
**Avaliação da qualidade do serviço de limpeza prestado a um
laboratório de controle de qualidade no Rio de Janeiro**

**Quality assessment of cleansing service provided to a quality control laboratory
in Rio de Janeiro**

Maria de Lourdes de Oliveira Justino

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0330-8313>

Corregedoria Setorial, Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), Brasil.

E-mail: maria.justino@fiocruz.br

Ana Cristina Martins de Almeida Nogueira

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5186-7486>

Instituto Oswaldo Cruz (IOC), Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), Brasil.

E-mail: ana.martins@ioc.fiocruz.br

Alicia Viviana Pinto

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1354-3798>

Instituto Nacional de Saúde da Mulher, da Criança e do Adolescente Fernandes Figueira (IFF),

Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), Brasil.

E-mail: alicia.pinto@fiocruz.br

RESUMO

Serviços de qualidade satisfazem seus clientes. O presente estudo objetivou a avaliação da qualidade, de acordo à satisfação dos usuários, do Serviço de Limpeza prestado a um laboratório público de controle de qualidade de produtos e serviços, no Rio de Janeiro. As informações foram coletadas mediante o uso de questionários. A escala SERVQUAL foi utilizada para determinar os *Gap* de satisfação dos usuários com o serviço, enquanto que a Matriz Importância e Desempenho foi utilizada para estabelecer a prioridade das ações de melhoria a serem implementadas. Os resultados obtidos evidenciaram a eficiência, tanto do instrumento elaborado como das ferramentas aplicadas, na obtenção de informações estratégicas para o auxílio dos processos de gerenciamento dos serviços de limpeza contratados pela Administração Pública Brasileira.

Palavras-chave: Qualidade do Serviço; Satisfação do Usuário; Serviço de Limpeza;

ABSTRACT

Service quality improves customer satisfaction. The purpose of this study was to assess the quality, according to customer satisfaction, of the Cleansing Service provided to public quality control laboratory, in Rio de Janeiro. The data were collected through questionnaires. The SERVQUAL scale was used to determine the gaps of users' satisfaction with the service, while the Importance-Performance Matrix was used to prioritize the improvement actions to be implemented. The results obtained showed the efficiency of the instrument developed and the tools applied, in obtaining strategic information to assist the management processes of cleansing services contracted by the Brazilian Public Administration.

Keywords: Service Quality; Customer Satisfaction; Cleansing Service;

INTRODUÇÃO

A competitividade é uma das condições que as organizações devem apresentar para sobreviver dentro do cenário global atual. Desde o final dos anos 1980, a característica “qualidade” é considerada como uma das bases da competitividade (BOLWJIN; KUMPE, 1990). Conseqüentemente e, com o propósito de aumentar a competitividade de bens e serviços, as organizações vêm desenvolvendo diferentes estratégias e metodologias para aumentar a sua qualidade (FREITAS; COSTA, 1998).

A Qualidade como “definição” foi desenvolvida na segunda metade do século XX por grandes nomes como Feigenbaum, Ishikawa, Crosby, Deming e Juran, pessoas também conhecidas como os “Gurus da Qualidade.”

Para Feigenbaum (1991) a qualidade é resultado do esforço conjunto de todos os indivíduos da organização para evitar o surgimento de problemas e, se os houver, para que estes possam ser corrigidos imediatamente. Para Ishikawa (1985) a qualidade é desenvolver, projetar, produzir e comercializar um bom produto, que é mais econômico, mais útil e sempre satisfatório para o consumidor. Para Crosby (1990) a qualidade é a conformidade do produto com as suas especificações; conceito de defeito zero e padrões de qualidade. Para Deming (1990) a qualidade é tudo aquilo que melhora o produto do ponto de vista do cliente; ele também propôs a aplicação da melhoria contínua e o ciclo PDCA (*Plan - Do - Check - Action*). Para Juran (1990) a qualidade é ausência de deficiência, a adequação ao uso.

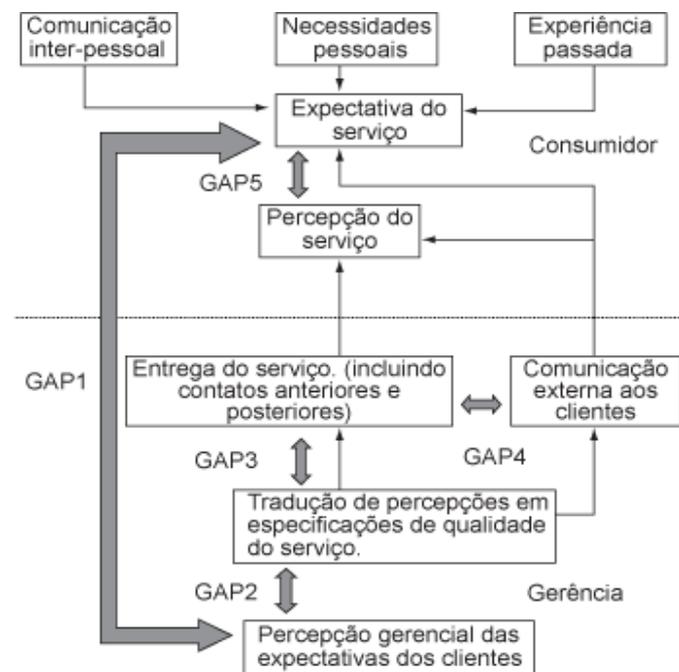
A história mostra que a “ideia de Qualidade” e a sua aplicação em diferentes níveis organizacionais existe desde tempos remotos (LEAL; LEANDRO; PINTO, 2021). Segundo Garvin (2002), de acordo com a história do desenvolvimento industrial, é possível identificar quatro grandes Eras da Qualidade, a primeira é a Era da Inspeção (a partir da Idade Média), logo a do Controle Estatístico da Qualidade (por volta dos anos 1920), a da Garantia da Qualidade e, por último, a da Gestão Estratégica da Qualidade. A Gestão da Qualidade tem, dentre os seus objetivos, a sobrevivência das instituições por meio da satisfação de seus clientes, proporcionada pelo atendimento às suas necessidades (LONGO; VERGUEIRO, 2003)

