

# APLICAÇÃO DE MODELO SERVQUAL NA ANÁLISE DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS EM UMA ACADEMIA DE MUSCULAÇÃO DE MARAU/RS, BRASIL

Emerson Rick Fagundes<sup>1</sup>; Marlon Bissani Cucchi<sup>2</sup>

1 Pós-Graduado em Gestão Estratégica de Marketing e Vendas pela FABE. Graduado em Administração pela FABE. erfagundes39@gmail.com

2 Mestre em Administração pela UCS. Pós-Graduado em Administração pela FGV. Coordenador do Curso de Administração na FABE. marlon.cucchi@fabemarau.edu.br

## 1 INTRODUÇÃO

O modelo de pesquisa SERVQUAL foi desenvolvido por três professores norte-americanos que mostram a diferença entre expectativa e percepção do cliente, o qual possibilita mensurar a qualidade dos serviços e percepção de valor pelo usuário (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988) Este modelo foi escolhido por ser adaptável a qualquer modalidade de serviço e conta com um prático instrumento de coleta de dados. No atual cenário econômico, os setores de serviços já são maioria, contribuem economicamente e tem grande potencial para a melhoria da qualidade de vida das pessoas (FITZSIMMONS & FITZSIMMONS, 2004).

O aspecto intangível dos serviços é um problema para os clientes, pois a escolha é baseada somente na confiança da empresa, diferente de um produto que pode ser visto, sentido e testado antes da aquisição (FITZSIMMONS & FITZSIMMONS, 2004). Um negócio relacionado a serviços que vem ganhando espaço é o de atividade física praticadas em academias de ginástica. O crescimento da prática de exercícios físicos têm como principal fator a busca pelo bem-estar físico, saúde e estética corporal.

Fitzsimmons e Fitzsimmons (2004, p. 143), afirmam que “a ferramenta foi projetada e validada para uso em diferentes tipos de serviços, com a função de identificar as tendências da qualidade dos serviços e como meio de pesquisas com os clientes”. O uso adequado desse modelo contribui na correção de fontes causadoras de percepção insatisfatória dos clientes e, também, pode comparar o nível de qualidade dos serviços oferecidos com os de possíveis concorrentes. O objetivo desta pesquisa foi aplicar a ferramenta SERVQUAL para analisar a qualidade percebida pelos clientes de uma academia de musculação localizada na cidade de Marau/RS.

## 2 METODOLOGIA

Roesch (2005), afirma que não há um método mais apropriado para qualquer projeto, mas espera-se coerência da formulação do problema, com os objetivos do estudo. Quanto à natureza da pesquisa, é caracterizada como uma pesquisa quantitativa. Quanto ao nível esta pesquisa caracteriza-se como descritiva, que objetiva descrever características de determinada população ou o estabelecimento de relação entre as variáveis. Este tipo de pesquisa não tem como premissa dar respostas a determinadas ações ou causas, mas sim a busca de informações a tomada de ação e planejamento (ROESCH, 2005).

Como estratégia a pesquisa caracteriza-se como *survey*, a qual busca a coleta de informações com os participantes a respeito de suas ideias, sentimentos, planos e de fundo social, educacional e financeiro (FREITAS et al., 2000). A coleta dos dados foi feita através de questionário, com escala de 5 pontos, onde 1 representa totalmente

insatisfeito e 5 totalmente satisfeito, com base no modelo de Lovelock e Wirtz (2006, p. 350).

O questionário foi aplicado de forma impressa a 118 alunos de uma academia de musculação localizada em Marau/RS, nos turnos da manhã, tarde e noite. Durante o mês de setembro de 2018 alunos da academia foram convidados a responder ao questionário de forma voluntária. Na primeira parte do questionário buscou-se identificar o perfil dos respondentes e na sequência as variáveis da pesquisa com base no modelo SERVQUAL: confiabilidade, garantia, tangibilidade, empatia e capacidade de resposta.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo apresentam-se os resultados a partir da análise dos questionários aplicados. Em relação ao perfil dos respondentes foi possível identificar que 69,5% eram composto pelo gênero masculino e 30,5% pelo feminino. A faixa etária dos entrevistados foi de 79,7% de 20 a 39 anos, 15,3% de 16 a 19 anos e 5,1% de 40 a 64 anos. Os dados coletados com os questionários foram tabulados, e analisados pelo *software Excel®*, assim, feitos os devidos cálculos das médias da expectativa e da percepção da amostra sobre cada questionamento e seus respectivos desvios-padrão.

Seguindo a ferramenta SERVQUAL, foi feita a análise dos *gaps* dos fatores de qualidade dos serviços pelo resultado do cálculo da diferença entre a média da percepção e a média da expectativa como mostra a Tabela 1. Nela foi apresentado à nota mínima e nota máxima informada pelos respondentes e média, tanto da expectativa, como da percepção. Após foi realizado o *Gap* entre percepção e expectativa (P-E) em que se o resultado for negativo nota-se que percepção foi menor que a expectativa, ocorrendo assim *Gaps* de frustração do aluno, que em marketing trata-se como dissonância cognitiva. Se o resultado for positivo, é porque a percepção foi maior que a expectativas, ocorrendo encantamento do aluno.

Tabela 1 - Análise dos *gaps* dos fatores de qualidade dos serviços

Dimensões	Definições	Itens	Soma das variâncias
Tangíveis	Variedade de objetos envolvidas na prestação do serviço, como mesas, iluminação, cor das paredes, folhetos e aparência do pessoal.	1, 2, 3 e 4	2,57
Confiabilidade	Consistência e a confiança que o desempenho de uma empresa inspira.	5, 6, 7, 8 e 9	2,28
Atendimento	Disposição e, ou, à prontidão dos funcionários para prestar o serviço.	10, 11, 12 e 13	1,92
Segurança	Competência da empresa, cortesia que ela dispensa a seus clientes e a segurança de suas operações.	14, 15, 16 e 17.	2,28
Empatia	Capacidade de perceber as sensações dos outros como se fossem suas próprias.	18, 19, 20, 21 e 22	2,57

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Na Tabela 2 apresenta-se a análise dos *gaps* dos fatores de qualidade dos serviços pelo resultado do cálculo da diferença entre a média da percepção e a média da expectativa. Buscou-se analisar a diferença entre expectativa do cliente e a percepção que se tem em relação ao desempenho. Se observou diferentes aspectos positivos, dentre os quais as instalações, manutenção de equipamentos, nível de formação dos colaboradores, bem como a coragem, vontade e persistência da direção

em desenvolver ações que promovam a academia em tentar acertar e fazer sempre o melhor. Os equipamentos e recursos oferecidos são de qualidade e em constante renovação, oferecendo segurança e satisfação aos alunos.

Tabela 2 – Média entre a percepção e a expectativa das dimensões

<b>Dimensões</b>	<b>Percepção (P)</b>	<b>Expectativa (E)</b>	<b>Gap (P-E)</b>
<b>Tangibilidade</b>	<b>4,39</b>	<b>3,96</b>	<b>0,42</b>
Quest. 1	4,27	3,83	0,44
Quest. 2	4,08	3,94	0,14
Quest. 3	4,75	4,19	0,55
Quest. 4	4,44	3,88	0,56
<b>Confiabilidade</b>	<b>4,53</b>	<b>3,93</b>	<b>0,60</b>
Quest. 5	4,37	4,12	0,25
Quest. 6	4,47	3,74	0,74
Quest. 7	4,53	3,84	0,69
Quest. 8	4,42	4,04	0,37
Quest. 9	4,85	3,90	0,95
<b>Atendimento</b>	<b>4,59</b>	<b>3,74</b>	<b>0,85</b>
Quest. 10	4,51	3,53	0,98
Quest. 11	4,57	3,86	0,70
Quest. 12	4,65	3,72	0,93
Quest. 13	4,64	3,86	0,77
<b>Segurança</b>	<b>4,50</b>	<b>3,94</b>	<b>0,57</b>
Quest. 14	4,65	4,03	0,63
Quest. 15	4,57	4,10	0,47
Quest. 16	4,51	3,52	0,99
Quest. 17	4,28	4,10	0,18
<b>Empatia</b>	<b>4,41</b>	<b>4,09</b>	<b>0,32</b>
Quest. 18	4,34	4,08	0,25
Quest. 19	4,42	4,20	0,21
Quest. 20	4,42	3,99	0,42
Quest. 21	4,34	4,04	0,30
Quest. 22	4,52	4,12	0,40

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Como forma de completar a análise de cada variável foi utilizado o método das médias de cada dimensão. Este método têm como objetivo classificar os itens resultantes da diferença entre percepção e expectativa do questionário SERVQUAL em quatro parâmetros: crítico, alto, moderado e baixo. Segundo a análise dos *GAPs* considera-se: *gaps* positivos – superam a expectativa; *gaps* abaixo de zero até -1 = satisfação negativa pequena; *gaps* entre -1 e -2 = satisfação negativa intermediária; *gaps* entre -2 e -3 = satisfação negativa ruim; e *gaps* entre -3 e -4 = satisfação negativa péssima.

A análise dos dados permite avaliar que os usuários da academia entrevistados estão satisfeitos com o serviço oferecido. Isto é observado pelas notas obtidas que estão na média entre 4,8 a 4,85. Sobre a análise dos resultados das cinco dimensões avaliadas, demonstra que a empresa estudada apresenta baixos índices de insatisfação no que se refere a lacuna existente entre a expectativa e a percepção. As dimensões que necessitam maior atenção são tangibilidade e a empatia. No que se refere a dimensão tangibilidade significa dar atenção ao ambiente físico limpo, iluminado e temperatura. Na dimensão empatia, quanto ao atendimento e atenção dos professores aos alunos da academia.

## 4 CONCLUSÕES

O objetivo da pesquisa foi avaliar as dimensões da qualidade dos serviços prestados em uma academia de musculação na cidade de Marau/RS, por meio da ferramenta SERVQUAL. A aplicação do instrumento contribuiu na observação das variáveis que necessitam atenção e, também, das variáveis que apresentam qualidade satisfatória. A ferramenta SERVQUAL mostrou ser uma técnica de fácil aplicação e interpretação e, possibilitou identificar que a empresa necessita de atenção em poucos pontos, mas que de uma maneira geral têm seus resultados no que se refere a qualidade dos serviços prestados acima das expectativas dos alunos. Esta pesquisa também contribuiu em estudos já realizados sobre o tema qualidade na prestação de serviço em academias de musculação.

Sugere-se que a academia em estudo melhore a iluminação, o conforto térmico e o treinamento dos professores que atendem os alunos. O número crescente de novas academias, seja por questões de saúde e qualidade vida ou a busca pelo corpo ideal a demanda pelos serviços por este tipo de empreendimento, mas para o sucesso do empreendimento e a retenção de cliente a qualidade é um fator determinante para o sucesso. O modelo SERVQUAL utilizado nesta pesquisa mostrou-se bastante eficiente no que tange aos resultados obtidos. Importante verificar o posicionamento de mercado do respectivo objeto de estudo. O mesmo pode estar posicionado como líder em custo, ou seja, o valor de mensalidade menor, porém, com um atendimento dos professores menos individualizado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FITZSIMMONS, J., & FITZSIMMONS, M. **Administração de serviços: operações, estratégias e tecnologia da informação** (4a ed.). Porto Alegre, RS: Bookman (2004). FREITAS et al., 2000).

FREITAS, D. M. de. **Avaliando a Qualidade do Serviço de Academia de Ginástica: Estudo de Caso - Academia do Biocor**. 2007. “Disponível em:<[http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Avaliando\\_a\\_qualidade\\_de\\_servico\\_de\\_academia\\_de\\_ginastica.htm](http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Avaliando_a_qualidade_de_servico_de_academia_de_ginastica.htm)>. Acesso dia 26 de maio de 2018.

FREITAS, et al. O método de pesquisa survey. São Paulo/SP: **Revista de Administração da USP**, RAUSP, v. 35, nr. 3, Jul-Set. 2000, p. 105-112.

LOVELOCK, C. H.; WIRTZ, J.; CRESCITELLI, E. (Rev.). **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. **SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality**. Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1. Spring, 1988, in PITOMBO.

ROESCH, S.M.A. **Projetos de estágio e pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de casos**. São Paulo: Atlas, 2005.