



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

THAIS INGRID DA COSTA BOMFIM

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELOS CARTÓRIOS
EM FORTALEZA SOB A PERSPECTIVA DO SEUS USUÁRIOS

FORTALEZA

2025

THAIS INGRID DA COSTA BOMFIM

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELOS CARTÓRIOS EM
FORTALEZA SOB A PERSPECTIVA DO SEUS USUÁRIOS

Monografia apresentada ao curso de Graduação
Administração do Departamento de
Administração da Universidade Federal do
Ceará, como parte dos requisitos para obtenção
do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Profa. Dra. Luma Louise Sousa
Lopes.

FORTALEZA

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- B683a Bomfim, Thais Ingrid da Costa.
Avaliação da qualidade dos serviços prestados pelos cartórios em Fortaleza sob a perspectiva do seus usuários / Thais Ingrid da Costa Bomfim. – 2025.
49 f. : il.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, 2025.
Orientação: Profa. Dra. Luma Louise Sousa Lopes.
1. Qualidade em serviços. 2. Escala SERVPERF. 3. Percepção. 4. Serviços registraes e notariais. I. Título.
CDD 658
-

THAIS INGRID DA COSTA BOMFIM

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELOS CARTÓRIOS EM
FORTALEZA SOB A PERSPECTIVA DO SEUS USUÁRIOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade do Departamento de Administração como requisito básico para a conclusão do Curso de Administração de Empresas.

Orientador (a): Profa. Dra. Luma Louise Sousa Lopes.

Aprovado em: 25/02/2025.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Luma Louise Sousa Lopes (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Roseilda Nunes Moreira
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Joelma Soares da Silva
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço ao meu bom Deus, que não me desamparou durante a caminhada e me fez acreditar que eu era capaz. Mesmo nos momentos em que desacreditei na minha capacidade, ele me mostrou que era possível e iluminou meus caminhos. Sua graça e misericórdia foram fundamentais para a conclusão dessa pesquisa

À minha família, meus pais, Ionete e Francisco, por apoiarem as minhas decisões e guiarem meus caminhos em busca do meu desenvolvimento. Aos meus irmãos, Fabíola e Franklin, por contribuírem e incentivado a conclusão da graduação.

Ao meu namorado, Daniel Vieira, por compreender a minha ausência para execução desse trabalho. Sua paciência, compreensão e carinho foram fundamentais para que eu pudesse manter o equilíbrio emocional e conseguir concluir este trabalho.

Aos meus colegas de graduação, em especial, à Mariane Santos, que sempre esteve presente, oferecendo ajuda e compartilhando conhecimento. Gratidão por tornar a jornada acadêmica leve e produtiva

Por fim, agradeço aos professores os quais tive prazer de conhecer durante a minha jornada acadêmica, por compartilhar conhecimento e buscar desenvolver o melhor dos alunos. Em especial, à professora Luma Louise, por toda orientação durante a execução desse trabalho, sua paciência, metodologia e ensinamentos foram de grande valia para desenvolvimento da pesquisa

RESUMO

Os serviços cartoriais são importantes para a segurança jurídica, autenticidade e publicidade dos atos e negócios jurídicos, garantindo estabilidade nas relações sociais e econômicas. Diante deste cenário, este estudo tem como objetivo avaliar a qualidade da prestação desses serviços em Fortaleza, Ceará, com base na percepção dos usuários. Para isso, foi realizada uma pesquisa quantitativa e descritiva, utilizando o método de levantamento. O instrumento adotado foi a escala *Service Performance* (SERVPERF), que avalia as dimensões Tangibilidade, Confiabilidade, Responsividade, Segurança e Empatia. Os dados coletados foram analisados por meio de estatística descritiva básica. Verificou-se que a pesquisa evidencia que cartórios possuem um alto nível de confiabilidade e segurança, mas enfrentam desafios na agilidade do atendimento e na experiência do usuário.

Palavras-chave: Qualidade em serviços; Escala SERVPERF; Percepção; Serviços registrais e notarias.

ABSTRACT

Notarial and registry services are important for the legal security, authenticity and publicity of legal acts and transactions, ensuring stability in social and economic relations. Given this scenario, this study aims to evaluate the quality of the provision of these services in Fortaleza, Ceará, based on users' perceptions. For this purpose, quantitative and descriptive research was conducted, using the survey method. The instrument adopted was the Service Performance (SERVPERF) scale, which evaluates the dimensions Tangibility, Reliability, Responsiveness, Security, and Empathy. The data collected were analyzed through basic descriptive statistics. It was found that the research shows that notary offices have a high level of reliability and security, but face challenges in the agility of service and user experience.

Keywords: Quality of services; ServPerf Scale; Perception; Registry and notary services.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Modelo de Gaps do Serviço	19
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Principais características dos serviços abordadas por diferentes autores	15
Quadro 2: Gap's da Qualidade	20
Quadro 3: Utilização da SERVPERF em pesquisas	23
Quadro 4: Princípios do Serviço público e suas definições.....	26
Quadro 5: Tipos de Cartórios	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Perfil dos respondentes	29
Tabela 2: Resultados da dimensão Tangibilidade	30
Tabela 3: Resultados da dimensão Confiabilidade	31
Tabela 4: Resultados da dimensão Responsividade	32
Tabela 5: Resultados da dimensão Segurança	33
Tabela 6: Resultados da dimensão Empatia	34
Tabela 7: Resultados das dimensões da SERVPERF	35

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANOREG	Associação Notários e Registradores
CF	Constituição Federal
CNJ	Conselho Nacional de Justiça
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ME	Média Expectativas
MP	Média Percepções
QP	Qualidade Percebida
SERP	Sistema Eletrônico de Registros Públicos
TJ	Tribunal de Justiça

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 SERVIÇOS: CONCEITO E CARACTERÍSTICAS	14
3 QUALIDADE EM SERVIÇO: CONCEITOS E INSTRUMENTOS DE MENSURAÇÃO	17
3.1 Qualidade percebida em serviços	18
3.2 Mensuração da Qualidade: Escalas SERVQUAL e SERVPERF	20
4 MÉTODO DA PESQUISA	24
5 SERVIÇO PÚBLICO E OS SERVIÇOS CARTORIAIS NO BRASIL	26
5.1 Serviços Cartoriais no Brasil: tipos e evolução.....	26
6 ANÁLISE DOS RESULTADOS	29
7 CONCLUSÃO.....	38
REFERÊNCIAS	40
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	44

1 INTRODUÇÃO

O surgimento do setor de serviços remete desde o início da civilização, no entanto, foi após a Revolução Industrial, mais precisamente no séc. XX com a ascensão da indústria, a produção em massa e a urbanização, que a demanda por uma gama crescente de serviços, como o de transporte e de comunicação se intensificou impulsionando o crescimento desse setor (Corrêa, 2012).

Em 2022, o setor de serviços empregava cerca de 14,2 milhões de pessoas no Brasil, sendo o maior índice registrado (IBGE, 2022). Desse modo, tal estatística retrata a importância desse setor para economia nacional gerando renda e emprego, e tem se destacado como um recurso competitivo para muitas empresas (Silva; Moreira; De Toni, 2021). Diante desse crescimento, a preocupação com a qualidade dos serviços e satisfação dos usuários aumenta a cada dia e se torna um desafio para as organizações, em razão da natureza intangível de muitos de seus atributos. Enquanto produtos possuem características físicas mensuráveis, a qualidade de serviços envolve aspectos subjetivos, como pela experiência do consumidor (Fitzsimmons, 2014).

A qualidade, nesse contexto, vai além da conformidade com padrões, mas como um elemento estratégico, que interliga a relação entre empresa e clientes (Silva; Moreira; De Toni, 2021). Para Bezerra e Coimbra (2018), falar em qualidade no âmbito da prestação de serviços é colocar o cliente como o alvo principal na busca pelo aperfeiçoamento das atividades, de modo a atender suas necessidades individuais e superar suas expectativas com o serviço prestado.

Dentro da categoria de serviços, há os serviços públicos. Estes se caracterizam por serem oferecidos pelo Estado ou por quem ele delegar, no caso de serviços públicos delegados como casos de serviços cartoriais. Os serviços cartorários no Brasil, são caracterizados como serviço público delegado desde 1988, conforme expresso na Constituição Federal. Esse tipo de serviço pode ser entendido de maneira geral, como um serviço público exercido por um privado, a quem a ele foi delegado, sendo regulamentados pela Lei dos Registros Públicos (Lei nº 6015/73) e pela Lei dos Notários e Registradores (Lei nº 8.935/94).

Até o ano de 2022 existiam cerca de 13.440 serventias extrajudiciais no Brasil, sendo 28 na cidade de Fortaleza, divididas em cinco atribuições, como: registro civil, de imóveis, protestos, títulos e notas. Com base nisso, embora prestado por uma pessoa física de caráter privado, é considerado um serviço público, e assim como os demais serviços como saúde, educação, tende a ser bastante criticado com relação à satisfação dos serviços prestados.

Neste contexto, oferecer uma boa qualidade nos serviços prestados torna-se relevante tanto para as entidades extrajudiciais quanto para o cidadão. No entanto, dentro da realidade brasileira, apresenta desafios significativos para a obtenção desse objetivo. Um desses desafios reside na percepção dos usuários, que, segundo pesquisa Datafolha de 2022, associam majoritariamente os serviços cartoriais à burocracia. Para Franzoi (2018), aqueles que associam o trabalho de notários e registradores como uma burocracia imposta pelo Estado para auferir lucros, são aqueles que não percebem a necessidade desses serviços como agente de prevenção de fraudes que atuam prezando pela segurança jurídica de modo a oferecer a solução adequada ao usuário.

Assim, partindo da minha vivência prática no setor e o conhecimento das premiações que reconhecem a qualidade dos serviços prestados despertaram um interesse particular em entender as percepções dos consumidores em relação aos serviços cartoriais. Essa compreensão visa auxiliar a serventias extrajudiciais a identificar quais dimensões tem maior impacto na satisfação dos clientes para aprimorar e adequar seus serviços de modo a satisfazer as expectativas dos consumidores.

