

QUALIDADE DE SERVIÇOS EM ESCOLAS DE IDIOMAS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO

Andre Luis Policani Freitas (UENF)

policani@uenf.br

Victor Rangel Batista (UENF)

victor@importsoon.com

Georgia Maria Manguiera de Almeida (IFES)

georgiamanguiera@gmail.com



Em um cenário de crescente competitividade e de constantes transformações, torna-se cada vez mais necessário qualificados e que dominem, ao menos, um idioma estrangeiro. Visando atender a essa demanda, é notória a expansão das escolas e cursos de idiomas em todo o país estabelecendo, também neste setor, um cenário cada vez mais competitivo. Neste contexto, a avaliação (autoavaliação) de cursos e escolas de idiomas pode ser considerada uma importante estratégia a ser empregada para verificar o nível de qualidade percebida pelos alunos em relação às escolas concorrentes e também à própria escola (autoavaliação). Desejando contribuir para o tratamento do problema em questão, este artigo apresenta um estudo exploratório que buscou avaliar a qualidade de serviços em escolas de idiomas, segundo a percepção dos alunos. Mais especificamente, buscou-se identificar os itens mais (menos) importantes e os itens que proporcionaram maior (menor) satisfação dos respondentes, além dos itens críticos que devem ser priorizados pelas escolas de idiomas. Para tanto, foram utilizadas a Análise dos Quartis e a Análise Importância-Satisfação.

Palavras-chaves: Qualidade em serviços, Análise dos Quartis, Análise Importância-Satisfação, escolas de idiomas

1. Introdução

Nas últimas décadas, os avanços da tecnologia da informação contribuem significativamente para a globalização da economia, tornando ainda mais evidente o aumento da competição entre nações, organizações e também entre profissionais das diversas áreas do conhecimento.

Em especial, neste ambiente de crescente competitividade e de constantes transformações, os profissionais precisam cada vez mais superar as diversas barreiras que dificultam as transações e o fluxo de informações existentes nas organizações. Para tanto, torna-se cada vez mais necessário que estes profissionais sejam mais bem qualificados e que dominem, ao menos, um idioma estrangeiro.

Visando atender a essa demanda, é notória a expansão das escolas e cursos de idiomas em todo o país estabelecendo, também neste setor, um cenário cada vez mais competitivo. Neste contexto, a avaliação (autoavaliação) de cursos e escolas de idiomas pode ser considerada uma importante estratégia a ser empregada para verificar o nível de qualidade percebida pelos alunos em relação às escolas concorrentes e também à própria escola (autoavaliação).

No Brasil ainda são incipientes os estudos focados na avaliação da qualidade em escolas de idiomas, sendo destacados os estudos realizados por Mello *et al.* (2002) e Neto *et al.* (2006), que utilizaram o modelo/escala SERVQUAL para avaliar a qualidade de serviços em escolas de idiomas.

Desejando contribuir para o tratamento do problema em questão, este artigo apresenta um estudo exploratório que buscou avaliar a qualidade de serviços em escolas de idiomas, segundo a percepção dos alunos. Mais especificamente, buscou-se identificar os itens mais (menos) importantes e os itens que proporcionaram maior (menor) satisfação dos respondentes, além dos itens críticos que devem ser priorizados pelas escolas de idiomas. Para tanto, foram utilizadas a Análise dos Quartis (Freitas *et al.*, 2006) e a Análise Importância-Satisfação (*Importance-Satisfaction Analysis – ISA*).

O artigo está organizado da seguinte forma: a seção 2 aborda as principais características dos serviços e modelos usualmente utilizados para avaliação da qualidade de serviços; a seção 3 descreve o estudo exploratório realizado; e finalmente, são apresentadas as considerações finais e o Anexo.

2. Qualidade em Serviços

Segundo Freitas (2005), definir precisamente o real significado de “serviços” vem sendo uma difícil tarefa para os pesquisadores que atuam na área da qualidade. De forma a auxiliar na compreensão deste significado, diversos autores têm identificado características pertinentes aos serviços, destacam-se Parasuraman *et al.* (1985). Segundo estes autores, o conhecimento sobre produtos de qualidade é insuficiente para compreender a qualidade do serviço, destacando que três características bem documentadas do serviço devem ser reconhecidas para uma compreensão completa de um serviço de qualidade:

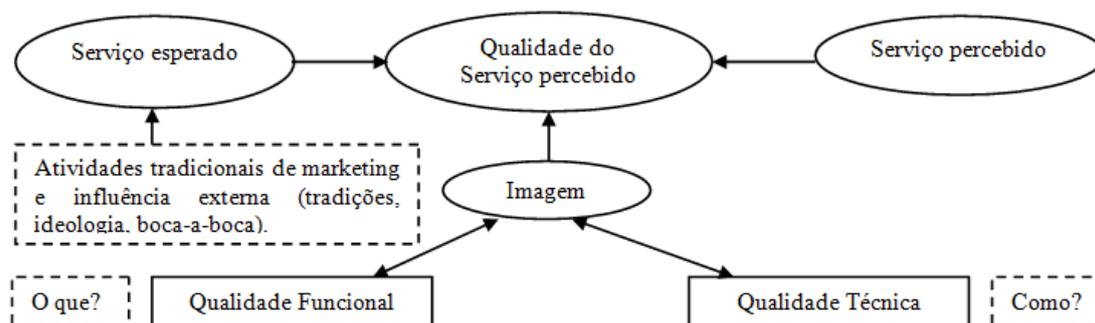
- **Intangibilidade:** Serviços representam um produto não físico, não podem ser transportados e/ou armazenados, tornando-se perecíveis.
- **Heterogeneidade:** O resultado de um serviço muitas vezes varia de produtor para produtor, de cliente para cliente e de dia para dia. Ou seja, a grande variedade de serviços

existentes e variabilidade na prestação dos serviços, adicionados ao forte relacionamento com o fator humano dificultam a padronização e estimação de preços. No âmbito de escolas de idiomas, por exemplo, o nível de uma aula pode variar muito de um professor para outro. Nessas circunstâncias, franquias de idiomas buscam padronizar os roteiros das aulas por meio de métodos de ensino a ser utilizados pelos professores.

- **Simultaneidade:** Muitos serviços não podem ser contados, mensurados, inventariados, testados e verificados antes da venda para garantir a qualidade, pois são consumidos quase que simultaneamente ao momento em que são produzidos. Essa característica torna difícil ou quase impossível detectar e corrigir as falhas antes que elas ocorram e afetem o cliente. As empresas também podem ter menos controle gerencial sobre a qualidade dos serviços nos quais a participação dos clientes é intensa porque estes influenciam no processo.

Ao longo dos anos diversos modelos foram elaborados com o intuito de avaliar a Qualidade dos Serviços, dentre os quais citam-se: modelo da Qualidade Técnica e Funcional (GRÖNROOS, 1984), modelo dos 5 *Gaps* (Parasuraman *et al.*, 1985), modelo SERVQUAL (Parasuraman *et al.*, 1988) e modelo SERVPERF (CRONIN; TAYLOR, 1992).

Segundo Grönroos (1984), para que uma organização seja competitiva é fundamental que esta entenda a qualidade segundo a percepção do consumidor. Neste contexto, para gerenciar eficientemente a Qualidade Percebida do Serviço, a organização precisa fazer com que o serviço percebido seja equivalente ao serviço esperado, proporcionando a satisfação do consumidor. Para tanto, devem ser considerados três componentes da Qualidade em Serviços (vide Figura 1): Qualidade Técnica (a qualidade que o consumidor realmente recebe como resultado da sua interação com a organização prestadora do serviço); Qualidade Funcional (a forma como o consumidor obtém o resultado técnico do serviço, sendo importante para a percepção do serviço que recebeu); e Imagem (muito importante para a organização prestadora de serviços, pode ser construída pela qualidade técnica e qualidade funcional dos serviços, dentre outros fatores, tais como: tradição, ideologia, comunicação boca a boca, relações públicas, etc.).



Fonte: Adaptado de Grönroos (1984)

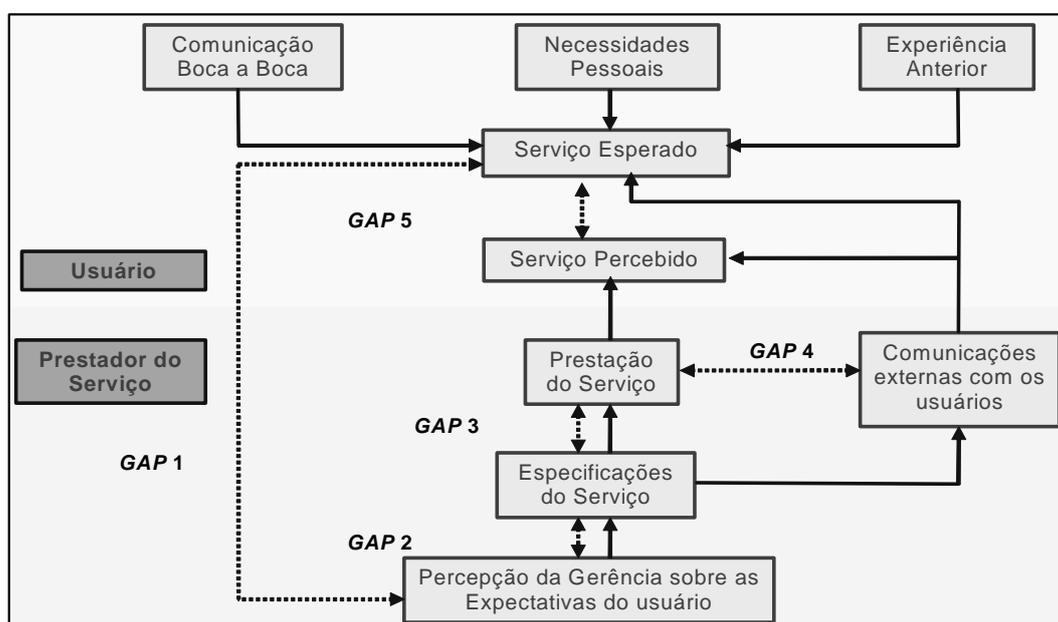
Figura 1 - Modelo da Qualidade Técnica e Funcional

