



SATISFAÇÃO DOS CLIENTES EM UMA ASSISTÊNCIA TÉCNICA DE CELULARES EM OEIRAS, PIAUÍ

Customer satisfaction at a cell phone repair shop in Oeiras, Piauí

Satisfacción del cliente en un taller de reparación de móviles en Oeiras, Piauí

**Warily Vinícius Pereira Ribeiro de Sousa¹, Marina Bezerra da Silva², &
Felipe Moura Oliveira^{3*}**

^{1,2}Instituto Federal do Piauí ^{3*}Universidade Estadual do Piauí

¹warily17.wv@gmail.com ²marina.silva@ifpi.edu.br ^{3*}felipeoliveira@rc.uespi.br

ARTIGO INFO.

Recebido: 23.04.2025

Aprovado: 30.05.2025

Disponibilizado: 30.07.2025

PALAVRAS-CHAVE: Assistência técnica; Celular; Satisfação de clientes; SERVQUAL.

KEYWORDS: Technical assistance; Mobile phones; Customer satisfaction; SERVQUAL.

PALABRAS CLAVE: Asistencia técnica; Teléfonos móviles; Satisfacción del cliente; SERVQUAL.

*Autor Correspondente: Oliveira, F. M.

RESUMO

O atendimento às expectativas dos clientes é essencial para a permanência de empresas no mercado, especialmente no setor de assistência técnica em telefonia celular, em constante expansão. Este estudo teve como objetivo analisar o nível de satisfação dos clientes de uma loja de assistência técnica em Oeiras-PI, município com cerca de 37 mil habitantes e elevado número de smartphones por habitante. Para isso, utilizou-se a metodologia SERVQUAL, por meio da aplicação de um questionário, para clientes de uma empresa, que avalia a diferença entre expectativas e percepções reais dos serviços prestados, considerando dimensões como tangibilidade, confiabilidade e empatia. Os resultados revelaram insatisfação dos clientes em aspectos relacionados à acessibilidade, tempo de execução dos serviços e organização do ambiente físico. Esses fatores impactam negativamente a experiência do cliente, especialmente para idosos e pessoas com deficiência. Como conclusão, recomenda-se a adoção de medidas corretivas, como a melhoria da infraestrutura física, a ampliação da acessibilidade e investimentos em equipamentos que otimizem os serviços. O estudo reforça a utilidade da escala SERVQUAL como ferramenta diagnóstica para empreendedores do setor, contribuindo para a melhoria da qualidade dos serviços e a fidelização de clientes.

ABSTRACT

Meeting customer expectations is essential for the survival of companies in the market, especially in the fast-growing mobile phone repair sector. This study aimed to analyze customer satisfaction levels at a technical assistance store in Oeiras-PI, a city with around 37,000 inhabitants and a high number of smartphones per capita. The SERVQUAL methodology was applied through a questionnaire, to enterprise consumers, that evaluates the gap between expectations and actual service perceptions, considering dimensions such as tangibility, reliability, and empathy. The results revealed dissatisfaction in aspects related to accessibility, service execution time, and the organization of the physical environment. These factors negatively affect the customer experience, especially for elderly individuals and people with disabilities. As a conclusion, corrective measures are recommended, including improvements to physical infrastructure, greater accessibility, and investments in equipment to optimize services. The study reinforces the usefulness of the SERVQUAL scale as a diagnostic tool for entrepreneurs in the sector, contributing to service quality improvement and customer loyalty.

RESUMEN

Satisfacer las expectativas de los clientes es esencial para la permanencia de las empresas en el mercado, especialmente en el sector de reparación de teléfonos móviles, en constante crecimiento. Este estudio tuvo como objetivo analizar el nivel de satisfacción de los clientes de una tienda de asistencia técnica en Oeiras-PI, una ciudad con aproximadamente 37.000 habitantes y un alto número de smartphones per cápita. Se aplicó la metodología SERVQUAL mediante un cuestionario, para clientes de una empresa, que evalúa la diferencia entre las expectativas y las percepciones reales del servicio, considerando dimensiones como tangibilidad, confiabilidad y empatía. Los resultados revelaron insatisfacción en aspectos relacionados con la accesibilidad, el tiempo de ejecución del servicio y la organización del entorno físico. Estos factores impactan negativamente la experiencia del cliente, especialmente en personas mayores y con discapacidad. Como conclusión, se recomiendan medidas correctivas, como la mejora de la infraestructura física, mayor accesibilidad e inversiones en equipos que optimicen los servicios. El estudio refuerza la utilidad de la escala SERVQUAL como herramienta diagnóstica para emprendedores del sector, contribuyendo a la mejora de la calidad del servicio y a la fidelización de los clientes.



INTRODUÇÃO

O crescente número de usuários de telefonia móvel se dá por uma maior gama de funcionalidade dos aparelhos celulares atuais (Dutra, 2016). Esses equipamentos substituíram ou fazem as mesmas funções de vários aparelhos específicos, tais como calculadoras, despertadores, MP3 *players*, câmeras fotográficas etc. (Borba & Lacerda, 2015). Isso tem levado a um aumento significativo da abertura de novas assistências técnicas responsáveis em consertos de aparelhos celulares, visto que estes aparelhos estão sujeitos a falhas nos sistemas operacionais e defeitos causados por mau uso (Rocha Junior et al., 2019).

Usuários de celulares procuram assistências técnicas especializadas para o conserto por diferentes motivos, como mau funcionamento, troca de peças ou componentes (Demajorovic et al., 2012). Por outro lado, esse aumento da abertura de novas assistências, consequentemente, gera uma maior concorrência neste setor, fazendo com que a entrega de serviços de qualidade, uma boa estrutura física e um bom atendimento passem a ser fatores decisivos para a sobrevivência do negócio.

Segundo Monteiro, Costa e Guerra (2023), a exigência inicial para abertura de uma assistência técnica formalizada é a abertura de uma empresa com o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Outro ponto é a homologação de um alvará junto à Prefeitura ou à Secretaria de Indústria e Comércio da cidade. Caberá ao profissional capacitar-se para entregar um serviço que atenda às exigências dos seus clientes, visto que ele não é obrigado a apresentar uma certificação.