Diante dessa discussão, tem-se a seguinte questão de pesquisa: Qual é a percepção dos usuários sobre a qualidade dos serviços cartoriais prestados pelas serventias extrajudiciais de Fortaleza - CE? O objetivo geral deste trabalho é avaliar a qualidade da prestação de serviços cartoriais em Fortaleza, Ceará, sob a percepção dos seus usuários. Para tanto, têm-se os seguintes objetivos específicos:

- a) identificar a qualidade percebida pelos usuários do serviço em relação a cada uma das dimensões da qualidade;
- b) identificar qual dimensão da qualidade percebida possui melhor e pior desempenho conforme a percepção dos usuários;
- c) Apontar medidas de melhorias com base nos resultados obtidos através da pesquisa.

Do ponto de vista teórico, a presente pesquisa contribui sobre percepções dos clientes quanto a prestação de um serviço de qualidade. De acordo com Freitas (2005), avaliar a qualidade de serviços compõe uma atividade de relevância para que uma empresa, seja ela pública ou privada, seja competitiva, e consiga alcançar o sucesso entre os concorrentes.

Sendo assim, com objetivo de mapear a utilização do SERVPERF nos últimos anos, realizou-se um levantamento de trabalhos acadêmicos indexados na base de dados Spell e Scielo, no período de 2019 a 2024, utilizando como filtro de pesquisa as palavras-chave “SERVPERF”, “Qualidade em serviços” Foram identificados trabalhos que investigaram a

qualidade percebida nos serviços de parques (Ferreira *et al.*, 2021); em restaurantes universitários (Santos; Vera, 2020); de *hostels* (Santos *et al.*, 2023) e no setor bancário (Saueressig; Larentis; Giacomello, 2021).

Embora tenha evidenciado diversos trabalhos que trazem a aplicação da escala SERVPERF, nas mais variadas categorias de serviços, como bancário, alimentação e turístico foi identificado uma lacuna na literatura em relação à aplicação da SERVPERF na categoria de serviço público notarial e registral. Diante disso, este estudo se justifica por contribuir para o aprofundamento do conhecimento sobre a SERVPERF e sua aplicação na área de serviços cartoriais.

Segundo dados da Associação dos Notários e Registradores do Estado do Ceará (2023), diversos cartórios do estado e de Fortaleza são reconhecidos nacionalmente pelos órgãos de classe pela qualidade na prestação de serviços. Entretanto, não se sabe se os usuários compartilham da mesma percepção. Nesse sentido torna-se relevante realizar essa pesquisa a fim de identificar as percepções de qualidade para esse nicho.

Quanto à importância social do tema, a avaliação de qualidade de serviços cartoriais se mostra relevante, pois esses serviços desempenham um papel importante na garantia da segurança jurídica e na proteção dos direitos dos cidadãos. A qualidade desses serviços impacta diretamente a eficiência e eficácia do sistema jurídico como um todo, ao garantir maior segurança jurídica, prevenir fraudes e agilizar o andamento dos processos. Além de fornecer documentos bem registrados e autenticados que reduzem conflitos e litígios relacionados à titularidade de bens ou validade de contratos e facilitar o acesso do Poder Judiciário a informações precisas e confiáveis (Marinho, 2020). Além disso, a ampliação de soluções extrajudiciais, como divórcios e inventários realizados em cartório, contribui para o desafogamento do Judiciário, assegurando maior eficiência na resolução de demandas e influenciando a confiança da população nas instituições e no cumprimento da legislação.

Diante disso, o estudo torna-se relevante ao contribuir e ampliar o conhecimento sobre tema proposto, e os resultados por ele obtidos, poderão produzir subsídios aos prestadores de serviços cartorários na melhoria do relacionamento com seus clientes e sua satisfação.

Esta monografia está estruturada em quatro seções principais. Inicialmente, apresenta-se a introdução, que contextualiza a pesquisa, sintetiza o conhecimento prévio e define as variáveis exploradas. Em seguida, o referencial teórico fundamenta a pesquisa, apresentando os estudos relevantes e conceituando termos como “serviços”, “serviços cartoriais” e “qualidade em serviços”. A metodologia da pesquisa, por sua vez, detalha o delineamento da pesquisa e os procedimentos metodológicos adotados. Na sequência, a análise

dos resultados apresenta a consolidação dos dados coletados e a discussão dos achados. Por fim, a conclusão, onde são sintetizadas as principais conclusões da pesquisa. Ainda complementam o trabalho as referências bibliográficas, relacionada às fontes e materiais consultados durante a elaboração da presente monografia e o apêndice, que contém o modelo de questionário utilizado

2 SERVIÇOS: CONCEITO E CARACTERÍSTICAS

A palavra serviço deriva do latim *SERVITIUM*, que significa escravidão, obediência. está relacionado ao ato de servir, conforme definição do Dicio (2023). Certamente, estabelecer um conceito para a palavra serviço, não é uma atividade fácil de desempenhar. Basta olharmos ao nosso redor, no cotidiano, diariamente, vivenciamos o serviço, seja como um prestador, recebedor, ou realizando os dois ao mesmo tempo. Entretanto, é comum, não sabermos definir o que é serviço, muitas vezes, definimos, exemplificando com os tipos existentes, como de transportes, alimentação, bancários, jurídicos etc.

O Código Brasileiro de Defesa do Consumidor (Lei n.º 8.078 de 11 de setembro de 1990), traz a definição de serviço como “[...] qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.” (Brasil, 1990).

Já na teoria, percebe-se que nem mesmo os grandes autores da área concluem de forma exata a respeito, mas citam suas características e de certa maneira, chegam a um ponto geral que permite entender o que representa um serviço. Por exemplo, para Kotler e Keller (2012), serviços são atividades, benefícios ou desempenhos que uma parte oferece a outra e que são essencialmente intangíveis e não resultam na propriedade de nada.

Zeithaml, Parasuraman e Berry (1985) conceituam serviços como ações, processos e desempenho que são intangíveis, mas percebidos pelos clientes como tendo valor e que satisfazem as suas necessidades e desejos. Ou seja, o produto de um serviço é sempre um sentimento, o que o torna muito variável, pois os clientes ou sairão satisfeitos, quando este serviço atender sua expectativa, ou insatisfeitos, quando não atingir o que era esperado, ou seja, sua expectativa. Então, dessa forma, a qualidade dos serviços varia conforme o tipo de pessoa. Com base nas duas definições acima, é possível identificar que a principal característica do serviço é a intangibilidade, citadas nas definições de ambos os autores.

As características dos serviços, são discutidas e estudadas por diversos autores. Isso porque, são essas características, que de fato, os diferencia dos produtos. Dentre os autores, que produziram estudos sobre o assunto, se destacam, Grönroos (2003), Zeithaml, Bitner e Gremler (2011) e Kotler e Keller (2012). Aqui serão abordadas as principais características propostas por estes. O Quadro 1, proposto por Ferreira (2015), traz o resumo das principais características definidas por cada autor.

Quadro 1: Principais características dos serviços abordadas por diferentes autores

Grönroos (2003)	Zeithaml, Bitner e Gremler (2011)	Kotler e Keller (2012)
Intangibilidade	Intangibilidade	Intangibilidade
heterogeneidade	heterogeneidade	Variabilidade
Não podem ser mantidos em estoques	Percibilidade	Percibilidade
Inseparabilidade	A geração e consumo simultâneo	Inseparabilidade
Processos		

Fonte: Ferreira (2015).

Ao analisar-se o quadro verificamos diversas características estabelecidas em comuns entre os autores. A primeira característica se refere a intangibilidade, que se não a principal, a mais importante da caracterização de um serviço. Segundo Kotler e Keller (2012), os serviços, diferente dos bens tangíveis, não podem ser sentidos, cheirados, tocados. Sendo assim, os usuários avaliam se é um serviço de qualidade através das instalações, equipamentos, atendimento e demais aspectos.

Para Grönroos (2003), a característica de ser intangível, é que faz o serviço ser de fato considerado um, ou seja, é sua essência, e está diretamente relacionada às dificuldades de ser avaliado quanto à qualidade pelos usuários. Já Zeithaml, Bitner e Gremler (2011) definem esta característica como a principal da categoria. No entanto, também é desta, a responsabilidade das dificuldades quanto à mensuração de capacidade de atendimento, por exemplo, tendo em vista não poder ser armazenados e estocados.

Logo após, tem-se a característica de variabilidade, ou também conhecida por heterogeneidade. Esta característica, se refere que os serviços são diferentes conforme o prestador e os clientes. Segundo Zeithaml, Bitner e Gremler (2011), isso ocorre porque cada ser humano tem seu desempenho próprio a cada dia, além disso, os clientes possuem demandas e exigências diferentes, o que é confirmado por Kotler e Keller (2012). Grönroos (2003) trata essa característica por um prisma negativo, afirmando que ela dificulta o estabelecimento de um padrão de serviço.

Em seguida, quanto à percibilidade, todos os autores abordados anteriormente tratam que os serviços não podem ser estocados, ou seja, seu consumo deve ser imediato. No entanto, Kotler e Keller (2012) trazem uma questão de oscilação da demanda em virtude dos serviços não poderem ser estocados para uso posterior, considerando um ponto desafiador para os gestores lidarem com essa administração da demanda.

A quarta característica trata da inseparabilidade, ou seja, os serviços são consumidos ao mesmo tempo do que são produzidos, não sendo possível realizar essa divisão entre produção e consumo. Para Kotler e Keller (2012), é comum que à medida que o serviço é mais personalizado e leve tempo, como serviços de beleza, a compensação para o tempo de realização recai sobre o preço cobrado, aumentando-o. Também, para Zeithaml, Bitner e Gremler (2011), a característica de inseparabilidade está relacionada à participação dos clientes durante o serviço, fazendo parte do processo. Complementando, Grönroos (2003) afirma que em virtude desta característica, é essencial o bom relacionamento entre o prestador e quem recebe o serviço.