Segundo Parasuraman *et al.* (1985), o modelo dos 5 *Gaps* (Lacunas) foi desenvolvido com o intuito de auxiliar os gestores a compreenderem as fontes dos problemas da qualidade dos serviços e como melhorá-los (vide Figura 2). De maneira breve, os *Gaps* buscam mensurar a discrepância entre:

- as expectativas dos clientes e as percepções dos gerentes sobre estas expectativas (*Gap 1*);
- as percepções dos gerentes em relação às expectativas dos clientes e as especificações da qualidade do serviço (*Gap 2*);

- as especificações da qualidade do serviço e a qualidade do serviço prestado (*Gap 3*);
- o serviço realmente prestado e o que é comunicado ao cliente a respeito deste (*Gap 4*), e;
- expectativas dos clientes em relação ao serviço e a percepção destes em relação ao desempenho do serviço prestado (*Gap 5*).

Ao se analisar o modelo dos 5 *Gaps*, nota-se que estes podem ser mensurados separadamente. Deste modo, a mensuração do *Gap 5* constitui-se na essência da utilização do modelo (ou escala) SERVQUAL, desenvolvido por Parasuraman *et al.* (1988). Este modelo é constituído por 22 itens que compõem as cinco Dimensões ou Determinantes da Qualidade, que englobam as dez Dimensões apresentadas por (Parasuraman *et al.*, 1985): confiabilidade, receptividade, segurança (competência, cortesia, credibilidade e segurança), aspectos tangíveis e empatia (acesso, comunicação e entendimento do cliente).



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

Figura 2 – Modelo dos 5 *Gaps* da qualidade em serviço.

As avaliações são realizadas através de um questionário que utiliza uma escala Likert de 7 pontos, cujos extremos são definidos com os conceitos ‘Discordo Totalmente’ e ‘Concordo Totalmente’. Para cada item do questionário calcula-se o *Gap 5* (A qualidade percebida do serviço - Q), definido pela diferença entre as Percepções de desempenho (P) e Expectativas (E) registradas. Um item com *Gap* negativo indica que as percepções estão abaixo das expectativas, revelando que à luz deste item o serviço prestado está gerando um resultado insatisfatório para os clientes. Por outro lado, um item com *Gap* positivo indica que o prestador de serviços está prestando um serviço superior ao esperado à luz deste item, sendo um aspecto de satisfação do cliente.

Entretanto, diversos pesquisadores criticam o modelo SERVQUAL. Cronin e Taylor (1992) afirmaram que o SERVPERF, o modelo por eles proposto e baseado apenas em medidas da percepção de desempenho do serviço, seria mais adequado para avaliar a qualidade de serviços. Defendem ainda que a qualidade do serviço deve ser medida como uma atitude. Os autores sugerem que o SERVPERF é mais eficiente em comparação com o SERVQUAL. Os

resultados sugerem que a qualidade do serviço é um antecedente da satisfação dos consumidores e que a satisfação do consumidor exerce uma influência mais forte sobre as intenções de compra do que a qualidade do serviço.

Por outro lado, segundo Brady *et al.* (2002), como o constructo ‘satisfação’ pode ser relacionado ao desempenho positivo (ou negativo) de uma empresa prestadora de serviços, considera-se que a mensuração do grau de satisfação dos consumidores pode ser uma maneira satisfatória de mensurar a qualidade de serviços. Em particular, essa será a vertente considerada neste artigo.

4. O estudo exploratório

Nesta seção apresentam-se elementos construtivos que compuseram o estudo exploratório que buscaram avaliar a qualidade de serviços em escolas de idiomas, segundo a percepção dos alunos. Sucintamente, foram realizadas as seguintes etapas:

4.1. Objeto da avaliação

Neste estudo foram consideradas as percepções de alunos de cursos de idiomas existentes em uma determinada cidade do estado do Rio de Janeiro. A amostra de respondentes foi composta de 133 estudantes de graduação ou pós-graduação de uma universidade pública estadual, segundo um procedimento de amostragem não probabilística por conveniência.