A ausência de um treinamento específico ou uma baixa especialização na área de atuação pode relacionar-se à entrega de um serviço de má qualidade (Lima et al., 2024). Isso poderá repercutir em um sentimento de insatisfação por parte do cliente, visto que suas expectativas não foram atendidas por falta de conhecimento técnico do profissional. Nesse sentido, tais negócios, como quaisquer outros fornecedores de serviços, também estão sujeitos a reclamações de clientes. Segundo Trierweiller et al. (2017), as empresas que desejam crescer no mercado precisam corresponder às expectativas dos seus clientes e, para isso, devem entregar não apenas um bom produto ou serviço, mas devem entregar um conjunto de benefícios.

Em 2022, o Brasil contava com mais de 242 milhões de *smartphones* em uso, o que representa uma média superior a um aparelho por habitante, segundo dados da Fundação Getúlio Vargas. Esse cenário evidencia a crescente importância do setor de telefonia móvel, com consumidores cada vez mais exigentes quanto à qualidade e à agilidade no atendimento. Nesse contexto, destaca-se a cidade de Oeiras, no Piauí, que possui uma população média de 37 mil habitantes, sendo a 13^a mais populosa do estado, conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021). Atualmente, Oeiras abriga cerca de 25 assistências técnicas de celulares, observando-se uma crescente demanda local por melhorias nos serviços prestados, abrindo espaço para análises que contribuam para o aprimoramento do setor.

Neste sentido, apresentou-se como problema de pesquisa: qual o nível de satisfação de clientes de uma assistência técnica especializada em manutenção de aparelhos celulares da cidade de Oeiras, no Piauí? O objetivo geral deste trabalho foi analisar o nível de satisfação de clientes de uma assistência técnica especializada em manutenção de aparelhos celulares na

cidade de Oeiras/PI. A abordagem foi realizada a partir da aplicação da escala SERVQUAL (Oliveira & Xavier, 2020), avaliando a expectativa e a percepção de clientes da empresa estudada com base nas dimensões tangibilidade, segurança, responsabilidade, agilidade e confiabilidade do serviço prestado.

SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Entende-se qualidade como o grau em que um serviço atende ou supera as expectativas do cliente, enquanto satisfação é a resposta emocional resultante dessa comparação entre expectativa e desempenho percebido (Kotler & Armstrong, 1998; Kotler & Keller, 2006). Para Trierweiller et al. (2017), quando a organização fornece um atendimento igual ou superior ao esperado, o cliente ficará satisfeito. A percepção referente aos serviços está diretamente ligada à satisfação. Contudo, esse sentimento subjetivo se relaciona com o valor pessoal, bem como descontentamento ou um sentimento prazeroso (Kotler & Armstrong, 1998).

As pesquisas e os modelos que qualificam a satisfação dos clientes servem para orientar os gestores em melhorias, especialmente naqueles setores em que são verificados menores graus de satisfação (Wicks & Roethlein, 2009). Walker (1991) menciona que a capacidade de satisfação pode estar relacionada à percepção de necessidades atendidas por parte dos consumidores, repercutindo em vantagem competitiva das organizações.

Clientes satisfeitos estão mais propícios a se tornarem fiéis às organizações, elevando a probabilidade de disseminação de comentários positivos dos serviços ou produtos adquiridos (Bateson & Hoffman, 2001). Como um dos aspectos mais importantes para as organizações, manter a fidelização dos clientes está na capacidade de medir o seu grau de satisfação (Kotler & Keller, 2006). Levando-se em conta que a satisfação é retratada quando os produtos ou serviços atingem seus destinos, Oliver (1999) constatou que o status de consumo repetitivo ou experiência única tem relação direta com lealdade e satisfação, ou seja, com a fidelização.

Westbrook e Oliver (1991) mencionam que a felicidade e o prazer estão associados a níveis elevados de satisfação e, em contrapartida, baixos níveis de satisfação estão relacionados com sentimentos negativos, ainda que essa insatisfação não seja absoluta, sendo que essas emoções se relacionam independentemente. Santos e Rossi (2002) mencionam que o cliente satisfeito passará a ser um cliente fixo, tendo em vista que a lealdade adquirida é baseada na confiança. Assim, entende-se que a satisfação estará entre um dos aspectos mais importantes quando implementada a fidelização dos clientes em uma determinada assistência técnica.

De acordo com Costa, Santana e Trigo (2015) as organizações necessitam identificar, compreender e atender às necessidades dos clientes, para que, dessa forma, seja criado um bom relacionamento, sendo o atendimento um fator essencial no setor de serviços. Assim, é imprescindível que a empresa apresente interesse em prestar um bom atendimento ao consumidor, independentemente se ele irá concretizar a compra ou não.

Para Arantes e Neves (2017), o fornecimento de benefícios a alguém e a solução de problemas podem ser definidos ainda como qualidade em um serviço, qualidade essa relacionada a uma experiência de necessidade atendida de forma satisfatória. O julgamento realizado por consumidores e clientes de um determinado produto ou serviço define a qualidade no serviço prestado, sendo esse o caminho pelo qual se define se o produto ou serviço atingiu suas expectativas e necessidades (Gitlow, 1993).



Aplicando isso para a realidade das assistências técnicas, elas são voltadas para atender uma demanda específica, contudo, podem agregar uma variedade de serviços similares e a venda de produtos vinculados a esses serviços. Para Tontini e Zanchett (2010), a assistência técnica deverá atingir os anseios dos clientes, ao ponto de superar experiências anteriores em preço, entrega e prazo para torná-lo satisfeito. Além de gerar expectativas oriundas de seus próprios anseios, os clientes também colocam experiências anteriores como base para comparação de serviços prestados. Para as empresas se tornarem satisfatórias, é necessário que elas atendam bem todas as áreas as quais destinam seus serviços, para, deste modo, atenderem a todas as necessidades dos seus clientes (Nunes, 2020).

ESTUDOS ANTERIORES SOBRE A UTILIZAÇÃO DA ESCALA SERVQUAL

Foram recuperados artigos científicos na base de dados do Google Acadêmico, utilizando o termo “escala SERVQUAL”, sem a definição de critérios mais específicos, ou seja, realizou-se uma revisão de narrativa. Os estudos selecionados contemplam o espaço temporal de 2012 a 2025.

