



DIMENSÕES DA QUALIDADE EM SERVIÇOS PRESTADOS POR ESCOLAS DE IDIOMAS

Denise Rieg¹, Fernando Cezar Leandro Scramim¹, Lilian Kátia de Oliveira¹, Maria Luiza Del Roio¹

1 Centro Universitário Fundação Santo André (CUFSA)

RESUMO

O objetivo deste artigo é apresentar um conjunto possível de atributos e dimensões que compõem a qualidade dos serviços em escolas de idiomas. Como a montagem da escala proposta para mensuração da qualidade nesse tipo de serviço teve também como base o instrumento SERVQUAL, objetiva-se, por meio deste trabalho, contribuir para o avanço das discussões a respeito das adaptações necessárias ao Instrumento SERVQUAL para avaliar os aspectos da qualidade referentes aos mais variados tipos de serviços. Para alcançar tais objetivos, foi realizado um *survey* com 97 alunos de uma escola de idiomas, localizada na cidade de São Bernardo do Campo (SP), que possui ao todo 120 discentes matriculados. Por meio da análise fatorial exploratória, chegou-se às seguintes dimensões: 1) atendimento, referente à forma de tratamento dada ao cliente (alunos) pelos funcionários e pelos professores da escola de idiomas; 2) nível e ambiente de ensino, relacionada à qualidade do ensino, com a existência de ambiente propício ao estudo e de acessibilidade à dimensão em questão, existência de profissionais capacitados e de reconhecimento pela comunidade da qualidade de ensino empregada na escola; e 3) instalações físicas, referentes à qualidade e à aparência das instalações físicas e dos equipamentos da escola de idiomas. A avaliação da qualidade dos serviços oferecidos pela escola pesquisada trouxe evidências de que ela tem atendido às expectativas de seus consumidores no que diz respeito à dimensão atendimento. Por outro lado, a percepção dos seus clientes quanto ao nível e ao ambiente de ensino e às instalações físicas não tem sido positiva.

Palavras-chave: Dimensões da qualidade em serviços. Escolas de idiomas. Instrumento SERVQUAL.

1. INTRODUÇÃO

Fornecer serviços que satisfaçam as necessidades e as expectativas dos clientes tem sido a preocupação central das empresas nos dias de hoje. Isso porque a qualidade do serviço prestado ao cliente vem cada vez mais se tornando uma das principais maneiras de uma empresa se diferenciar no mercado, principalmente naqueles nos quais os concorrentes oferecem produtos e serviços similares.

Essa importância dos serviços na competitividade das empresas tem caracterizado a necessidade de se realizar estudos empíricos e conceituais sobre a mensuração da qualidade em serviços. Trabalhos como os de Ramseook-Munhurrin, Naidoo e Lukea-Bhiwajee (2009); Branco, Ribeiro e Tinoco (2010) e Cauchick Miguel *et al.* Salomi (2004) evidenciam essa necessidade, e vários são os pesquisadores que vêm trabalhando no desenvolvimento de modelos, técnicas e escalas para a mensuração da qualidade em serviços.

O instrumento SERVQUAL (Parasuraman Zeithaml *et al.* Berry, 1988) é uma das técnicas desenvolvidas para esse propósito mais utilizada e referenciada na literatura. Ele consiste em um questionário composto por 22 itens distribuídos em cinco dimensões da qualidade para serviços. Embora inicialmente proposto pelos seus criadores como passível de utilização na avaliação da qualidade para todo e qualquer serviço, a discussão ainda em pauta na literatura é sobre a necessidade de adaptações da escala SERVQUAL às especificidades de cada tipo de serviço (Freitas, Bolsanello e Viana, 2008; Renganathan, 2011; Zekiri, 2011; Gonçalves *et al.* Belderrain, 2012).

Nesse sentido, o objetivo deste artigo é apresentar um conjunto possível de atributos e dimensões que compõem a qualidade dos serviços em escolas de idiomas, com base no instrumento SERVQUAL.



Além da contribuição para as discussões a respeito das adaptações possíveis à escala SERVQUAL, destaca-se ainda, na justificativa da realização do presente trabalho, a importância de se avaliar o serviço prestado pelas escolas de idiomas. Elas estão cada vez mais presentes no rol de atividades de serviços sendo oferecidos em nossa sociedade para suprir uma demanda crescente dos profissionais atuantes nos mais diversos setores. A fluência em outro idioma, principalmente no inglês, não é mais um diferencial, e sim um requisito essencial exigido pela maioria das grandes empresas que atuam em negócios globalizados. Trata-se de um mercado pulverizado e *frente à alta demanda e à oferta crescente de escolas de idiomas, julga-se necessária a existência de instrumentos que permitam mensurar a qualidade do serviço prestado por essas empresas.*

Para tal, este artigo está estruturado da seguinte forma: as seções 2 e 3 apresentam, respectivamente, o conceito de qualidade em serviços e o Instrumento SERVQUAL; a seção 4 descreve a metodologia utilizada neste trabalho; a seção 5 apresenta os resultados obtidos referentes à análise fatorial exploratória realizada para a identificação de dimensões da qualidade em serviços para o caso da escola de idiomas pesquisada e apresenta também os itens críticos e as sugestões de ações para a sua melhoria; por fim, a seção 6 apresenta as considerações finais deste trabalho.

2. QUALIDADE EM SERVIÇOS

Como exposto por Freitas, Bolsanello e Viana (2008), qualidade em serviços é um tema bastante discutido e questionado, tanto na literatura quanto no meio empresarial, uma vez que envolve a compreensão não tão simples de dois conceitos: qualidade e serviço.

Em relação ao termo serviço, diversos autores, como Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), Urdan (1993) e Grönroos (1995), têm apresentado o que seriam as suas especificidades. Segundo esses autores, toda e qualquer atividade de serviço se caracteriza por ser intangível, ser produzida e consumida simultaneamente e ter o cliente como o elemento que dispara a ordem para o seu processo de execução. Outra característica importante das atividades de serviço é a sua variabilidade. Os serviços são altamente variáveis ou heterogêneos, pois seu desempenho varia de fornecedor para fornecedor, de cliente para cliente e de um dia para o outro (Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1985).

Em relação ao termo qualidade, pode-se definir qualidade em serviços (qualidade percebida) como sendo a capacidade que os processos de serviços vivenciados pelos clientes têm para satisfazer as suas necessidades, solucionar problemas e fornecer benefícios a eles (Albrecht e Bradford, 1992).

Segundo Grönroos (1984), a qualidade percebida pode ser subdividida em qualidade técnica e qualidade funcional. A qualidade técnica é referente ao resultado do processo de prestação do serviço, àquilo que o cliente recebe ao adquirir o serviço. Por sua vez, a qualidade funcional refere-se ao desempenho do processo de prestação do serviço vivenciado pelo cliente. Assim, o cliente não avalia somente o resultado final do serviço, mas todo o seu processo de prestação. A avaliação da qualidade do serviço pelo cliente acontece, portanto, em cada momento de contato deste com a empresa prestadora do serviço e também após o seu término.