Segundo Malhotra (2006), na amostragem não-probabilística o pesquisador pode, arbitrariamente ou conscientemente, decidir os elementos a serem incluídos na amostra. As amostras não-probabilísticas podem oferecer boas estimativas das características da população, mas não permitem uma avaliação objetiva da precisão dos resultados amostrais. Por outro lado, a amostragem por conveniência procura obter uma amostra de elementos convenientes. Com frequência, os entrevistados são escolhidos porque se encontram no lugar exato no momento certo. As amostras por conveniência não são recomendadas para pesquisa descritiva ou casual, mas podem ser usadas para pesquisa exploratória para gerar ideias, intuições, ou hipóteses, e podem ser usadas para grupos de foco, questionários de teste preliminar (pré-testes) ou estudos-piloto.

4.2. Definição das dimensões e itens

Para a definição das dimensões e itens relevantes à avaliação da qualidade de cursos de idiomas foi considerada a literatura científica existente e também o conceito de *Momentos da Verdade* da prestação do serviço.

Segundo Albrecht (1998), um *Momento da Verdade* representa qualquer episódio no qual o cliente entra em contato com qualquer aspecto da organização e obtém uma impressão da qualidade do serviço. Ainda segundo este autor, uma cadeia contínua de *Momentos da Verdade* constitui um *Ciclo de Serviços*, que é a configuração natural e inconsciente que está “na cabeça do cliente” e que pode não ter coisa alguma a ver com o enfoque “técnico”. Esse ciclo representa o serviço tal como experimentado pelo cliente.

No âmbito do problema abordado foram considerados itens relativos a vários Momentos da Verdade presentes em escolas de idiomas, estando estes relacionados ao atendimento, ao

ensino, às salas de aula e à infraestrutura que o curso oferece, conforme apresentado no Quadro 1.

MOMENTOS DA VERDADE	
Atendimento	Atendimento na secretaria, educação do professor, convivência agradável entre professores, alunos e funcionários.
Salas de aula	Tamanho das salas de aula em relação ao número de alunos, conforto térmico, conforto das carteiras escolares.
Infraestrutura	Existência de laboratório de estudo com acesso à Internet e existência de cantina.
Ensino	Didática do professor, conhecimento do professor, evitar o uso da língua portuguesa durante as aulas, pontualidade para início e fim das aulas, metodologia de ensino e qualidade do material didático.
Preço	Valor cobrado em relação ao que é oferecido pelo curso.

Quadro 1 – Momentos da Verdade e critérios a observar e monitorar.

4.3. Escalas de julgamento de valor

O presente modelo propõe a utilização de uma escala não-comparativa contínua que, segundo Marconi e Lakatos (2005), permite que o avaliador não fique restrito a fazer escolhas entre conceitos previamente fixados pelo pesquisador. Vale ressaltar que em modelos de avaliação da qualidade de serviços não é comum o uso deste tipo de escala, mas o seu emprego permite que o tratamento dos dados utilize mais técnicas estatísticas e de classificação, além de possibilitar que o avaliador expresse a sua percepção de forma menos restrita.

No instrumento de coleta de dados, para cada item, as escalas apenas apresentarão conceitos nos dois extremos: muito insatisfeito e muito satisfeito (para mensuração do Grau de Satisfação) e, nada importante e muito importante (para mensuração do Grau de Importância dos itens).

4.4. Desenvolvimento do instrumento de coleta de dados

Neste artigo foi elaborado um questionário para autopreenchimento, estruturado, não disfarçado e com questões abertas e fechadas. No modelo de avaliação em questão, propõe-se um questionário estruturado em dois blocos:

- Bloco I (composto de itens que visam estabelecer um perfil do usuário/avaliador); e
- Bloco II (composto de itens/critérios à luz dos quais os avaliadores expressarão o seu Grau de Satisfação com os serviços da academia e itens que visam mensurar, respectivamente, o Grau de Satisfação Geral do usuário e a sua intenção de indicar a academia a um amigo).
- Bloco III (questões abertas para captar dos respondentes outros aspectos considerados importantes e outros aspectos que geram satisfação/insatisfação)

Como o preenchimento do formulário será realizado individualmente por cada avaliador, especial atenção deve ser dedicada à construção do mesmo. Segundo Mattar (1999), instrumentos de coleta de dados mal elaborados constituem uma das principais fontes de erros não amostrais na pesquisa. Neste contexto, no questionário desenvolvido, as questões foram redigidas com afirmações favoráveis (positivas), evitando-se palavras tendenciosas, tais como: termos que indicassem totalidade (nenhum, todos, etc.), advérbios de frequência (sempre, nunca, etc.) e advérbios de intensidade (muito, pouco, etc.).

