIMPEP*, Bauru, SP, Brasil.

Moreira, J. S., & Carvalho, R. C. (2015). Qualidade em serviços oferecidos em clínica médica: um estudo de caso. *Anais XXXV Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, Fortaleza, CE, Brasil, 35.

Parasuraman, A., Zeithaml V. A., & Berry L. L. (1985, Autumn). A conceptual model of services quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiitem scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 21-40.

Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. A. (1990). *Delivering quality service: balancing customers perceptions and expectations*. New York, Free Press.

Santos, J. C. S. (2011). *Qualidade no Atendimento ao Cliente*. São Paulo: Ática.

Tontini, G. (2000, january). Identification of customer attractive and must-be requirements using a modified Kano's method: Guidelines and case study. *Proceedings of the 54th American Quality Congress*, Indianápolis.

Porcentagem de contribuição de cada autor no manuscrito

Jacob Alves Lima – 60 %

Gioconda Sunción Acuña – 40 %