



# ConBRepro

XII CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO



## ESG nas Engenharias

30 a 02  
de dezembro 2022

### GESTÃO DE SERVIÇOS APLICADO EM PEQUENA EMPRESA

Yago Martins

Centro Universitário da Fundação Educacional Guaxupé - UNIFEG

Carlos Renato Bueno

Centro Universitário da Fundação Educacional Guaxupé - UNIFEG

**Resumo:** Com o crescente aumento da gestão de serviço foi realizado uma pesquisa ação em um açougue localizado no sul de Minas Gerais, com o objetivo de avaliar a qualidade de serviço prestado para seus clientes, além de identificar e melhorar o desempenho nos atributos relevantes de qualidade com base nos critérios de qualidade: tempo de espera; tempo de atendimento, disposição de produtos, precisão de atendimento; tempo de serviço, higiene, conhecimento técnico; qualidade da embalagem, estética; meios de pagamento e flexibilidade. Para isso, aplicou-se um questionário para identificar a percepção do cliente quanto ao desempenho nesses quesitos. Foram identificadas as divergências, e por base nelas foi aplicado a ferramenta Folha de Verificação. Após 15 dias da aplicação melhoria foi realizada mais outra pesquisa com a finalidade de verificar se obteve melhorias no atendimento ao cliente. Desse modo, verificou-se que, com a aplicação da ferramenta houve uma melhoria de 43% na elaboração do pedido.

**Palavras-chave:** Gestão de Serviço; Folha de Verificação; Melhoria.

#### Service Management Applied in Small Business

**Abstract:** With the growing increase in service management, an action research was carried out in a butcher shop located in the south of Minas Gerais, with the objective of evaluating the quality of service provided to its customers, in addition to identifying and improving performance in the relevant quality attributes with based on quality criteria: waiting time; service time, product disposition, service accuracy; service time, hygiene, technical knowledge; packaging quality, aesthetics; payment methods and flexibility. For this, a questionnaire was applied to identify the customer's perception regarding the performance in these aspects. The divergences were identified, and based on them, a check sheet was applied. After 15 days of the improvement application, another survey was carried out in order to verify if improvements were made in customer service. Thus, it was found that, with the application of the tool, there was an improvement of 43% in the preparation of the request.

**Keywords:** Service management; Check Sheet; Improvement.

#### 1. Introdução

A gestão do ciclo de serviço é um elemento relevante, e está se tornando essencial em praticamente todos os setores, tanto no Brasil quanto no mundo. Seus fatores são

essenciais para o processo de urbanização e aumento da qualidade de vida das pessoas. (CORREA; GIANESIA,2009)

O cuidado com a satisfação do cliente e com a qualidade na prestação de serviços, levando em consideração que clientes satisfeitos são a base para que empresas atinjam seus propósitos e objetivos. É fundamental que empresas e corporações consigam controlar a qualidade de seus processos, atendendo assim as necessidades de seus clientes por meio de relações diretas. (SLACK; CHAMBERS & JOHNSTON, 2002; PALADINI, 1995).

No início de 2020 os acontecimentos relacionados a pandemia devido a COVID-19, acarretaram grande demanda de serviço em diversas áreas, como por exemplo serviços de entrega urbana, atendimentos a domicílio, entre outros trazendo maior comodidade, conforto, qualidade de vida, evitando que as pessoas fiquem em grandes filas e aglomerações, ao mesmo tempo houve aumento das exigências do consumidor, principalmente com relação à segurança. O isolamento social tem a finalidade de amenizar a proliferação, ou seja, tem efeito direto sobre o número de pessoas, reduzindo a necessidade de internamentos e os óbitos por Covid-19. (BARRETO; GARCIA; DUARTE, 2020).

O Mapeamento o do ciclo de serviço é uma ferramenta gerencial, em que empresas e organizações dividem seu processo em etapas, em cada etapa é possível definir critérios de avaliação. Com base nestes critérios é possível entender os gaps entre expectativas do cliente e o serviço efetivamente prestado (ZEMKE; ALBRACHT, 1990),

Para compreender a gestão do ciclo de serviços em pequenas empresas, foi analisado um açougue no Sul de Minas Gerais, onde teve sua administração trocada no começo do ano de 2022 e obteve algumas reclamações em relação a pedidos, com base nisso o objetivo principal é de avaliar a qualidade de serviço prestado para seus clientes. De maneira geral para alcançar o objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- Fazer o mapeamento e ciclo de serviço;
- Definir critérios de avaliação de qualidade;
- Fazer uma pesquisa com clientes para poder avaliar critérios definidos;
- Determinar quais as principais falhas por base na pesquisa;
- Propor melhorias tendo em vista as ferramentas da qualidade.