Nas Organizações de Serviços, a Gestão da Qualidade, se consolida como uma dimensão estratégica, pois, a melhoria na qualidade dos serviços resulta em maior satisfação dos clientes, que por sua vez se tornam fiéis consumidores, condição esta que

contribui para o aumento da lucratividade da organização (LOVELOCK, 2001, p. 13-14). Sendo assim, clientes satisfeitos são a essência de qualquer organização bem sucedida (PORTALUPPI e col., 2006).

Segundo Kotler (2000), a satisfação do cliente é a sensação de prazer ou decepção diante da comparação do resultado percebido de um produto em relação às expectativas do comprador. Segundo Lovelock e Wright (2001), os clientes possuem uma expectativa antes de comprar um serviço, baseada nas suas necessidades individuais, experiências passadas, recomendações de terceiros e propagandas dos fornecedores de serviços. Após a compra e consumo do mesmo, os clientes comparam a qualidade esperada com o que recebeu, determinando assim, o seu grau de satisfação. Segundo Parasuraman e colaboradores esta comparação é definida pela equação: $Gap^1 = Percepção - Expectativa$ do cliente, (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988), e pode ser identificada no GAP5 do Modelo de Análise do GAP da Qualidade de um Serviço (figura 1) (PARASURAMAN; BERRY; ZEITHAML, 1985).

Figura 1 - Modelo de Análise do GAP da Qualidade de um Serviço.



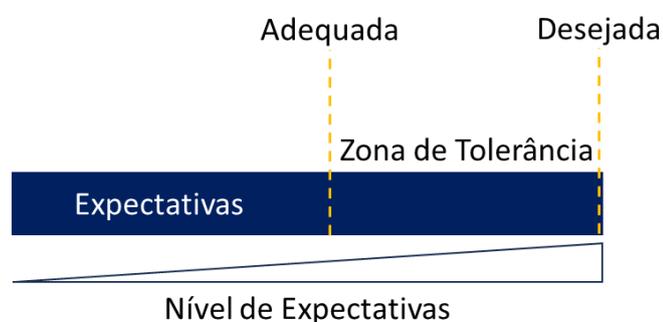
Fonte: PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985.

¹ GAP, conceito também conhecido como “Qualidade Percebida.”

Entre os diversos modelos utilizados para mensurar a qualidade, a escala SERVQUAL é considerada a ferramenta de mensuração genérica mais reconhecida para aplicação ao setor de Serviços. Trata-se de um questionário a ser aplicado aos clientes de um serviço para quantificar o *GAP*⁵. Este questionário é feito em duas partes. Na primeira se procura investigar as Expectativas do cliente e, na segunda, a Percepção deste sobre o serviço prestado pela organização. Os itens avaliados abrangem cinco “Dimensões da Qualidade” em serviços que são: Tangibilidade, Confiabilidade, Atendimento, Segurança e Empatia). Cada item é medido em escala Likert. Quanto mais baixa a nota obtida para cada item, maior a insatisfação dos clientes por este quesito (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988).

Adicionalmente, o conceito de “Zona de Tolerância” (figura 2) (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1991) pode ser utilizado para complementar os resultados da SERVQUAL. A Zona de Tolerância permite que as Expectativas dos clientes deixem de ser consideradas um valor pontual para ser uma faixa delimitada pelas Expectativas Desejadas e as Expectativas Adequadas. Desta forma, é possível conhecer a posição relativa do nível de serviço percebido pelo cliente.

Figura 2 – Zona de Tolerância das Expectativas dos clientes do serviço.