No decorrer do processo de prestação de serviço, o cliente irá avaliar a qualidade do serviço prestado baseado em alguns critérios/atributos da qualidade. No entanto, cada momento que compõe esse processo tem uma natureza diferente, e, conseqüentemente, também serão diferentes os atributos da qualidade em serviços que serão utilizados pelo cliente na avaliação de cada um desses momentos.

Vários autores têm discutido sobre os atributos da qualidade em serviço, na tentativa de explicar o processo de avaliação do cliente. Entre eles, podem ser citados: Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985); Carman (1990); Garvin (1993); Freeman e Dart (1993); Chowdhary e Prakash (2007); Eberle, Milan e Lazzari (2010); e Ganguli e Roy (2010). Com efeito, não existe consenso na literatura sobre o número de atributos que compõem a qualidade em serviços. Assim, cada empresa deve definir, de acordo com as suas particularidades e com base no mercado, o seu conjunto de atributos da qualidade percebida a ser analisado e a importância de cada atributo considerado no processo de avaliação (Chowdhary e Prakash, 2007).

Especificamente em relação às escolas de idiomas, são poucos os trabalhos desenvolvidos para esse fim. Pode-se aqui citar os de Bernardi *et al.* (2012); Freitas, Batista e Almeida (2012); e Mello *et al.* (2002). Os primeiros autores expõem as seguintes dimensões: escola (atributos referentes ao atendimento recebido na escola, acessibilidade e instalações físicas); professores (atributos referentes à qualificação do professor), curso (atributos referentes à proposta pedagógica) e ambiente (localização e estacionamento). Já Freitas, Batista e Almeida (2012) apresentam itens de análise relacionados ao atendimento (cortesia dos funcionários e professores etc.), sala de aula (conforto, tamanho das salas etc.), ensino (qualificação do professor, qualidade do material didático, forma de condução das aulas etc.), infraestrutura (existência de cantina, laboratórios de ensino etc.) e preço. Por fim, Mello *et al.* (2002) analisaram as mesmas dimensões dadas por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) para a análise de todo e qualquer serviço: tangibilidade, confiabilidade, empatia, prontidão (presteza) e garantia (segurança). A única distinção feita pelos autores é a análise das dimensões prontidão e garantia separadamente para



professores e funcionários.

Para a mensuração da qualidade em serviços, são várias as técnicas possíveis. Em Johnston *et al.* (2002), Cauchick Miguel *et al.* (2004) e Salomi, Cauchick Miguel e Abackerli (2005), são apresentadas algumas dessas técnicas. A sua discussão, no entanto, fugiria ao escopo deste trabalho, que tem como foco identificar possíveis atributos e dimensões que compõem a qualidade dos serviços em escolas de idiomas, com base no instrumento SERVQUAL. Assim, faz-se, na seção seguinte, uma apresentação sucinta apenas desse instrumento.

3. O INSTRUMENTO SERVQUAL

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), tendo como base o modelo de satisfação de Oliver (1980), propuseram um modelo para medição da qualidade em serviços no qual esta é função da discrepância entre a expectativa do cliente e o seu julgamento do serviço prestado. Assim, a avaliação da qualidade Q_i de um serviço, realizada por dado cliente, é calculada por meio da diferença (*Gap*) entre a sua expectativa (E_i) e a sua percepção sobre o desempenho do serviço D_i , em relação a determinado aspecto (i) da qualidade em serviço. A Equação 1 ilustra este conceito de avaliação:

$$Q_i = D_i - E_i \quad (1)$$

Em que:

- Q_i = qualidade do serviço em relação à característica i do serviço;
- D_i = desempenho do serviço, sob a ótica do cliente (percepção), em relação à característica i do serviço;
- E_i = expectativa do cliente em relação à característica i do serviço.

Considerando que a qualidade de serviço é composta por dimensões multifacetadas, a avaliação da qualidade do serviço como um todo seria o resultado da avaliação conjunta das discrepâncias entre expectativa e desempenho das diversas características analisadas sob a perspectiva dos clientes (Gonçalves *et al.* Belderrain, 2012).

O modelo para a medição da qualidade em serviços proposto por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), o Modelo de *Gaps*, demonstra ainda as influências de outras discrepâncias (*Gaps*) ocorridas na qualidade dos serviços que ocasionam essa diferença entre a expectativa e a percepção do cliente em relação ao serviço prestado. São elas: diferença entre as expectativas do usuário e a percepção gerencial (*Gap* 1); diferença entre a percepção gerencial das expecta-

tivas dos usuários e as especificações da qualidade do serviço (*Gap* 2); diferença entre as especificações da qualidade do serviço e a prestação do serviço (*Gap* 3); e diferença entre a percepção do serviço e as comunicações externas com o usuário (*Gap* 4). O último *Gap* considerado no modelo, portanto, seria a diferença entre o serviço esperado e o serviço percebido (*Gap* 5), sendo este *Gap* uma função dos *Gaps* anteriores (Gonçalves *et al.* Belderrain, 2012).

Como exposto por Salomi, Cauchick Miguel e Abackerli (2005), outra conclusão importante proveniente das pesquisas realizadas pelos autores do modelo foi que, ao abordar um conjunto amplo de diferentes processos de serviços, observou-se que os clientes utilizavam praticamente os mesmos atributos para avaliar a qualidade do serviço prestado, independentemente do serviço considerado. Esses atributos puderam ser generalizados em cinco dimensões da qualidade em serviços.

A partir do modelo para medição da qualidade em serviços e das cinco dimensões da qualidade em serviços identificadas pelos autores, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) desenvolveram o instrumento SERVQUAL.

O instrumento SERVQUAL consiste em um questionário composto por 22 itens distribuídos em cinco dimensões da qualidade para serviços, conforme descritos a seguir (Cauchick Miguel *et al.* Salomi, 2004):

1. Confiabilidade – capacidade de realizar um serviço de forma confiável e precisa e que apresente conformidade com a experiência anterior;
2. Presteza – pronto atendimento, personalização e cortesia no atendimento;
3. Segurança – competência, cortesia e habilidade dos funcionários em transmitir segurança/credibilidade;
4. Empatia – atenção especializada aos clientes e fácil contato (acessibilidade) e comunicação com os clientes;
5. Tangíveis – a aparência de tudo que é visível ao cliente: instalações físicas, equipamentos, funcionários e materiais de comunicação.

O instrumento SERVQUAL tem duas colunas relacionadas aos 22 itens de análise: uma referente às expectativas do cliente e outra referente à percepção do cliente quanto ao serviço prestado. Ambas são avaliadas por intermédio de uma escala do tipo *Likert* com sete pontos, sendo “1” equivalente a “discordo fortemente”; e “7”, a “concordo fortemente”. A diferença (*Gap*) entre as médias das respostas obtidas para a expectativa e para a percepção é que resultará



na qualidade de cada item analisado sob a ótica do cliente (Cauchick Miguel *et Salomi*, 2004).