4.5. Coleta e análise dos dados

Na maioria das vezes, as pessoas foram abordadas individualmente. Em todas as situações, explicava-se o objetivo da pesquisa e como o questionário deveria ser preenchido. Após a entrega do questionário para preenchimento, o pesquisador ficava à disposição para esclarecimento de eventuais dúvidas. Os dados foram tabulados em uma planilha eletrônica análise dos para realização das análises dos Blocos de questões.

- **Análise do Bloco I:** dos 133 respondentes, 48,9% era do gênero feminino – o que representa boa proporção entre os gêneros masculino e feminino. A idade média dos respondentes foi 21,1 anos (moda igual a 20 anos), sendo que apenas 4% dos respondentes possuía 26 anos ou mais - o que é coerente com uma amostra de universitários. Todos os respondentes cursam ou cursaram um idioma, predominantemente a língua inglesa (92,5%). O tempo médio de estudo foi de 23,8 meses. Dezoito escolas de idiomas foram identificadas, o que reflete o nível de competitividade no setor de ensino de idiomas no município pesquisado.
- **Análise do Bloco II:** Foram calculados o Grau de Importância Médio (\overline{GI}) e o Grau de Satisfação Médio (\overline{GS}) referente a cada item do questionário (vide Tabela 1).

Grau de Importância Médio e Grau de Satisfação Médio															
Item	I ₁	I ₂	I ₃	I ₄	I ₅	I ₆	I ₇	I ₈	I ₉	I ₁₀	I ₁₁	I ₁₂	I ₁₃	I ₁₄	I ₁₅
\overline{GI}	7,55	9,23	9,67	9,65	8,31	8,01	9,20	9,14	7,72	7,70	7,37	5,84	7,93	4,50	8,48
\overline{GS}	7,79	9,07	8,74	9,03	7,91	8,25	8,47	8,46	8,28	8,59	7,52	5,55	8,65	4,66	7,51

Tabela 1 - Grau de Importância Médio e Grau de Satisfação Médio dos itens

Entretanto, em muitas situações é relevante identificar itens de avaliação à luz dos quais um maior esforço de melhoria deve ser dedicado. No estudo em questão, itens considerados de maior importância e itens que proporcionam menor satisfação.

Para a priorização dos itens, utilizou-se a Análise dos Quartis, proposta por Freitas, Manhães e Cozendey (2006). Esta técnica utiliza a medida de posição denominada Quartil para atribuir os itens em quatro níveis de prioridade de intervenção (Crítica, Alta, Moderada ou Baixa) e vem sendo empregada em problemas de avaliação da qualidade em serviços de diversas naturezas, como por exemplo: bibliotecas universitárias (Freitas *et al.*, 2008), Instituições de Ensino Superior (Freitas *et al.*, 2009), telecomunicações (Santos *et al.*, 2011), *lan houses* (Gonçalves e Belderrain, 2012) e meios de hospedagem (Almeida e Freitas, 2012). Desta forma, os Quartis são interpretados como valores de fronteira, ou seja, valores que separam cada nível de prioridade. Por exemplo, itens que apresentaram Grau de satisfação inferior ao primeiro Quartil são definidos como de prioridade Crítica, ou seja, itens críticos que necessitam de ações corretivas/preventivas urgentes. Itens que apresentam grau de satisfação entre o primeiro e o segundo Quartil são definidos como itens de prioridade Alta, os que apresentam grau de satisfação entre o segundo e o terceiro Quartil são definidos como itens de prioridade Moderada, enquanto itens que apresentam grau de satisfação superior ao terceiro Quartil são considerados de Baixa prioridade (para os Graus de Importância, a interpretação dos Quartis é inversa). A Figura 3 exibe os resultados.

	Prioridade Baixa				Prioridade Moderada				Prioridade Alta			Prioridade Crítica			
Item	I ₁₄	I ₁₂	I ₁₁	I ₁	I ₁₀	I ₉	I ₁₃	I ₆	I ₅	I ₁₅	I ₃	I ₇	I ₂	I ₄	I ₃
<u>GI</u>	4,50	5,84	7,37	7,55	7,70	7,72	7,93	8,01	8,31	8,48	9,14	9,20	9,23	9,65	9,67
Q ₁ = 7,63				Q ₂ = 8,01				Q ₃ = 9,17							
	Prioridade Crítica				Prioridade Alta				Prioridade Moderada			Prioridade Baixa			
Item	I ₁₄	I ₁₂	I ₁₅	I ₁₁	I ₁	I ₅	I ₆	I ₉	I ₈	I ₇	I ₁₀	I ₁₃	I ₃	I ₄	I ₂
<u>GS</u>	4,66	5,55	7,51	7,52	7,79	7,91	8,25	8,28	8,46	8,47	8,59	8,65	8,74	9,03	9,07
Q ₁ = 7,66				Q ₂ = 8,28				Q ₃ = 8,62							

Figura 3 – Resultado da Análise dos Quartis

Conforme a Figura 3, os alunos dos cursos de idiomas consideraram de maior importância itens relacionados ao ensino: didática do professor (I₃), conhecimento do professor (I₄), educação do professor (I₂) e metodologia de ensino (I₇). Esses resultados revelam a importância do fator humano na prestação de serviços (neste caso específico, o professor da escola de idiomas).