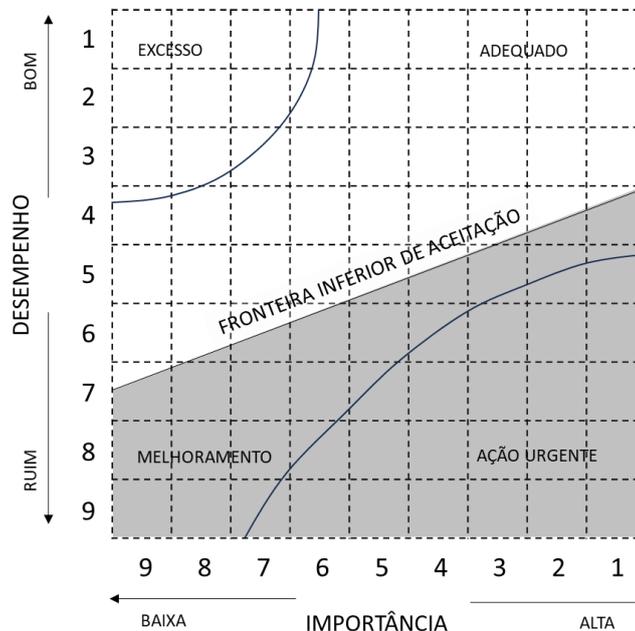


Fonte: Presente trabalho. Adaptado de PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1991

Finalmente, quando se trata de medir satisfação, também é conveniente conhecer o grau de importância dos itens avaliados, a fim de que seja estabelecida a relação de prioridade para identificar quais pontos precisam de melhoria imediata para o cliente. Giansesi e Corrêa (2008) apontam que é possível aplicar a Matriz Importância e Desempenho (MARTILLA; JAMES, 1977) ao modelo do *GAP*, para avaliar a importância e o desempenho da organização em relação ao atendimento das Expectativas para cada um dos elementos testados. A Matriz Importância e Desempenho em questão

considera duas escalas: a da Importância que os clientes dão aos itens avaliados, e a do Desempenho, que é a percepção que os clientes tem sobre a *performance* de cada item. A figura 3 mostra a Matriz Importância e Desempenho e a divisão das zonas de prioridades.

Figura 3: Matriz Importância e Desempenho.



Fonte: SLACK, 2002.

Os itens localizados na zona “Ação Urgente” são aqueles que apresentam alta importância e baixo desempenho, portanto, possuem a prioridade na aplicação de ações de melhorias; os que estiverem na zona de “Melhoramento” são itens de grande importância, porém o desempenho é considerado razoável ou baixo pelos clientes. Os itens posicionados na zona “Adequado” possuem um bom desempenho e são importantes para os clientes. Já os itens que se encontram na zona “Excesso” possuem um bom desempenho, contudo, são pouco valorizados pelos clientes e estão em demasia.

No Brasil, o setor de serviços já supera o 70% na participação do PIB (IBGE, 2024). Segundo pesquisas públicas e privadas, dentre os vários segmentos que compõem esse setor, os serviços de limpeza e conservação apresentam um ritmo de crescimento acelerado nos últimos anos (SEBRAE, 2024; ABRALIMP, 2021; FERRAZ; ROCHA, 1998). A maioria dos serviços de limpeza, no Brasil, são oferecidos por micro, pequenas e medianas empresas privadas (SEBRAE, 2024), sendo um segmento econômico, com regulamentações, que preza por atributos de qualidade de serviços diretamente ligados à

satisfação do cliente. Basta consultar rapidamente a grande oferta de serviços de limpeza disponíveis no mercado, para observar que a “avaliação da satisfação do cliente” e da “qualidade do serviço prestado” se tornaram práticas comuns de empresas que visam uma condição de destaque ante a concorrência, e a aproximação com seus clientes.

Nesse contexto, o presente estudo traz o relato da experiência da avaliação, pela primeira vez, da qualidade do serviço, segundo os critérios de satisfação do usuário, do Serviço de Limpeza prestado por uma empresa terceirizada a um laboratório público de controle de qualidade de produtos e serviços, no Rio de Janeiro, Brasil. Desta forma, se pretende contribuir não somente com a discussão do tema no âmbito acadêmico, senão também para com a melhoria dos processos na gestão das organizações, principalmente, das instituições públicas, as que devem obedecer os princípios constitucionais, notadamente o da economicidade, na suas contratações de serviços.

METODOLOGIA

O presente trabalho se trata de uma pesquisa *survey* de corte transversal e de caráter exploratório/descritivo (FREITAS e col., 2000).

O estudo foi realizado em um laboratório público no Rio de Janeiro, Brasil, especializado no controle de qualidade de produtos e serviços. O prédio, no qual funciona o laboratório, ocupa uma área de 13.000 m², distribuída em nove blocos e três andares. Dispõe de, aproximadamente, 30 salas de laboratório, setor de experimentação animal, setor de cultura de células, central de esterilização, almoxarifado, várias salas de aula, biblioteca, auditório, entre outros. O laboratório funciona 7 dias na semana, sendo 5 deles a plena capacidade e, nos finais de semana, com atividades de plantão. Neste laboratório, o Serviço de Limpeza é prestado por uma empresa terceirizada contratada pela Administração Pública e fiscalizada pelo setor de Serviços Gerais e Protocolo do próprio laboratório.

Funcionários que desenvolvem suas atividades no laboratório público, considerados como usuários do Serviço de Limpeza, foram convidados a participar deste estudo. O tamanho da amostra válida (número mínimo de participantes) foi calculado considerando um nível de confiança de 95% de acordo com o preconizado por Fonseca & Martins (1996) para populações finitas. Toda participação foi voluntária e anônima e

efetivada somente após preenchimento e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TLCE). A realização deste estudo foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Instituição.

