



SERVQUAL: AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS NO ESPAÇO DE BELEZA DA LIZIANE

Alex Rodrigues dos Santos, discente de Administração, Universidade Federal do Pampa, Campus Santana do Livramento
Bruna Adrieli Grela Machado, discente de Administração, Universidade Federal do Pampa, Campus Santana do Livramento
Caroline Lannes Padilha, discente de Administração, Universidade Federal do Pampa, Campus Santana do Livramento
Vitória Fagundes dos Santos, discente de Administração, Universidade Federal do Pampa, Campus Santana do Livramento

Andressa Hennig Silva, docente, Universidade Federal do Pampa

alexrodrigues.aluno@unipampa.edu.br

O ramo de serviços voltados à beleza é um mercado muito concorrido e rentável, porém, no momento atual de pandemia, mais de 375 mil salões foram à falência, outros procuraram se reinventar para sobreviver à pandemia (Forbes, 2021; R7, 2021). Especialistas prevêem um aumento na indústria de beleza nos anos de 2021 e 2022, por este motivo foi desenvolvida esta pesquisa no salão Espaço de Beleza Liziane, localizado na cidade de Santana do Livramento-RS, com o intuito de verificar e estudar os pontos que podem ser melhorados para suprir as expectativas e necessidades dos clientes, em contraponto do serviço que recebeu. A partir da escala de mensuração SERVQUAL (Instrumento de mensuração da Qualidade Percebida). Apresentando como objetivo geral avaliar a qualidade na prestação de serviços de beleza e estética. A pesquisa foi desenvolvida através do método survey, abordagem quantitativa, e os dados foram coletados através de um questionário estruturado no modelo SERVQUAL, desenvolvido por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988). Obteve-se um total de 55 respondentes, entre homens e mulheres frequentantes do salão, os dados foram analisados por estatística descritiva. Através deste estudo que faz parte de um trabalho realizado na disciplina de Gestão Estratégica de Serviços, onde foram colhidas informações sobre o Espaço de Beleza Liziane, aplicando o questionário para as clientes do salão, e confeccionado um relatório com sugestões de melhorias baseado na análise dos dados, sobreveio que o valor percebido pelo cliente é essencial para que o mesmo sinta-se satisfeito e desta maneira volte a organização em questão, gerando assim lucros para ambas as partes. Conforme o estudo realizado, verificou-se que a percepção de valor dos clientes em relação ao salão é satisfatória nos quesitos de tangibilidade, empatia, segurança, responsividade e confiabilidade, porém com lacunas de (-1,0%) negativo entre o que os clientes esperam dos salões de beleza e o que realmente percebem na prestação de serviços do Espaço de Beleza da Liziane, por conta das lacunas encontradas, foram propostas melhorias ao salão em evidência, para que conseguisse atingir as expectativas de satisfação das clientes e para que entregue um serviço de maior qualidade, alguma das recomendações foi a aplicação de pesquisa de satisfação e qualidade após o atendimento ao cliente, para mensurar seu nível de satisfação e pudesse corrigir os pontos negativos que fosse apontado, bem como apostar



em ferramentas para recuperação de clientes. Pelo presente estudo, pode-se, concluir que esta organização em particular, possui em sua grande maioria clientes do gênero feminino, sendo frequentantes do salão a cerca de 1 ano e utilizam os serviços semanalmente, e suas expectativas em relação aos salões em geral correspondem médias dimensionais de 6,7 nos quesitos de tangibilidade, empatia, responsividade e confiabilidade e a média de 6,8 para o quesito segurança. Já a percepção dos clientes em relação ao Espaço de Beleza Liziane, correspondem a média dimensional de 5,7 para os itens de tangibilidade, segurança, responsividade e confiabilidade, apresentando uma média de 5,8 para empatia. Apresentando uma lacuna média de (-1,0%) para os itens em questão, enquanto que o critério de empatia é o que mais se aproxima da expectativa dos clientes, em relação aos outros salões de beleza e o que realmente percebem na prestação de serviços do Espaço de Beleza Lisiane. Por essas questões as empresas prestadoras de serviços devem estar sempre aptas a se adequar às exigências do mercado, oferecendo os serviços que satisfaçam as necessidades de seus clientes.

Agradecimentos: À Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA

Palavras-chave: SERVQUAL; Setor de Beleza; Empresas; Pesquisa; Serviços.