Por outro lado, os itens I₁₄ (existência de cantina), I₁₂ (existência de laboratório de estudos com acesso a Internet), I₁₅ (preço) e I₁₁ (conforto das carteiras) foram considerados críticos por apresentar os menores valores de grau de satisfação. Em relação a esses resultados, constatou-se que I₁₄ e I₁₂ também foram considerados itens de pouca importância. É possível que haja estabelecimentos de alimentação nos arredores das escolas, o que não torna este item importante para os alunos, nem para os proprietários das escolas (muitas não possuem cantina), mas que em uma eventualidade pode trazer insatisfação por não haver cantina. Em relação ao item I₁₅, nota-se que o tempo entre a chegada dos alunos à escola e a sua saída após a aula não é superior a duas horas (é preciso analisar aspectos como o hábito de estudo dos universitários nas escolas de idiomas em atividades extraclasse, se o método de ensino exige uso de computadores, etc. para extrair informações mais conclusivas a respeito deste item).

Adicionalmente, os resultados acima chamaram atenção para o seguinte questionamento: até que ponto um item pode ser considerado crítico por proporcionar insatisfação dos alunos se, simultaneamente, o item é considerado de pouca importância? Desejando resolver esta questão, neste estudo foi utilizada a Análise Importância-Satisfação (*Importance-Satisfaction Analysis* – ISA).

Segundo Freitas *et al.* (2011), a ISA é uma análise correlata à Análise Importância-Desempenho (*Importance-Performance Analysis* – IPA) proposta por Martilla e James (1977). O único diferencial existente entre as duas análises consiste de que a IPA considera a percepção dos respondentes quanto ao desempenho (*Performance*) do objeto em estudo e, a ISA considera a satisfação do respondente. A ISA fundamenta-se na construção de um gráfico bidimensional que considera valores do Grau de Importância Médio de cada item e o Grau de Satisfação Médio em relação a cada item, no qual são identificados quatro quadrantes: o quadrante “**I – Concentrar aqui**” denota a área na qual os itens são considerados importantes e a satisfação dos respondentes com os critérios é baixa, sendo considerados prioritários para ações de melhorias os itens pertencentes a este quadrante; o quadrante “**II – Manter o bom trabalho**” representa a área na qual os itens são considerados importantes e a satisfação dos respondentes à luz dos critérios é considerada alta, devendo ser mantidas as ações realizadas pela organização; o quadrante “**III – Possível excesso**” representa a área na qual a satisfação dos respondentes é alta à luz dos critérios, mas estes não são considerados tão importantes; e o

quadrante “IV – Baixa prioridade” denota a área na qual os critérios não são considerados tão importantes e a satisfação dos respondentes em relação aos critérios é considerada baixa, não sendo consideradas prioritárias para realização de ações de melhorias. O Gráfico 1 revela os itens atribuídos a cada um dos quadrantes.

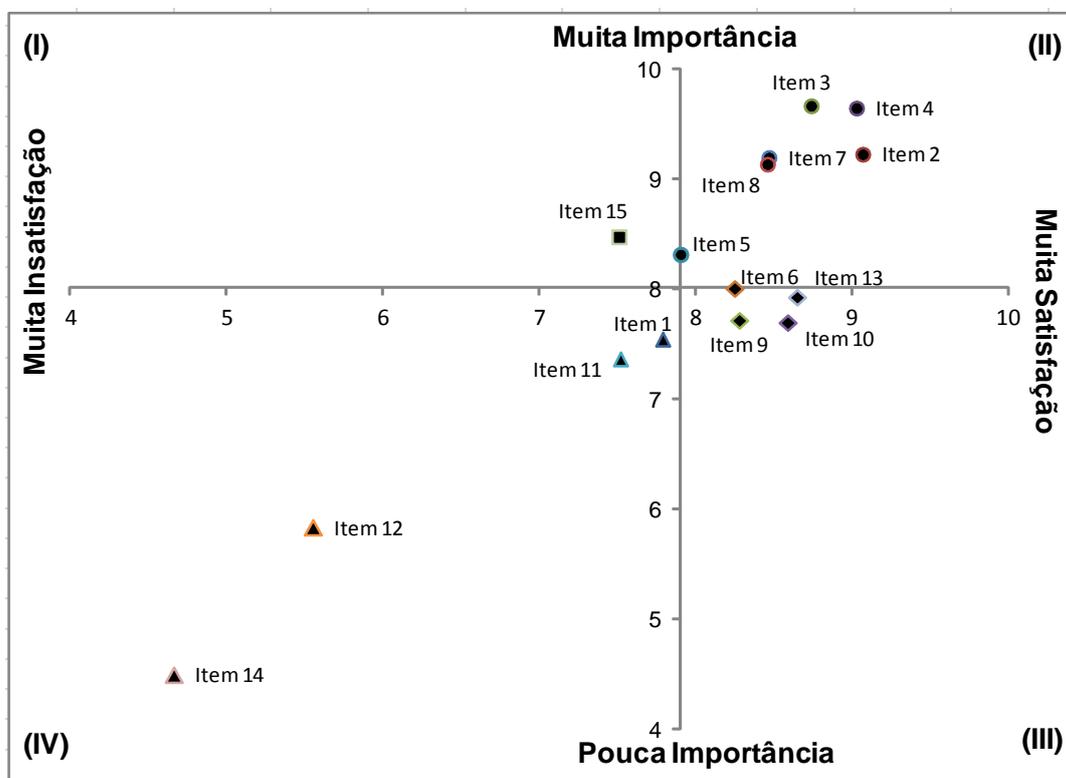


Gráfico 1 – Resultado da Análise Importância-Satisfação

De acordo com o Gráfico 1, os itens I_{14} e I_{12} são de baixa prioridade, o que contribui para o esclarecimento dos resultados obtidos pela Análise dos Quartis. Porém, maior destaque precisa ser dedicado aos itens atribuídos ao quadrante “II – Manter o Bom Trabalho”: educação do professor (I_2), didática do professor (I_3), conhecimento do professor (I_4), metodologia de ensino (I_7), e material didático (I_8). Além disso, o item I_{15} foi atribuído ao quadrante “I – Melhorar Aqui”, o que revela a necessidade de evidenciar ainda mais os atributos relacionados à qualidade do ensino, do atendimento, das salas de aula e das instalações físicas, como forma de tornar mais perceptível aos alunos à relação entre o que é oferecido aos mesmos e o valor pago. É importante observar que os resultados destes quadrantes são coerentes com os resultados obtidos pela Análise dos Quartis. Os itens localizados sobre os eixos ou muito próximos a estes devem ser analisados com cautela.

- Análise do Bloco III: poucos respondentes preencheram os campos referentes a outros aspectos que geram satisfação/insatisfação na escola de idiomas, sendo que as observações de alguma forma se relacionavam com algum dos itens considerados.

4. Considerações Finais

Este artigo buscou retratar o cenário de crescente competitividade vivenciado pelas organizações nas últimas décadas, o que requer profissionais cada vez mais capacitados e conhecedores de, ao menos, um idioma estrangeiro.

Este cenário não é diferente para o setor de escolas de idiomas, fortemente influenciado pelo surgimento de novos concorrentes, que conduz à necessidade de avaliar a qualidade dos serviços em cursos de idiomas no âmbito da autoavaliação (avaliação da própria escola) e a avaliação de concorrentes.

Visando contribuir para o tratamento do problema em questão, neste artigo foram considerados itens associados aos principais Momentos da Verdade existentes em escolas de idiomas. Um instrumento de coleta de dados foi desenvolvido contendo os itens identificados e escalas para mensuração da percepção dos estudantes em termos do grau de importância de cada item e do grau de satisfação dos mesmos em relação a cada item.

Por meio de um estudo exploratório, buscou-se identificar os aspectos que: (i) são considerados mais (menos) importantes, (ii) geram maior (menor) satisfação, (iii) são considerados críticos em termos da gestão da qualidade de serviços em escolas de idiomas. Para tanto foram utilizadas duas técnicas de análise: a Análise dos Quartis e a Análise Importância-Satisfação.

Embora tenham relevância para fins gerenciais, os resultados obtidos limitam-se às escolas de idiomas participantes do estudo, por questões possivelmente relacionadas às características específicas das escolas participantes (método de ensino, instalações, professores, etc.) e também da amostra de respondentes. Por estas razões, os resultados não devem ser generalizados para outros estudos.

Destaca-se a necessidade de incluir a opção de resposta “N.A. (Não Avaliado)” para cada item do questionário, a ser assinalada pelo respondente se este não teve experiência com o serviço à luz de um item, se não se sentir capaz de avaliar ou não desejar avaliar.