Para este estudo foi utilizado um questionário, dividido em três partes, elaborado conforme descrito por Leal e colaboradores (2021). Em forma resumida, a primeira parte do questionário consistiu na escala SERVQUAL. Os itens da escala foram adaptados para sua aplicação na avaliação da qualidade do Serviço de Limpeza prestado no laboratório, totalizando 17 quesitos. Para a sua mensuração foi utilizada a escala Likert de 7 pontos (DALMORO; VIEIRA, 2013). Também foram incluídas, no questionário, duas sessões adicionais: a) a classificação, por ordem de importância, dos itens consultados na SERVQUAL, atribuindo notas de 1 (mais importante) a 9 (menos importante) (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2002, p.598), e b) a caracterização populacional do usuário. Uma vez confeccionado o questionário, este foi testado em um grupo de 15 funcionários. Tendo em conta as opiniões destes usuários se chegou à versão final do instrumento.

As respostas obtidas foram organizadas em um banco de dados. Os tratamentos estatísticos foram realizados com o auxílio do programa GraphPad Prism versão 6.0.0 para Windows, GraphPad Software, San Diego, California USA, www.graphpad.com. Foi verificada a consistência interna da escala SERVQUAL mediante o coeficiente Alpha de Cronbach (DA HORA; MONTEIRO; ARICA, 2010).

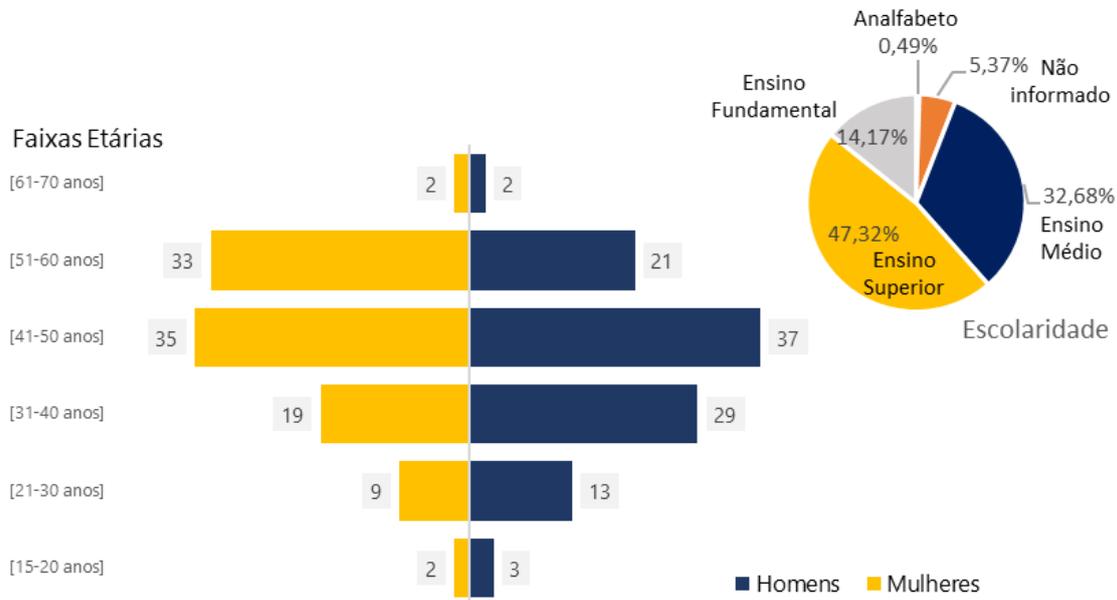
Finalmente, a Matriz Importância e Desempenho foi utilizada para identificar e determinar a ordem (quais e quando) em que devem ser realizadas as ações de melhoria do serviço de limpeza prestado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O laboratório público de controle de qualidade de produtos e serviços conta com, aproximadamente, 400 integrantes. Prévio à aplicação do questionário, foi realizado um extensivo trabalho de sensibilização, cujo resultado foi traduzido na participação de 205 pessoas, o que equivale a, aproximadamente, 50% do corpo funcional do laboratório e que superou a quantidade de participantes necessária para atingir o tamanho da amostra válida (170 participantes).

O gráfico 1 apresenta o perfil, por faixa de idade e sexo, dos participantes da pesquisa, assim também como a sua escolaridade.

Gráfico 1: Perfil populacional dos usuários do Serviço de Limpeza.



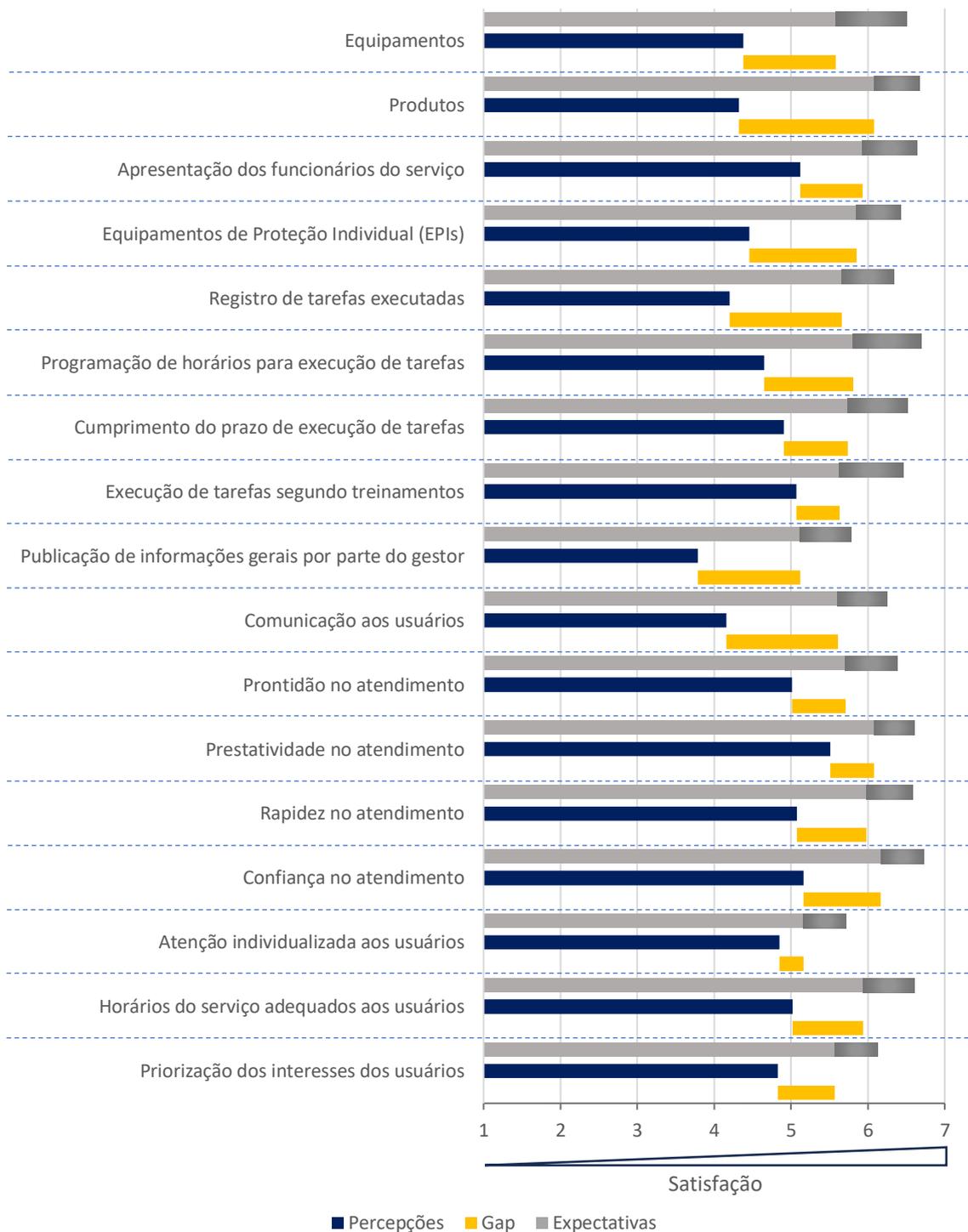
Fonte: Presente trabalho

No gráfico 1, as barras apresentam a distribuição por sexo e faixa etária dos usuários do Serviço de Limpeza. Observa-se que homens e mulheres estão presentes na mesma proporção, totalizando 105 homens e 100 mulheres. A idade média para ambos os sexos foi, por sua vez, a mesma, determinada na faixa etária de 41 a 50 anos. Entretanto, a idade dos homens apresenta uma distribuição normal ou de Gauss, enquanto que a distribuição da idade das mulheres apresenta um viés que favorece à faixa etária de 51 a 60 anos. A escolaridade dos usuários do serviço é apresentada, em porcentagem, no gráfico de proporções do gráfico 1.

No gráfico 2 são apresentados² os resultados obtidos da aplicação da escala SERVQUAL, no qual, para cada atributo pesquisado, se apresenta: a) a Expectativa do usuário, b) a Percepção do usuário e c) o *Gap* ($Gap = Percepção - Expectativas$).

² Visando a fácil interpretação dos resultados da escala SERVQUAL, os resultados são mostrados em forma qualitativa.

Gráfico 2. Expectativas, Percepções e *Gap* dos usuários sobre o Serviço de Limpeza.



Fonte: Presente trabalho.