Diversos estudos têm adotado a escala SERVQUAL para avaliar a qualidade percebida em diferentes contextos de prestação de serviços. Chacon et al. (2022), por exemplo, analisaram a qualidade do serviço de alimentação fornecido por uma empresa terceirizada em uma instituição federal de ensino. O estudo aplicou um questionário baseado na SERVQUAL e validou a escala por meio do coeficiente Alfa de Cronbach, além de realizar análises de quartis e de prioridade dos itens, a fim de identificar as dimensões mais críticas. O público-alvo correspondeu aos alunos beneficiados com o auxílio-alimentação, e entre as cinco dimensões avaliadas, a responsividade obteve a menor média, revelando uma relação significativa entre a percepção do cliente e a qualidade percebida. Com base nos achados, foi proposto um plano de ação corretivo.

Santos e Bruno (2018) utilizaram a SERVQUAL para identificar as causas de insatisfação dos clientes de uma loja de roupas. Embora tenha sido observada uma pequena discrepância entre expectativas e entregas, a análise indicou incompatibilidade especialmente nas dimensões confiabilidade e tangibilidade. Ainda que houvesse correções pontuais, os resultados mostraram que a empresa precisava melhorar em todas as dimensões avaliadas.

No estudo de Pelissari et al. (2012) o objetivo foi compreender as percepções dos clientes a fim de auxiliar empresários a estreitarem o relacionamento com seus consumidores. A amostra foi composta por 67 respondentes, num universo aproximado de 1.400 clientes atendidos semanalmente. As respostas, avaliadas em escala de 1 a 5, revelaram escores entre 4 e 5, indicando níveis satisfatórios de qualidade percebida.

Batista et al. (2022), por sua vez, analisaram a qualidade percebida dos serviços em uma escola pública na cidade de Caldas Novas (GO), também utilizando a SERVQUAL. A pesquisa foi quantitativa, de natureza descritivo-exploratória, do tipo survey transversal. O instrumento incluiu 22 itens, avaliando as expectativas, e outros 22 itens para as percepções, todos medidos por escala Likert de 5 pontos. Os maiores *gaps* identificados referiam-se à dimensão tangibilidade, revelando a necessidade de melhorias estruturais e organizacionais.

O Quadro 1 sintetiza outros estudos que aplicaram a SERVQUAL em diferentes contextos, como hospitais, restaurantes, instituições de ensino e serviços públicos. Em comum, todos demonstram o potencial da escala como ferramenta de diagnóstico para mensurar e comparar expectativas e percepções dos consumidores.

Quadro 1. Utilização da Escala SERVQUAL

Citação	Área	Dimensões Avaliadas	Local	Resumo do Estudo
Mastelli & Dallora (2021)	Serviços hoteleiros em hospital público	5 dimensões SERVQUAL	Brasil	Avaliação antes e depois da implantação de diretrizes de qualidade; melhoria na satisfação
Conde et al. (2022)	Restaurantes	22 itens das 5 dimensões SERVQUAL	México	Identificação de lacunas entre expectativa e percepção; maior déficit em responsividade e empatia
Rolo et al. (2023)	Ensino superior	5 dimensões SERVQUAL	Brasil	Análise da satisfação de estudantes; destaque para lacunas em responsividade e confiabilidade
Hamerski & Pereira (2020)	Educação superior (apoio ao aluno)	5 dimensões SERVQUAL	Brasil	Verificação de discrepâncias em 21 dos 22 itens; confiabilidade foi o ponto mais crítico
Moita et al. (2020)	Sistema Único de Saúde (SUS)	5 dimensões SERVQUAL	Brasil	Adaptação e validação estatística da escala SERVQUAL no contexto do SUS.
Vahlepy et al. (2022)	Indústria de embalagens	Análise fatorial das 5 dimensões SERVQUAL	Brasil	Estudo sobre vendas técnicas; garantia e empatia mostraram maior relação com a satisfação
Trancoso & Sousa Júnior (2022)	Ensino médio	5 dimensões SERVQUAL	Brasil	Proposição de melhorias na qualidade com base nas lacunas entre expectativa e percepção
Moura, Rocha & Moura (2025)	Microempresa metalúrgica	Confiabilidade (ênfase)	Brasil	Apontamento de desafios operacionais com foco em confiabilidade, especialmente pontualidade
Melo & Muniz (2017)	Serviços contábeis	Modelo adaptado da SERVQUAL	Brasil	Proposta de melhorias estratégicas com base em modelo SERVQUAL adaptado
Santos et al. (2020)	Supermercado	Modelo adaptado da SERVQUAL	Brasil (SE)	Análise da validade e confiabilidade de modelo SERVQUAL em supermercado de Aracaju

Fonte: Autores.

A partir da análise dos estudos selecionados, é possível perceber que diferentes tipos de negócio apresentam sensibilidades específicas em relação às dimensões da escala SERVQUAL. No setor de alimentação, por exemplo, conforme evidenciado por Conde et al. (2022), as dimensões mais críticas foram responsividade e empatia, indicando que a agilidade no atendimento e a atenção ao cliente são fatores determinantes para a satisfação nesse segmento. Já na área de saúde, especialmente em serviços hoteleiros em hospitais públicos analisados por Mastelli e Dallora (2021), observou-se uma maior sensibilidade na dimensão tangibilidade, o que está relacionado à importância de ambientes limpos, organizados e bem equipados para a percepção de qualidade nesse contexto.

No campo da educação, estudos como os de Rolo et al. (2023) e Hamerski e Pereira (2020) demonstraram que responsividade e confiabilidade são aspectos críticos, o que sugere que estudantes valorizam tanto a prontidão no atendimento quanto a consistência na entrega de serviços educacionais. Já na indústria, como mostra Vahlepy et al. (2022), a responsividade e empatia se destacaram como mais impactantes na percepção de qualidade por parte dos clientes de vendas técnicas, devido à complexidade dos produtos e à necessidade de suporte especializado.