A quinta característica, que é somente abordada por Grönroos (2003), trata que os serviços são oriundos de diversos processos que buscam resolver as demandas dos clientes, e sendo esta, a mais importante é originária das demais características apontadas. Essas características são cruciais para entender a natureza única dos serviços e como elas influenciam a forma como os serviços são criados, entregues e consumido além de impactarem diretamente na qualidade percebida pelo cliente.

3 QUALIDADE EM SERVIÇO: CONCEITOS E INSTRUMENTOS DE MENSURAÇÃO

A qualidade, como conceito, tem início histórico em diferentes épocas e contextos. No entanto, o surgimento da preocupação com a qualidade pode ser associado à Revolução Industrial, quando a produção em larga escala gerou a necessidade de garantir a uniformidade e consistência dos produtos. No século XX, o conceito de qualidade passou por diversas evoluções, especialmente com o desenvolvimento da gestão da qualidade total, que se tornou popular a partir da década de 1980. Segundo Carpinetti (2016), qualidade passou a ser vista não apenas como uma característica dos produtos, mas também como um aspecto fundamental em todos os processos organizacionais.

No entanto, quando se fala sobre a qualidade, ainda existe uma certa dificuldade em conceituar esse termo, o que pode ser atribuída à sua natureza multidimensional e subjetiva. Segundo Ferreira (2021), qualidade é um conjunto de características ou propriedades de uma coisa que a distinguem de outras, sendo assim, a qualidade pode ser entendida como altamente subjetiva, sendo diferente para cada indivíduo, e moldada de acordo com o contexto e as expectativas de cada pessoa. Além disso, pode ser conceituada sob diferentes perspectivas, como a qualidade de um produto, serviço, processo, atendimento derivadas de sua variedade de interpretações.

Muitos autores contribuíram com o estudo da qualidade, sendo conhecidos como gurus da qualidade, como Juran (1990) e Feigenbaum (1961). Para Juran (1990) qualidade é adequação ao uso e que para seu atingimento e todos os processos da organização devem estar direcionados para atender as expectativas dos clientes. Para Feigenbaum (1961), qualidade está relacionada oferecer o melhor e condições certas para cliente e, essas condições estão relacionadas ao uso e o preço de venda do produto”.

Com base nessas definições, Paiva (2014) reitera que o fenômeno da qualidade pode ser transformado em diversas características que não estão somente relacionadas a atributos, especificações e desempenho, mas também, atendimento, assistência, confiabilidade e durabilidade de serviços e produtos.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o setor de serviços foi responsável por 59% da totalidade do PIB no segundo trimestre de 2023. Isso mostra a importância desse setor para a economia brasileira, e o quanto os gestores das diferentes empresas que atuam no segmento devem se preocupar cada vez mais com a qualidade na prestação de serviços ofertados e com o aumento da lucratividade em consequência desta.

Qualidade em serviços é uma abordagem que se concentra na satisfação e nas necessidades dos clientes ao receberem um serviço. Oliveira *et al.* (2023) define a qualidade em serviços como a capacidade de satisfazer uma necessidade, solucionar um problema ou fornecer benefícios a algum indivíduo.

Desse modo, está relacionada desde o momento que o cliente decide qual prestador irá escolher para atender sua demanda. Além disso, para o consumidor/usuário escolher uma organização preocupada com a qualidade do serviço oferecido, é ter perspectiva que será realizado esforços para atender da melhor maneira possível as suas expectativas. No entanto, quando o usuário percebe que o que se espera do serviço, não é realizado, ou não é considerado importante, a perda de interesse pelo serviço oferecido é certa e como consequência, ele pode influenciar negativamente outros potenciais consumidores com divulgação da própria percepção sobre o atendimento oferecido.

3.1 Qualidade percebida em serviços

Segundo Dominguez (2000), a qualidade percebida em serviços refere-se à percepção que os consumidores têm sobre a qualidade do serviço prestado por uma empresa. Ela está relacionada à satisfação do cliente, à confiança na empresa e à percepção de valor. Dessa forma, pode ser caracterizada como uma forma de atitude (Stefano; Godoy,2009).

Carpinetti (2016) afirma que qualidade percebida é a relação entre a expectativa sobre o serviço e seu momento de consumo, existindo satisfação do cliente quando a percepção supera a expectativa. A satisfação, pode ser compreendida no âmbito de serviços, como o contentamento ou desapontamento resultante da percepção de desempenho do serviço e a expectativa do cliente. Alves (2017) afirma que um cliente está satisfeito é quando sua experiência supera suas expectativas.

Para Kotler e Keller (2012), a qualidade percebida e satisfação estão relacionados. Logo a satisfação do consumidor é função do desempenho percebido e das expectativas sobre aquele serviço. A satisfação pode ser atribuída à relação entre a qualidade percebida e a esperada (Paiva, 2014).

Sendo assim, de acordo com Fitzsimmons (2014) a qualidade percebida (QP) pode ser classificada quanto a três situações:

1. Quando as expectativas são menores que as percepções: a qualidade percebida é boa;
2. Quando as expectativas são iguais às percepções: a qualidade percebida é

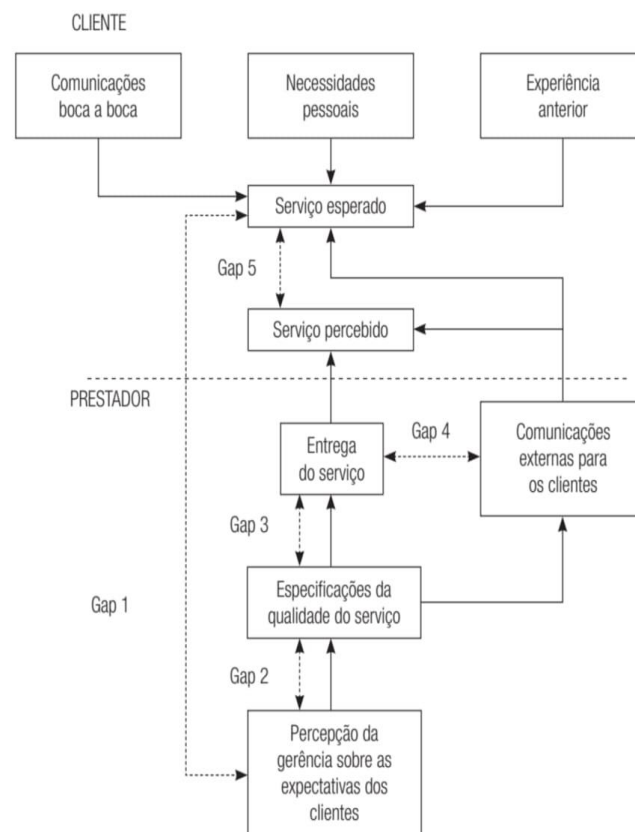
aceitável;

- Quando as expectativas são maiores que as percepções: a qualidade percebida é ruim.

A percepção da qualidade é construída pelos clientes ao longo do tempo, isso porque, inicialmente a o usuário atribui a qualidade do serviço de uma empresa com base nas suas próprias expectativas, e após alguns momentos de utilização do serviço, ele cria uma opinião com relação à qualidade percebida do serviço

Dentro dessa perspectiva, Zeithaml e Parasuraman e Berry (1985) foram os responsáveis por identificar as lacunas ou os chamados GAPS, que podem prejudicar a qualidade percebida pelos clientes, e a partir disso, expõem o modelo dos cinco gaps conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1: Modelo de Gaps do Serviço



Fonte: Zeithaml, Parasuraman e Berry (1985).

Estes gaps são grandes obstáculos na tentativa de se atingir um nível de excelência, na prestação de serviços, e a partir do entendimento deles, conforme relacionados no quadro 2, às organizações podem comparar as expectativas dos clientes com o que eles realmente percebem do serviço prestado.

Quadro 2: Gap's da Qualidade

Gap	Descrição
Gap 1	Consiste na diferença entre as expectativas do cliente e a percepção da empresa sobre as expectativas dos clientes.
Gap 2	Aborda a diferença entre as expectativas da administração sobre o que os clientes desejam e o que a empresa realmente oferece.
Gap 3	Compreende a diferença entre os padrões de serviço estabelecidos pela administração e o serviço que é realmente fornecido aos clientes.
Gap 4	Relaciona a diferença entre o que a empresa comunica aos clientes sobre seus serviços e o que os clientes percebem dessa comunicação.
Gap 5	Diferença entre a percepção do cliente sobre a qualidade do serviço e as expectativas previamente estabelecidas.

Fonte: Adaptado de Parasuraman *et al* (1985).

Portanto, cabe aos prestadores de serviço, sejam eles na categoria de público ou privado, conhecer as expectativas dos seus usuários para buscar melhorias de desempenho que favoreçam uma percepção sempre boa sobre o serviço, e favoreçam uma vantagem competitiva frente aos concorrentes (Ferreira, 2017).

3.2 Mensuração da Qualidade: Escalas SERVQUAL e SERVPERF

A escala SERVQUAL é uma ferramenta de medição da qualidade de serviços, desenvolvida em 1988 por Zeithaml, Parasuraman e Berry. De caráter universal com aplicação nas mais variadas organizações de serviços, como os estudos em área contábil, ensino e saúde realizados (Vinholi, 2022).

Ela se baseia em cinco dimensões-chave da qualidade percebida em serviços, organizada em grau de importância, são elas: confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e elementos tangíveis (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014).

A primeira dimensão, se refere a confiabilidade, que está relacionada à capacidade da empresa de fornecer o serviço prometido de forma confiável e precisa (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014.) De maneira prática, seria a garantia de que o serviço será realizado conforme o combinado, sem erros e dentro dos prazos estabelecidos.

Essa dimensão está diretamente ligada à credibilidade da empresa, pois um serviço confiável transmite segurança ao cliente e tem maior probabilidade dele se tornar um cliente fiel e indicar a empresa para outras pessoas. Sendo assim, as empresas de serviços precisam dedicar mais atenção à confiabilidade dos serviços que prestam, buscando cada vez mais melhorar esse aspecto, pois ela está no centro da excelência do serviço (Zeithaml; Parasuraman;

Berry, 2014).

A responsividade diz respeito à disposição da empresa para ajudar os clientes e prestar serviços de forma oportuna. Está relacionada à capacidade de responder de forma ágil e eficiente às necessidades, solicitações ou problemas dos clientes (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014).

Mais importante do que atender de forma rápida e sem erros, é ter essa mesma atitude na resolução dos problemas, quando houver. Isso porque, quando clientes têm problemas com a prestação de um serviço, sua percepção da qualidade deste é impactada negativamente. Logo, o mais importante que uma empresa de serviços pode fazer é ser confiável, ou seja, realizar o serviço de forma confiável e correta desde a primeira vez (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014).

A Segurança envolve a habilidade da empresa de transmitir confiança e segurança em relação aos seus serviços, garantindo a ausência de dúvidas para os clientes (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014.). Engloba fatores como competência e conhecimento dos funcionários na execução do serviço.

Essa dimensão é de extrema importância e influencia diretamente na percepção dos clientes, sobretudo quando se trata de serviços que os mesmos percebem como de alto risco ou para serviços que se sentem inseguros em avaliar os resultados – como os serviços bancários, de seguros, de corretagem, médicos e jurídicos (Zeithaml; Bitner; Gremler, 2014).

A Empatia refere-se à atenção personalizada, preocupação e cuidado que a empresa demonstra em relação aos seus clientes durante a prestação do serviço. Ela está relacionada a habilidade de prestar um atendimento humanizado, onde o cliente se sente valorizado e compreendido (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014).

A Tangibilidade se refere a todos os aspectos físicos e materiais que o cliente percebe durante a sua interação com o serviço. Essa dimensão engloba a aparência física das instalações, equipamentos, funcionários e materiais de comunicação da empresa.

Embora a dimensão da tangibilidade seja considerada a menos importante pela maioria dos clientes, ela tende a ser mais valorizada pelos novos clientes (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014). Isso ocorre porque os elementos tangíveis são a primeira referência que eles têm para avaliar o serviço, transmitindo credibilidade e profissionalismo desde o primeiro contato.

A aplicação deste instrumento de avaliação, consiste em um questionário composto por 22 atributos-perguntas divididos entre as 5 dimensões citadas anteriormente, onde os entrevistados classificam os atributos em duas seções: a primeira quanto à sua expectativa, ou

seja, o que esperava do serviço, e em seguida sobre sua percepção, ou seja, o que perceberam do serviço.

A escala SERVQUAL é comumente utilizada e, conforme descrito por Costa, Correia e Silva (2015), possui diversos benefícios. O primeiro deles está relacionado a identificação de lacunas de serviço, que possibilita às organizações identificarem as diferenças entre as expectativas dos clientes e as percepções reais sobre a qualidade do serviço oferecido, e a partir disso compreender onde precisam melhorar e onde estão atendendo satisfatoriamente às expectativas do cliente.

O segundo benefício está diretamente ligado ao anterior e refere-se a proporcionar a busca pela melhoria contínua e pela excelência operacional. Isso porque, a partir da identificação das lacunas de serviço, as organizações podem implementar ações corretivas para melhorar a qualidade do serviço e a partir das melhorias implementadas com base nas percepções dos clientes, podem aumentar a satisfação dos seus clientes e, conseqüentemente, reter e fidelizar uma base de clientes mais fiel.

Outro benefício proporcionado pela SERVQUAL, está relacionado com o foco no cliente, pois ao medir a qualidade percebida pelos usuários do serviço, direciona o foco da organização para as necessidades e expectativas dos clientes, promovendo uma abordagem centrada no cliente. Por fim, permite que a organização realize uma avaliação comparativa, ou seja, compare a sua qualidade de serviço com a de concorrentes, ajudando a identificar áreas onde a empresa pode se diferenciar ou se destacar no mercado.

O modelo SERVPERF é um instrumento amplamente utilizado para medir a qualidade percebida de serviços. Ele foi desenvolvido por Cronin e Taylor (1992) como uma alternativa mais prática e objetiva ao modelo SERVQUAL. O SERVPERF baseia-se na ideia de que a qualidade é determinada pela percepção do cliente sobre a performance, e não deve ser medida por meio das diferenças entre expectativa e desempenho (Las Casas, 2019). Sendo assim, a qualidade de serviço é considerada uma função do desempenho percebido, medindo apenas as percepções dos clientes em relação ao serviço recebido. Esse modelo pode ser representado por:

$$Q_j = D_j$$

Sendo:

Q_j = Avaliação da qualidade do serviço em relação à característica j .

D_j = Valores de percepção de desempenho para a característica j de serviço.

Cronin e Taylor (1992) afirmaram ainda que a qualidade de serviço influencia diretamente a satisfação do cliente e, conseqüentemente, a intenção de recompra. Ainda segundo os autores, embora a qualidade dos serviços seja um fator relevante, é a satisfação do cliente, ou seja, o resultado da experiência, que exerce maior influência sobre as decisões de compra.

O modelo utiliza as cinco dimensões da qualidade propostas originalmente no SERVQUAL (confiabilidade, responsividade, segurança empatia e tangibilidade), avaliadas por meio de 22 itens, aplicados em escala Likert, de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente). De acordo com Cronin e Taylor (1992), o modelo SERVPERF explica melhor a variância na qualidade percebida e apresenta maior correlação com a satisfação e a fidelidade dos consumidores.

Com objetivo de mapear a utilização do SERVPERF nos últimos anos, realizou-se um levantamento de trabalhos acadêmicos indexados na base de dados Spell e Scielo, no período de 2019 a 2024, utilizando como filtro de pesquisa as palavras-chave “SERVPERF”, “Qualidade em serviços”. Os trabalhos identificados são apresentados no Quadro 3.

Quadro 3: Utilização da SERVPERF em pesquisas

Título	Autor	Objetivo
Qualidade Percebida nos Serviços do Parque Unipraias – SC: A Percepção dos Clientes Nacionais	Ferreira et al. (2021)	Avaliar a qualidade dos serviços do Parque Unipraias considerando a percepção dos seus clientes de origem nacional.
Avaliação da Qualidade dos Serviços do Restaurante Universitário da Universidade Federal da Bahia na Percepção dos Usuários	Santos; Vera (2020)	Avaliar a qualidade dos serviços prestados pelo restaurante universitário da UFBA na percepção dos clientes
Qualidade Nos Serviços Em Hostels De Natal/RN: Uma Análise A Partir Do Conteúdo Gerado No Booking.com	Santos, Cavalcante (2023)	Analisar o Conteúdo Gerado pelos Usuários da plataforma Booking.com, com base no modelo SERVPERF, aplicado à categoria de hostels em Natal, no Rio Grande do Norte (RN)
Qualidade percebida e lealdade em operações de serviço: um estudo no setor bancário no segmento pessoa jurídica	Saueressig; Larentis; Giacomello. (2021)	Verificar a relação existente entre a qualidade percebida do serviço e a lealdade dos clientes pessoa jurídica de uma instituição bancária na região sul do Brasil.

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Embora tenha evidenciado diversos trabalhos que trazem a aplicação da escala SERVPERF, nas mais variadas categorias de serviços, como bancário, alimentação e turístico foi identificado uma lacuna na literatura em relação à aplicação da SERVPERF na categoria de serviço público notarial e registral. Diante disso, este estudo se justifica por contribuir para o aprofundamento do conhecimento sobre a SERVPERF e sua aplicação na área de serviços cartoriais.

4 MÉTODO DA PESQUISA

Segundo Sampieri, Colado, Lúcio (2013), a pesquisa é composta por um conjunto de processos e críticas que serão aplicados para estudo de um fenômeno. Desse modo, a presente pesquisa pode ser classificada quanto à abordagem como quantitativa, pois utiliza a coleta de dados para baseando - se na medição numérica e na análise estatística estabelecer padrões e comprovar testes.

Quanto ao objetivo, pode-se concluir que esta pesquisa apresenta características descritivas por ter a pretensão de descrever a qualidade do serviço prestado pelas serventias extrajudiciais, a partir das percepções dos usuários. Quanto ao método de pesquisa, se caracteriza como pesquisa de levantamento, pois o método de pesquisa consistiu em aplicação de um questionário baseado no modelo da escala SERVPERF, desenvolvida por Cronin e Taylor (1992).

O método de coleta de dados a ser utilizado consistiu um questionário criado com base na escala SERVPERF de Cronin e Taylor (1992). O questionário (Apêndice A) foi disponibilizado através da ferramenta Google Forms, composto por duas seções e uma pergunta filtro. A questão filtro indagava se o respondente havia utilizado serviços cartorários prestados pelas serventias extrajudiciais de Fortaleza nos últimos 30 dias. A resposta positiva foi requisito para seguir respondendo a pesquisa. A primeira seção compreendeu 22 afirmativas do instrumento SERVPERF a fim de mensurar as percepções dos respondentes, ou seja, o nível de serviço percebido pelos usuários de serviços cartoriais em Fortaleza, Ceará.

É importante ressaltar que, as afirmativas são relativas às dimensões da qualidade apresentadas anteriormente: confiabilidade, tangibilidade, empatia, segurança e responsividade utilizando uma escala variando de 1 - discordo totalmente a 7 - concordo totalmente. Além disso, a presente pesquisa consiste em estudo transversal, já que o levantamento dos dados ocorrerá em uma única etapa, sem um acompanhamento evolutivo da percepção dos usuários ao longo do tempo (Sampieri; Colado; Lúcio, 2013). Por fim, a segunda seção compreendeu 02 perguntas a respeito do perfil sociodemográfico do respondente, tais como gênero e idade.

A divulgação da pesquisa ocorreu no período de 06 a 27/01/2025 por meio das redes sociais e nos grupos e fórum do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará. A fim de incentivar a participação dos usuários, foi promovido o sorteio de um voucher de R\$ 50,00 da Uber entre os respondentes que forneceram respostas consideradas válidas, seguindo os parâmetros estabelecidos para a pesquisa e que optaram em participar do sorteio. Sendo assim, foi obtido um total de 84 respostas. Destas, 20 respondentes não se enquadraram

no filtro estabelecido para responder à pesquisa, sendo impedidos e prosseguir com a coleta de dados pela própria plataforma. Sendo assim, analisou se uma amostra de 64 respostas válidas.

Após coleta dos dados, foi realizado o tratamento e análise deles. Para isso, foi desenvolvida uma planilha no software Excel, a fim de organizar os dados obtidos. Em seguida, foram aplicadas técnicas de estatística descritiva básica, calculando as médias e desvios padrões obtidas em cada um dos itens que compõem a percepção dos usuários dos serviços cartoriais de Fortaleza. Na sequência, foi realizada a análise crítica dos resultados, a fim de identificar quais aspectos e dimensões resultaram em maior/menor média e partir disso, propor as ações de melhoria.

5 SERVIÇO PÚBLICO E OS SERVIÇOS CARTORIAIS NO BRASIL

No Brasil, o conceito de serviço público está relacionado às atividades desempenhadas pelo Estado ou por entidades privadas delegadas para o exercício de funções de interesse coletivo. Embora não tenha uma definição legal sobre o conceito de serviço público, alguns autores, como Lenza (2022), definem como todo tipo de serviço que pode ser prestado tanto pela administração pública ou por particulares, com base em regras de direito estabelecidas, a fim de preservar o interesse público.

Já para Meireles (2001, p. 33) “[...] serviço público é aquele exercido pelo estado ou de forma delegada, regidos sob normas estatais, com objetivo de satisfazer as necessidades coletivas”. Logo, embora tenha titularidade, os serviços públicos não são prestados exclusivamente pela administração pública, conforme expresso na Constituição Federal (1988).

Ainda neste enfoque, os serviços públicos também são regidos por princípios que merecem total atenção, tendo em vista serem primordiais para prestação dos serviços. Estes são estabelecidos na Lei 8975/95, que estabelece as regras e princípios do serviço público e estão apresentados no Quadro 4.

Quadro 4: Princípios do Serviço público e suas definições

Princípio da Continuidade	O serviço público deve ser prestado de forma ininterrupta, garantindo a continuidade e a regularidade das atividades para atender às necessidades da sociedade
Princípio da Regularidade	O serviço público deve ser prestado de acordo com a legislação vigente, respeitando as normas e regulamentos.
Princípio da Modicidade	As tarifas dos serviços, quando necessárias serem cobradas, devem ser proporcionais ao perfil dos usuários, não devendo ser objeto de impedimento do acesso ao serviço.
Princípio da Cortesia	O prestador de serviço deve fornecer um atendimento célere, respeitoso com os usuários
Princípio da Segurança	os serviços prestados não devem oferecer riscos aos usuários
Princípio da Atualidade	Os prestadores devem se manter atualizados, sempre buscando oferecer o melhor serviço aos usuários.

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

5.1 Serviços Cartoriais no Brasil: tipos e evolução

As atividades cartorárias sempre estiveram associadas à própria organização das sociedades, e se encontra em praticamente todos os atos da vida de um ser humano: ao nascer, ao casar-se, ao comprar e vender, ao instituir empresa, ao cobrar dívidas, ao morrer etc. É possível remeter o surgimento dos serviços cartoriais desde a época da civilização. No entanto, no Brasil, a origem dos cartórios inicia já no período colonial, no início em menor intensidade,

e posteriormente com a evolução da sociedade e Proclamação da República com maior efetividade.

Conforme Constituição Federal de 1988, em seu artigo 236, os serviços cartoriais podem ser entendidos por aquele serviço público, no qual foi delegado a um particular, selecionado a partir de concurso público de provas e títulos. Outra definição, pode ser encontrada abordado mais tarde, na Lei 8.935/1994 - Lei dos Cartórios que define esse tipo de serviço como: “Art 1º Serviços notariais e de registro são os de organização técnica e administrativa destinados a garantir a publicidade, autenticidade, segurança e eficácia dos atos jurídicos” (Brasil, 1994).

De modo geral, os cartórios são responsáveis pela desjudicialização de ações e desburocratização de problemas, sendo divididos, no Brasil, em cinco atribuições, conforme previsão legal (Lei dos cartórios 8935/94) e apresentados no Quadro 5 a seguir:

Quadro 5: Tipos de Cartórios

Tipo	Descrição
Registro Civil De Pessoas Naturais e Interdições e Tutela	Tem por finalidade a execução de atos relacionados à vida civil das pessoas, como óbitos, nascimentos, casamento, divórcio etc.
Registro de Imóveis	Responsáveis pela execução de atos de registro e averbação relativos à imóveis
Tabelionato de Notas	Tem como responsabilidade a elaboração de atos pessoais e patrimoniais e dar fé pública ao documento. Dentre as atividades desenvolvidas podemos citar a elaboração de escrituras, procurações, testamentos, reconhecimento de firma e autenticação.
Tabelionatos de protestos	Responsável por dar publicidade da inadimplência de uma obrigação. Sendo assim, protocolam os documentos de dívidas para cumprimento da obrigação, intima os devedores, recebe pagamento etc.
Registro Civil de Títulos e das Pessoas Jurídicas	Trata das relações de pessoas jurídicas e registra e guarda inúmeros documentos particulares. Ou seja, realizam registro de contratos, atos constitutivos, estatutos ou compromissos das sociedades civis, religiosas, morais, científicas ou literárias.

Fonte: Elaborado pelo autor (2024.)

Segundo dados de Associação dos Notários e Registradores do Brasil (2022) estima se que existiam no país cerca de 13.440 cartórios em situação ativa, distribuídos pelos 5.570 municípios brasileiros que, obrigatoriamente, conforme determina a Lei n.º 6.015/1973, devem ter ao menos uma unidade de Registro Civil instalada para a execução dos atos de registro de nascimento e óbito. No Ceará, são cerca de 726 serventias extrajudiciais em todo estado, sendo 28 na capital, Fortaleza, divididos da seguinte maneira: 10 cartórios de registro civil, 6 relacionados a registro de imóveis, 9 de notas e protestos e 3 de registro de títulos, sendo fiscalizados no âmbito nacional pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e no âmbito estadual, pelo Tribunal de Justiça do Estado.

Assim como a evolução das tecnologias e da sociedade, o serviço notarial e registral vem sofrendo diversas mudanças em busca da melhoria contínua e prestação de um serviço com qualidade e agilidade à sociedade. Sendo assim, na última década, começaram a surgir diversas plataformas virtuais com os serviços cartoriais, o que resultou na criação, do Sistema Eletrônico de Registros Públicos (SERP), ferramenta inicialmente regulamentada pela Medida Provisória 1085, que mais tarde foi convertida na lei 14.382/2022.

O sistema eletrônico de registro públicos consiste em uma plataforma onde os cartórios de todo o Brasil estão conectados, ou seja, unifica os diferentes tipos de cartórios em um único espaço, onde os usuários podem: solicitar documentos, consultar documentos, receber e também realizar o envio de documentos e de títulos em formato eletrônico e demais solicitações, tudo isso de maneira eletrônica, sem precisar sair de casa e por ser digital, o prazo e o preço para a emissão de documentos se tornou bem menor.

Sendo assim, é possível compreender que cartórios são o primeiro passo para se conseguir existência jurídica. Basicamente, é a partir dos cartórios que qualquer documento adquire fé pública, podendo ser usado legalmente em qualquer processo. Por exemplo, é apenas com o cartório que o indivíduo se torna um cidadão com direitos e deveres. Sem uma certidão de nascimento, não é possível retirar outros documentos, e exercer seus deveres como ao voto, realizar transações, e demais atividades na sociedade. Além disso, é por meio do cartório extrajudicial, que você garante segurança jurídica dos seus bens, propriedades, e fica resguardado juridicamente contra fraudes e golpes.

6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Quanto ao perfil e características dos respondentes, dentre os 64 participantes, 34 são do gênero feminino (53,1%) e 30 do masculino (46,9%). Em relação à faixa etária, do total de participantes, 32 deles possuíam entre 20 e 29 anos (50%), sendo estes predominantes, conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1: Perfil dos respondentes

Gênero		Idade	
Variável	Percentual	Variável	Percentual
Masculino	46,90%	Menos de 20 anos	6,25%
Feminino	53,10%	20 a 29 anos	50,00%
		30 a 39 anos	21,88%
		40 a 49 anos	15,63%
		50 ou mais	6,25%

Fonte: dados da pesquisa (2025).

Com base nas informações previamente apresentadas, será primeiramente realizada a análise das respostas referentes às variáveis de cada dimensão separadamente para, posteriormente, realizar-se a avaliação conjunta das cinco dimensões e, assim, avaliar a qualidade do serviço.

A Tabela 2 apresenta os resultados obtidos relacionados a dimensão de tangibilidade, conforme as afirmações elaboradas para avaliá-la, tanto individualmente quanto a média geral das respostas e desvio padrão. Esta dimensão avalia a aparência dos elementos tangíveis do ambiente de serviço, tais como aparência física das instalações, equipamentos e funcionários (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014).

Tabela 2: Resultados da dimensão Tangibilidade

Tangibilidade	Média Variável	Desvio-Padrão Variável
1.Os equipamentos do cartório são modernos e conservados	5,09	1,70
2.As instalações do cartório (balcão de atendimento, decoração, fachada) e ambientação (limpeza do ambiente, climatização) são visualmente atrativas e agradáveis	4,98	1,80
3.Os funcionários do cartório são bem-vestidos e demonstram asseio	5,72	1,53
4.A sinalização dentro do cartório é clara e facilita a localização dos serviços	5,27	1,38
Média Dimensão		5,27
Desvio-Padrão Dimensão		0,32

Fonte: dados da pesquisa (2025).