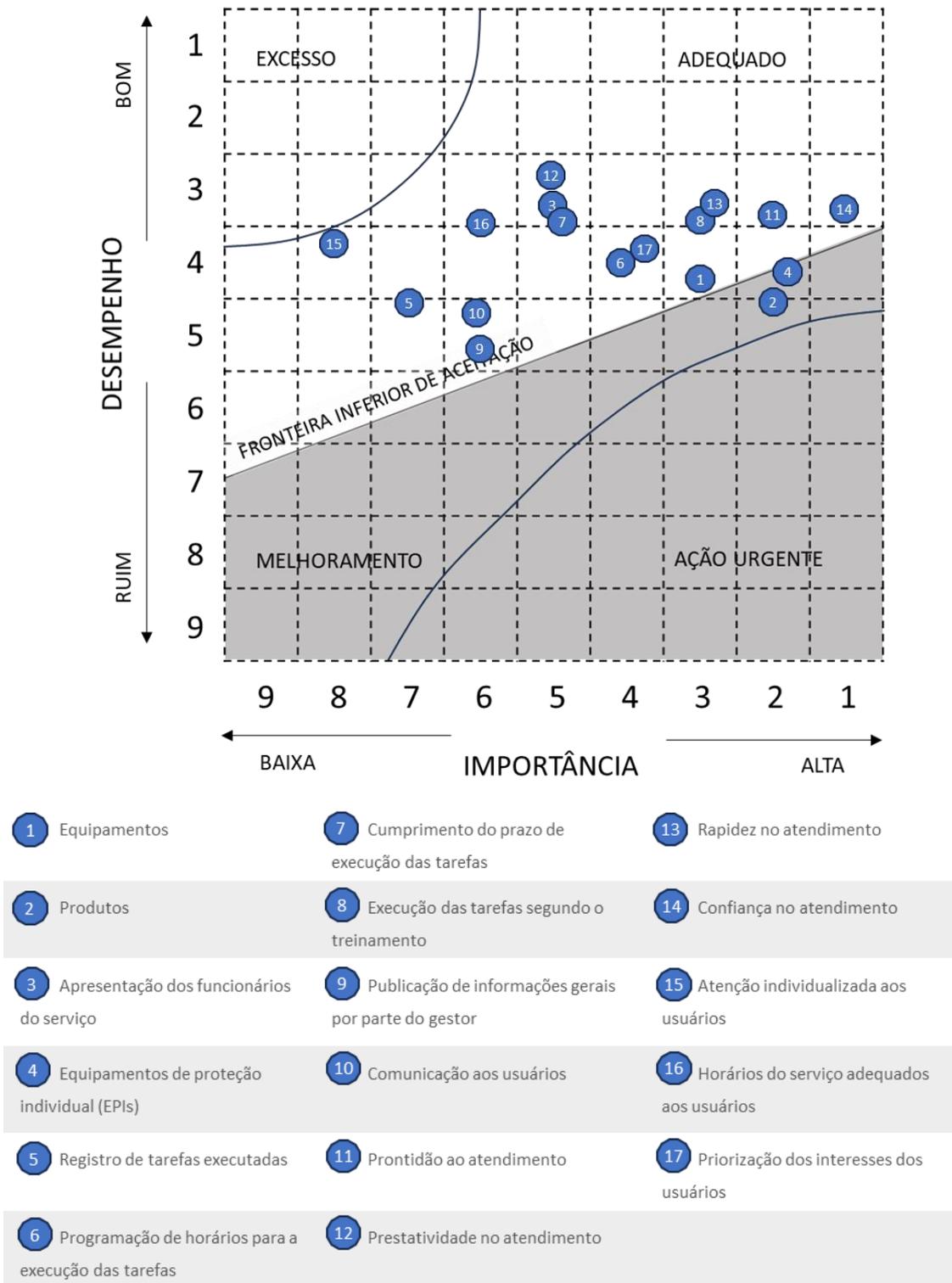
No gráfico 2 se observa que, para o quesito “Equipamentos”, as Expectativas dos usuários atingiram nota máxima de 6,5 pontos (Expectativa Desejada) e nota mínima de

5,6 pontos (Expectativa Adequada) na escala Likert. Conseqüentemente, estes dois valores são os que delimitam a Zona de Tolerância para este quesito (no gráfico, representada pela porção cinza escuro da barra das Expectativas). Por outro lado, a Percepção dos usuários para o quesito “Equipamentos” atingiu uma nota de 4,4 pontos na escala Likert, ficando a uma diferença de mais de 2 pontos por baixo do valor mínimo da Zona de Tolerância das Expectativas. Essa diferença negativa é mostrada pelo *Gap* e, gráficamente, é possível relacionar em forma direta o tamanho do *Gap* gerado com o grau de insatisfação do usuário para este quesito.

Lembrando que o serviço que possui bom desempenho (e “usuário satisfeito”), é aquele cuja Percepção é igual o superior a sua Expectativa (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2002), a análise dos resultados do gráfico 2 evidencia a insatisfação dos usuários para todos os outros 16 quesitos pesquisados, pois todos eles também apresentaram *Gap* gerados por conta das suas Percepções serem menores que as suas Expectativas; todavia, o grau de insatisfação para cada um varia de acordo ao tamanho do seu *Gap*. Neste sentido, os quesitos que se destacaram por apresentar maior insatisfação para o usuário ($Gap > 2$ pontos) foram: “Equipamentos”; “Produtos”; “Registro de tarefas executadas”; “Programação de horários para execução de tarefas” e “Comunicação aos usuários”. Em tanto que, o quesito com o menor grau de insatisfação (único $Gap < 1$ ponto) foi: “Atenção individualizada aos usuários”.

