



**A Interface
Essencial
da Engenharia
de Produção no
Mundo Corporativo 3**

**Cleverson Flôr da Rosa
João Dallamuta
(Organizadores)**

Cleverson Flôr da Rosa
João Dallamuta
(Organizadores)

A Interface Essencial da Engenharia de Produção no Mundo Corporativo 3

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Natália Sandrini
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
l61	<p>A interface essencial da engenharia de produção no mundo corporativo 3 [recurso eletrônico] / Organizadores Cleverson Flôr da Rosa, João Dallamuta. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (A Interface Essencial da Engenharia de Produção no Mundo Corporativo; v. 3)</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-457-3 DOI 10.22533/at.ed.573190907</p> <p>1. Administração de produção. 2. Engenharia de produção. 3. Gestão da produção. I. Rosa, Cleverson Flôr da. II. Dallamuta, João. III. Série.</p> <p style="text-align: right;">CDD 658.5</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Esta obra, organizada em múltiplos volumes, é composta por pesquisas realizadas por professores de cursos de engenharia e gestão. Optamos por uma abordagem multidisciplinar por acreditarmos que esta é a realidade da pesquisa em nossos dias.

A engenharia de produção é um ramo da engenharia industrial que estuda a tecnologia de processos de produção de natureza industriais, mas que acabam por serem estendidos a outras áreas como serviços e gestão pública. Dada a sua natureza orientada a resolução problemas, a engenharia de produção é fortemente baseada em situações práticas do setor produtivo, característica esta que exploramos nesta obra.

Todos os trabalhos com discussões de resultados e contribuições genuínas em suas áreas de conhecimento. Os organizadores gostariam de agradecer aos autores e editores pelo espírito de parceria e confiança.

Boa leitura

Cleverson Flor da Rosa

João Dallamuta

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA COMO FORMA DE DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDOR	
Mário Fernando de Mello Luciano de Los Santos Nunes Daian Augusto Pilan Nunes Henrique Zago Cervo	
DOI 10.22533/at.ed.5731909071	
CAPÍTULO 2	17
A GESTÃO DA INOVAÇÃO NA ERA DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL (INDÚSTRIA 4.0)	
Ricardo Alexandre Diogo Armando Kolbe Junior Neri dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.5731909072	
CAPÍTULO 3	33
A IMPORTÂNCIA DO PCNA NO DESEMPENHO DE GRADUANDOS DE ENGENHARIA QUÍMICA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ	
Shirley Cristina Cabral Nascimento Laíz Rayanna de Oliveira Gama Edward de Souza Pampolha Júnior Alexandre Guimarães Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.5731909073	
CAPÍTULO 4	45
A PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NA CONSTRUÇÃO CIVIL: DETERMINANTES UTILIZADOS PELOS USUÁRIOS DE HABITAÇÕES UNIFAMILIARES POPULARES	
Marcelo Alexandre Siqueira De Luca Fabiano Barreto Romanel	
DOI 10.22533/at.ed.5731909074	
CAPÍTULO 5	56
A QUALIDADE EM SERVIÇOS A FAVOR DA VANTAGEM COMPETITIVA: PRINCIPAIS DETERMINANTES PARA OS PROCESSOS PRIMÁRIOS DE SERVIÇO (PPS)	
Marcelo Alexandre Siqueira De Luca Fabiano Barreto Romanel	
DOI 10.22533/at.ed.5731909075	
CAPÍTULO 6	69
ANÁLISE DA CORROSÃO SOBRE TENSÃO NO AÇO INOXIDÁVEL AUSTENÍTICO 304	
Edilange Moreira da Costa Claudio Roberto Silva Junior Gustavo Henrique Andrade Sousa José Ribamar Santos Moraes Filho	
DOI 10.22533/at.ed.5731909076	

CAPÍTULO 7	78
ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE A EFICIÊNCIA E EFICÁCIA DO TRANSPORTE COLETIVO DE PASSAGEIROS POR ÔNIBUS NO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO	
Aldo Eliades Fernández Pérez Hugo Miguel Varela Repolho	
DOI 10.22533/at.ed.5731909077	
CAPÍTULO 8	92
ANÁLISE DE IMPLEMENTAÇÃO DA NORMA INTERNACIONAL DE SEGURANÇA DE ALIMENTOS FSSC 22000: UMA INOVAÇÃO CULTURAL	
Gustavo Henrique Marques Tanatiana Ferreira Guelbert Marcelo Guelbert	
DOI 10.22533/at.ed.5731909078	
CAPÍTULO 9	104
ANÁLISE DE <i>LAYOUT</i> DOS ALMOXARIFADOS EM UMA ENCARROÇADORA DE ÔNIBUS	
Thales Henrique Kascher Santos Leandro Reis Muniz	
DOI 10.22533/at.ed.5731909079	
CAPÍTULO 10	120
APLICAÇÃO DO CONTROLE ESTATÍSTICO DE QUALIDADE EM UMA INDÚSTRIA DO RAMO TÊXTIL DO SERTÃO BAIANO	
Nathaly Silva de Santana Rafael de Azevedo Palhares Arthur Arcelino de Brito Alessandro Jackson Teixeira de Lima Mariana Simião Brasil de Oliveira João Marcos Ferreira de Souza Jonhatan Magno Norte da Silva Victor Hugo Arcelino de Brito Diego de Melo Cavalcanti Ozeas Ferreira da Silva Geyne Lohana Gonçalves Bezerra Diego da Silva Lima Jaine da Cruz Silva Débora Justino dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.57319090710	
CAPÍTULO 11	131
APLICAÇÃO DO MAPA DE PROCESSO EM UMA AGROINDÚSTRIA DO SUDOESTE GOIANO PARA MELHORIA DO PROCESSO DE SALSICHAS	
Darlan Marques da Silva Lalesca Silva Santos Ana Maiara Rodrigues Pereira Ana Luiza Soares Nascimento Gabriel Ribeiro dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.57319090711	