É importante destacar também que as técnicas de análise poderiam ser utilizadas para análise dos dados particulares de cada escola participante do estudo, possibilitando a comparação entre resultados particulares e o resultado apresentado neste artigo. Apesar da simplicidade, acredita-se que a abordagem realizada possa contribuir para a autoavaliação de escolas de idiomas e a comparação com escolas concorrentes.

Referências

ALBRECHT, K. Revolução nos Serviços: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar seus clientes, 5ª ed. Livraria Pioneira, São Paulo, 1998.

ALMEIDA, G.M.M. & FREITAS, A.L.P. *Meios de hospedagem: a qualidade na visão do cliente*. 1. ed. Curitiba: Editora Appris, v.1. 210 p., 2012.

BRADY, M. K.; CRONIN, J. J. & BRAND, R. R. *Performance-only measurement of service quality: a replication and extension*, Journal of Business Research, n.55, 17-31, 2002.

CRONIN, J.J. & TAYLOR, S.A. *Measuring service quality: a reexamination and extension*. Journal of Marketing, Vol. 6, July, pp. 55-68. 1992.

FREITAS, A.L.P. *A Qualidade de Serviços no contexto da competitividade*. Revista Produção on Line, v.5, n.1, 1-24, 2005.

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*. Anais do XXVI ENEGEP, 2006.

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*. Ciência da Informação (Impresso), v.37, 88-102, 2008.

FREITAS, A.L.P.; RODRIGUES, S.G. & COSTA, H.G. *Emprego de uma abordagem multicritério para classificação do desempenho de Instituições de Ensino Superior*. Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação, v.17, n.65, 655-674, 2009.

FREITAS, A.L.P.; REIS FILHO, C.A.C. & RODRIGUES, F.R. *Avaliação da qualidade do transporte rodoviário intermunicipal de passageiros: uma abordagem exploratória*. TRANSPORTES, v.19, 49-61, 2011.

GONÇALVES, T.J.M. & 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, 248-268, 2012.

GRONROOS, C. *A service quality model and its marketing implications*. European Journal of Marketing, v. 18 n. 4, pp. 36-44. 1984.

MARCONI, M.A. & LAKATOS, E.M. *Fundamentos de metodologia científica*. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTILLA, J.A. & JAMES, J.C. *Importance-performance analysis*. Journal of Marketing, v.41, n.1, 77-79, 1977.

MELLO, M.; PEREIRA, M.; ARAÚJO, A. & SILVA, M. *Aplicação do SERVQUAL em escolas de idiomas*. Anais do XXII ENEGEP, 2002.

NETO, L.F.F.; SAUER, L.; BORGES, G. & BELIZÁRIO, J. Método SERVQUAL: um estudo de satisfação em uma escola de idiomas. Anais do XIII SIMPEP, 2006.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A. & BERRY, L.L. *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. Journal of Retailing, vol. 64, nº 1, p.12-40, New York University, Spring, 1988.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A. & BERRY, L.L. *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. Journal of Marketing. Chicago, vol.49, n.3, p. 41-50, 1985.

PICHOT, L.; PIERRE, J. & BURLLOT, F. *Management practices in companies through sport*. Management Decision. vol. 47, n. 1, pp. 137-150, 2009.

SANTOS, R.P.; GALVAO, M.B. & MEDEIROS, D.D. Avaliação da qualidade percebida em empresas de telecomunicações da cidade do Recife: um estudo de caso. Anais do XXXI ENEGEP. Recife, PB, 2011.

Agradecimentos

Os autores agradecem o apoio fornecido pela Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ) e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

ANEXO: Questionário utilizado no estudo

Esta pesquisa visa captar a percepção dos graduandos e pós-graduandos da *** com cursos de idiomas .**

Nome: Idade: Gênero: M F Curso:

Estuda algum idioma? Não Sim Qual? Há quanto tempo?

Em qual curso?

Avalie a *Importância* de cada item para a qualidade de um curso de idiomas. Itens mais importantes recebem mais pontos.

<i>Atendimento na secretaria</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Educação do professor</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Didática do professor (facilidade de apresentar o conteúdo)</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Conhecimento do professor</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Evitar o uso da língua portuguesa durante as aulas</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Pontualidade para início e fim das aulas</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Metodologia de ensino</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Qualidade do material didático</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Tamanho da sala de aula em relação ao número de alunos</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Conforto térmico (temperatura da sala de aula)</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Conforto das carteiras da sala de aula</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Existência de laboratório de estudos com acesso a Internet</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Convivência agradável entre professores, alunos e funcionários</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Existência de cantina</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
<i>Preço (valor cobrado em relação ao que é oferecido)</i>	Nada Importante ----- Muito Importante 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

Informe outros itens que você considera importante para qualidade de um curso de idiomas:
