

Integração do Instrumento SERVQUAL com os Indicadores NPS, CES e CEV para Avaliação da Qualidade da Prestação de Serviço

Lorenzo Cardoso Garufi¹, Denise Luciana Rieg²
¹ Engenharia de Produção, Centro Universitário FEI
² Administração, Centro Universitário FEI
unielgarufi@fei.edu.br
derieg@fei.edu.br

Resumo: O objetivo geral da presente proposta de pesquisa é avaliar a qualidade do serviço prestado por um restaurante por quilo utilizando o instrumento SERVQUAL adaptado e os indicadores CSAT, NPS, CES e CEV. O método de pesquisa utilizado é o *survey*, conduzido por meio da aplicação de um questionário estruturado com os clientes da empresa escolhida como objeto de estudo. Esta pesquisa contribuirá com os estudos sobre a combinação do Instrumento SERVQUAL com outras ferramentas para melhorar a qualidade da prestação de serviços das empresas.

Introdução

São vários os modelos utilizados para a avaliação da qualidade em serviços, sendo O instrumento SERVQUAL o mais amplamente divulgado e utilizado [1]. Trata-se de um questionário que consiste em 22 itens de avaliação distribuídos em cinco dimensões da qualidade em serviços: confiabilidade, presteza, empatia, segurança e aspectos tangíveis. Ele utiliza uma escala *Likert* de 7 pontos para avaliar tanto as expectativas quanto as percepções dos clientes em relação a esses 22 itens. A satisfação do cliente é então calculada como a diferença entre suas expectativas e a percepção do desempenho real do serviço [2]. Embora ele tenha sido desenvolvido para avaliar todo e qualquer serviço, adaptações a esse instrumento, de acordo com a natureza do serviço sendo prestado, têm sido realizadas por diversos pesquisadores [1].

Além dos modelos, as métricas mais utilizadas para avaliar a experiência e a qualidade da prestação dos serviços são o NPS (*Net Promoter Score*), a pesquisa de esforço do cliente (CES - *Customer Effort Score*), o valor emocional do cliente (*Customer Emotional Value* - CEV) e a pesquisa de satisfação do cliente (CSAT - *Customer Satisfaction Score*) [3].

O NPS envolve a realização de uma pesquisa junto aos clientes, consistindo na seguinte indagação: "Em uma escala de 0 a 10, o quanto você recomendaria este serviço a um amigo?" Com base nas notas atribuídas e nos comentários fornecidos pelos clientes, os dados são processados e os respondentes são categorizados em três grupos distintos: promotores, neutros e detratores. O cálculo do NPS é realizado subtraindo o percentual de detratores do percentual de promotores ($NPS = \% \text{ Promotores} - \% \text{ Detratores}$) [3].

O CES visa avaliar a dificuldade enfrentada pelo cliente no processo de obtenção de um serviço. A

mensuração do CES baseia-se nas respostas à pergunta: "Quanto esforço você teve que empregar para obter atendimento ao seu pedido?" As respostas são coletadas em uma régua de percepção composta por cinco níveis qualitativamente equidistantes, que variam de muito baixo a muito alto e o resultado do CES é uma média ponderada das respostas [6].

O CEV é uma métrica que visa quantificar o valor emocional que os clientes atribuem a uma marca, produto ou serviço. Ele se concentra na conexão emocional que os consumidores estabelecem com uma empresa e como isso afeta a sua lealdade, satisfação e comportamento de compra. O cálculo do CEV envolve a avaliação de diferentes aspectos emocionais e psicológicos da relação entre o cliente e a empresa [4].

Por fim, a métrica CSAT tem como propósito avaliar a satisfação dos clientes com diversos aspectos da prestação de serviços. Ao analisar vários parâmetros de um processo, elabora-se um questionário contendo afirmações com opções que variam em cinco ou sete níveis de satisfação, permitindo que os usuários escolham desde "discordo totalmente" até "concordo totalmente" ou de "muito insatisfeito" a "muito satisfeito" O cálculo do CSAT implica somar o número de pessoas satisfeitas e muito satisfeitas e dividir esse valor pelo número total de respostas recebidas, multiplicando o resultado por 100% [5].

2. Metodologia

Quanto à sua finalidade e contexto, a pesquisa é aplicada e de campo. Quanto à sua natureza, é uma pesquisa quantitativa, pois os resultados serão apresentados por meio de recursos estatísticos. Aos resultados da pesquisa serão aplicadas análises estatísticas descritivas.

Já quanto ao objetivo, é pesquisa exploratória porque investiga uma combinação alternativa do Instrumento SERVQUAL com métricas usuais para avaliar a experiência do cliente e a qualidade da prestação de serviços. Em relação à temporalidade, é classificada como transversal, pois as observações e levantamentos de dados da pesquisa ocorrerão em um único momento.

O método de pesquisa adotado para conduzir o trabalho é o levantamento tipo *survey*. Por fim, como procedimento técnico será utilizado um questionário estruturado, a ser aplicado com clientes da empresa pesquisada. O questionário além de conter as perguntas

referentes aos indicadores NPS, CES e CEV, irão conter indicadores CSAT criados por meio do instrumento SERVQUAL adaptado para o caso em estudo.

3. Desenvolvimento da Pesquisa

Até o momento, foram desenvolvidos o protocolo de pesquisa (Quadro 1), adaptação do Instrumento SERVQUAL – parte 2 do questionário de pesquisa (Figuras 1), e a parte 1 do questionário de pesquisa compostos pelas questões de caracterização da amostra e dos indicadores NPS, CES e CEV (Figura 2).

Público-alvo	Alunos da IES na qual está localizado o restaurante por quilo
Localização da unidade amostral	São Bernardo do Campo
Período previsto para a coleta de dados	Setembro a outubro de 2024
Instrumento de coleta de dados	Questionários
Meio de aplicação do questionário	Presencial e via redes sociais
Tipo de amostra	Amostra por conveniência
Tipos de análises a serem realizadas	Alpha de Cronbach (para avaliar a confiabilidade do questionário) Teste de qui-quadrado (para avaliar a representatividade da amostra por conveniência) Médias e desvio-padrão (análise das respostas) Correlação de Pearson entre os resultados do SERVQUAL e dos indicadores NPS, CES e CEV.

Quadro 1 – Protocolo de pesquisa

Responda o questionário de desempenho (aquilo que você acha em relação ao restaurante MACFEI por quilo), utilizando a seguinte escala:

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Discordo Fortemente	Discordo	Discordo em parte	Nem concordo nem discordo	Concordo em parte	Concordo	Concordo Fortemente

Dimensões	Item ¹	EXPECTATIVA (E)	Escala de Resposta
Tangíveis	1	As instalações físicas do MCFEI por quilo são visualmente atrativas.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	2	A higiene dos uniformes/vestimentas dos funcionários do MCFEI por quilo é adequada.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	3	A aparência das instalações MCFEI por quilo esta conservada de acordo com o serviço oferecido.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	4	A estrutura física de acesso do MCFEI por quilo é apropriada para usuários com deficiência e mobilidade reduzida.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	5	A higienização e apresentação dos talheres e pratos/bandejas do MCFEI por quilo é adequada.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
Confiabilidade	6	A higienização e apresentação do balcão, das mesas e cadeiras do MCFEI por quilo é adequada.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	7	O MCFEI por quilo identifica seus pratos/comidas no balcão de self-service.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	8	Os pratos/comidas comercializados pelo MCFEI por quilo são variados, de qualidade e com boa aparência.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	9	O MCFEI por quilo não serve pratos requeimentados.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	10	O MCFEI por quilo informa aos clientes previamente sobre os pratos a serem servidos no dia.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
Responsividade	11	As informações do MCFEI por quilo sobre a procedência dos alimentos passam credibilidade.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	12	O MCFEI por quilo fornece o serviço no tempo prometido.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	13	O tempo de espera na fila do MCFEI por quilo para servir-se é curto.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	14	O tempo de espera na fila do MCFEI por quilo para efetuar pagamento é curto.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	15	Os funcionários do MCFEI por quilo estão sempre disponíveis em ajudar os clientes atenciosos em atender pedidos e reclamações.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
Segurança	16	Os funcionários do MCFEI por quilo são competentes e experientes na execução de suas tarefas.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	17	O ambiente do MCFEI por quilo inspira segurança.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	18	A localização do MCFEI por quilo inspira segurança.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
Empatia	19	Os funcionários do MCFEI por quilo são educados.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	20	O MCFEI por quilo entende quais são as necessidades do seu público-alvo e tem isto como seu objetivo.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	21	O MCFEI por quilo pratica preços justos.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)
	22	O horário de funcionamento do MCFEI por quilo é conveniente para todos os clientes da FEI.	(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7)

Figura 1 – Instrumento SERVQUAL adaptado - parte 2 do questionário de pesquisa

Caracterização da amostra

1. Sua função na IES:
 Aluno da IES Funcionário da IES Docente da IES

2. Qual a sua idade:
 17 a 20 anos 21 a 24 anos 25 a 28 anos Mais de 28 anos

3. Com qual gênero você se identifica:
 Feminino Masculino Outro

4. Período que estuda:
 Manhã Tarde Noite

5. Seu Curso/ Departamento (se discente ou docente):
 Administração Ciência da Computação Ciência de Dados e Inteligência Artificial Engenharia

Sobre o MCFEI por quilo:

6. Com que frequência você faz refeições no MC FEI por quilo:
 diariamente três a quatro vezes por semana uma a duas vezes por semana
 eventualmente raramente

7. O quanto você recomendaria o restaurante por quilo MCFEI para um amigo de 0 a 10?*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8. Em uma escala de (1) 'muito esforço' a (7) 'pouco esforço', quanto esforço você tem que fazer para ter seu pedido atendido no MCFEI por quilo?

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Figura 2 – Parte 1 do questionário de pesquisa – visualização parcial

4. Considerações finais

O que se espera neste trabalho é utilizar o instrumento SERVQUAL como base para a criação de indicadores CSAT para obter uma análise mais detalhada da qualidade do serviço e, ao mesmo tempo, também coletar o NPS, CES E CEV para obter *feedback* imediato e mais gerais sobre a satisfação do cliente após interações com a empresa. Ambos os métodos podem ser úteis para melhorar a qualidade do serviço e a satisfação do cliente.

5. Referências

- [1] PARK, S. J.; YI, Y.; LEE, Y. R. Heterogeneous dimensions of SERVQUAL. **Total Quality Management & Business Excellence**, v. 32, n.1, p. 92-118, 2021.
- [2] PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.; BERRY, L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, v. 49, n. 4, p. 41-50, 1985.
- [3] PATTI, C. H.; VAN DESSEL, M. M.; HARTLEY, S. W. Reimagining customer service through journey mapping and measurement. **European Journal of Marketing**, v. 54, n. 10, p. 2387-2417, 2020.
- [4] BUDIMAN, K; SUGIANTO, S; IFRIZA, Y. N. The impact of integrated service system on excellent service based on customer effort score. In: **AIP Conference Proceedings**. AIP Publishing, 2023.
- [5] TRIALOPA, E. F. Optimizing the Customer Service Performance with using Chatbot by utilizing Bot Accuracy, Journey Completion Rate, and Customer Satisfaction Score (CSAT) (Case Study: PT YAI). 2022.

¹ Aluno de IC do Centro Universitário FEI (PBIC121/23). Projeto com vigência de 02/2024 a 01/2025.