Justifica-se o tema, o setor de serviços aumentou consideravelmente durante o século XX na maioria dos países e sua importância é explícita e conveniente ao fato de ser o segmento econômico de maior dimensão e maior desenvolvimento tanto em países desenvolvidos quanto em subdesenvolvidos (FITZSIMMONS e FITZSIMMONS, 2000; ROTH e MENOR, 2003; HEINEKE e DAVIS, 2006; CHASE e APTE, 2007; JOHNSTON e MICHEL, 2008).

Através da análise da aplicação do método pretende-se responder a seguinte pergunta de pesquisa: Como melhorar a qualidade de serviços ofertado por um açougue localizado no sul de minas gerais?

No presente trabalho, inicialmente na introdução são apresentados o tema de presente estudo, o objetivo geral e específicos e a pergunta chave para conseguir atingir proposito, no referencial teórico será apresentado as ferramentas da qualidade utilizadas, em seguida no método de pesquisa, é apresentado as aplicações realizadas dentro da empresa, logo após são apresentados os resultados e conclusões, em seguida em considerações finais são abordando se conseguiu concluir com o objetivo.

## **2. Referencial Teorico**

### **2.1 Ciclo de serviço**

A prestações de serviços integram uma série de atividades que ocorrem entre: clientes: estruturas; recursos humanos; bens e sistemas de um fornecedor, objetivando encarregar-se da necessidade dos clientes. Trata-se de uma ação ou um exercício, que é oferecida de uma parte para outra. E este presente é, em geral, intangível, mesmo que haja no processo de prestação do serviço um produto físico envolvido (TÉBOUL, 1999; LOVELOCK; WRIGHT, 2001).

Os atendimentos que acontecem entre cliente e colaboradores da linha de frente, nos momentos da verdade, podem transmitir ao cliente uma imagem boa ou ruim da empresa, bem como fidelizar o cliente ou fazer com que perca seu cliente e ele não utilize mais seus serviços. (CARLZON, 2005). Isso simboliza que, para o gerente de operações de serviços, possui duas variáveis principais a gerenciar, quanto à administração de grau de satisfação do cliente: a expectativa do cliente a priori e percepção do cliente a posteriori da experiência do serviço. Habitualmente, as atividades de *front office* (ou de linha de frente) têm um papel importante, tanto na gestão da expectativa quanto na gestão da percepção do cliente (CORREA; CAON, 2002).

A Qualidade dos serviços prestados podem ser descritos pelas empresas, a partir de um ciclo, dividido em momentos específicos. O Ciclo de Serviços é um fluxograma que possui as interações que são vivenciadas pelos clientes, incentivada a cada contato entre clientes e organização. Esquematizar as ações da companhia, com base no ciclo de serviços, é um preceito que possibilita a entidade a visualizar-se por si própria pela ótica do cliente, contendo benefício em vários aspectos da empresa. (ALBRECH; BRADFORD, 1992). Todo ciclo de serviço tem um começo, meio e fim, conforme figura 1, ele é rotativo.

Serviço é alguma coisa que pode ser vendido ou comprado. Porém muitas vezes é impercebível por ser intangível. (GUMMESSON, 1987B). As organizações prestadoras de serviços tem se tornado o combustível da economia global. (KOTLER, 2006)

## 2.2 Medidas de desempenho de ciclo de serviço

O modelo Servqual (PARASURAMAN *et al*, 1988) e o modelo Servperf (CRONIN; TAYLOR, 1992), desenvolve uma escala chamada Service Quality Gap Analysis (Servqual), que leva em consideração as opiniões dos consumidores em relação a um determinado serviço frente à percepção de qualidade do serviço recebido (BERRY; ZEITHAML, 1988). A presente iniciativa da servqual é determinar a qualidade do serviço prestado por base da identificação de gaps (lacunas) presentes entre a expectativa e percepção do serviço prestado (GONCALVES; BRUNO; JORGE, 2017).

## 2.3 Ferramentas de avaliação de serviços

A escala de avaliação utilizada nas resposta apropriada o tipo de análise possível de ser efetuada subsequente. Deve-se verificar entre escala numerica, verbal ou grafica e também o numero de resultados de posições na escala adotada (CORREA; CAON, 2002).

O Check List ou Folha de Verificação é operada para supervisão e também para realizar a coleta de dados e informações acessíveis e organizadas. Ela Institui-se de um formulário impresso onde nele encontramos os itens necessários para a pesquisa (CARPINETI, 2012).

## **3. Metodo**

O objeto de estudo foi um açougue localizado no sul de minas gerais, porque é uma pequena empresa de pequeno porte e com mais de 25 anos no mercado, atualmente atua com a vendas de carnes suina, bovina e aves. Inicialmente foi realizado um

mapeamento do ciclo de serviço do objeto de estudo. Para cada um dos elementos do ciclo de serviço foram definidos os critérios de avaliação que foram utilizados na realização de uma pesquisa . A pesquisa foi executada em 3 etapas: questionário inicial para validação, questionário validado, questionário após tomada de ações. Os questionários possuíam 6 perguntas, sendo elas:

- 1 - O tempo de espera na fila interfere na sua avaliação de qualidade do estabelecimento?
- 2 - Nossos atendentes conseguem captar adequadamente seus pedidos e exigências?
- 3 - Em relação ao tempo necessário esperado para que seus pedidos e dúvidas fossem resolvidos, o atendimento foi rápido?
- 4 - Na sua opinião a embalagem a higiene dos produtos adquiridos, atinge suas expectativas em relação a qualidade?
- 5 - No estabelecimento, você pode contar com opções de pagamentos flexíveis?
- 6 - Com qual importância você avalia os níveis de serviços ofertado?

Com a finalidade realizar a avaliação dos serviços prestado por este estabelecimento.

A pesquisa foi realizada por meio do google forms, com perguntas para avaliar os criterios de qualidade, baseadas na escala likert. A vantajosa utilização da escala de Likert é sua facilidade de manipulação, visto que é fácil a um entrevistado emitir um grau de concordância sobre uma afirmação qualquer. Auxilia na confirmação de consistência psicométrica nas métricas que usufruíram, esta escala favorece certamente para sua utilização nas mais diversas pesquisas. (COSTA, 2011). A Tabela 01 apresenta a escala Likert utilizada na pesquisa:

**Tabela 01 – Escala Likert**

<b>Concordância</b>	<b>Frequência</b>	<b>Importância</b>	<b>Probabilidade</b>
Concordo totalmente	Muito frequente	Muito Importante	Quase sempre verdade
Concordo	Frequentemente	Importante	Geralmente verdade

Não concordo nem discordo	Eventualmente	Mediana	As vezes é verdade
Discordo	Raramente	Às vezes é importante	Geralmente é falso
Discordo totalmente	Nunca	Não é nada importante	Quase sempre é falso

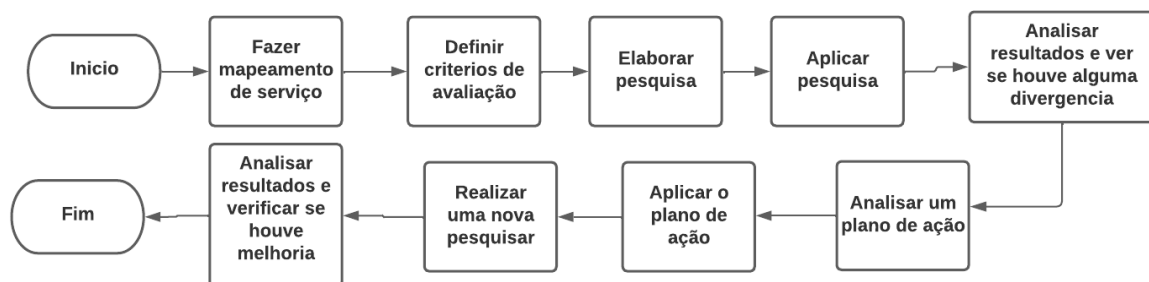
Fonte: Autores (baseado em <https://www.zendesk.com.br/blog/escala-likert/>)

A pesquisa realizada foi por meio do método pesquisa-ação, onde a pesquisa foi realizada por funcionários no ato do atendimento. A pesquisa-ação possui uma sequência constituído por três processos principais que são: observar, para conseguir reunir várias informações e construir um cenário; pensar, para explorar, analisar e interpretar os fatos; e agir, implementando e avaliando os procedimentos (THIOLLENT, 1997).