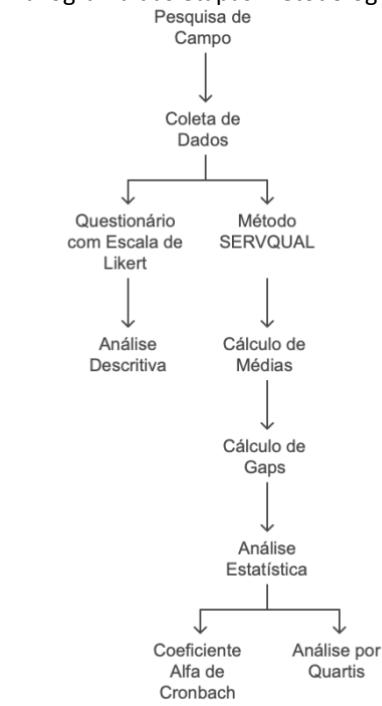
Dessa forma, considerando-se as especificidades de cada setor, percebeu-se que a escala SERVQUAL é versátil e eficaz na avaliação da qualidade da prestação de serviços, sendo, portanto, adequada para aplicação na presente pesquisa, que investiga a percepção de clientes de empresas de assistência técnica em telefonia celular.

METODOLOGIA

O estudo corresponde a uma pesquisa de campo, com um método quantitativo, de tipologia descritiva. Utilizou-se como instrumento de coleta de dados um questionário com Escala de Likert de 5 pontos e o método SERVQUAL. O instrumento contou com perguntas relacionadas às expectativas e às perspectivas dos participantes, acerca do ambiente e da qualidade do serviço prestado na área de assistência técnica de telefonia celular, bem como faixa etária, localização, escolaridade e ocupação. Essa escolha se justifica por pretender compreender a expectativa e perspectiva relacionada à satisfação do cliente no período pré e pós-prestação do serviço.

Adotou-se o *software* de Inteligência Artificial (IA) Napkin e fez-se um detalhamento das escolhas metodológicas realizadas, tendo como base a escala SERVQUAL, seguida pela coleta e pelo tratamento de dados (Figura 1).

Figura 1. Fluxograma das etapas metodológicas da pesquisa



Made with Napkin

Fonte: Autores.

ESCALA SERVQUAL E EXPECTATIVA DOS CLIENTES

Para Giacomet (2019), a SERVQUAL é uma escala utilizada para analisar a aceitação de um padrão que tem a finalidade de mensurar as expectativas dos clientes em relação a um determinado produto ou serviço antes de obtê-lo. Nesse sentido, essa escala tem como princípio estabelecer uma correlação entre as expectativas e as reais percepções sentidas pelos clientes, com a prestação de serviço. Desse modo, a utilização da SERVQUAL neste estudo contribui para identificar lacunas na prestação do serviço de assistência técnica de celulares, oferecendo subsídios para o aprimoramento dos processos e para o aumento da satisfação dos clientes.

Batista et al. (2022) mencionam que, por ser um modelo de fácil compreensão, bem como a forma simples de mensuração, a escala é uma das mais utilizadas para a mensuração da qualidade em serviços dos mais variados segmentos. Dessa maneira, comprehende-se que, pela facilidade de execução e análise, a escala SERVQUAL tem um papel fundamental na identificação de possíveis problemas relacionados à satisfação de clientes e à qualidade dos serviços prestados. Além disso, sua aplicabilidade em diferentes contextos permite que gestores utilizem os resultados como ferramenta estratégica, orientando decisões voltadas à melhoria contínua dos serviços oferecidos.

Conforme Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), a escala SERVQUAL apresenta-se em cinco dimensões distintas, também utilizadas no presente estudo:

- 1) Tangibilidade: refere-se ao ambiente físico, incluindo as máquinas e ferramentas de serviços, bem como o vestuário dos funcionários, a limpeza do ambiente. Verifica também se as informações da loja estão bem visíveis e se são de fácil compreensão;
- 2) Segurança: remete-se à forma pela qual o cliente é abordado pelo profissional, sendo necessário, para isso, um atendimento cordial e a demonstração de profissionalismo e habilidades técnicas para se gerar credibilidade;
- 3) Responsabilidade: tem relação com a capacidade de realizar aquilo que foi proposto, assumindo, assim, o compromisso com o cliente;
- 4) Agilidade: tem relação com a presteza com que o profissional realiza o serviço;
- 5) Confiabilidade: diz respeito à capacidade de gerar confiança e cumprir com os prazos e compromissos prometidos.

De acordo com o modelo SERVQUAL desenvolvido pelos pesquisadores Parassuraman, Berry e Zeitthaml (1988), esta metodologia conta com *Gaps* – diferença entre expectativa e perspectiva acerca do serviço prestado. O *Gap* utilizado para o desenvolvimento do trabalho busca analisar as lacunas existentes entre as expectativas e as perspectivas dos clientes frente aos problemas da qualidade dos serviços prestados.

COLETA E TRATAMENTO DE DADOS

Os dados da pesquisa foram primários e a data da coleta ocorreu entre 16 e 30 de junho de 2023, sendo o período definido pela disponibilidade e conveniência da empresa estudada. Utilizou-se o Google Forms, com perguntas fechadas, sem a possibilidade de editar as respostas, sendo possível responder apenas uma vez, para o envio dos questionários. Houve um contato prévio dos pesquisadores com os participantes na loja física, mediante autorização dos participantes, houve o envio do *link* do questionário pelo aplicativo Whatsapp.

Menciona-se que foram propostas 11 perguntas, sendo uma adaptação do instrumento de pesquisa SERVQUAL original, com 22 questões. Essa adaptação foi necessária pela especificidade do *locus* de aplicação, tipo de empreendimento e setor escolhido. Estabeleceu-se, com base em Hair Jr. (2009), o tamanho amostral mínimo de cinco vezes o número de itens componentes da escala, ou seja, no mínimo 110 respondentes. Entretanto, na presente pesquisa, foram coletados os dados de 116 respondentes, sendo desconsiderado 1, que indicou mais de uma resposta para o mesmo item, totalizando 115 questionários válidos.

Como critério de inclusão e justificativa metodológica, definiu-se que os participantes da pesquisa teriam entre 18 e 65 anos, assegurando a capacidade legal para responder ao questionário (Quadro 2) de forma consciente. Além disso, optou-se por aplicar o instrumento apenas a clientes que haviam utilizado os serviços em até três meses antes da coleta de dados, garantindo maior fidelidade das respostas em relação às percepções e experiências vivenciadas, uma vez que estas estariam ainda recentes em sua memória.