CAPÍTULO 12 144

APLICAÇÃO DO *POKA YOKE* PARA MELHORIA DE QUALIDADE NA SEGURANÇA DO TRABALHO:
UMA REVISÃO DA BIBLIOGRAFIA

Edilange Moreira da Costa
Claudio Roberto Silva Junior
Gustavo Henrique Andrade Sousa
José Ribamar Santos Moraes Filho

DOI 10.22533/at.ed.57319090712

CAPÍTULO 13 154

APLICAÇÃO DO *SOFTWARE* WRc STOAT EM ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ÁGUAS
RESIDUÁRIAS DE INDÚSTRIA DE LATICÍNIOS

Karla Yumi Shingo
Rafael Montanhini Soares de Oliveira.
Isabela Bruna de Tavares Machado Bolonhesi
Thiago Augusto de Moraes
Tanatiana Ferreira Guelbert

DOI 10.22533/at.ed.57319090713

CAPÍTULO 14 167

COMPORTAMENTO MECÂNICO DE COMPÓSITOS VERDES DE MATRIZ EPÓXI/POLIÉSTER
REFORÇADOS COM LUFFA CYLINDRICA

Bruno Dorneles de Castro
Claudia Victoria Campos Rubio
Julia Amaral dos Santos
Luciano Machado Gomes Vieira
Juan Carlos Campos Rubio

DOI 10.22533/at.ed.57319090714

CAPÍTULO 15 180

CRIAÇÃO DE UM MAKERSPACE PARA ENGENHEIROS EM FORMAÇÃO: RELAÇÃO CUSTO X
BENEFÍCIO

Lucas Davis Ribeiro de Paula
Danielle Saranh Galdino Duarte Garcia
Raquel Ferreira de Souza

DOI 10.22533/at.ed.57319090715

CAPÍTULO 16 194

DIAGNÓSTICO DA GESTÃO DE ESTOQUES NO ALMOXARIFADO DE UMA INSTITUIÇÃO DE
ENSINO SUPERIOR

Gisleangela Strohschein
Laura Visintainer Lerman
Raquel de Abreu Pereira Uhr
Natália Eloísa Sander

DOI 10.22533/at.ed.57319090716

CAPÍTULO 17 206

ESTUDO DE UM DESSALINIZADOR SOLAR DE ÁGUA VISANDO APLICAÇÕES NA ÁREA DE TECNOLOGIA SOCIAL

Mickael Gomes Viana
Priscylla Ferreira Dos Santos
Isaú de Souza Alves Junior
Simone Aparecida de Lima Scaramussa
Jorge Vieira Dos Santos Junior
Paulo Mário Machado Araujo

DOI 10.22533/at.ed.57319090717

CAPÍTULO 18 215

ANÁLISE QUANTITATIVA DA PERDA DE MASSA POR OXIDAÇÃO EM BARRAS DE AÇO CARBONO CA-50: UMA PROPOSTA METODOLÓGICA PARA A CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO DA CORROSÃO EM CURSOS DE ENGENHARIA CIVIL/IFS

Francisco Luiz Campos Lopes
Michael Douglas Santos Monteiro
Henrique Carvalho Santos Melo
Luan Martins Siqueira
Francisco Luiz Gumes Lopes

DOI 10.22533/at.ed.57319090718

CAPÍTULO 19 228

INFRAESTRUTURA CRÍTICA (IEC) NA GESTÃO DE RISCOS: PLANEJAMENTO DE ROTAS ALTERNATIVAS DE EVACUAÇÃO EM SITUAÇÃO DE DESASTRES NATURAIS POR INUNDAÇÕES UTILIZANDO O MODELO DE TRÁFEGO MATSim

Estela da Silva Boiani
Magda Camargo Lange Ramos
Graziela Grandó Bresolin
Júlio César Farias Zilli
Luana Barcelos da Silva

DOI 10.22533/at.ed.57319090719

CAPÍTULO 20 242

PROPOSTA DE GERENCIAMENTO VISUAL E METODOLOGIA DE RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS QRQC APLICADAS NA LOGÍSTICA: ESTUDO DE CASO NA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA

Eduardo Villalba
Alexandre Tadeu Simon
Renan Stenico de Campos

DOI 10.22533/at.ed.57319090720

CAPÍTULO 21 256

UMA ANÁLISE DAS BARREIRAS NA APLICAÇÃO DO LEAN HEALTHCARE EM UM CENTRO DE MATERIAIS E ESTERILIZAÇÃO – CME

Andréia Harter

DOI 10.22533/at.ed.57319090721

CAPÍTULO 22 268

GERENCIAMENTO DE PROJETOS NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS (PDP) APLICADO NA CONSTRUÇÃO DE UMA AERONAVE PARA COMPETIÇÃO DO AERODESIGN

Edilange Moreira da Costa

Claudio Roberto Silva Junior

Gustavo Henrique Andrade Sousa

José Ribamar Santos Moraes Filho

DOI 10.22533/at.ed.57319090722

SOBRE OS ORGANIZADORES..... 279

A QUALIDADE EM SERVIÇOS A FAVOR DA VANTAGEM COMPETITIVA: PRINCIPAIS DETERMINANTES PARA OS PROCESSOS PRIMÁRIOS DE SERVIÇO (PPS)

Marcelo Alexandre Siqueira De Luca

Faculdades OPET – consultoriadeluca@gmail.com

Fabiano Barreto Romanel

Faculdades OPET - fabiano.romanel@opet.edu.br

RESUMO: Os mercados estão cada vez mais competitivos e a sobrevivência mercadológica está ficando mais acirrada. Empresas dividem clientes em um mesmo setor e, assim, buscam conquistar fatias de mercado cada vez maiores. Os clientes dão preferência a produtos e serviços que julgam ter melhor qualidade, usando para tal a avaliação subjetiva sob os determinantes da qualidade. No caso dos processos primários de serviço, os clientes são mais críticos na avaliação pelo alto contato que tem com os mesmos. A motivação da pesquisa dá-se sob a problemática: Que determinantes da qualidade em serviços podem possibilitar vantagem competitiva em processos primários de serviços? Justifica-se a pesquisa pelos impactos positivos que seus resultados podem trazer à sociedade, ciência, educação, empresas e estado atual do conhecimento. Metodologicamente é desenvolvida sob procedimentos bibliográficos, com coleta de dados sobre fontes secundárias e seu tratamento crítico dissertativo. A análise dos dados é qualitativa, e a inspiração é dada sobre o método dedutivo. O objetivo do estudo

é identificar que determinantes da qualidade em serviços podem possibilitar vantagens competitivas nos processos primários de serviço. Como resultado principal da pesquisa, identificou-se que os determinantes buscados são: flexibilidade, competência, cortesia e confiabilidade. O estudo não esgotou o assunto.

PALAVRAS-CHAVE: Lean constrution, Qualidade em Serviços, Construção civil, Otimização.

QUALITY IN SERVICES AS COMPETITIVE ADVANTAGE: PRINCIPALS CONCERNS TO PRIMARY SERVICE PROCESSES (PSP)

ABSTRACT: Markets are increasingly competitive and market survival is getting more intense. Companies divide customers into the same market, and thus seek to gain ever larger slices in their domains. Customers give preference to products and services that they judge to be of better quality, using the subjective assessment under the determinants of quality. In the case of primary service processes, clients are more critical in the assessment because of the high contact they have with them. The motivation of the research is given under the problem: What determinants of quality in services can provide competitive advantage in primary service processes? Research is

justified by the positive impacts its results can bring to society, science, education, business and the current state of knowledge. Methodologically it is developed under bibliographic procedures, with data collection on secondary sources and critical treatment of the same. Data analysis is qualitative, and the inspiration is about the deductive method. The objective of the study is to identify which determinants of quality in services can provide competitive advantages in the primary service processes. As the main result of the survey, it has been identified that the determinants sought are: flexibility, competence, courtesy and reliability. The subject was not exhausted.

KEYWORDS: Lean construction. Quality in Services, Construction, Optimization

1 | INTRODUÇÃO

Os mercados estão ficando cada vez mais competitivos e acirrados, exigindo assim dos empresários aperfeiçoamentos para sobrevivência mercadológica. Técnicas produtivas, estratégias, redução de custos e afins estão sendo observados, e tudo numa constante de aperfeiçoamento e direção de gestão científica de negócios (CHIAVENATO; SAPIRO, 2004). Tentativas de redução de custos e ampliação dos canais de distribuição têm tido atenção dos gestores, numa intenção de aumento de redução de despesas e aumento de receitas (KOTLER; ARMSTRONG, 2004). Por fim, observa-se uma preocupação a favor da sobrevivência mercadológica.

Neste sentido, e unindo os pilares da qualidade em serviços, da vantagem competitiva e dos processos primários de serviço, que são processos nos quais o observador possui julgamento crítico por suas características, desenvolve-se o presente estudo. Sua motivação está na problemática: que determinantes da qualidade em serviços podem possibilitar vantagem competitiva em processos primários de serviços? Trata-se de uma questão importante e relevante, visto que seus resultados poderão impactar positivamente sobre a sociedade, educação, ciência e estado atual do conhecimento.

O objetivo geral do estudo é identificar que determinantes da qualidade em serviços podem possibilitar vantagens competitivas nos processos primários de serviço. E os objetivos específicos são: (a) identificar o que é qualidade, por meio de suas particularidades e características; (b) reconhecer o que são serviços e quais seus principais processos; (c) verificar o que é qualidade em serviços; (d) verificar o que são processos primários de serviço e vantagem competitiva. Este estudo representa uma crescente cumulativa de conhecimentos, ou seja, um incremento não inédito, porém original, para a ciência.

A pesquisa possui objetivo explicativo-analítico e caráter básico. A coleta de dados é feita sobre fontes secundárias (artigos, livros, periódicos e materiais científicos disponibilizados na internet), de tal sorte que a organização e tratamento dos mesmos é feito de maneira crítico-dissertativa (por agrupamentos segundo palavras-chave e ideias principais). A análise dos dados é qualitativa, e a inspiração se dá sob o método

dedutivo (LAKATOS, MARCONI, 2001). Dentre as principais obras utilizadas estão: Miguel (2001); Lovelock e Wright (2001); Zeithaml e Bitner (2003); Las Casas (2004); Marshall Junior (2005); e De Luca (2007).

O estudo é apresentado em seis seções, incluindo a introdução e as considerações finais. A seção “qualidade” identifica os principais conceitos de qualidade e suas particularidades com relação à percepção e avaliação por parte do cliente ou consumidor. Traz a mostra os aspectos qualitativos e comportamentais do consumidor a este respeito. A seção “serviços” reconhece os serviços pela concepção intangível e pelas suas principais características, identificando também os principais tipos de processos de serviços (serviços profissionais, lojas de serviço, serviços em massa e indústria de serviços). A quarta seção, “Qualidade em serviços”, faz a conjuntura entre os termos “Qualidade” e “Serviços”, de forma a mostrar como esse conceito é entendido aos intangíveis. A quinta seção, “A Qualidade em serviços para a vantagem competitiva nos processos primários de serviço”, cumpre o objetivo geral do estudo e apresenta os conceitos de vantagem competitiva e de processos primários de serviço e, na sequência, mostra como a qualidade em serviços pode ser usada para melhorar a vantagem competitiva nesses processos. As considerações finais mostram o cumprimento dos objetivos específicos e geral da pesquisa, também as dificuldades encontradas e apontam sugestões para trabalhos futuros.

2 | METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada segundo procedimentos bibliográficos, utilizando de fontes validadas para a ciência (livros, artigos ou materiais acadêmicos / científicos disponibilizados na internet). Os temas base foram Qualidade em Serviços e Vantagem Competitiva. Para a determinação das obras a serem utilizadas, segundo a relevância em citações, foi feita uma pesquisa exploratória em materiais científicos disponibilizados na internet (valendo-se de pesquisa avançada no google). Para todos os temas, foi utilizado a mesma maneira de proceder. No Google, acessou-se o menu “Configurar” e, então em “todas estas palavras”, digitou-se, por exemplo, “Qualidade em serviços”. Na mesma tela, em “esta expressão ou frase exata”, digitou-se “abstract”. Em “tipo de arquivo” escolheu-se “Adobe Acrobat PDF”. O resultado da busca foi mais de 22000 títulos. Abriu-se os 400 primeiros da lista, “artigos” publicados e em bibliotecas de faculdades / universidades e, então, em leitura exploratória, verificou-se os autores e obras mais citados. Fez-se uma busca em bases de dados e bibliotecas sobre estas fontes e, daí, lendo especificamente os tópicos de interesse, montou-se uma coletânea de recortes a se trabalhar (definições, particularidades, características, aplicabilidades e afins). Fez-se o agrupamento destes recortes por ideias principais e palavras chave. Após, foi feita a análise destes recortes. Verificou-se o que cada um contribuía ou ia contra as ideias do outro. Isso foi feito segundo análise qualitativa, valendo-se da observatória e interpretação dos autores. Assim feito, fez-se uma construção textual partindo-se

da ideia 5w2H (What, When, Who, Where, Why, How, How much). Para cada um dos temas abordados “Qualidade”, “Serviços”, “Qualidade em Serviços” e “Vantagem competitiva” foi-se montando o texto respondendo as perguntas “O que é (tema)”, “Quais as principais particularidades características (tema)”, “Quem está envolvido no tema”, e assim por diante. Em resumo, perguntas da metodologia 5W2H). Desta forma e segundo o objetivo expositivo, foram criados os “3” a “5” deste trabalho. Os mesmos sustentaram o tópico “6”, após argumentações e discussões. Neste tópico foram feitas argumentações e discussões, e isso afim de responder a questão: Como melhorar a relação ensino aprendizagem dos alunos de engenharia satisfazendo seus anseios aproveitando de suas capacidades e habilidades? Chegou-se então a um resultado tangível do estudo, cumprindo seu objetivo geral. Confrontou-se as características e determinantes da qualidade em serviços com vantagem competitiva, e atingiu-se o resultado principal da pesquisa (quadro 2), “determinantes da qualidade a favor da vantagem competitiva em processos primários de serviço”. Neste, identificaram-se os Determinantes da qualidade a favor da vantagem competitiva. A inspiração da pesquisa deu-se pelo método dedutivo, partindo-se do tema amplo para o específico. Muitos entendimentos foram concluídos de maneira indireta. Ao fim do trabalho, e seguindo a sequência apontada, foram satisfeitos os anseios do estudo sem esgotar o assunto. Seguiram-se os procedimentos de pesquisa bibliográfica apontadas por Gil (2007).

3 | QUALIDADE

A Qualidade pode ser entendida como um conceito incremental evolutivo que, ao longo do tempo e desde aproximadamente 1900, vem tendo conotações e impactos diferentes junto à sociedade (MARSHALL JÚNIOR, 2005). Sofre adaptabilidades devido a novas formas de se encarar e entender o comportamento do consumidor, e isso juntamente com um sistema de influencias mercadológicas, produtivas, e de negócios (MIGUEL, 2001). Inicialmente seu conceito foi calcado no tecnicismo, com o consultor americano Philip Crosby, o qual dizia e disseminava que um produto era de qualidade se ele estava de acordo com os requerimentos dele esperados (*Conformance to requirements*). Crosby lançou então o conceito técnico e métrico para a qualidade (CROSBY, 1994).

Por volta da década de 1940, e já com o incremento sócio técnico do conceito, o também professor e consultor americano, Joseph Juran, partindo de concepções que os produtos e serviços devem ser adequados para as finalidades a que se destinam, ou seu uso. Considera-se que um produto ou serviço é de qualidade se for adequado ao uso (*Fitness for use*) (JURAN; GRZYNA, 1991). Considerou aspectos qualitativos e de comportamento do consumidor, numa crescente de valorização das heterogeneidades e aspectos subjetivos a favor da percepção do cliente. Qualidade é

um conceito aplicado na reconstrução do Japão após a segunda guerra mundial, que tomou proporções pela valorização do sentimento de uso pelo consumidor (JURAN; GRAYNA, 1993).

Nestes termos, o conceito evolutivo da Qualidade não considera tão e simplesmente os aspectos técnicos do produto mas, tão e principalmente, os aspectos de uso e comodidade do usuário. Um incremento “ergonômico” ao conceito, de modo que o consumidor começa a ser o foco e centro das atenções (OAKLAND, 1994). Por este entendimento, se um produto atender as métricas e não for adequado ao uso, ele não é considerado de qualidade. Os conceitos de qualidade foram evoluindo e incrementados, de modo a se considerar que cada autor que escreve sobre o tema dá sua contribuição qualitativa a respeito (SMITH, 1993).

Por volta da década de 1980 os Gurus da Qualidade passam a ressaltar o ser humano como um complexo mutante entre razões e emoções, com comportamentos, percepções e expectativas diferentes. Então correlacionam a qualidade de um produto ou serviço com a satisfação que geram no consumidor/cliente. (DEMING, 1992). Dizem que um produto ou serviço é de qualidade se o consumidor está satisfeito com ele.

Nesta época, em 1980, e sob a linha de satisfação *versus* qualidade, chega-se ao enfoque de Qualidade que se estende até os dias de hoje. Dentre seus precursores destaca-se o consultor e professor Edward Deming, o qual, tendo uma gama relevante de publicações, ampliou o conceito (DEMING, 1992). Instituições passam a usar este conceito, numa evolução baseada em aspectos comportamentais. Considera que o ser humano é único, e como tal percebe a mesma coisa de formas diferentes (para um mesmo produto ou serviço, uns ficam satisfeitos e outros insatisfeitos com o observado).

Por tudo, e entendendo-se a qualidade como um conjunto de atributos de processos, estruturas, produtos e serviços (SMITH, 1993, p. 236-241); que buscam satisfazer as necessidades presentes e futuras, implícitas e explícitas dos usuários (DEMING, 1992), de forma sistêmica (ISO 8402, 1986 apud OAKLAND, 1994; AMERICAN SOCIETY FOR QUALITY CONTROL apud KOTLER, 1998); fecha-se o entendimento da Qualidade conforme a ISO 9000/2000. Por ela, a Qualidade é entendida como o grau com que as características permanentes de algo satisfazem a requisitos (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, 2000).

Para a avaliação da qualidade são utilizadas dimensões específicas. Estas podem ser vistas como atributos de produtos, serviços ou processos, os quais são usados pelos clientes, consciente ou inconsciente, para a avaliação da qualidade dos mesmos. Envolvem aspectos tangíveis e intangíveis, ambientais, de valores agregados e afins, numa correlação crítico-subjetiva (SIQUEIRA, 2006), que começam a ser estudados em meados do século XX, e segundo Garvin (1984) são:

- a. desempenho - operações primárias de um produto
- b. funções - características secundárias que suplementam os funcionamentos

básicos do produto

- c. confiabilidade - probabilidade de uma falha do produto dentro de um período especificado de tempo
- d. conformidade - desenho e as características de um produto de acordo com padrões pré-estabelecidos
- e. durabilidade - medida de vida de um produto, considerando as dimensões econômicas e técnicas
- f. atendimento - velocidade, competência e cortesia de reparo
- g. estética - julgamento pessoal e reflexões de preferências individuais
- h. qualidade percebida - avaliação subjetiva dos consumidores acerca de produtos

Estes aspectos podem ser utilizados isoladamente ou em conjunto, tendo maior ou menor uso de acordo com o caso específico (GARVIN, 1984).

4 | QUALIDADE EM SERVIÇOS

A Qualidade em serviços é uma aplicação dos conceitos da qualidade as ações “serviços”, considerando a avaliação pessoal, subjetiva, abstrata e dos clientes (LAS CASAS, 2004). Envolve percepção, expectativas e satisfações dos mesmos, levando-se em conta a intangibilidade e flexibilidade dos serviços. Um montante de especificidades voltadas à avaliação da qualidade nas ações, a saber uma avaliação parcial ou sistêmica que pode rotular, mesmo que momentaneamente, um serviço como de qualidade ou não (ZEITHAML; PARASURAMAN; BERRY, 1990 apud SCHIFFMAN; KANUK, 2000).

Neste termos, e visto que os clientes participam dos processos de serviços e os julgam, tem-se a dicotomia de influencias e instabilidades (MIGUEL, 2001). Podem mudar o resultado final da prestação de serviços, afetando estes por suas necessidades, capacidades, interesses, estado emocional, condições socioeconômicas e intercorrências momentâneas. Um serviço pode ser prestado várias vezes a um cliente no mesmo dia, e ter avaliações da qualidade diferentes por ele (DE LUCA, 2007).