Um *Gap* negativo indica que as percepções estão abaixo das expectativas, identificando as falhas do serviço que geram um resultado inadequado para o cliente. Um *Gap* positivo indica que o prestador de serviços está oferecendo um serviço superior ao esperado, sendo um ponto de adequação do serviço para o cliente. Assim sendo, o instrumento SERVQUAL permite avaliar a qualidade do serviço com base na opinião dos seus clientes.

Como já exposto na introdução deste artigo, apesar das suas vantagens, o instrumento SERVQUAL, como qualquer outro produto, pode e deve ser aprimorado na construção de seu processo evolutivo. Isso vem demandando a realização de estudos voltados ao desenvolvimento de múltiplas escalas que capturem adequadamente o contexto de estudos em particular, como proposto neste trabalho.

4. MÉTODO DE PESQUISA

O presente trabalho é de natureza exploratória e descritiva e utilizou, para alcançar seus objetivos, a abordagem de levantamentos amostrais tipo *survey*. Ou seja, metodologicamente (Cauchick Miguel, 2007), este trabalho pode ser entendido como:

- quanto à natureza das variáveis pesquisadas – quantitativa;
- quanto à natureza do relacionamento entre as variáveis – caráter descritivo;
- quanto ao objetivo – de natureza exploratória, uma vez que não tem por objetivo comprovar quais são os atributos e as dimensões que compõem a qualidade dos serviços em escolas de idiomas, e sim explorar novas possibilidades dentro do contexto analisado;
- quanto à intensidade de controle capaz de ser exercida sobre as variáveis em estudo – experimentais de campo;
- quanto ao escopo da pesquisa, em termos de profundidade e amplitude – levantamentos amostrais tipo *survey*. “Um *survey* compreende um levantamento de dados em uma amostra significativa acerca de um problema a ser estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obter-se as conclusões correspondentes aos dados coletados” (Gil, 1996 *apud* Cauchick Miguel, 2007, p. 219). Em geral, no levantamento do tipo *survey*, utiliza-se um universo de dezenas, centenas ou milhares de elementos.

Primeiramente, para a composição de um instrumento de pesquisa adaptado às especificidades das escolas de idiomas, foram realizadas entrevistas com especialistas do setor e com clientes, bem como a análise de trabalhos acadêmicos sobre o assunto (citados anteriormente). Com base nas conversações estabelecidas, no material analisado e nos itens presentes na escala SERVQUAL proposta por Parasuraman, Zeithaml *et Berry* (1985), foi desenvolvido o instrumento de pesquisa. Ao total, foram propostos 17 itens (atributos).

Cada item foi desenvolvido no formato de duas declarações: uma com referência à expectativa (E) do serviço; e a outra, à percepção/desempenho (D) da qualidade da empresa em questão, nos moldes do instrumento SERVQUAL. Foi adotada uma escala do tipo Likert com cinco pontos, sendo “1” equivalente a “discordo totalmente”; e “5”, a “concordo totalmente”.

Optou-se por utilizar uma escala de *Likert* com cinco pontos, em vez de sete, pois acredita-se que a primeira é de mais fácil interpretação por parte dos respondentes. Esse mesmo ajuste da escala foi realizado, por exemplo, nos trabalhos de Dalazana Ferreira *et Talamini* (2007), Freitas, Bosanello e Viana (2008) e Gonçalves *et Belderrain* (2012).

Após o desenvolvimento do instrumento de pesquisa e a condução de teste piloto (ainda visando ao aprimoramento do instrumento), foi realizado o levantamento amostral tipo *survey* junto aos clientes da escola utilizada como fonte prática de investigação. Ressalta-se que não foi feito um estudo de caso com a escola de idiomas selecionada, mas sim um levantamento junto aos seus clientes. Assim, a escola em questão é a unidade amostral; e seus alunos, os elementos amostrais.

A escola de idiomas selecionada para o estudo, localizada na cidade de São Bernardo do Campo, possui oito professores e três funcionários administrativos, e atende atualmente 120 alunos. Os cursos oferecidos pela escola são de Inglês e de Espanhol, do nível básico ao avançado. Também existem cursos diferenciados, como: de conversação, preparatório para o TOEFL, inglês para executivos e treinamento para intercâmbio.

Essa escola foi escolhida como unidade prática de pesquisa devido à disposição e ao grande interesse de seus administradores, demonstrados durante as entrevistas iniciais, e pela mensuração da qualidade percebida pelos seus alunos em relação ao serviço prestado.

Para maximizar o retorno das informações com os questionários devidamente preenchidos, primeiramente foi aplicado um treinamento para os professores e os funcionários envolvidos neste projeto, capacitando-os para explicarem ou tirarem possíveis dúvidas dos alunos. Nesse treinamento, os



objetivos de cada questionário foram expostos, ressaltando que o primeiro se refere à expectativa do aluno a qualquer escola de idiomas do mercado e o segundo, ao desempenho da referida escola, do ponto de vista do aluno. Também foi explicada para os alunos a importância da aplicação desse instrumento para avaliar os serviços prestados pela escola de idiomas e a necessidade, portanto, de dispor de um horário considerável de uma aula para tal finalidade.

As aplicações dos questionários ocorreram durante quatro semanas, sendo disponibilizado um período de 30 minutos em cada aula para o seu preenchimento. Aplicou-se a pesquisa a uma amostra de 97 alunos (do total de 120).

A realização deste *survey* permitiu, primeiramente, a análise multivariada de dados. Para identificar as dimensões da qualidade do serviço em estudo, foi implementada a análise fatorial exploratória, que visa identificar as dimensões básicas relacionadas aos dados e reduzir o número de dimensões de análise (Hair, Anderson e Tatham, 1998). Seguiu-se o planejamento da análise fatorial apresentado em Figueiredo Filho et Silva Júnior (2010). Em seguida, para dimensionar a confiabilidade das medidas e da consistência interna dos dados, foi utilizado o coeficiente *Alpha* de *Cronbach*.

O coeficiente α é calculado a partir da variância dos itens individuais e da variância da soma dos itens de cada avaliador de todos os itens de um questionário que utilizem a mesma escala de medição, conforme a seguinte equação (Hora, Monteiro e Arica, 2010):

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right], \quad (2)$$

Em que:

S_i^2 é a variância do item i ,

S_t^2 é variância da soma dos itens observados ou a variância total do questionário,

K é o número de perguntas ou de itens do questionário.

O valor do *Alpha* de *Cronbach* varia entre 0 e 1. Embora esse coeficiente seja largamente usado para medir a confiabilidade de um instrumento (Hora, Monteiro e Arica, 2010), ainda não há consenso na literatura acerca da interpretação dos seus valores. Freitas et Rodrigues (2005) sugerem a classificação da confiabilidade de dado questionário a partir do cálculo do coeficiente *Alpha* de *Cronbach*, de acordo com os limites apresentados na Tabela 1.