Quadro 2. Questionário utilizado na pesquisa

Dimensão	Expectativa	Perspectiva
Tangibilidade	A loja deve possuir equipamentos modernos que auxiliam o técnico no reparo dos celulares.	A loja possui equipamentos modernos que auxiliam o técnico no reparo dos celulares.
	A loja deve ter um ambiente limpo.	A loja tem um ambiente limpo.
	A loja deve possuir acessibilidade para pessoas idosas e portadores de deficiência.	A loja possui acessibilidade para pessoas idosas e portadores de deficiência.
Confiabilidade	A loja deve cumprir com os prazos e qualidade do serviço preestabelecido.	A loja cumpriu com os prazos e qualidade do serviço preestabelecido.
	A loja deve passar confiança nos serviços prestados.	A loja passa confiança nos serviços prestados.
Agilidade	Os funcionários da loja devem atender de forma ágil e eficiente os clientes.	Os funcionários da loja atendem de forma ágil e eficiente os clientes.
	A loja deve entregar os consertos no menor tempo possível.	A loja entrega os consertos no menor tempo possível.
Segurança	Os funcionários deverão ter conhecimento técnico para atender as exigências dos clientes.	Os funcionários têm conhecimento técnico para atender as exigências dos clientes.
	A loja deve fornecer sigilo das informações dos clientes	A loja fornece sigilo das informações dos clientes
Responsabilidade	A loja deve ter o cliente como peça-chave, e por isso, atendê-lo de forma que supere suas expectativas.	A loja tem o cliente como peça-chave, e por isso atende de forma que supere suas expectativas.
	A loja deve possuir garantia dos serviços prestados.	A loja possui garantia dos serviços prestados.

Fonte: Autores.

As dimensões, do questionário, foram respondidas por meio de escalas *Likert* de 5 pontos, com as respostas variando de 1 a 5. Uma planilha eletrônica foi utilizada para o tratamento inicial dos dados coletados via Google Forms. As respostas dos participantes foram organizadas em planilhas. Primeiro, foram separados os itens referentes à análise descritiva dos participantes, a partir dos dados sociodemográficos (idade, escolaridade, ocupação, localização, entre outros), com a posterior construção de gráficos em pizza.

Em seguida, foram separados os itens referentes à escala SERVQUAL (expectativas e percepções). Com base nestes dados, foram calculadas as médias das respostas por item, possibilitando a comparação entre o que os clientes esperavam e o que, de fato, perceberam no serviço prestado. A partir desses valores médios, foram calculados os *gaps* (diferença entre percepção e expectativa), permitindo identificar os pontos de maior ou menor satisfação dos clientes (Chacon et al., 2022).

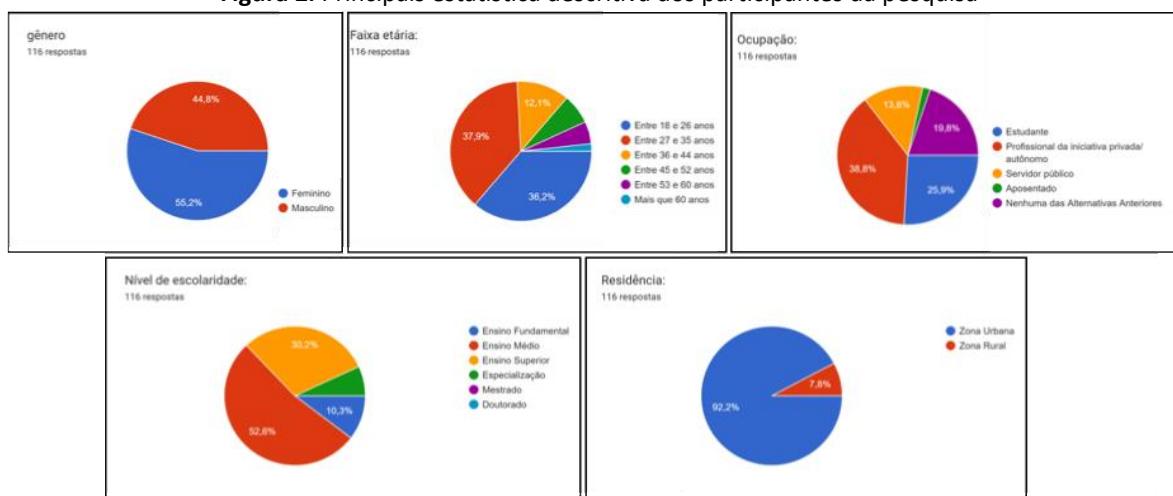
O software SPSS foi empregado para realização de análises estatísticas avançadas, com destaque para o cálculo do Coeficiente Alfa de Cronbach (α), para verificação da confiabilidade interna da escala aplicada (Hair Jr., 2009). Cálculo realizado para os itens de expectativa e de percepção, obtendo-se valores elevados ($\alpha = 0,977$ e $\alpha = 0,969$, respectivamente), indicando alta consistência interna. Também foi calculado o Alfa de Cronbach para cada uma das cinco dimensões da SERVQUAL, assegurando a validade do instrumento.

ANÁLISE E DISCUSSÃO

DESCRIÇÃO DOS PARTICIPANTES

A maioria dos participantes são do gênero feminino, com um total de 55,2%, que corresponde a pouco mais de 64 pessoas (Figura 2). 44,8% dos participantes são do gênero masculino, correspondendo a aproximadamente 52 pessoas. Esse resultado refere-se a uma representação da população oeirense que utiliza os serviços de assistência técnicas em telefonia celular, não necessariamente mantendo as proporções amostrais que a população oeirese, conforme identificado pelo IBGE (2021).

Figura 2. Principais estatística descritiva dos participantes da pesquisa



Fonte: Autores.

Identificou-se que entre 18 e 26 anos, um total de 42 participantes, configurando 36,2%; entre 27 e 35 anos um total de 44 participantes, configurando 37,9%; entre 36 e 44 um total de 14 participantes, configurando 12,1%; entre 45 e 52 um total de 8 participantes, configurando 6,9%; entre 53 e 60 um total de 6 participantes, configurando 5,2%; participantes com mais de 60 um total de 2 participantes, configurando 1,7%.

A maioria dos participantes possuem o ensino médio, totalizando 52,6% (61 participantes); 30,2% com nível superior (35 participantes); com ensino fundamental e especialização, 10,3% (12 participantes) e 6,9% (8 participantes), respectivamente. Nenhum participante com mestrado ou doutorado. Segundo o IBGE (2021), 97,9 % da população entre 6 e 14 anos possui escolarização, sendo um fator significativo para esta pesquisa, uma vez que todos os participantes deste estudo tinham um grau de escolaridade.

92,2% participantes moram na zona urbana, correspondendo a 107 participantes. Apenas 7,8% residem na zona rural, correspondendo a 9 participantes. Mostrando que a maior concentração de pessoas que utilizam dispositivos móveis está na cidade, isso entra em consonância com o IBGE (2021), uma vez que ele apresenta que a maior parte da população reside em zona urbana.

Por fim, 38,8%, que corresponde a 45 participantes, são profissionais da iniciativa privada/autônoma. Sendo que, estudantes são 25,9% (30 participantes) da amostra. Respondentes que não apresentaram nenhum dos itens indicados no questionário somam 19,8% (23 participantes). Servidores públicos e aposentados correspondem a 13,8% (16 participantes) e 1,7% (2 participantes), respectivamente.

RESULTADOS DA APLICAÇÃO DA ESCALA SERVQUAL

Verifica-se (Quadro 3) que em relação à expectativa, o item de maior média foi: R2 – Garantia dos serviços prestados (4,48). Já o item com a média mais baixa foi: T3 – Acessibilidade para pessoas idosas e pessoas com deficiência (4,11). Isso evidencia que os clientes atribuem maior importância à segurança e confiança no serviço prestado, enquanto a questão da acessibilidade ainda não é percebida como prioridade entre suas expectativas.

Quadro 3. Médias das expectativas, perspectivas e os gaps

Dimensões e Itens	ME	MP	MP-ME
Tangibilidade (T)	4,26	4,26	0,00
1. Equipamentos modernos para os reparos dos celulares (T1)	4,26	4,40	0,14
2. Ambiente limpo (T2)	4,40	4,50	0,10
3. Acessibilidade para pessoas idosas e pessoas com deficiência (T3)	4,11	3,87	-0,24
Confiabilidade (C)	4,44	4,51	0,08
4. Prazos e qualidade do serviço preestabelecido (C1)	4,42	4,51	0,10
5. Confiança nos serviços prestados (C2)	4,46	4,51	0,05
Agilidade (A)	4,41	4,43	0,02
6. Atendimento ágil e eficiente (A1)	4,43	4,49	0,05
7. Consertos no menor tempo possível (A2)	4,39	4,38	-0,01
Segurança (S)	4,43	4,46	0,03
8. Conhecimento técnico para atender as exigências dos clientes (S1)	4,40	4,42	0,02
9. Sigilo das informações dos clientes (S2)	4,47	4,50	0,03
Responsabilidade (R)	4,44	4,53	0,09
10. Cliente como peça-chave, e por isso, atendê-lo de forma que supere suas expectativas (R1)	4,41	4,51	0,10
11. Garantia dos serviços prestados (R2)	4,48	4,55	0,07

Nota - ME: Média da expectativa; MP: Média da percepção; MP-ME: Gap.

Fonte: Autores.

Levando em consideração as médias que foram obtidas nas dimensões, pode-se perceber que as dimensões Confiabilidade e Responsabilidade tiveram as maiores médias (4,44) cada uma. A dimensão Tangibilidade teve a menor média (4,26). Assim, os clientes esperam que os aspectos confiáveis e responsáveis pertinentes ao nível de satisfação dos consumidores da assistência técnica em questão se destaquem em relação aos demais aspectos. Esse resultado reforça a relevância de práticas que fortaleçam a imagem de confiabilidade e responsabilidade no serviço, aspectos decisivos para a satisfação do público consumidor.

No que diz respeito à percepção, o item que obteve a maior média foi: R2 – Garantia dos serviços prestados (4,55). Já o item com a média menor foi: T3 – Acessibilidade para pessoas idosas e portadores de deficiência (3,87). Dessa forma, nota-se que a percepção dos clientes confirma a importância da garantia do serviço como diferencial competitivo, enquanto indica uma experiência menos positiva no quesito de acessibilidade.

Considerando-se as médias por dimensão, a Responsabilidade (4,53) obteve a maior média e a Tangibilidade (4,26) teve a média mais baixa, ou seja, os clientes avaliam bem o serviço de assistência técnica quanto aos seus aspectos responsáveis e o avaliam mal, tendo como base os aspectos de tangibilidade, indicando possíveis problemas relacionados aos itens que compõem esta dimensão. Isso sugere que melhorias nos elementos físicos e estruturais podem ser estratégicas para elevar a percepção global do serviço, equilibrando a qualidade percebida entre as dimensões.



No que concerne aos *gaps*, observa-se que quase todos são positivos, ou seja, para quase todos os itens a percepção é maior que a expectativa, indicando que o desempenho do serviço se sobressai ao esperado pelos seus usuários, o que sugere uma boa qualidade do serviço prestado. Esse resultado é indicativo de que a assistência técnica está excedendo às expectativas do cliente, o que fortalece sua imagem e reputação no mercado.

Em relação aos itens com *gaps* negativos, o que apresentou *gap* mais alto, em módulo, foi: T3 – Acessibilidade para pessoas idosas e pessoas com deficiência (-0,24). Outro item com gap negativo foi: A2 – Consertos no menor tempo possível (-0,01). Esses *gaps* negativos sinalizam pontos específicos de atenção para a gestão, demandando estratégias de aprimoramento na infraestrutura de acessibilidade e na agilidade do serviço.

Analizando-se as dimensões, a Responsabilidade (0,09) obteve a maior média e a Tangibilidade (0,00) igualdade no *gap* em relação às médias gerais das expectativas e das perspectivas, demonstrando um equilíbrio nessa dimensão, em relação à percepção do cliente, antes e após a prestação do serviço. Essa constatação indica que, embora equilibrada, a dimensão Tangibilidade ainda apresenta oportunidades de melhorias que podem gerar ganhos na satisfação e fidelização dos clientes.

COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

A confiabilidade da escala SERVQUAL implementada foi analisada a partir da estimativa do Alfa de Cronbach, tanto para a expectativa e percepção (Tabela 1), quanto para cada dimensão que integrou estes fatores (tangibilidade, confiabilidade, agilidade, segurança e responsabilidade) (Tabela 2).

Tabela 1. Valores de Alfa de Cronbach para expectativa e percepção

Expectativa (α)	Percepção (α)
0,977	0,969

Fonte: Autores.

Tabela 2. Alfa de Cronbach das dimensões

	Tangibilidade	Confiabilidade	Agilidade	Segurança	Responsabilidade
Expectativa (α)	0,928	0,973	0,946	0,928	0,926
Percepção (α)	0,788	0,946	0,941	0,916	0,966

Fonte: Autores.

A análise do Alfa de Cronbach estimado para as escalas da expectativa e da percepção, considerando todos os itens que compõem esses fatores, indica uma alta confiabilidade da escala, com uma consistência interna quase perfeita, conforme Hair Jr. et al. (2009), pois os valores de α para a expectativa e para a percepção estão acima de 0,70.

A análise do Alfa de Cronbach de cada dimensão componente da expectativa e da percepção também indicou uma alta confiabilidade da escala utilizada. Todas as dimensões da expectativa apresentaram estimativa do parâmetro α superior a 0,70, com consistências internas quase perfeitas, próximas a 1 (Hair Jr. et al., 2009).

Por sua vez, a análise das consistências internas das dimensões da percepção sugere que a confiabilidade, a agilidade, a segurança e a responsabilidade apresentam consistências internas quase perfeitas (próximas a 1), enquanto a tangibilidade apresenta consistência interna aceitável, acima de 0,7. Assim, com base em Hair Jr. et al. (2009), todas as dimensões e variáveis analisadas apresentam validade aceitável.



Tais resultados demonstram o quanto a escala em questão é útil para a compreensão da satisfação do cliente, podendo ser utilizada como meio para a identificação e correção de problemas ou de pontos fortes do processo de prestação de serviços da empresa. Com base nos resultados obtidos, foi possível cruzar os dados das dimensões da escala SERQUAL e o coeficiente de alfa de Cronbach para propor medidas de intervenção que possibilitem majorar os resultados de cada dimensão (Quadro 4).

Quadro 4. Medidas de intervenção propostas para majorar a qualidade do serviço prestado

Dimensão	Resultados identificados	Medidas de intervenção propostas
Tangibilidade	Apresentou a menor média entre as dimensões (Expectativa: 4,26; Percepção: 4,26; Gap: 0,00). Item T3 (Acessibilidade) com menor média e gap negativo (-0,24).	Melhorar a infraestrutura física, garantindo acessibilidade para idosos e PCD, com rampas, sinalização e espaço adequado; investir em equipamentos modernos; manter o ambiente limpo e organizado para elevar a percepção positiva.
Confiabilidade	Obteve uma das maiores médias de expectativa (4,44), indicando importância para os clientes.	Fortalecer a consistência dos serviços prestados, utilizando checklists de verificação e rastreabilidade das ordens de serviço; garantir que os prazos de entrega sejam cumpridos rigorosamente para consolidar a confiança dos clientes.
Agilidade	Gap negativo em A2 (Consertos no menor tempo possível) (-0,01).	Revisar os processos internos para reduzir prazos de conserto, priorizando agilidade sem comprometer a qualidade; capacitar técnicos para execução eficiente e otimizar o fluxo de atendimento.
Segurança	Alta média para o item R2 (Garantia dos serviços) em expectativa (4,48) e percepção (4,55).	Manter a política de garantia clara e transparente como diferencial, além de comunicar ao cliente os direitos e os procedimentos em caso de falhas, reforçando o sentimento de segurança no serviço contratado.
Responsabilidade	Obteve a maior média entre as dimensões (Percepção: 4,53) e maior gap positivo (0,09).	Manter o padrão de atendimento responsável, capacitando a equipe em atendimento humanizado e pós-serviço, reforçando o acompanhamento do cliente mesmo após a finalização do serviço para fortalecer a relação de confiança.

Fonte: Autores.

As medidas de intervenção propostas refletem os resultados obtidos em cada dimensão da escala SERVQUAL, indicando ações práticas para aprimorar a qualidade percebida pelos clientes. Investir em melhorias de infraestrutura e acessibilidade contribui para elevar a dimensão Tangibilidade, enquanto reforçar a consistência e os prazos fortalece a Confiabilidade. A otimização de processos internos pode mitigar a leve insatisfação identificada em Agilidade, e a manutenção de políticas claras de garantia amplia a percepção de Segurança. Por fim, a continuidade do atendimento humanizado e do acompanhamento pós-serviço consolida a Responsabilidade, fortalecendo a confiança e a satisfação dos clientes de forma integrada e estratégica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A aplicação da escala SERVQUAL em uma assistência técnica de celulares evidenciou que, apesar de a empresa apresentar bons resultados em confiabilidade, responsabilidade, agilidade e segurança, persistem desafios relacionados à tangibilidade, especialmente na acessibilidade e no ambiente físico, bem como no tempo de prestação dos serviços. Esses achados reforçam a utilidade da SERVQUAL para identificar pontos fortes e aspectos a serem aprimorados, permitindo que a empresa direcione esforços para elevar a qualidade percebida pelos clientes.

Além disso, propõem-se recomendações para aprimorar a qualidade percebida pelos clientes, especialmente em relação à acessibilidade, ao ambiente físico e à agilidade no atendimento. Tais medidas podem fortalecer a competitividade e a confiança dos clientes na assistência técnica, contribuindo para a melhoria contínua dos serviços oferecidos.

Diante dos achados da pesquisa, comprehende-se o quanto a escala SERVQUAL é relevante na compreensão das percepções do cliente a respeito de um serviço prestado, podendo ser utilizada de forma oportuna para a compreensão dos principais aspectos considerados pelo consumidor. Novos estudos na área podem aplicar a escala em outros segmentos empresariais, comparando os resultados.

REFERÊNCIAS

- Arantes, P. & Neves, M. (2017). Avaliação da qualidade em serviços: análise da utilização da ferramenta Servqual. In D. F. Andrade (Org.), *Gestão de serviços: artigos brasileiros* (Cap. 07). Belo Horizonte: Editora Poisson.
- Bateson, J. E. G. & Hoffman, K. D. (2001). *Marketing de serviços* (L. Simonini, Trad., 4^a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Batista, A. D., et al. (2022). Percepção da qualidade dos serviços educacionais prestados por uma escola pública de Caldas Novas (GO). *Humanidades e Tecnologia (FINOM)*, 38(1), 365-382.
- Borba, M. & Lacerda, H. (2015). Políticas públicas e tecnologias digitais: um celular por aluno. *Educação Matemática Pesquisa*, 17(3).
- Chacon, L. S., et al. (2022). Avaliação da qualidade do serviço de alimentação em uma instituição de ensino utilizando a escala SERVQUAL. *Revista Ciências Administrativas*, 28, e12745.
- Conde, S. K. S., Crisanto, T. H., Elizabeth, M. H., Gerardo, I. T., & Alejandra, T. L. (2022). Analysis of service quality in the restaurant sector in the State of Tlaxcala using the Servqual model. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 5(3).
- Costa, A., Santana, L., & Trigo, A. (2015). Qualidade do atendimento ao cliente: um grande diferencial competitivo para as organizações. *Revista de Iniciação Científica—RIC Cairu*, 2(2), 155-172.
- Demajorovic, J., et al. (2012). Logística reversa: como as empresas comunicam o descarte de baterias e celulares? *Revista de Administração de Empresas*, 52, 165-178.
- Dutra, F. (2016). A história do telefone celular como distinção social no Brasil: da elite empresarial ao consumo da classe popular. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 5(2).
- Giacomel, C., Cardoso, J. G., & Do Espírito Santo, C. A. (2019). Proposta de um instrumento para mensurar a satisfação de clientes de e-commerce. *Navus-Revista de Gestão e Tecnologia*, 9(2), 105-120.
- Gitlow, H. (1993). *Planejando a qualidade, a produtividade e a competitividade*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Hair Jr., J. F., et al. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman Editora.
- IBGE. (2021). *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*. Recuperado de <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pi/oeiras.html>
- Hamerski, H. & Pereira, M. L. (2020). A qualidade dos serviços prestados e a satisfação dos alunos com o núcleo de atendimento ao aluno de uma instituição de ensino superior de Vitória-ES a partir da ferramenta Servqual. *Revista de Gestão e Projetos*, 16(2), 59-84.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). *Administração de marketing* (12^a ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1998). *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle* (A. B. Brandão, Trad., 5^a ed.).
- Lima, C., et al. (2024). Cidadania organizacional, satisfação e intenção de rotatividade: um estudo com empregados públicos no estado do Pará. *Navus-Revista de Gestão e Tecnologia*, 14, 1-17.
- Mastelli, W. F. & Dallora, M. E. L. V. (2021). Como a gestão da qualidade pode contribuir para melhora no desempenho dos serviços hoteleiros terceirizados em um ambiente hospitalar público. *Revista de Administração em Saúde*, 21(84).
- Melo, F. M. & Muniz, E. C. L. (2017). Aplicação de modelo SERVQUAL na análise da qualidade de serviços contábeis. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 3(2), 1-17.
- Moita, G., Raposo, V., Barbosa, A. C. Q., & Hartz, Z. (2020). Qualitysaude: assessing the experience of using SUS by translating knowledge from experts and users. *European Journal of Public Health*, 30(5).
- Monteiro, G., Costa, L., & Guerra, M. (2023). Características das empresas e empregados envolvidos em acordos coletivos a partir do Mediador e da RAIS. *Revista Ciências do Trabalho*, (23).

- Moura, R. R., Rocha, R. R., & Moura, B. F. de. (2025). Avaliação SERVQUAL aplicada em uma empresa do setor metalúrgico. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 11(1), 275-298.
- Nunes, M. C. G. (2020). Antecedentes da confiança do consumidor nas assistências técnicas de celulares na cidade de Araguaína-TO.
- Oliveira, M. S. & Xavier, T. P. (2020). Análise da ferramenta SERVQUAL – Um estudo bibliométrico: SERVQUAL tool analysis - A bibliometric study. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 6(1), 51-76.
- Oliver, R. (1999). Whence customer loyalty? *Journal of Marketing*, Chicago, 63(special issue), 33–44.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 23.
- Pelissari, A. S., et al. (2012). Aplicação e avaliação do modelo Servqual para analisar a qualidade do serviço. *Revista Internacional*, 23(1).
- Rocha Jr., A., et al. (2019). Análise dos determinantes da utilização de assistência técnica por agricultores familiares do Brasil em 2014. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 57, 181-197.
- Rolo, A., Alves, R., Saraiva, M., & Leandro, G. (2023). The SERVQUAL instrument to measure service quality in higher education: A case study. *SHS Web of Conferences*, 160(1).
- Santos, C. P. & Rossi, C. A. V. (2002). O impacto de gerenciamento de reclamações na confiança e na lealdade do consumidor. *RAC*, 6(2), 49-73.
- Santos, J. W. dos, Alsina, O. L. S. de, & Monteiro, L. F. (2020). Análise da validade e confiabilidade do modelo Servqual adaptado ao varejo supermercadista. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 6(7), 120-132.
- Santos, L. C. & Bruno, D. M. (2018). Aplicação da ferramenta SERVQUAL em uma pesquisa de satisfação com clientes de uma loja de roupas. *Anais do X SIMPROD*.
- Tontini, G. & Zanchett, R. (2010). Atributos de satisfação e lealdade em serviços logísticos. *Gestão & Produção*, 17(4), 801-816.
- Trancoso, E. M. & Sousa Junior, W. R. de. (2022). Estudo sobre a qualidade do ensino de uma escola de nível médio localizada em Vitória, ES. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(3), 200-213.
- Trierweiller, A., et al. (2017). Satisfação de clientes utilizando a perspectiva descritiva e o modelo logístico. *Iberoamerican Journal of Industrial Engineering*, 9(17), 190-206.
- Walker, D. (1991). *O cliente em primeiro lugar: o atendimento e satisfação do cliente como uma arma poderosa de fidelidade e vendas*. Makron.
- Westbrook, R. A. & Oliver, R. L. (1991). The dimensionality of consumption emotion patterns and consumer satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 18(1), 84-91.
- Wicks, A. M. & Roethlein, C. J. (2009). A satisfaction-based definition of quality. *Journal of Business & Economics Studies*, 15(1).
- Vahlepy, R., Winarno, W., Azizah, F. N., & Rinaldi, D. N. (2022). Customer satisfaction analysis on sales engineering service using SERVQUAL and factor analysis in packaging industry. *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 16(2), 663-674.