Analisando os itens da dimensão Tangibilidade, tem-se um panorama geral de satisfação, com média de 5,27 e desvio padrão de 0,32. Este último dado indica uma consistência nas opiniões dos clientes., sugerindo que a experiência em relação à tangibilidade oferecida pelo cartório é relativamente uniforme entre os usuários. A qualidade de praticamente qualquer serviço depende de como seus inúmeros elementos funcionam juntos, no mesmo processo, para atender as expectativas dos clientes, dentre eles, estão as pessoas que fazem os vários serviços relacionados ao serviço principal, equipamentos que apoiam esse trabalho e o ambiente físico em que os serviços são realizados (Zeithaml; Bitner; Gremler, 2014).

Observa-se nos resultados obtidos que a aparência dos funcionários (variável 3), a maneira como os serviços estão dispostos dentro do cartório (variável 4) e a conservação dos equipamentos (variável 1), foram bem avaliados pelos respondentes, ou seja, com médias 5,72, 5,27 e 5,09 respectivamente. Sendo a aparência dos funcionários a maior média das variáveis da dimensão, o que sugere que a imagem dos colaboradores é percebida como sinal de profissionalismo e cuidado aos clientes.

Contudo, os aspectos das instalações e ambientação como a decoração, a limpeza e a climatização do ambiente (variável 2), não foram tão bem avaliados, ficando com a menor média da dimensão, sugerindo que a pontos a melhorar nesse quesito.

Em relação à dimensão Confiabilidade, que está relacionada com ser preciso e confiável sem falhas ou erros (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014) conforme os dados sintetizados na Tabela 3.

Tabela 3: Resultados da dimensão Confiabilidade

Confiabilidade	Média Variável	Desvio-Padrão Variável
5.Quando o cartório promete algo ao cliente, ele cumpre em tempo satisfatório.	5,39	1,56
6.Os serviços são executados com precisão e sem erros	5,41	1,52
7.Os serviços fornecidos pelos cartórios são confiáveis.	6,25	1,10
8. O cartório cumpre com o prazo de entrega dos serviços.	5,84	1,43
9.Quando ocorrem erros, o Cartório registra os mesmos e demonstra interesse em resolver.	5,45	1,59
Média Dimensão		5,67
Desvio-Padrão Dimensão		0,37

Fonte: dados da pesquisa (2025).

Percebe-se, de maneira geral, um contexto favorável com relação à confiabilidade, com uma média de percepção de 5,67. O ponto alto da avaliação reside na confiabilidade dos serviços (variável 7), com uma média de 6,25. Tal resultado encontra respaldo na segurança jurídica e no princípio da regularidade que rege a atividade notarial e registral e, por sua vez, assegura a autenticidade, publicidade e eficácia dos atos jurídicos, garantindo a certeza e a segurança necessárias para que estes ocorram de forma eficiente (Cometti, 2025).

Ademais, esse resultado vai ao encontro com o que já havia sido evidenciado pelo Instituto Datafolha em 2022, através da pesquisa “Imagem dos Cartórios” realizada nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba e Brasília, que apontou os cartórios como as instituições mais confiáveis do país. dentre todas as instituições públicas e privadas avaliadas.

A variável 8 relacionada ao “Cumprimento do prazo de entrega dos serviços” com média de 5,84, também se destaca como um ponto forte. O cumprimento dos prazos de entrega nos serviços cartorários é estabelecido em leis específicas, normas estaduais e provimentos, dessa forma, o cumprimento rigoroso desses prazos reflete a organização e a eficiência dos cartórios em seus processos.

Entretanto, apesar do resultado positivo, há áreas que demandam atenção como as relacionadas aos tempos de execução dos serviços e ausência de erros nos serviços que obtiveram as menores médias, 5,39 (variável 5) e 5,41 (variável 6) respectivamente. Tais resultados indicam a necessidade de aprimoramento nestes quesitos.

A dimensão responsividade está relacionada a capacidade de atender às solicitações e necessidades dos clientes de forma eficiente e eficaz (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014) e

os resultados obtidos nessa dimensão estão descritos na Tabela 4:

Tabela 4: Resultados da dimensão Responsividade

Responsividade	Média Variável	Desvio-Padrão Variável
10.O cartório mantém o cliente atualizado sobre o andamento dos serviços solicitados	4,97	1,98
11. Os funcionários do cartório são dispostos a resolver possíveis problemas.	5,33	1,66
12. O cartório oferece canais de comunicação acessíveis e responde prontamente	5,23	2,05
13. O cartório demonstra agilidade na execução dos serviços.	5,27	1,69
Média Dimensão		5,20
Desvio-Padrão Dimensão		0,16

Fonte: dados da pesquisa (2025).

A disponibilidade dos funcionários (variável 11) se apresenta como aquela com maior média (5,33), ou seja, sugerindo que os funcionários dos cartórios de Fortaleza são percebidos pelos usuários como dispostos a auxiliar os clientes em situações de dificuldade transmitindo uma imagem de receptividade e atenção.

Em contrapartida, a variável 10 “comunicação sobre o andamento dos serviços” se apresenta como a mais crítica (4,97) na dimensão, ou seja, a de menor média. indicando que os clientes sentem falta de informações sobre o andamento de seus processos. Segundo Corrêa e Giansi (2018), a forma como a comunicação é transmitida ao cliente pode influenciar na percepção do serviço, pois, muitas vezes, ele não tem conhecimento completo sobre os procedimentos internos.

No caso dos serviços cartoriais, informar o cliente sobre o andamento e os detalhes do serviço é fundamental, pois nem sempre os usuários possuem conhecimento sobre todas as etapas e requisitos legais que envolve o registro de um imóvel, o processo de inventário, por exemplo. Nesse caso, a omissão de uma informação pode resultar em uma percepção de qualidade de serviço ruim, pois leva ao usuário a pensar que se trata de má vontade e não de impossibilidade em razão de uma legislação.

Sendo assim, sugere-se que o prestador busque alternativas a fim de melhorar a relação/comunicação com os colaboradores internos e, de mesmo modo, também propor aos funcionários que ele seja feito para com o consumidor do serviço.

A dimensão segurança avalia se o serviço é realizado de forma segura, se os funcionários possuem conhecimento e transmitem confiança e segurança na execução (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014). A Tabela 5 traz a compilação dos resultados obtidos nesta dimensão.

Tabela 5: Resultados da dimensão Segurança

Segurança	Média Variável	Desvio-Padrão Variável
14.Os funcionários do cartório demonstram conhecimento sobre o serviço prestado.	5,91	1,35
15.Os funcionários do cartório são treinados para realizar o serviço de forma adequada	5,73	1,49
16.O cartório oferece segurança aos seus clientes	5,77	1,34
17.Você se sente seguro ao realizar serviços no cartório.	6,06	1,27
Média Dimensão		5,87
Desvio-Padrão Dimensão		0,15

Fonte: dados da pesquisa (2025).

Os resultados evidenciam que a segurança é um ponto forte dos cartórios, com destaque para a sensação de segurança geral ao realizar serviços no local, que obteve a maior média (6,06). De acordo com as respostas coletadas, pode-se compreender que os clientes se sentem protegidos ao utilizar os serviços cartoriais.

A segurança nesse tipo de serviço, configura-se como um pilar fundamental e é reforçada por rigorosos controles normativos – legislações no âmbito nacional e estadual e fiscalização pelos órgãos competentes. Dessa forma, a percepção positiva dos clientes em relação à segurança reflete não apenas uma experiência subjetiva, mas também a aplicação concreta de diretrizes que garantem a integridade e a credibilidade dos serviços prestados.

A percepção positiva se estende aos funcionários, que são avaliados como conhecedores dos serviços prestados (5,91) e adequadamente treinados para realizá-los (5,73). Essa percepção demonstra que o investimento em treinamento e qualificação dos colaboradores é reconhecido pelos clientes como um fator importante para a segurança e a qualidade dos serviços.

Las Casas (2019) ressalta a importância do treinamento como ferramenta fundamental para aprimorar a qualidade dos serviços prestados. Isso se deve ao fato que a qualidade do serviço, está relacionada ao desempenho humano e intrinsecamente ligada ao

desenvolvimento e aperfeiçoamento das pessoas envolvidas. Nesse sentido, o treinamento surge como principal meio para alcançar a excelência na prestação do serviço.

A dimensão empatia avalia os prestadores de serviço considerando a cortesia, a comunicação e a forma de compreender o cliente de forma individualizada (Zeithaml; Parasuraman; Berry, 2014). Os resultados desta dimensão encontram-se na Tabela 6.

Tabela 6: Resultados da dimensão Empatia

Empatia	Média Variável	Desvio-Padrão Variável
18.O cartório possui horário de funcionamento conveniente aos usuários	5,70	1,68
19.Os funcionários facilitam o entendimento dos procedimentos legais, explicando os passos de forma clara e compreensível.	5,39	1,61
20.Os funcionários do cartório são gentis, atenciosos e educados diante das solicitações dos usuários	5,13	1,65
21.Os funcionários oferecem atendimento personalizado às necessidades do usuário	4,89	1,78
22. Os funcionários demonstram preocupação com o bem-estar do usuário.	4,92	1,94
Média Dimensão		5,21
Desvio-Padrão Dimensão		0,34

Fonte: dados da pesquisa (2025).

Dentre as variáveis analisadas nesta dimensão, destaca-se positivamente o horário de funcionamento conveniente aos usuários (variável 18) que obteve a maior média (5,70) e está fundamentada na Lei n.º 8.935/94, que determina que o horário de atendimento ao público deve ser de, no mínimo, 6 horas diárias, de segunda a sexta-feira, em horário comercial. e permite a sua ampliação para atender às necessidades da população.

Enquanto o atendimento personalizado às necessidades do usuário (4,89) e a preocupação com o bem-estar do usuário (4,92) foram os pontos mais fracos da dimensão respectivamente. Tal fato pode ser justificado em razão da característica desse tipo de serviço, que se configura como loja de serviço, ou seja, se caracteriza pelo alto volume de clientes atendidos, pela baixa personalização dos serviços, pelo distanciamento no relacionamento com o cliente e com ênfase nos equipamentos e nas operações internas (Toledo *et al*, 2017).