Como exposto por Hair, Anderson e Tatham (1998), os valores de α entre 0,60 e 0,70 podem ser aceitos para pesquisas exploratórias.

A segunda análise que a realização do *survey* permitiu foi a identificação dos itens mais críticos nos serviços prestados pela escola pesquisada, segundo a percepção de seus clientes, e, conseqüentemente, a identificação de oportunidades de melhorias. Para tal, construiu-se uma matriz que apresenta a análise conjunta da importância dos itens para os clientes (expectativa média) e o nível de qualidade (*Gap* médio) observado em relação aos itens, e procedeu-se também à análise de quartis (Freitas, Manhães e Cozendey, 2006), conforme apresentado na seção seguinte.

5. RESULTADOS

Os dados pesquisados foram tabulados, e as análises descritivas e multivariadas foram realizadas por meio dos *softwares* Excel e SPSS.

Antes de qualquer tratamento dos dados, verificou-se a existência de *missings*, e nesses casos, os valores omissos foram substituídos pelo valor médio da variável referente aos demais respondentes, como recomendado por Hair, Anderson e Tatham (1998).

Para identificar as dimensões da qualidade do serviço em estudo, foi implementada a análise fatorial – com base nos dados referentes à percepção dos clientes (alunos) quanto ao desempenho do serviço prestado pela escola de idioma.

Primeiramente, avaliou-se o padrão de correlação entre as variáveis estudadas. Como pode ser visto na Tabela 2, a maior parte das correlações supera 0,30, indicando, segundo Hair, Anderson e Tatham (1998), que os dados são adequados à utilização da análise fatorial.

Tabela 1 - Classificação da confiabilidade a partir do coeficiente Alpha de Cronbach

Confiabilidade	Muito Baixa	Baixa	Moderada	Alta	Muito Alta
Valor de α	$\alpha \leq 0,30$	$0,30 < \alpha \leq 0,60$	$0,60 < \alpha \leq 0,75$	$0,75 < \alpha \leq 0,90$	$\alpha > 0,90$

Fonte: Freitas et Rodrigues (2005, p. 4)



Tabela 2 - Matriz de correlação

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
P1	1,000																
P2	,484	1,000															
P3	,390	,455	1,000														
P4	,363	,253	,266	1,000													
P5	,365	,278	,451	,529	1,000												
P6	,112	,168	,173	,411	,561	1,000											
P7	,342	,175	,324	,537	,543	,510	1,000										
P8	,320	,441	,485	,434	,524	,428	,534	1,000									
P9	,403	,312	,262	,485	,637	,516	,554	,539	1,000								
P10	,236	,383	,205	,303	,263	,227	,310	,304	,406	1,000							
P11	,311	,188	,355	,407	,389	,395	,493	,368	,296	,287	1,000						
P12	,438	,325	,346	,334	,383	,419	,432	,479	,484	,364	,589	1,000					
P13	,241	,316	,301	,484	,656	,452	,509	,428	,609	,284	,328	,522	1,000				
P14	,411	,428	,385	,291	,422	,424	,393	,461	,439	,544	,475	,454	,342	1,000			
P15	,391	,294	,438	,355	,463	,381	,373	,412	,440	,375	,467	,481	,305	,646	1,000		
P16	,432	,330	,340	,364	,514	,425	,406	,479	,482	,385	,546	,452	,329	,675	,722	1,000	
P17	,202	,331	,068	,066	-,103	-,027	-,051	,146	-,128	,099	,012	-,036	-,088	,170	,005	,118	1,000

Procedeu-se também aos testes KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) e BTS (*Bartlett Test of Sphericity* – Teste de esfericidade de Barlett) para a verificação da adequação da amostra. Os resultados obtidos (KMO igual a 0,841; BTS igual a 820,500 e grau de significância de 0,00) demonstram que a análise fatorial é uma técnica adequada ao presente estudo (KMO variando entre 0 e 1, tendo o valor 0,50 como patamar mínimo de adequabilidade; e BTS, estatisticamente significativa, $p < 0,05$) (Hair, Anderson e Tatham, 1998).

Em seguida, determinou-se o número de fatores a serem extraídos. Para tal, considerou-se o autovalor (*eigenvalue*) igual ou superior a 1, e foram obtidos três fatores que explicam 60,079% da variância dos dados originais. Esse valor está justamente no patamar limite sugerido por Hair, Anderson e Tatham (1998) (patamar de 60%).

A Tabela 3 apresenta as comunalidades associadas a cada variável. As comunalidades são índices que expressam quanto da variância de cada variável é explicada pela análise fatorial. Quanto mais próximo de 1 estiverem as comunalidades, melhor será o ajuste da análise fatorial, sendo o valor mínimo usualmente aceitável o de 0,5 (Hair, Anderson e Tatham, 1998). Desse modo, como pode ser observado na Tabela 3, as variáveis P3 e P10 tiveram que ser retiradas do conjunto de variáveis em estudo. Após removidas as referidas variáveis, a análise fatorial foi realizada novamente, e a nova matriz gerada não apresentou variáveis com comunalidades abaixo de 0,5.

Tabela 3 - Comunalidades*

	Inicial	Extração
P1	1,000	,504
P2	1,000	,715
P3	1,000	,422
P4	1,000	,515
P5	1,000	,702
P6	1,000	,534
P7	1,000	,600
P8	1,000	,577
P9	1,000	,660
P10	1,000	,361
P11	1,000	,556
P12	1,000	,516
P13	1,000	,669
P14	1,000	,734
P15	1,000	,711
P16	1,000	,737
P17	1,000	,529

*Extraction Method: Principal Component Analysis.

Depois da retirada das variáveis problemáticas, segundo o grau de comunalidade, analisou-se as cargas fatoriais de cada variável em relação aos fatores extraídos. A Tabela 4 apresenta esses valores após a rotação (rotação Varimax).



Segundo Hair, Anderson e Tatham (1998), uma mesma variável não pode contribuir para a formação de dois ou mais fatores distintos, tendo como limite aceitável o valor de carga 0,4. Caso uma variável apresente carga fatorial acima desse valor em mais de um fator, ela deve ser eliminada da análise. Assim, retirou-se a variável P12 do grupo analisado, e a análise fatorial foi novamente realizada. Após essas depurações, não foram mais observados problemas de comunalidade e de cargas fatoriais referentes às variáveis restantes.

Tabela 4 - Matriz rotacionada (Varimax)*

	Componentes		
	1	2	3
P1	,264	,311	,581
P2	,218	,172	,799
P3	323	,284	,487
P4	,669	,170	,196
P5	,783	,277	,108
P6	,616	,376	-,117
P7	,709	,311	4,073E-02
P8	,578	,294	,397
P9	,749	,297	,108
P10	,187	,501	,274
P11	,310	,678	7,712E-03
P12	,450	,542	,140
P13	,802	,124	,102
P14	,200	,774	,308
P15	,231	,799	,136
P16	,259	,797	,189
P17	-,233	6,106E-03	,689

*Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. Rotation converged in 5 iterations.

Os valores de KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) e BTS (*Bartlett Test of Sphericity* – Teste de esfericidade de Bartlett) obtidos para essa nova rodada da análise fatorial são expostos na Tabela 5.

Os três fatores extraídos agora explicam 63,725% da variância total, como apresentado na Tabela 6.

A Tabela 7 apresenta os valores de cada componente distribuídos nos três fatores extraídos após a rotação.

Tabela 5 - Testes KMO e de Esfericidade de Barlett

Teste de adequação da amostra		Medidas
KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)		0,879
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aproximado	637,021
	Grau de liberdade	91
	Significância	0,000

Encontra-se também, na referida tabela, os valores do *Alpha de Cronbach* para cada um dos fatores extraídos. Esses coeficientes, como já explicado na seção anterior, foram empregados para analisar a consistência interna dos dados, referente ao grau com que os itens pesquisados estão correlacionados entre si e com o resultado geral da pesquisa (em cada dimensão), o que indica o seu nível de confiabilidade.

Analisando-se os resultados dos coeficientes com base na classificação dada por Freitas *et* Rodrigues (2005), observa-se que a confiabilidade dos dados foi: moderada para a dimensão “instalações físicas” e alta para as dimensões “atendimento” e “nível e ambiente de ensino”. Todos esses valores de α de *Cronbach* foram considerados indicativos de consistência interna por se tratar de um estudo exploratório, como sugerido por Hair, Anderson e Tatham (1998).

Na sequência, uma síntese de cada uma das dimensões da qualidade em serviços encontradas neste estudo:

- Atendimento: essa dimensão refere-se à forma de tratamento dada ao cliente (alunos) pelos funcionários e professores da escola de idiomas – disposição para atender e auxiliar o cliente; grau de cortesia dos professores e funcionários de contato com o cliente. Essa dimensão assemelha-se àquela de mesmo nome descrita em Corrêa *et* Caon (2012), ao apresentar as dimensões da qualidade em serviços em geral, e engloba itens de atendimento descritos em Freitas, Batista e Almeida (2012);
- Nível e ambiente de ensino: essa dimensão se relaciona com a qualidade do ensino, com a existência de ambiente propício ao estudo e de fácil acessibilidade, com a existência de profissionais capacitados

Tabela 6 - *Eigenvalues* e variância acumulada*

Componente	Initial eigenvalues			Extraction sums of squares loadings		
	Total	% variância	% acumulada	Total	% variância	% acumulada
1	6,142	43,873	43,873	4,027	28,761	28,761
2	1,633	11,663	55,536	3,036	21,684	50,445
3	1,146	8,189	63,725	1,859	13,280	63,725

* Extraction Method: Principal Component Analysis.



e com o reconhecimento pela comunidade da qualidade do ensino empregado na escola. Essa dimensão relaciona-se, em certo grau, àquela intitulada “ambiente de ensino”, apresentada por Eberle, Milan *et Lazzari* (2010), ao identificarem aquelas que seriam as dimensões da qualidade em serviços em uma instituição de ensino superior. Quando comparadas às dimensões da qualidade em serviços em escolas de idiomas apresentadas em Bernardi *et al.* (2012) e em Freitas, Batista e Almeida (2012), a dimensão em questão mescla atributos distribuídos em dimensões como professor e ambiente e ensino e infraestrutura;

- Instalações físicas: essa dimensão diz respeito à qualidade e à aparência das instalações físicas e dos equipamentos da escola de idiomas. Ela relaciona-se à dimensão “tangível”, proposta por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) no desenvolvimento da escala SERVQUAL para a mensuração da qualidade em serviços em geral e utilizada por Mello *et al.* (2002), ao analisar especificamente o caso de uma escola de idiomas.

Após a definição dessas dimensões da qualidade em serviços prestados por escolas de idiomas a partir da análise fatorial, procedeu-se ao levantamento dos itens mais críticos nos serviços prestados pela escola pesquisada. Para tal, além da percepção dos respondentes quanto ao desempenho da empresa em relação aos itens analisados (base de dados utilizada para fazer a análise fatorial aqui descrita), fez-se uso também das expectativas dos respondentes em relação aos mesmos itens, conforme modelo da qualidade apresentado pela equação 1 ($Q = D - E$).

Mantendo, naturalmente, o mesmo agrupamento das variáveis pesquisadas sugerido pela análise fatorial aplicada aos dados referentes à percepção, foram também calculados os coeficientes $\alpha_{\text{expectativa}}$ para analisar a consistência interna dos dados do questionário expectativa.

Os resultados do $\alpha_{\text{expectativa}}$ são apresentados em conjunto com os do $\alpha_{\text{desempenho}}$ na Tabela 8.

A Tabela 9 apresenta os valores da expectativa média (E), do desempenho médio (D) e do *Gap* médio (D - E) para cada dimensão e critério avaliados, calculados por meio do *software* Excel.

Tabela 7 - Identificação dos fatores*

Fator/Dimensão	Atributos **	Componentes		
		Fator 1 (43,875%)	Fator 2 (11,663%)	Fator 3 (8,189%)
F1 – Atendimento (α de Cronbach = 0,880)	P4 – Solidariedade e segurança na resolução de problemas	0,683		
	P5 – Confiança transmitida pelos professores	0,780		
	P6 – Serviço nos horários programados	0,616		
	P7 – Funcionários e professores sempre disponíveis a ajudar os clientes (alunos)	0,713		
	P8 – Atenção personalizada aos clientes (alunos)	0,587		
	P9 – Funcionários corteses	0,771		
	P13 – Professores corteses	0,813		
F2 – Nível e ambiente de ensino (α de Cronbach = 0,848)	P11 – Professores com fluência no idioma e didática		0,670	
	P14 – Boa reputação no mercado em relação à qualidade de ensino		0,756	
	P15 – Ambiente propício ao estudo (existência de laboratórios de ensino e salas confortáveis)		0,823	
	P16 – Boa localização		0,825	
F3 – Instalações físicas (α de Cronbach = 0,601)	P1 – Equipamentos modernos			0,585
	P2 – Instalações físicas visualmente atrativas			0,777
	P17 – Estacionamento próprio			0,757

*Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a Rotation converged in 4 iterations.

** Do conjunto de atributos propostos inicialmente, foram excluídos os seguintes: (P3) Aparência das instalações conservada de acordo com o serviço oferecido; (P10) Horário de funcionamento conveniente para todos os clientes (alunos); e (P12) Professores com experiência no exterior (país de língua inglesa).