Nota-se neste âmbito, uma rede de saberes, ações e agires, numa construção interativa de valores e atendimento de necessidades. Aspectos e atributos qualitativos influenciando o julgamento da avaliação da qualidade pela percepção do cliente, balizando-se na teoria da desconfirmação de Oliver (1980) apresentada no Quadro 1:

Percepção	Melhor	Expectativas	Satisfeito	Serviço de qualidade
Percepção	Igual	Expectativas	Neutro	Neutro
Percepção	Pior	Expectativas	Insatisfeito	Serviço sem qualidade

Quadro 1 – Teoria da desconfirmação

Fonte: Adaptado de Oliver (1980)

Leva-se em conta que a satisfação do cliente surge como resultado da discrepância entre a percepção e a expectativa dele sobre algo, o que traz um caráter personalíssimo na avaliação (OLIVER, 1980). Faz-se necessário ter-se cuidado com as tomadas de decisão a respeito, não rotulando-se um serviço como de qualidade ou não de forma aleatória (DE LUCA, 2007). Basta o cliente, no mesmo dia, conhecer um serviço pior do que aquele que ele tinha julgado como falta de qualidade para, então, talvez mudar sua opinião sobre o primeiro (SCHIFFMAN; KANUK, 2000).

Por tudo, ressalta-se que a “Qualidade em serviços é o atendimento eficaz das necessidades e expectativas dos clientes” (PRAZERES, 1996), que também pode ser vista como a lacuna entre o esperado e percebido pelo consumidor (PARASURAMAN et al., 1985). Um constructo baseado no desempenho do serviço (CRONIN; TAYLOR, 1992), que tem a capacidade de satisfazer uma necessidade, resolver um problema ou fornecer benefícios a alguém (ALBRECHT, 1992). Os clientes usam determinantes da qualidade em serviços para avaliados os serviços (GIANESI; CORRÊA, 1996), sendo estes determinantes sustentados por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) e Gianesi e Corrêa (1996) em Siqueira (2006 apud DE LUCA 2007, p.70-71)

- a. **Acesso:** A acessibilidade da localização do serviço, incluindo a facilidade de encontrar o ambiente de sua prestação e a clareza do projeto;
- b. **Estética:** A extensão em que os componentes do pacote de serviços estão de acordo ou ao agrado do cliente, incluindo a aparência e a atmosfera do ambiente, as instalações, os artigos genuínos e os funcionários;
- c. **Limpeza:** A limpeza e a aparência clara e atraente dos componentes tangíveis do pacote de serviços, incluindo o ambiente, as instalações, os bens e o pessoal de contato;
- d. **Conforto:** O conforto físico do ambiente e das instalações do serviço;
- e. **Flexibilidade:** Uma disposição por parte dos funcionários em alterar ou completar a natureza do serviço segundo as necessidades do cliente;
- f. **Disponibilidade:** A disponibilidade das instalações do serviço dos funcionários e dos bens oferecidos ao cliente. No caso do pessoal de contato, isso significa o índice funcionários/clientes e o tempo que cada funcionário dispõe para passar com o cliente individual. No caso da disponibilidade de bens, inclui a quantidade e variedade de produtos disponibilizados ao cliente;

- g. Comunicação:** A habilidade de comunicar o serviço ao cliente de maneira inteligível. Isso inclui a clareza, a totalidade e a precisão da informação verbal e escrita transmitida ao cliente e sua habilidade de ouvi-la e entendê-la;
- h. Competência:** A habilidade, a expertise e o profissionalismo com que o serviço é executado. Isso inclui a adoção de procedimentos corretos, a execução correta das instruções do cliente, o grau de conhecimento do serviço mostrado pelo pessoal de contato, a entrega de produtos finos, a orientação consistente e a habilidade de fazer bem o trabalho;
- i. Cortesia:** A educação, o respeito e a experiência mostrados pelo pessoal da organização de serviço, principalmente o pessoal de contato. Isso inclui a habilidade dos funcionários em não serem desagradáveis e intrusivos;
- j. Integridade:** A honestidade, a justiça, a imparcialidade e a confiabilidade com que os clientes são tratados no serviço;
- k. Confiabilidade:** A confiabilidade e a consistência do desempenho das instalações, dos produtos e do pessoal da organização de serviço. Isso inclui pontualidade de entrega e manutenção dos acordos com o cliente;
- l. Agilidade:** Velocidade e pontualidade na entrega do serviço. Isso inclui a velocidade da produção e a habilidade em responder prontamente às solicitações do cliente, com tempo de espera mínimo;
- m. Segurança:** Segurança pessoal do cliente e de suas posses enquanto participa ou beneficia-se do processo de serviço. Isso inclui a manutenção da confidencialidade.

Esses determinantes não são os únicos, nem mesmos esgotam o assunto. São resultados de pesquisas a respeito, num montante de ações e pensamentos afim de melhorar a qualidade em serviços.

5 | RESULTADOS

Visto os entendimentos de qualidade em serviços, e considerando que a vantagem competitiva constitui-se em uma estratégia sustentada por diferenciais e valores agregados para a sobrevivência mercadológica (BARNEY; HESTERLY, 2007); toma-se que os processos primários de serviço tocam os clientes externos e entregam serviços a eles (HRONEC, 1994), com “alto contato com o cliente” (GIANESI; CORRÊA, 1994, p. 42), e se vai ao alinhamento da solução da problemática. Parte-se da premissa que os diferenciais são inovações ou formas diferentes requeridas pelos clientes de se entregar produtos e serviços, e que os valores agregados são desejos dos clientes incorporados aos produtos / serviços para melhor satisfazê-los.

Como ponto de partida, considera-se que os serviços são prestados a pessoas e que as pessoas são únicas. Possuem pensamentos heterogêneo e comportamentos

diversos, ainda cultura, tradições, costumes, necessidades, capacidades, níveis de instrução e diferentes (devido inclusive a condições sócio-econômicas), de modo que é difícil satisfazer a todas (SCHMENNER, 1999). Elas são complexas e de pensamento mutante, entretanto, julgam serviços e produtos. Utilizam para isso os determinantes da qualidade / qualidade em serviços, numa forma construtiva de discrepâncias entre percepções e expectativas a favor da satisfação ou não com o avaliado. Por isso, e para a vantagem competitiva (diferenciais e valores agregados), os determinantes da qualidade devem ser observados e trabalhados (LAS CASAS, 2004).

Observando os determinantes da qualidade de Siqueira (2006 apud DE LUCA, 2007), e considerando os processos primários de serviços possuem alto grau de conta com os clientes (aplicados diretamente sobre o corpo deles), tais como serviços de cabelereiro, maquiagem e afins, busca-se os determinantes da qualidade em serviços que podem possibilitar, ao mesmo tempo, diferenciais e valores agregados nos serviços. Chega-se ao Quadro 2, cuja elaboração considera o serviço de corte de cabelo. Então pergunta-se: Esse determinante pode trazer diferenciais e valores agregados para o serviço ao mesmo tempo?

Determinante	Diferenciais	Valor Agregado	Considerações
Acesso			
Estética			
Limpeza	✓		
Conforto	✓		
Flexibilidade	✓	✓	O cliente pode pedir algo de diferente para o prestador de serviços, e sabe que este vai buscar atendê-lo.
Disponibilidade	✓		
Comunicação			
Competência	✓	✓	O cliente acredita na capacidade e competência do prestador de serviços, de modo que fica seguro em expor seus desejos e crê que vai ser atendido a contento.
Cortesia	✓	✓	O cliente, quando em presença de um prestador de serviços cortez, sente-se a vontade para expressar seus desejos com relação ao serviço.
Integridade			
Confiabilidade	✓	✓	O Cliente tem confiança em trocar ideias com o prestador de serviços, sobre seus desejos, e crê que o combinado será executado.
Agilidade	✓		
Segurança	✓		

Quadro 2 – Determinantes da qualidade a favor da vantagem competitiva em processos primários de serviço (PPS)

Fonte: Os autores.

Pelo exposto, nota-se que os determinantes da qualidade em serviços que

respondem a problemática de pesquisa são: Flexibilidade, competência, cortesia e confiabilidade.

Em relação à flexibilidade, como uma característica dos serviços, dá a possibilidade de uma personalização dos mesmos. O cliente pode fazer solicitações de como quer que o serviço prestado, atendendo assim seus reequerimentos com personalização. Contribui para a satisfação do cliente, numa customização que conduz a valores agregados. Leva assim a vantagem competitiva.

Já em relação à competência, tem-se que o cliente sente-se seguro ao estar participando de um processo com um profissional que tem habilidades e capacidades no que faz, devendo executar o serviço da melhor e mais correta maneira possível. A partir da possibilidade de problemas que possam ocorrer, deixa o cliente tranquilo a partir da resolução de problemas onde demonstre esse conhecimento. Dessa forma, o cliente sente-se a vontade em fazer solicitações de personalização, o que se traduz em valores agregados sem correr o risco de ter resultados ruins e inesperados. Este é mais um ponto favorável a vantagem competitiva por esse atributo.

Sobre a cortesia, tem-se um ponto interessante a favor da vantagem competitiva. Quando o processo está sendo realizado no corpo da pessoa, por exemplo, faz-se necessário que ela se sinta à vontade com o prestador de serviços. Desta forma, a cortesia facilita a vantagem competitiva a partir do momento que o cliente tem a possibilidade de fazer solicitações de personalização ao prestador de serviços, sem risco de acabar sendo mal tratado por tal prestador.

Por fim, e sobre a confiabilidade, tem-se que agrega valor ao serviço a partir do momento que, de maneira direta, o cliente sabe que não está sujeito a amadores no assunto (possibilidade mínima de lhe dar “prejuízos” facilmente observados pelos outros). Confia no desempenho do prestador, de modo a ficar tranquilo com relação ao resultado do processo.

Assim, tem-se a identificação dos determinantes da qualidade em serviços que, de maneira direta ou indireta, colaboram para diferenciais e valores agregados nos processos primários de serviço (vantagem competitiva). Ressalta-se a importância de se seguir os determinantes indicados para este fim, visto que nos processos primários de serviço a criticidade de julgamento dos clientes é maior. Afinal, o serviço é prestado sobre o corpo do cliente e, qualquer erro, pode lhe causar transtornos e aborrecimentos de difícil reparação.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por todo o exposto e argumentado, chega-se ao final do estudo com os objetivos cumpridos. Identificou-se que a Qualidade, numa evolução histórica construtivista, é um conceito mutante que, desde a década de 1990, vem permeando no ambiente mercadológico e acadêmico. Começou sob o entendimento técnico, indo na sequência

para o sociotécnico. Na atualidade, segunda década do século XXI, relaciona-se com a satisfação do cliente. Deste modo, entende-se que se um cliente está satisfeito com um produto ou serviço, este produto ou serviço é de qualidade para ele.

Com relação aos serviços, reconheceu-se que são ações prestadas por algo ou alguém a um terceiro e a benefício deste. Possuem características de intangibilidade, simultaneidade, heterogeneidade e correlatas, sendo resultados de processos.. Dentre estes, tem-se os serviços profissionais, lojas de serviços, serviços em massa e indústrias de serviço. Variam um a um pela personalização e tempo dispendido com os clientes (clientes atendidos na unidade de tempo). Cada processo tem suas particularidades, mas todos têm a finalidade de atender o cliente / consumidor em suas necessidades.

Sobre a Qualidade em serviços, identificou-se que pode ser entendida como a conjunção entre os conceitos de qualidade e serviços, numa aplicabilidade cercada de subjetividades, pessoalidades e influencias de comportamentos. Considera a heterogeneidade de consumidores em termos culturais, de tradições, costumes, níveis de formação/instrução, condições sócioeconômicas e experiências de consumo, levando-se em conta que clientes diferentes vão avaliar a qualidade de um mesmo serviço de maneiras diferentes. O que é de qualidade para um cliente, pode não ser de qualidade para outro. Reconheceu-se também que a qualidade em serviços, de maneira direta ou indireta, é avaliada pelos clientes por meio dos determinantes da qualidade em serviços.

Com relação aos processos primários de serviço, e a vantagem competitiva, identificou-se que os primeiros são processos de serviço que tem alto grau de contato com os clientes (aplicados sobre os clientes); e que a vantagem competitiva faz parte de uma estratégia de sobrevivência mercadológica pela oferta, ao mercado e aos clientes, de diferenciais e valores agregados nos produtos e serviços. Entende-se os diferenciais sob o aspecto inovador, tendo-se que os valores agregados são os atributos que os clientes desejam, e dão valor, nos produtos/serviços que consomem.

Por fim, e sobre a correlação entre a qualidade em serviços e a vantagem competitiva, nos processos primários de serviço, identificou-se que a qualidade em serviços pode ser usada, nestes processos e a favor da vantagem competitiva, a partir do uso de determinantes específicos (flexibilidade, competência, cortesia e confiabilidade). Assim, e tendo-se que estes determinantes podem possibilitar simultaneamente diferenciais e valores agregados nos processos primários de serviço, chegou-se ao resultado principal da pesquisa, ou seja, cumprimento do objetivo geral. Ressalta-se que houve dificuldades durante a pesquisa, e que esta não veio esgotar o assunto. Sugere-se que seja refeita, por outro autor e a outro tempo, utilizando-se procedimentos de levantamento, afim de verificar ou refutar os resultados ora encontrados.

REFERÊNCIAS

ALBRECHT, Karl. *Revolução nos serviços*. São Paulo: Pioneira, 1992.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 9000: Sistemas de Gestão da Qualidade – Fundamentos e Vocabulário. Rio de Janeiro: ABNT, 2000. 26 p.

BARNEY, J.B.; HESTERLY, W. S. *Administração estratégica e vantagem competitiva*. São Paulo: 2007.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. *Planejamento Estratégico*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

COOPER, Cary L.; ARGYRIS, Chris. *Dicionário Enciclopédico de Administração*. São Paulo: Atlas, 2003.

CROSBY, Philip B. *Qualidade é Investimento*. 6. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1994.

DE LUCA, Marcelo Alexandre Siqueira. *A gestão da qualidade em processos primários de serviço: uma proposta de ferramenta aplicada ao processamento com pessoas*. 2007. 271 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção e Sistemas) Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2007

DEMING, W. Edwards. *Out of the crisis: quality, productivity and competitive position*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

GIL, A.C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GARVIN, D. A. *What Does 'Product Quality' Mean?* Sloan Management Review, ABI/INFORM Global, (pre-1986), 26, 1, p. 25-43, 1984.

HRONEC, Steven M. *Sinais vitais: usando medidas do desempenho da qualidade, tempo e custo para traçar a rota para o futuro de sua empresa*. Tradução Kátia Aparecida Roque. São Paulo: Makron Books, 1994

JURAN, J. M.; GRZYNA, F. M. *Controle da qualidade handbook: conceitos políticos e filosofia da qualidade*. v. 1. São Paulo: Makron Books, 1991.

_____. *Quality planning and analysis: from product. development through use*. 3. ed. New York: McGraw-Hill, 1993.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. *Princípios de Marketing*. 9 ed. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2004.

_____. *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. São Paulo: Atlas, 1998.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Qualidade total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 4.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, Lauren. *Serviços: marketing e gestão*. Tradução Cid Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2001.

MARSHALL JUNIOR, Isnard; ROCHA, Alexandre Varanda; MOTA, Edmarson Bacelar; QUINTELLA, Odair Mesquita. *Gestão da qualidade*. 5. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick. *Qualidade: enfoques e ferramentas*. São Paulo: Artliber, 2001.

OAKLAND, John S. *Gerenciamento da qualidade total*. Tradução de Adalberto Guedes Pereira. São Paulo: Nobel, 1994.

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

PRAZERES, Paulo Mundin. *Dicionário de termos da qualidade*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

SCHIFFMAN, Leona G.; KANUK, Leslie Lazar. *Comportamento do consumidor*. 6. ed. Tradução Vicente Ambrósio. São Paulo: LTC, 2000.

SIQUEIRA, Daniel Madureira Rodrigues. *Avaliação da qualidade em serviços: uma proposta metodológica*. Florianópolis, 2006. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) Universidade Federal de Santa Catarina.

SMITH, Gerald F. *The meaning of quality*. *Total Quality management*, v. 4, n. 3, p. 235-244, 1993.

ZEITHAML, Valarie A.; BITNER, May Jo. *Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente*. Tradução Martin Albert Haag e Carlos Alberto Silveira Netto Soares. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-457-3