Foi realizado de inicial uma pesquisa no dia 30 de abril de 2022 com 5 clientes para a validação do questionário, logo apos a validação foi entrevista mais 25 clientes, somando ao todo 30 pessoas, com a finalidade de avaliar os critérios de qualidade ofertado do estabelecimento.

O presente fluxograma apresentado pela figura 1 demonstra o processo utilizado para a elaboração da pesquisa:

Figura 1 – Fluxograma



Fonte: Próprio Autores

#### 4. Resultados e Conclusões

O objeto de estudo escolhido foi um açougue em uma cidade do sul de Minas Gerais, com 5 funcionários, horário de atendimento das 08:00 as 18:00 horas, atuando com carne suína, bovina e aves, há mais de 25 anos. De inicial foi realizado um mapeamento do ciclo de serviço um açougue, Através de observação, durante 2 dias por semana em um mês. O Ciclo mapeado são para clientes que vão fisicamente a o

estabelecimento, porém existe outras duas possibilidades de atendimento que não foram mapeadas nesse primeiro momento.

#### 4.1 Elaboração do ciclo de serviço

Para conseguir definir os criterios de avaliação foi realizado o mapeamento do processo conforme apresentado na Figura 02:

Figura 02 – Ciclo de Serviço

## Ciclo de Serviço



Fonte: Próprio Autores

#### 4.2 Análise dos critérios para avaliação de desempenho do ciclo de serviço

Para cada um dos momentos da verdade foram definidos os critérios de desempenho. Esses critérios de desempenho foram definidos com base na aplicação de questionário para de inicial 5 pessoas em seguida 25, sendo assim totalizando 30 entrevistado. Em seguida foi analisado os critérios de avaliação por base nos requisitos do ciclo de serviço onde está representado pela Tabela 02.

Tabela 02 – Requisitos e Criterios de Avaliação

Requisitos	Critérios de Avaliação
Entrar e Aguardar na fila.	O tempo de espera.
Fazer pedido a atendente.	Tempo de atendimento, disposição de produtos, se os pedidos foram anotados corretamente.
Aguardar elaboração.	Tempo de serviço, Higiene, conhecimento técnico.
Receber pedido.	Qualidade da embalagem, pedido veio correto, sujo ou danificado.
Realizar pagamento	Meios de pagamento, flexibilidade de pagamento.

**Fonte: Próprio Autores**

#### 4.3 Análise de resultados e elaboração do plano de ação

A pesquisa apresentada na Tabela 03, foi realizada entre os meses de abril e maio, contou com o auxílio de uma pessoa para entrevistar as pessoas e explicar as perguntas de uma forma mais direta, para que todos conseguissem entender a pesquisa e poder ajudar.

Tabela 03 – Resultados Pesquisa 01

<b>Pesquisa 1</b>	
<b>Pergunta</b>	<b>Critério de Avaliação</b>
<b>1 - O tempo de espera na fila interfere na sua avaliação de qualidade do estabelecimento?</b>	<b>Tempo de espera na fila.</b>
<b>2 - Nossos atendentes conseguem captar adequadamente seus pedidos e exigências?</b>	<b>Tempo de atendimento e anotação.</b>
<b>3 - Em relação ao tempo necessário esperado para que seus pedidos e dúvidas fossem resolvidos, o atendimento foi rápido?</b>	<b>Higiene, Tempo de serviço, conhecimento técnico.</b>
<b>4 - Na sua opinião a embalagem a higiene dos produtos adquiridos, atinge suas expectativas em relação a qualidade?</b>	<b>Qualidade da embalagem.</b>
<b>5 - No estabelecimento, você pode contar com opções de pagamentos flexíveis?</b>	<b>Meios de pagamento.</b>
<b>6 - Com qual importância você avalia os níveis de serviços ofertado?</b>	<b>Qualidade de Serviço.</b>
<b>Critério/Perguntas</b>	<b>Pergunta 1</b>
<b>Irrelevante</b>	<b>76,7%</b>



<b>Pouco relevante</b>	<b>3,3%</b>		
<b>Importante</b>	<b>10,0%</b>		
<b>Muito imprescindível</b>	<b>3,3%</b>		
<b>Imprescindível</b>	<b>6,7%</b>		
<b>Critério/Perguntas</b>	<b>Pergunta 2</b>	<b>Pergunta 6</b>	
<b>Muito frequente</b>	<b>46,7%</b>	<b>86,7%</b>	
<b>Frequentemente</b>	<b>46,7%</b>	<b>10,0%</b>	
<b>Ocasionalmente</b>	<b>6,6%</b>	<b>3,3%</b>	
<b>Raramente</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	
<b>Nunca</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	
<b>Critério/Perguntas</b>	<b>Pergunta 3</b>	<b>Pergunta 4</b>	<b>Pergunta 5</b>
<b>Concordo Totalmente</b>	<b>96,7%</b>	<b>100,0%</b>	<b>93,3%</b>
<b>Concordo</b>	<b>3,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>6,7%</b>
<b>Não estou decidido</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
<b>Discordo</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
<b>Discordo Totalmente</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>

**Fonte: Próprio Autores**

Após ser realizado a pesquisa foi verificado que na segunda questão identificou-se um gap grande entre a expectativa do cliente e o serviço oferecido, para a solução do problema identificado, que no caso é em relação a anotação dos pedidos dos clientes, optou-se por aplicar uma Folha de verificação. Na Figura 03 consta o modelo utilizado com base nas informações necessárias para fazer a realização do pedido, e na Figura 04 apresenta a Folha de verificação após a pesquisa:

**Figura 03 – Folha de Verificação**

Cliente:	Cliente:	Cliente:	Cliente:
End:	End:	End:	End:
Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor
( ) Levar ( ) Vai vir Pegar	( ) Levar ( ) Vai vir Pegar	( ) Levar ( ) Vai vir Pegar	( ) Levar ( ) Vai vir Pegar
Cliente:	Cliente:	Cliente:	Cliente:
End:	End:	End:	End:
Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor
( ) Levar ( ) Vai vir Pegar	( ) Levar ( ) Vai vir Pegar	( ) Levar ( ) Vai vir Pegar	( ) Levar ( ) Vai vir Pegar

Fonte: Próprio Autores

Figura 04 – Folha de Verificação Após Pesquisa

14/05/2022

Cliente: <i>Dona Socorinda</i>	Cliente: <i>Edine</i>	Cliente: <i>Altomara Cardoso</i>	Cliente: <i>Shirley</i>
End: <i>Vila Rica</i>	End: <i>Parangajuba</i>	End: <i>BS</i>	End: <i>Pa do Sul</i>
Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor
<i>1 Frango (I)</i>	<i>1 Kg Bife de Frango</i>	<i>1 Kg Ling de Porco</i>	<i>1 Kg Carne subcortada</i>
<i>2 Kg Picanha (C)</i>	<i>1 Kg Carne moída (BX)</i>		<i>1 Kg Tuntun</i>
			<i>1 Kg Lombo frito (B)</i>
			<i>1 Kg Ling Porco</i>
(X) Levar ( ) Vai vir Pegar	( ) Levar ( ) Vai vir Pegar	(X) Levar ( ) Vai vir Pegar	( ) Levar (X) Vai vir Pegar
Cliente: <i>Kerley</i>	Cliente: <i>quaxina kin</i>	Cliente: <i>Zeca</i>	Cliente: <i>maria de Lourdes Lobo</i>
End: <i>BS</i>	End: <i>Nova Monte Belo</i>	End: <i>Vila Rica</i>	End: <i>Santa Rita</i>
Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor
<i>1 Kg Ling de Frango</i>	<i>1 Kg fole de Frango</i>	<i>1 Kg Kebab</i>	<i>1 Leite</i>
	<i>1 Kg Ling de Porco</i>		<i>1 Kg Lombo (C)</i>
(X) Levar ( ) Vai vir Pegar	( ) Levar ( ) Vai vir Pegar	(X) Levar ( ) Vai vir Pegar	(X) Levar ( ) Vai vir Pegar
Cliente: <i>Hudson Roberto</i>	Cliente: <i>Teo Gilson</i>	Cliente: <i>Luiz de Jesus</i>	Cliente: <i>Ana Maria (Esposa Teodoro)</i>
End: <i>BS</i>	End: <i>Passo Cassarate</i>	End: <i>Vila Rica</i>	End: <i>31 Ave Roberto</i>
Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor	Tipo de Corte - (B)bifé (I)inteiro (C)cubos (X)batedor
<i>2 Kg Costeletas de Porco</i>	<i>1 Kg Carne moída</i>	<i>1 IT</i>	<i>2 Frango (I)</i>
		<i>1 Kg Carne moída (BX)</i>	<i>1 Kg carne moída (BX)</i>
(X) Levar ( ) Vai vir Pegar	( ) Levar ( ) Vai vir Pegar	(X) Levar ( ) Vai vir Pegar	(X) Levar ( ) Vai vir Pegar

Fonte: Próprio Autores

No dia 14/05/22 foi aplicada uma nova pesquisa com 30 clientes novamente para verificar se houve melhorias. Os resultados obtidos estão apresentados na Tabela 04

Tabela 04 – Resultados Pesquisa 02.

<b>Pesquisa 2</b>			
<b>Pergunta</b>			<b>Critério de Avaliação</b>
1 - O tempo de espera na fila interfere na sua avaliação de qualidade do estabelecimento?			Tempo de espera na fila.
2 - Nossos atendentes conseguem captar adequadamente seus pedidos e exigências?			Tempo de atendimento e anotação.
3 - Em relação ao tempo necessário esperado para que seus pedidos e dúvidas fossem resolvidos, o atendimento foi rápido?			Higiene, Tempo de serviço, conhecimento técnico.
4 - Na sua opinião a embalagem a higiene dos produtos adquiridos, atinge suas expectativas em relação a qualidade?			Qualidade da embalagem.
5 - No estabelecimento, você pode contar com opções de pagamentos flexíveis?			Meios de pagamento.
6 - Com qual importância você avalia os níveis de serviços ofertado?			Qualidade de Serviço.
<b>Critério/Perguntas</b>	<b>Pergunta 1</b>		
Irrelevante	86,7%		
Pouco relevante	3,3%		
Importante	6,7%		
Muito imprescindível	0,0%		
Imprescindível	3,3%		
<b>Critério/Perguntas</b>	<b>Pergunta 2</b>	<b>Pergunta 6</b>	
Muito frequente	96,7%	96,7%	
Frequentemente	3,3%	3,3%	
Ocasionalmente	0,0%	0,0%	
Raramente	0,0%	0,0%	
Nunca	0,0%	0,0%	
<b>Critério/Perguntas</b>	<b>Pergunta 3</b>	<b>Pergunta 4</b>	<b>Pergunta 5</b>
Concordo Totalmente	96,7%	100,0%	93,3%

<b>Concordo</b>	<b>3,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>6,7%</b>
<b>Não estou decidido</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
<b>Discordo</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
<b>Discordo Totalmente</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>

Fonte: Proprio Autores

Com base nos resultados obtidos verificamos uma melhoria de 43,4% em relação a pergunta: Nossos atendentes conseguem captar adequadamente seus pedidos e exigências? que possui como critério avaliar o tempo de atendimento, disposição de produtos, se os pedidos foram anotados corretamente. Essa melhoria foi verificada após a aplicação da ferramenta e de um novo questionário.

## 5. CONCLUSOES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tomando como base os estudos realizados em um açougue localizado no Sul de Minas Gerais, pode-se considerar o uso da gestão de serviços e as ferramentas da qualidade. A aplicação dos meios informados acima foi de suma importancia para conseguir atingir o objetivo geral de estudo que é avaliar a qualidade de serviço prestado para seus clientes.

O presente estudo utilizou o medoto de pesquisa. As 2 pesquisas realizadas com os clientes e foram um sucesso. A partir da primeira pesquisa foi analisado alguns fatores que poderiam ser melhorados e seguindo isso foi possivel analisar a aplicação da ferramenta da qualidade Check List para uma possível melhoria.

Com isso conclui se que, a aplicação da ferramenta foi de suma importância, Sendo assim, respondendo à pergunta de pesquisa: Como melhorar a qualidade de serviços ofertado por um açougue localizado no sul de minas gerais? Aplicando a ferramenta da qualidade folha de verificação, onde verificamos uma grande melhoria no critério de tempo de atendimento, disposição de produtos, se os pedidos foram anotados corretamente. com base em resultados, apontados por uma segunda pesquisa após a aplicação da ferramenta, obteve uma melhoria de 43,4%. Poderia também ter sido analisado os outros ciclos de serviços presente no estabelecimento, já que o mesmo possui 3 tipos de atendimento. A ferramenta poderia ter sido aplicada no computador, porém devido ao auto fluxo de clientes, isso iria fazer que o atendimento demorasse mais e acabar aborrecendo so clientes.

Por fim, todos os objetivos específicos deste trabalho em estudo foram alcançados, contribuindo para futuros trabalhos relacionados a área da engenharia, gestão de serviços e para trabalhos com aplicação das ferramentas.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ALBRECHT, K.; BRADFORD, L. J. Serviços com qualidade: a vantagem competitiva. São Paulo: Makron Books, 1992.

ALBRECHT, K.; ZEMKE, R. Service America: doing business in the new economy. New York: Warner Books Inc., 1990.

ARAUJO, Geisa Costa. Ciclo de serviços de seguro de Automovel. 2010. 41 f. Monografia (Doutorado) Curso de Especialista em Marketing, Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2010. Cap. 1. Disponível em: [http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias\\_publicadas/K215617.pdf](http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/K215617.pdf). Acesso em: 10 mar. 2022.

BARRETO, Mauricio L. et al. O que é urgente e necessário para subsidiar as políticas de enfrentamento da pandemia de COVID-19 no Brasil? Revista Brasileira de Epidemiologia, Rio de Janeiro, v. 23, e200032, 2020.

CARLZON, J.; LANGERSTROM, T. A hora da verdade. Rio de Janeiro: Sextante, 2005  
COBRA, M. Administração de serviços. Rio de Janeiro: 1986.

CARPINETTI, L. C. R. Gestão da qualidade: Conceitos e Técnicas. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CORREA, Henrique L.; CAON, Mauro. Gestão de Serviços: lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes. São Paulo: Atlas S.A, 2002. 479 p. Ciclo de Serviços

COSTA, F. J. Mensuração e desenvolvimento de escalas: aplicações em administração. Rio

CRONIN JR, J. J.; TAYLOR, A. S. Measuring service quality: a reexamination and an extension. Journal of Marketing, New York, v. 56, p. 55-68, July 1992.

de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. Administração de Serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação. Porto Alegre: Bookman, 2000

GARCIA, Leila P.; DUARTE, Elisete. Intervenções não farmacológicas para o enfrentamento à epidemia da COVID-19 no Brasil. Epidemiologia e Serviços de Saúde, Brasília, v. 29, n. 2, e2020222, 2020.

GIANESIA E CORREA. Administração Estratégica de Serviços: Operações para satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 2009.

GONÇALVES, W.; BRUNO, D.; BORGES, F. Aplicação do Método SERVQUAL: um Estudo de Satisfação do Cliente em m Estacionamento de Veículos Leves. XXXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Joinville, 2017.

GUMMESSON, E. (1987). The New Marketing - Developing Long-Term Interactive Relationships. Long Range Planning

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, Chicago, v .49, n. 3, p. 41-50, 1985.

PARASURAMAN, A; ZEITHAML, V. A; BERRY, L. L. Servqual: a multipleitem scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, v. 64, p. 12-40, 1988

SILVA, Regina de Almeida; FARIAS, Ana Paula da Silva. Análise do ciclo de serviço em uma loja de vestuário. 2020. 11 f. TCC (Graduação) - Curso de Simpósio de Excelência em Gestão da Tecnologia, Faculdades Dom Bosco, Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos20/20730309.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2022.

SILVEIRA, Taila da; EBERLE, Luciene. Caracterização de Ciclo de Serviços de um Laboratório de Tecnologias Construtivas para identificar a existência de gaps e as etapas passíveis de Melhorias. 2018. 17 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Ucs, Serra Gaucha, 2018.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. Administração da produção. São Paulo: Atlas, 2002.

TÉBOUL, J. A era dos serviços: uma nova abordagem ao gerenciamento. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

THIOLLENT, Michel. Pesquisa-Ação nas Organizações. São Paulo: Atlas, 1997.