A Tabela 7 traz as médias dos resultados de todas as cinco dimensões a fim de proporcionar uma análise sistêmica da avaliação da qualidade do serviço prestado pelos

cartórios.

Tabela 7: Resultados das dimensões da SERVPERF

Dimensões	MÉDIA (Percepções)	DESVIO PADRÃO
Tangibilidade	5,27	0,32
Confiabilidade	5,67	0,37
Responsividade	5,20	0,16
Segurança	5,87	0,15
Empatia	5,21	0,34
MÉDIA	5,50	
DESVIO PADRÃO	0,31	

Fonte: dados da pesquisa (2025).

Conforme apresentado na Tabela 5, dentre as dimensões da qualidade a Segurança foi a que obteve a maior média com 5,87 propondo que os usuários confiam na precisão e na legalidade dos serviços prestados. Esse resultado é esperado, uma vez que a principal função dos cartórios é garantir a autenticidade e validade dos documentos. As serventias extrajudiciais cumprem voluntariamente a função de garantir a segurança jurídica, refletindo tanto no âmbito social quanto no jurídico. Elas asseguram a proteção dos direitos dos cidadãos de forma ágil, eficiente e eficaz (Pinto, 2021). A confiança na idoneidade dos profissionais e na credibilidade dos serviços é um ponto positivo para o setor.

A Confiabilidade obteve média de 5,67, mostrando que os usuários, em sua maioria, acreditam na competência dos cartórios para realizar os serviços corretamente. Esse fator está diretamente ligado à precisão e à exatidão na emissão de documentos, elementos essenciais para garantir a segurança jurídica dos processos. Conforme Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014), a dimensão Confiabilidade é a mais importante para os consumidores e se faz necessário que empresas de todos os setores compreendam as expectativas dos clientes em relação a esse aspecto, pois quando uma empresa não cumpre o que promete, a confiança do cliente é abalada e essa quebra de expectativa pode gerar frustração, insatisfação e até mesmo a perda do cliente

Por outro lado, a Responsividade foi a dimensão com a menor média (5,20), o que indica que os usuários percebem dificuldades no atendimento em termos de agilidade e disponibilidade dos funcionários para esclarecer dúvidas e comunicar sobre andamento dos

processos. Esse resultado sugere a necessidade de aprimoramento na prestação desses serviços, especialmente à luz do princípio da eficiência, previsto no artigo 37 da Constituição Federal de 1988, que exige que a Administração Pública e seus delegatários atuem com rapidez, qualidade e efetividade. Segundo Di Pietro (2020), a eficiência implica oferecer serviços públicos que atendam às necessidades da população com o menor custo e maior benefício possível, garantindo celeridade e qualidade no atendimento.

A Empatia obteve média 5,21, que pode ser atribuída à percepção dos clientes quanto à ausência de um atendimento personalizado por parte dos prestadores de serviço. Esse resultado está diretamente relacionado à natureza do serviço prestado pelos cartórios, os quais se caracterizam por um alto volume de atendimentos diários, dificultando a individualização no atendimento ao cliente.

Quanto à Tangibilidade que obteve média (5,27) observa-se que estrutura física dos cartórios, que tende a ser tradicional e funcional, podem impactar negativamente a experiência do usuário em relação a elementos como conforto, climatização e ambientação.

Em síntese, pode-se sugerir os cartórios possuem um alto nível de confiabilidade e segurança, mas enfrentam desafios na agilidade do atendimento e na experiência do usuário. Investimentos em modernização do serviço, otimização de processos e treinamento da equipe podem contribuir para melhorar a percepção dos clientes e tornar o serviço mais eficiente.

6.1 Propostas de Melhorias a partir da análise dos dados

Sabendo que a experiência do consumidor é aprimorada quando encontra conveniência, conforto e funcionalidade ao utilizar um serviço (Las Casas, 2019), sugere-se que os cartórios, realizem investimentos em revitalização dos seus espaços físicos, buscando criar um ambiente mais agradável e funcional para os clientes e conseqüentemente, melhorar a percepção dos clientes quanto aos elementos tangíveis que compõem a prestação do serviço.

Outra melhoria, está relacionado a otimização dos tempos de execução dos serviços em cartórios que exige uma abordagem que considere a complexidade dos processos e a necessidade de segurança jurídica. Dessa forma, propõe-se, inicialmente, que os cartórios realizem mapeamento detalhado dos fluxos de trabalho, com foco na identificação de gargalos e na eliminação de etapas redundantes. Após esse mapeamento, sugere-se a implantação de processo de digitalização de todos os documentos envolvidos nos processos, e sistemas de gestão eletrônica que podem agilizar a busca e o processamento de informações, e conseqüentemente, reduzir o tempo de execução das atividades.

Além disso, com relação a ausência de erros no serviço, sugere-se a padronização de procedimentos, com a criação de manuais e checklists detalhados, a fim de garantir a uniformidade e a precisão dos serviços prestados. A implementação de um sistema de controle de qualidade, com revisões e conferências em todas as etapas dos processos, sendo crucial o investimento em tecnologia, como softwares de verificação para auxiliar na detecção e correção de erros e minimizar o risco de falhas.

Ademais, relacionado a dimensão responsividade propõe-se a implementação de um sistema de acompanhamento online, que permita aos clientes monitorarem o status de seus processos em tempo real, recebendo atualizações e notificações relevantes. Além, do investimento em treinamento para equipe, sobretudo equipe de atendimento ao cliente, como forma de aprimorar o atendimento e fornecer informações claras e precisas aos usuários, garantindo um atendimento assertivo.

Por fim, as propostas de melhoria apresentadas visam aprimorar a comunicação com os clientes e otimizar os serviços prestados pelos cartórios. Contudo, é importante ressaltar que as medidas propostas devem ser adaptadas à realidade de cada cartório, considerando seu porte, estrutura, a especialidade e a demanda de serviços.

7 CONCLUSÃO

A presente pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de mensurar a qualidade da prestação de serviços cartoriais em Fortaleza, Ceará, sob a percepção dos seus usuários. Para isso, foi realizada uma pesquisa quantitativa e descritiva, com dados coletados por questionário on-line destinado aos autodeclarados usuários do serviço.

Tratando-se do primeiro objetivo específico, têm-se uma avaliação satisfatória em todas as dimensões analisadas, sendo estas variando entre 5,20 e 5,87. Ressalta-se que é notável que aspectos como segurança e confiabilidade são os melhores posicionados frente a percepção, demonstrando que o serviço transmite credibilidade e confiança. No entanto, foram identificadas oportunidades de melhoria em dimensões relacionadas à responsividade, empatia e tangibilidade.

Com relação ao segundo objetivo específico, verificou-se que a dimensão Segurança foi a que obteve maior desempenho dentre as demais, evidenciando a confiança depositada na precisão e confiabilidade dos serviços prestados. Por outro lado, a responsividade foi identificada como a dimensão de pior desempenho, sendo a variável voltada para comunicação durante o andamento do serviço, a de menor avaliação.

Relativo ao terceiro objetivo específico, mediante análise de dados, foram propostas sugestões de intervenção que envolve desde a melhorias no ambiente físico das serventias, à investimento na qualificação dos profissionais que atuam nessas organizações

Com relação ao objetivo geral, foi possível constatar que, de modo geral, os usuários reconhecem qualidade nos serviços cartoriais especialmente no que diz respeito à segurança jurídica proporcionada por estes. Esse reconhecimento reforça a importância do papel desempenhado pelos serviços cartoriais na garantia da autenticidade, publicidade e eficácia dos atos jurídicos, evidenciando sua contribuição para a estabilidade das relações sociais e econômicas.

Em resposta à questão de pesquisa, verificou-se que os usuários dos serviços cartoriais Fortaleza-CE, em sua maioria, percebem esses serviços como essenciais para a garantia da segurança jurídica, confiabilidade e autenticidade dos atos praticados. Essa percepção evidencia a relevância das serventias extrajudiciais no ordenamento jurídico, ao mesmo tempo em que aponta desafios e oportunidades para a modernização e melhor prestação desses serviços.

Dentre as limitações da presente pesquisa destaque-se o tamanho da amostra. Apesar do incentivo financeiro para atrair participantes e da grande quantidade de pessoas que

utilizam o serviço diariamente, o número de indivíduos que responderam ao questionário, embora aceitável, ficou abaixo do volume de respostas válidas que a pesquisadora desejava obter. Para futuras pesquisas, recomenda-se aprofundar a análise em uma ou mais dimensões identificadas como mais relevantes para esse segmento. Além disso, visando a obtenção de resultados ainda mais consistentes, sugere-se ampliar o número de respondentes e o período de coleta de dados. Outra possibilidade de estudo seria investigar a percepção dos usuários em relação a um tipo específico de cartório. Dessa forma, seria possível avaliar a qualidade dos serviços prestados de acordo com a atribuição de cada cartório e compará-la à qualidade percebida dos serviços cartoriais como um todo.