Tabela 8 - Valores do Alpha de Cronbach (α)

Dimensões	$\alpha_{\text{expectativa}}$	$\alpha_{\text{desempenho}}$
Atendimento	0,791	0,880
Nível e ambiente de ensino	0,816	0,848
Instalações físicas	0,622	0,601

Como demonstrado na referida tabela, todos os itens analisados possuem grau de expectativa muito próximo ou acima de 4 pontos na escala de *Likert* de 5 pontos, com destaque para os itens: 8 – Professores com fluência no idioma e didática (4,68); 2 – Confiança transmitida pelos professores (4,66); 10 – Ambiente propício ao estudo (existência de laboratórios de ensino e salas confortáveis) (4,49); 7 – Professores corteses (4,43); e 4 – Funcionários e professores sempre disponíveis a ajudar os clientes (alunos) (4,42). Esses itens pertencem às dimensões “nível e ambiente de ensino” e “atendimento”. Por sua vez, os itens com graus de expectativa menos elevados são: 5 – Atenção personalizada aos clientes (alunos) (3,98); 13 – Instalações físicas visualmente atrativas (3,9); e 14 – Estacionamento próprio (3,83). Ressalta-se que dois dos três itens que compõem a dimensão “instalações físicas” estão entre os de menor expectativa por parte dos clientes.

Em uma análise geral das dimensões, observa-se que a dimensão “nível e ambiente de ensino” obteve o maior va-

lor médio na escala expectativa (4,41), seguida da dimensão “atendimento” (4,35). A dimensão “instalações físicas” obteve a menor média (3,92).

Em relação à escala de desempenho, foram observados os seguintes itens com avaliação mais elevadas: 6 – Funcionários corteses (4,51); 2 – Confiança transmitida pelos professores (4,49); 8 – Professores com fluência no idioma e didática (4,48); e 4 – Funcionários e professores sempre disponíveis a ajudar os clientes (alunos) (4,45). Esses itens pertencem às dimensões “atendimento” e “nível e ambiente de ensino” e três deles (2, 4 e 8) estão entre aqueles para os quais os clientes revelaram maiores expectativas.

Por outro lado, os itens que apresentam os piores desempenhos para os clientes são: 14 – Estacionamento próprio (1,98); 13 – Instalações físicas visualmente atrativas (3,5); 9 – Boa reputação no mercado em relação à qualidade de ensino (3,75); e 12 – Equipamentos modernos (3,9). Apenas o item 9 não pertence à dimensão “instalações físicas”. Há que se destacar também que tais resultados de desempenho desfavoráveis referentes aos itens 13 e 14 não são minimizados pelo fato de que as expectativas dos clientes para esses itens foram também as menores, pois seus valores numéricos foram expressivos (acima de 3,8).

Também em uma análise geral das dimensões, observa-se que a “atendimento” (4,39) obteve o maior valor mé-

Tabela 9 - Dimensões da qualidade em serviços

Itens de cada questão	Desempenho		Expectativa		GAP
	Mé- dia	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	P-E
Atendimento	4,39	0,76	4,35	0,80	0,04
1. Solidariedade e segurança na resolução de problemas	4,38	0,80	4,35	0,81	0,03
2. Confiança transmitida pelos professores	4,49	0,71	4,66	0,70	-0,17
3. Serviço nos horários programados	4,35	0,76	4,26	0,79	0,09
4. Funcionários e professores sempre disponíveis a ajudar os clientes (alunos)	4,45	0,74	4,42	0,81	0,03
5. Atenção personalizada aos clientes (alunos)	4,18	0,83	3,98	1,00	0,20
6. Funcionários corteses	4,51	0,71	4,38	0,80	0,13
7. Professores corteses	4,39	0,74	4,43	0,70	-0,04
Nível e Ambiente de Ensino	4,12	0,87	4,41	0,75	-0,30
8. Professores com fluência no idioma e didática	4,48	0,71	4,68	0,54	-0,20
9. Boa reputação no mercado em relação à qualidade de ensino	3,75	1,04	4,32	0,87	-0,57
10. Ambiente propício ao estudo (existência de laboratórios de ensino e salas confortáveis)	4,23	0,80	4,49	0,70	-0,26
11. Boa localização	4,03	0,93	4,17	0,89	-0,14
Tangíveis	3,13	1,02	3,92	0,90	-0,80
12. Equipamentos modernos	3,90	0,84	4,04	0,75	-0,14
13. Instalações físicas visualmente atrativas	3,50	1,07	3,90	0,89	-0,40
14. Estacionamento próprio	1,98	1,15	3,83	1,07	-1,85

Fonte: Elaborada pelos autores a partir das entrevistas realizadas com os alunos da escola de idiomas analisada.

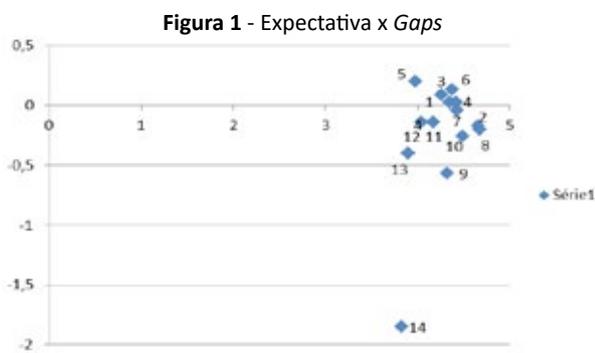


dio na escala percepção, seguida da “nível e ambiente de ensino” (4,12). Novamente, a dimensão “instalações físicas” obteve a menor média (3,13).

Dando continuidade à análise dos dados apresentados na Tabela 2, os valores positivos dos *Gaps* médios (D - E), como já exposto, indicam qualidade de serviço satisfatória; e os negativos, qualidade insatisfatória de serviço. Nota-se que, para a maior parte dos itens, os *Gaps* (positivos e negativos) apresentaram resultados muito próximos de zero. Aqueles que apresentaram *Gaps* negativos mais expressivos foram: 14 – Estacionamento próprio (-1,85); 13 – Instalações físicas visualmente atrativas (-0,40); e 9 – Boa reputação no mercado em relação à qualidade de ensino (-0,57).

Uma alternativa de priorização dos itens que deveriam ser considerados em uma estratégia de melhoria de serviços em curto prazo é a construção de uma matriz que apresenta uma análise conjunta da importância do item para os clientes (expectativa média) e o nível de qualidade (Gap médio) observado em relação ao item, como procedido em Machado, Queiroz e Martins (2006). Quanto maiores a expectativa e o Gap, mais crítico se torna o item. A referida matriz para o caso estudado encontra-se na Figura 1.

Como pode-se observar, os itens avizinham-se uns aos outros no gráfico, uma vez que os valores das expectativas e os *Gaps* referentes aos 14 itens analisados são muito próximos. Apenas destaca-se claramente, mediante essa análise, a necessidade imediata de ação para os itens 14, 13 e 9. Para os demais itens, a análise por meio desse gráfico ficou prejudicada.



Fonte: Elaborada pelos autores

Legenda: Solidariedade e segurança na resolução de problemas; 2. Confiança transmitida pelos professores; 3. Serviço nos horários programados; 4. Funcionários e professores sempre disponíveis a ajudar os clientes (alunos); 5. Atenção personalizada aos clientes (alunos); 6. Funcionários corteses; 7. Professores corteses; 8. Professores com fluência no idioma e didática; 9. Boa reputação no mercado em relação à qualidade de ensino; 10. Ambiente propício ao estudo (existência de laboratórios de ensino e salas confortáveis); 11. Boa localização; 12. Equipamentos modernos; 13. Instalações físicas visualmente atrativas; 14. Estacionamento próprio

Assim, procedeu-se também à análise de quartil, como o proposto por Freitas, Manhães e Cozende (2006), e o resultado é aquele apresentado na Tabela 10.

A análise de quartis consiste na divisão das amostras em quatro grupos, chamados de quartis. O primeiro corresponde a entre 0 a 25% das amostras, o segundo quartil parte de 25% e vai até a mediana das amostras, o terceiro está entre a mediana e os 75% das amostras e o quarto e último quartil é o valor mais alto das amostras, ou seja, de 75% até 100%. Todas as questões que apresentam valores abaixo do 25%, isto é, abaixo do primeiro quartil, são as perguntas que envolvem as prioridades a serem melhoradas. As questões que estão na faixa entre o primeiro e o segundo quartil são as que precisam de atenção. Já as questões pertencentes ao intervalo do terceiro quartil são as que precisam ser melhoradas futuramente. E as questões que estão no último intervalo, entre o valor do terceiro e o máximo obtido nas médias, são as questões que obtiveram as melhores pontuações e não necessitam de atenção (Freitas, Manhães et Cozende, 2006).

Como exposto na Tabela 10, o primeiro quartil contém aqueles pontos mais críticos já demonstrados na Figura 2. Logo, estes deverão receber ação emergencial. Já os itens que precisam de atenção em curto prazo são: 10 – Ambiente propício ao estudo (existência de laboratórios de ensino e salas confortáveis); 8 – Professores com fluência no idioma e didática; 2 – Confiança transmitida pelos professores; 11 – Boa localização; e 12 – Equipamentos modernos. Por sua vez, os itens que precisam de melhorias futuramente são: 7 – Professores corteses; 1 – Solidariedade e segurança na resolução de problemas; e 4 – Funcionários e professores sempre disponíveis a ajudar os clientes (alunos). Por fim, os itens para os quais não há necessidade de mudanças, segundo a análise de quartil, são: 3 – Serviço nos horários programados; 6 – Funcionários corteses; e 5 – Atenção personalizada aos clientes (alunos).

Exemplificando as possíveis ações a serem tomadas, para atuar sobre o problema referente aos itens mais críticos, recomenda-se verificar a possibilidade de eventuais reformas para melhorar a aparência da escola e a substituição das acomodações que não estejam adequadas. Para atuar sobre o problema do estacionamento, uma opção é a escola verificar a viabilidade de se realizar convênios com estacionamentos próximos, disponibilizando vagas aos seus alunos. Por fim, em relação à reputação da escola quanto à qualidade de ensino, a ação, necessariamente, passa pela análise mais contundente das condições dos recursos utilizados para a condução das aulas, como dos equipamentos e dos laboratórios didáticos e das qualificações e capacidades didáticas de seus professores, itens que foram incluídos no segundo quartil.



Tabela 10 - Análise de quartis para identificação dos itens mais críticos

Pergunta	14	9	13	10	8	2	11	12	7	1	4	3	6	5	
Gap	-1,85	-0,57	-0,4	-0,26	-0,2	-0,17	-0,14	-0,14	-0,04	0,03	0,03	0,09	0,13	0,2	
Quartil	1º Quartil				2º Quartil				3º Quartil			4º Quartil			

Fonte: Elaborada pelos autores

Dessa forma, somente com a melhoria desses quesitos é que se poderá melhorar a reputação da escola quanto à qualidade do ensino que ela tem a oferecer.

6. CONCLUSÕES

Objetivou-se, neste estudo, apresentar um conjunto possível de atributos e de dimensões que compõem a qualidade dos serviços em escolas de idiomas. Por meio da análise fatorial exploratória, chegou-se às seguintes dimensões: 1) atendimento, referente à forma de tratamento dada ao cliente (alunos) pelos funcionários e professores da escola de idiomas; 2) nível e ambiente de ensino, relacionada à qualidade do ensino, com a existência de ambiente propício ao estudo e de fácil acessibilidade, existência de profissionais capacitados e de reconhecimento pela comunidade da qualidade do ensino empregado na escola; e 3) instalações físicas, que diz respeito à qualidade e à aparência das instalações físicas e dos equipamentos da escola de idiomas.

Como a montagem da escala proposta teve também como base o instrumento SERVQUAL, espera-se, por meio deste estudo, que tenha havido contribuição para as adaptações a esse instrumento, para que este inclua em sua avaliação aspectos específicos a cada tipo de serviço analisado. Tal procedimento aumenta a validade das medições realizadas.

A avaliação da qualidade dos serviços oferecidos pela empresa trouxe evidências de que ela tem atendido às expectativas de seus consumidores no que diz respeito à dimensão atendimento. Por outro lado, a percepção dos seus clientes quanto ao nível e ao ambiente de ensino e às instalações físicas não tem sido positiva.

Numa visão mais específica, os atributos para os quais se obtiveram os maiores *gaps* negativos foram: estacionamento próprio, instalações físicas visualmente atrativas e boa reputação no mercado em relação à qualidade de ensino. Para tais evidências, foram sugeridas ações de melhorias, como melhorar a aparência da escola e substituir acomodações que não estejam adequadas, verificar a possibilidade de realizar convênios com estacionamentos próximos, disponibilizando vagas aos seus alunos, e melhorar os recursos utilizados para a condução das aulas, como equipamentos e laboratórios didáticos, bem como as qualificações e as capacidades didáticas de seus professores, visando a uma consequente melhoria na reputação da escola quanto à qualidade de ensino.

Por fim, considerando-se o ferramental estatístico que corroborou as conclusões obtidas, acredita-se que os determinantes da qualidade identificados podem ser, em sua maioria, considerados por outras escolas de idiomas.

REFERÊNCIAS

- Albrecht, K. et Bradford, L. J. *Serviços com qualidade: a vantagem competitiva*. 1. ed. São Paulo: Makron Books, 1992.
- Bernardi, F. C.; Donadello, G.; Camargo, M. E.; Da Cruz, M. R. Um estudo sobre a satisfação de clientes (alunos): estudo de caso em uma escola de idiomas. In: Anais do VIII Congresso Nacional de Excelência em Gestão, Niterói, RJ, 8 a 9 de junho de 2012.
- Branco, G. M.; Ribeiro, J. L. D.; Tinoco, M. A. C. *Determinantes da satisfação e atributos da qualidade em serviços hoteleiros*. Produção, v. 20, n. 4, p. 576-588, 2010
- Carman, J. M. Consumer perceptions of service quality: an assessment of the Servqual dimensions. *Journal of Retailing*, n. 66, p.33-55, 1990.
- Cauchick Miguel, P. A. C. Estudo de caso na engenharia de produção: estruturação e recomendações para sua condução. Produção, v. 17, n. 1, p. 216-229, Jan./Abr. 2007.
- Cauchick Miguel, P. A. C.; Salomi, G. E. Uma revisão dos modelos para medição da qualidade em serviços. Revista Produção v. 14 n. 1 2004.
- Chowdhary, N. et Prakash, M. *Prioritizing service quality dimensions*. Managing Service Quality Vol. 17 No. 5, pp. 493-509, 2007.
- Corrêa, H. L. et Caon, M. *Gestão de serviços*. São Paulo, editora Atlas, 2012.
- Dalazana, F.; Ferreira, G. M. V.; Talamini, E. Qualidade na Percepção dos Clientes Internos: uma Aplicação da Escala SERVQUAL em uma Indústria Metalúrgica do Rio Grande do Sul. SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Resende- RJ, 2007.
- Eberle, L., Milan, G. S.; Lazzari, F. *Identificação das dimensões da qualidade em serviços: um estudo aplicado em uma instituição de ensino superior*. RAE-eletrônica, v. 9, n. 2, Art. 7, jul/dez. 2010.
- Figueiredo Filho, D. B et Silva Junior, J. A. da. Visão além do alcance: uma introdução à análise fatorial. Opin. Pública, Campinas, v. 16, n. 1, p. 160-185, June 2010. Disponível em: <http://



- www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762010000100007&lng=en&nrm=iso>.
- Freeman, K.D. et Dart, K. Measuring the perceived quality of professional business services. *Journal of Professional Services Marketing*, 9, (1), p. 27-47, 1993.
- Freitas, A. L. P.; Manhães, N. R. C.; Cozendey, M. I. Emprego do Servqual na avaliação da Qualidade de Serviços de Tecnologia da Informação: uma análise experimental. In: *Anais do XXVI ENEGEP - Fortaleza, CE, Brasil, 9 a 11 de outubro de 2006*, p. 1-8.
- Freitas, A. L. P.; Bolsanello, F. M. C.; Viana, N. R. N. G. "Avaliação da qualidade de serviços de uma biblioteca universitária: um estudo de caso utilizando o modelo Servqual", *Ci. Inf. [online]*, v.37, n.3, 2008), pp. 88-102.
- Freitas, A. L. P.; Batista, V. R.; Almeida, G. M. M. de. Qualidade de serviços em escolas de idiomas: um estudo exploratório. In: *Anais do XXXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção - Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social: As Contribuições da Engenharia de Produção. Bento Gonçalves, RS, Brasil, 15 a 18 de outubro de 2012*.
- Freitas, A. L. P. et Rodrigues, S. G. Avaliação da Confiabilidade de Questionários: uma Análise Utilizando o Coeficiente de Alpha de Cronbach. XII SIMPEP – Simpósio de Engenharia de Produção, Bauru, SP, Brasil, 7 a 9 de novembro de 2005.
- Gagliano, K. B. et Hathcote, J. Customer Expectations and Perceptions of Service Quality in Retail Apparel Specialty Stores. *Journal of Services Marketing*, Vol. 8 Iss: 1, pp.60 – 69, 1994.
- Ganguli, S. et Roy, S. K. *Service quality dimensions of hybrid services*. *Managing Service Quality* Vol. 20 No. 5, pp. 404-424, 2010.
- Garvin, D. A. *Manufacturing strategic planning*. *California Management Review*, v. 35, n. 4, p. 85-106, summer 1993.
- Gil, A. C. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. São Paulo: Atlas, 1996.
- Gonçalves, T. J. M. et Belderrain M. C. N. Avaliação da qualidade em *lan houses* através da adaptação do instrumento SERVQUAL *Revista Produção Online, Florianópolis, SC, v.12, n. 1, p. 248-268, jan./mar. 2012*.
- Grönroos, C. A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*. v. 18, n. 4, p. 36-44, 1984.
- Grönroos, C. *Marketing: gerenciamento e serviços: a competição por serviços na hora da verdade*. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- Hair Jr, J. F.; Anderson, R. E. et Tatham, W. B. *Multivariate data analysis*. 5.ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 1998.
- Hora, H. R. M.; Monteiro, G. T. R. et Arica, J. Confiabilidade em questionários para qualidade: um estudo com o coeficiente de alpha de cronbach, *Produto et Produção*, vol. 11, n. 2, p. 85-103, jun. 2010.
- Johnston, R. et Clark, G. *Administração de operações de serviço*. São Paulo, Ed. Atlas, 2002.
- Machado, D.M., Queiroz, T. R.; Martins, M. F. Mensuração da qualidade de serviço em empresas de fast food. *Revista Gestão e Produção*, v.13, n. 2, p.261-270, 2006.
- Mello, M. S. R.; Pereira, M. A. C; Araújo, A. I. G.; Silva, M. T. Aplicação do SERVQUAL em escolas de idiomas. In: *Anais do XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Curitiba – PR, 23 a 25 de outubro de 2002*.
- Oliver, R.L. A Cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions, *Journal of Marketing Research*, v. 17, n. 4, November, p. 460-69, 1980.
- 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, n. 4, p. 41-50, 1985.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A.; Berry, L. L. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality for future research. *Journal of Retailing*. V.64, n.1, 1988.
- Ramseook-Munhurrin, P; Naidoo, P. et Lukea-Bhiwajee, S. D. Employee perceptions of service quality in a call centre. *Managing Service Quality* Vol. 19 No. 5, pp. 541-557, 2009.
- Renganathan, R. Service Quality in Hospitality Services: Gap Model and Factor Analysis. *European Journal of Social Sciences*, vol.26 No.2 (2011), pp. 159-175, 2011.
- Salomi, G. G. E; Cauchick Miguel, P. A.; Abackerli, A. J. Servqual x servperf: comparação entre instrumentos para avaliação da qualidade de serviços internos. *Revista Gestão et Produção*, v.12, n.2, p.279-293, mai-ago, 2005.
- Urdan, A. T. Avaliação empírica da escala SERVQUAL em serviços hospitalares: uma crítica e réplica ao estudo de Vinícius Sittoni Brasil. In: *Anais. XIX ENANPAD, 1993*.
- Zekiri, J. Applying SERVQUAL Model and Factor Analysis in Assessing Customer Satisfaction with Service Quality: The Case of Mobile Telecommunications in Macedônia. *International Bulletin of Business Administration* Issue 11 (2011)