A partir destes resultados, foi aplicada a Matriz Importância e Desempenho ao Modelo do *GAP* objetivando estabelecer a relação de prioridade nos quesitos que precisam de melhoria imediata, ainda mais, considerando a situação atual, na qual todos os quesitos estão insatisfatórios. Os resultados são mostrados na figura 4.

Figura 4. Determinação de prioridades para as ações de melhoria do Serviço de Limpeza.



Fonte: Presente pesquisa

Os resultados apresentados na figura 4 mostram que, para os usuários do Serviço de Limpeza do laboratório público de controle de qualidade, o quesito mais importante é a “Confiança no Atendimento” (item 14). Esta classificação vai ao encontro do descrito

na literatura para outros tipos de serviços, que mostram que a Confiabilidade é a Dimensão da Qualidade mais importante no desempenho de um serviço. (LEAL; LEANDRO; PINTO, 2021; SOUZA SILVA e col., 2018; BUOSI; GIRALDI; OLIVEIRA, 2013).

Observa-se que nenhum dos quesitos pesquisados precisa de “Ação Urgente” para melhoria. A grande maioria (15 de 17 quesitos) foram classificados como “Adequados”, cujas ações de melhoria, se forem propostas, podem ser realizadas a longo prazo. Na zona de Melhoramento ficaram classificados os quesitos “Produtos” e “Equipamentos de proteção individual (EPIs)”, os quais precisarão de ações de melhorias em curto prazo.

Assim, ao somar a variável “Importância” aos resultados da SERVQUAL, as Percepções dos usuários, anteriormente compreendidas em forma “unidimensional” (somente pela comparação com as Expectativas), adquiriram uma compreensão “bidimensional” outorgada pela ordem de prioridades a ser utilizada na resolução dos *Gap*. Informações contendo estes detalhes são fundamentais para auxiliar aos gestores na assertividade das suas decisões e no entendimento de um serviço que traga satisfação aos seus usuários.

CONCLUSÕES

Com o setor de Serviços ocupando espaços cada vez maiores dentro da economia (IBGE, 2024), conseguir satisfazer as reais necessidades dos clientes requer das organizações o empenho para alcançar a melhoria da qualidade na prestação dos seus serviços. Devido a sua natureza estratégica, a qualidade dos serviços deve ser avaliada com a utilização de ferramentas eficazes e confiáveis e, que por sua vez, gerem indicadores robustos.

Nesta pesquisa, a partir da utilização de um instrumento adaptado e duas ferramentas gerenciais, foi possível obter o entendimento amplo sobre a situação atual da qualidade do Serviço de Limpeza prestado a um laboratório público de controle de qualidade, segundo o critério dos seus usuários. A utilização da escala SERVQUAL permitiu conhecer que o grau de satisfação do usuário, para todos os quesitos pesquisados, é menor do esperado (gráfico 2). Com a aplicação da Matriz de Importância e Desempenho (figura 4) foi possível determinar a “melhor” ordem de prioridade na

implementação das ações de melhoria necessárias para aumentar a qualidade do serviço e, conseqüentemente, o grau de satisfação do usuário.

O Serviço de Limpeza em questão é prestado por empresa contratada pela Administração Pública Brasileira, em regime de dedicação exclusiva, e cumpre rigorosamente com a Lei 14.133/2017 (Brasil, 2021) e seus princípios constitucionais, com os POPs³ e PUs⁴ praticados no laboratório público de controle de qualidade, e com todas as demais legislações vigentes. Conseqüentemente, trata-se de um serviço executado observando as práticas de qualidade. Entretanto, os resultados obtidos mostram que as práticas da qualidade do serviço relacionadas à satisfação do usuário não estão sendo contempladas por este serviço.

Segundo Pereira e colaboradores (2021) os usuários do serviço público almejam uma prestação do serviço público de qualidade sem desperdício do dinheiro público. Assim, a incorporação da avaliação da qualidade do serviço nos procedimentos de fiscalização dos contratos (espaço dado pela Instrução Normativa 05/2017) poderia ser uma abordagem estratégica para alcançar a gestão pública de excelência ao garantir serviços públicos que satisfaçam aos seus usuários.

AGRADECIMENTOS

Ao Programa de Pós-Graduação em Vigilância Sanitária (PPGVS), no qual MLOJ teve a oportunidade de desenvolver este trabalho como parte da sua dissertação de Mestrado Profissional. À Me. Claudia Cristina Rodrigues pelas discussões durante a elaboração deste manuscrito.

³ POP: Procedimento Operacional Padrão

⁴ PU: Procedimento de Uso

REFERÊNCIAS

- ABRALIMP – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO MERCADO DE LIMPEZA PROFISSIONAL. O mercado de limpeza profissional no Brasil. Disponível em: <https://abralimp.org.br/>, 2021.
- BOLWIJN, P.T.; KUMPE, T. Manufacturing in The 1990s – Productivity, Flexibility and Innovation. **Long Range Planning**, v. 23, n. 4, p. 44-57, 1990.
- BRASIL. INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 5, DE 26 DE MAIO DE 2017 (Atualizada). Disponível em <https://www.gov.br/compras/pt-br/aceso-a-informacao/legislacao/instrucoes-normativas/instrucao-normativa-no-5-de-26-de-maio-de-2017-atualizada>. Acesso em: 24 jun. 2024.
- BRASIL. LEI Nº 14.133, DE 1º DE ABRIL DE 2021: Lei de Licitações e Contratos Administrativos. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14133.htm. Acesso em: 24 jun. 2024.
- BUOSI, J. C.; GIRALDI, J. M. E.; OLIVEIRA, M. M. B. A influência das dimensões da qualidade na satisfação dos consumidores de serviços de beleza. **Produto & Produção**, v. 14, n. 1, p. 128-148, 2013.
- CROSBY, P. B. Qualidade, falando sério. São Paulo: McGraw-Hill, 1990.
- DA HORA, H. R. M.; MONTEIRO, G. T. R.; ARICA, J. Confiabilidade em questionários para qualidade: um estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach. **Produto & Produção**, v. 11, n. 2, p. 85-103, 2010.
- DALMORO, M.; VIEIRA, K. M. Dilemas na construção de escalas tipo Likert: o número de itens e a disposição influenciam nos resultados? **Revista de Gestão Organizacional**, v. 6, n. 3, p. 161-174, 2013.
- DEMING, W. E. Qualidade: a revolução da administração. Rio de Janeiro: Marques Saraiva, 1990.
- FEIGENBAUM, A. V. Total Quality Control, 3 ed. New York: McGraw-Hill, 1991.
- FERRAZ; G. T.; ROCHA, F. Os serviços de limpeza e conservação no Brasil. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/2446>, 1998.
- FONSECA, J. S.; MARTINS, G. A. Curso de estatística (6ª ed.) São Paulo: Atlas, 1996.
- FREITAS, A. L. P.; COSTA, H. G. A multicriteria approach for evaluating and classifying quality in services. **Gestão & Produção**, v. 5, n. 3, p. 272-283, 1998.
- FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração**, v. 35, n. 3, p. 105-112, 2000.
- GARVIN, D. A. Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

GIANESI, I.; CORRÊA, H. Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 2008.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. PMS - Pesquisa Mensal de Serviços. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/>. Acesso em: 24 jun. 2024.

ISHIKAWA, K. What is total quality control? The Japanese way. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1985.

JURAN, J. M. Planejando para a qualidade. São Paulo: Pioneira, 1990.

KOTLER, P. Administração de marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LEAL, G. P. H. V.; LEANDRO, K. C.; PINTO, A. V. Qualidade do serviço desde a perspectiva do usuário: avaliação do serviço de gestão de resíduos em hospital público de Rio de Janeiro / Service quality from user's perspective: assessment of waste management service in a Rio de Janeiro public hospital. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 9, p. 91362–91383, 2021.

LONGO, R. M. J.; VERGUEIRO, W. Gestão da qualidade em serviços de informação do setor público: características e dificuldades para sua implantação. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 1, n. 1, p. 39-59, 2003.

LOVELOCK, C. Serviços: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. Serviços: Marketing e Gestão. São Paulo, Ed. Saraiva, 2001.

MARTILLA, J. A.; JAMES, J. C. Importance-Performance Analysis. **Journal of Marketing**, v. 41, n. 1, p. 77-79, 1977.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer. Perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, v. 64, n. 1, p. 12-40, 1988.

PARASURAMAN, A; BERRY, L. L.; ZEITHAML, V. A. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, v. 28, n. 1, p. 41-50, 1985.

PARASURAMAN, A; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. Refinement and reassessment of The Servqual scale. **Journal of Retailing**, v. 67, n. 4, p. 420-450, 1991.

PEREIRA, R. R.; PACHECO, I. B. G.; PEDRO FILHO, F. DE S. Indicadores de desempenho como ferramenta na gestão da qualidade no serviço público / Performance indicators as a tool in quality management in public service. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 9, p. 88049–88067, 2021.

PORTALUPPI, J.; HEINZMANN, L. M.; TAGLIAPIETRA, O. M.; BORILLI, S. P. Análise do atendimento e satisfação dos clientes: Estudo de caso de uma empresa de insumos agrícolas. **Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR**, v.7, n.1, jan./jun, 2006.

SEBRAE – SEBRAE em Dados: Serviços de Limpeza e manutenção. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/sebrae-em-dados-servicos-de-limpeza-e-manutencao>. Acesso em: 24 jun. 2024.

SLACK, N. Vantagem competitiva em manufatura: atingindo competitividade nas operações industriais. (2 ed.). São Paulo: Atlas, 2002.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. Administração da Produção. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SOUZA SILVA, A. B.; DE, SANTOS, E. M.; SORIANO, F. R.; LIZARELLI, F. L.; GOMES, A. C.; CARVALHO FILHO, A. E.; MARTINS, M. P.; FELÍCIO, R. C. Análise da qualidade em serviço por meio do SERVQUAL com a aplicação do teste de Wilcoxon / Analysis of the quality in service through SERVQUAL with the Wilcoxon test application. **Brazilian Journal of Development**, v. 4, n. 6, p. 2965–2977, 2018.