REFERÊNCIAS

- ALVES, A. C. A percepção da qualidade na prestação de serviços públicos: estudo de caso de um centro de saúde, na cidade de Campina Grande–Paraíba. **Pensamento & Realidade**, [S.l.], v. 32, n. 4, p. 20-20, 2017.
- ASSOCIAÇÃO DOS NOTARIOS E REGISTRADORES DO BRASIL. **Cartório em Números**. 5. ed. Brasília, DF: ANOREG, 2023. Disponível em: <https://www.anoreg.org.br/site/comunicacao/revistas/cartorio-em-numeros/>. Acesso em: 27 nov. 2024.
- ASSOCIAÇÃO DOS NOTÁRIOS E REGISTRADORES DO CEARÁ. 2023. Disponível em: <https://www.anoregce.org.br/com-05-diamantes-e-02-ouros-cartorios-cearenses-sao-reconhecidos-durante-a-premiacao-do-pqta-2023-em-brasilia/>. Acesso em: 20 set. 2023.
- BEZERRA, T; COIMBRA, R. Qualidade dos serviços prestados no salão Blendkashos. **Revista de Administração da UNI7**, Fortaleza, v. 2, n. 2, p. 201-229, 2018.
- BRASIL CONTA HOJE COM 13.440 cartórios extrajudiciais, que empregam mais de 80,3 mil pessoas. **RotaJurídica**, 2020. Disponível:<https://www.rotajuridica.com.br/brasil-conta-hoje-13-440-cartorios-extrajudiciais-que-empregam-mais-de-803-mil-pessoas/> . Acesso em: 19 set. 2023.
- BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Centro Gráfico, 1988.
- BRASIL. **Lei n.º 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor. Brasília, DF: Presidência da República, 1990.
- BRASIL. **Lei nº 14.382, de 27 de junho de 2022**. Dispõe sobre o Sistema Eletrônico dos Registros Públicos (Serp); altera as Leis nºs 4.591, de 16 de dezembro de 1964, 6.015, de 31 de dezembro de 1973 (Lei de Registros Públicos), 6.766, de 19 de dezembro de 1979, 8.935, de 18 de novembro de 1994, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), 11.977, de 7 de julho de 2009, 13.097, de 19 de janeiro de 2015, e 13.465, de 11 de julho de 2017; e revoga a Lei nº 9.042, de 9 de maio de 1995, e dispositivos das Leis nºs 4.864, de 29 de novembro de 1965, 8.212, de 24 de julho de 1991, 12.441, de 11 de julho de 2011, 12.810, de 15 de maio de 2013, e 14.195, de 26 de agosto de 2021. Brasília, DF: Presidência da República, 2022.
- BRASIL. **Lei nº 6.015, de 31 de dezembro de 1973**. Dispõe sobre os registros públicos, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1973.
- BRASIL. **Lei nº 8.935, de 18 de novembro de 1994**. Regulamenta o art. 236 da Constituição Federal, dispondo sobre serviços notariais e de registro. (Lei dos cartórios). Brasília, DF: Presidência da República, 1994.
- CARPINETTI, L. C. R. **Gestão da Qualidade - Conceitos e Técnicas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597006438/>. Acesso em: 10 out . 2023.
- COMETTI, M. O Papel Crucial dos Cartórios no Sistema Jurídico Brasileiro. **Legale**, 2025

Disponível em: <https://legale.com.br/blog/a-importancia-dos-cartorios-no-direito-brasileiro/>. Acesso em: 10 fev. 2025.

CONFERÊNCIA NACIONAL DE NOTÁRIOS E REGISTRADORES. **Imagem dos cartórios III**. 2022 (On-line). Disponível em: <https://www.anoreg.org.br/site/wp-content/uploads/2022/12/Pesquisa-imagem-dos-cartorios.pdf>. Acesso em: 6 fev. 2025.

CORRÊA, H. L.; GIANESI, I. G. N. **Administração Estratégica de Serviços**. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597018578/>. Acesso em: 20 jan. 2025.

COSTA, M.; CORREIA, A.; SILVA, R. Avaliação da Qualidade dos Serviços: Estudo sobre as expectativas e percepções dos clientes de uma empresa de moto peças. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**, [S.l.], v. 6, n. 2, p. 1333 – 1358, 2015.

CRONIN, J. J.; TAYLOR, S. A. Measuring service quality: a reexamination and extension. **Journal of marketing**, [S.l.], v. 56, n. 3, p. 55-68, 1992.

DI PIETRO, M. S. **Direito Administrativo**. 33. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

DOMINGUEZ, S. V. O valor percebido como elemento estratégico para obter a lealdade dos clientes. **Caderno Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 7, n. 4, out./dez. 2000.

FEIGENBAUM, A. V. **Total quality control**. New York: McGraw Hill Book Company, 1961.

FERREIRA, A. B. H. *et al.* **Mini- Aurélio: o minidicionário da língua portuguesa- Século XXI**. Rio de Janeiro: Positivo, 2021.

FERREIRA, F. M. **Aplicação do SERVQUAL em serviço de transporte coletivo urbano: um estudo de caso na cidade de Caruaru**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2015.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580553291/>. Acesso em: 19. dez 2024.

FRANZOI, F. **A importância da atividade notarial e registral: Uma análise a função social e a evolução neste âmbito jurídico**. São Paulo: Associação dos Notários e Registradores de São Paulo, 2018. Disponível em: <https://www.anoregsp.org.br/noticias/32638/a-importancia-da-atividade-notarial-e-registraluma-analise-a-funcao-social-e-a-evolucao-neste-ambito-juridico>. Acesso em: 27 nov. 2024.

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa anual de serviços**. 2022 (On-line). Disponível em https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/150/pas_2022_v24_informativo.pdf. Acesso em: 27 nov. 2024.

JURAN, J. M. **Juran planejando para a qualidade**. São Paulo: Pioneira, 1990.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LAS CASAS, A. **Qualidade total em serviços**: Conceitos, Exercícios, Casos Práticos. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597023404/>. Acesso em: 28 dez. 2024.

LENZA, P. **Direito Constitucional**. 26. ed. São Paulo : SaraivaJur, 2022.

MARINHO, R. Os cartórios e sua importância para a sociedade brasileira. 2020 (On-line). Disponível em: <https://irtdpjbrasil.org.br/artigo-os-cartorios-e-sua-importancia-para-a-sociedade-brasileira-por-rainey-marinho>. Acesso em: 27 nov. 2024.

MEIRELES, H. **Direito Administrativo Brasileiro**, 26. ed. São Paulo: Malheiros, 2001.

OLIVEIRA, T. S. *et al.* Avaliação da qualidade do serviço de alimentação do restaurante universitário de uma instituição pública de ensino utilizando a Escala SERVQUAL. **JPM: Journal of Perspectives in Management**, [S.l.], v. 7, p. 1-19, 2023.

PAIVA, E. **Avaliação da qualidade percebida em serviços gráficos através da escala SERVQUAL: estudo de caso em uma gráfica localizada em Petrolina – PE**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado e Engenharia de Produção) -Universidade Federal do Vale do São Francisco. Juazeiro – BA, 2014.

PARASURAMAN, A. SERVQUAL: a conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, [S.l.], v. 49, n. 1, p. 41-50, 1985.

PIB CRESCE 0,9% no 2º trimestre de 2023. **Agência de Notícias**. 2023 (On-line). Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/37773-pib-cresce-0-9-no-2-trimestre-de-2023>. Acesso em: 27 nov. 2023.

PINTO, I. Importância Dos Serviços Extrajudiciais: Cartórios Notariais e Sua Função Social No Brasil. **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 27, n. 1, 2021.

RIBEIRO NETO, A. C. **O Alcance Social da Função Notarial no Brasil**. Florianópolis: Conceito, 2008.

SAMPIERI, R.; COLLADO, C.; LUCIO, M. **Metodologia de Pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre : Penso, 2013.

SANTOS, B. A. D. R. D.; VERA, L. A. R. Avaliação da Qualidade dos Serviços do Restaurante Universitário da Universidade Federal da Bahia na Percepção dos Usuários. **Marketing & Tourism Review**, [S.l.], v. 5, n. 2, p. 1-30, 2020.

SANTOS, G. P. S. *et al.* Qualidade dos serviços em hostels de Natal/RN: uma análise a partir do conteúdo gerado no booking. com. **Revista Reuna**, [S.l.], v. 28, n. 3, p. 61-84, 2023.

SAUERESSIG, M. V.; LARENTIS, F.; GIACOMELLO, C. P. Perceived quality and loyalty

in service operations: a study in banking segment's corporate person division. **Gestão & Produção**, [S.l.], v. 28, n. 1, p. e4934, 2021.

SERVIÇO *In*: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2023. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/servico/>. Acesso em: 3 dez. 2023.

SILVA, A. F. G. **Avaliação da qualidade do serviço de atendimento em uma agência bancária: uma aplicação da escala SERVQUAL com os clientes idosos**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2021.

SILVA, D. M.; MOREIRA, L. F ; DE TONI, D. Efeitos da qualidade em serviço na satisfação a partir de estudos no contexto brasileiro: uma revisão meta analítica. **Casi**, [S.l.], maio 2021.

STEFANO, N.; GODOY, L. Analisando a percepção dos Clientes e gerentes de uma organização prestadora de serviços. **Iberoamerican Journal of Industrial Engineering**, Florianópolis, v. 1, n. 2, p. 119-135, dez. 2009.

TOLEDO, J. *et al.* **Qualidade: gestão e métodos**. São Paulo: Grupo Gen, 2017. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2195-9/>. Acesso em 10 fev. 2025.

TORMEN-FERREIRA, J. A. *et al.* Qualidade Percebida nos Serviços do Parque Unipraias – SC: A Percepção dos Clientes Nacionais. **Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo**, [S.l.], v. 15, n. 1, p. 100-124, 2021.

VINHOLI, M. Qualidade Da Prestação De Serviços Contábeis: A Relevância Da Sua Mensuração. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, Florianópolis, v. 21, p. 1-15, 2022.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J.; GREMLER, D. D. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

ZEITHAML, V.; PARASURAMAN, P.; BERRY, L. **A excelência em serviços: como superar as expectativas e garantir a satisfação completa de seus clientes**. São Paulo: Saraiva, 2014. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502225572>. Acesso em: 27 nov. 2024.

23. Os funcionários demonstram preocupação com o bem-estar do usuário. *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5 6 7

Disc Concordo totalmente

PERFIL DOS RESPONDENTES

Precisamos saber um pouco mais sobre você. Por favor, responda às questões abaixo:

24. Com qual gênero você se identifica? *

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
 Feminino
 Outros
 Prefiro não dizer

25. Qual a sua idade? (apenas números) *

PARTICIPAÇÃO SORTEIO

26. Se deseja participar do sorteio de um voucher da Uber de R\$50,00, informar telefone para contato.
formato (dd) xxxxx-xxxx

OBS: O sorteio irá ocorrer após a conclusão da pesquisa

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários