

Avaliação da qualidade de serviços da Prodabel utilizando escala servqual

LUIZ RODRIGO CUNHA MOURA (UNA)
NINA ROSA SILVEIRA CUNHA (UNA)
LUIZ EDUARDO LEITE DE MOURA (UNA)

ISSN 1518-4382

REFERÊNCIA:

MOURA, Luiz Rodrigo Cunha; CUNHA, Nina Rosa Silveira; MOURA, Luiz Eduardo Leite de. Avaliação da qualidade de serviços da Prodabel utilizando escala servqual In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 4. 2005, Curitiba, **Anais...** Curitiba, 2005, p. 951-959.

Resumo

Este trabalho apresenta uma pesquisa realizada junto a 247 usuários da Empresa de Informática e Informação do Município de Belo Horizonte (PRODABEL), os quais foram escolhidos aleatoriamente da base de atendimentos da empresa. Utilizou-se como instrumento de coleta de dados um questionário, o qual possui uma adaptação da escala Servqual que comparou as expectativas e a percepção dos serviços recebidos pelos usuários da PRODABEL, bem como mensurou a qualidade dos serviços considerando as cinco dimensões que dão suporte à referida escala. A análise descritiva identificou os pontos fortes e fracos do atendimento realizado pela empresa. Outro ponto que merece atenção é que através da técnica de análise fatorial procurou-se identificar se as cinco dimensões propostas (confiabilidade, segurança, empatia, presteza e tangíveis) pelos autores da escala (L. BERRY, A. PARASURAMAN E V. ZEITHALM) estão presentes neste estudo de caso. Também foram realizados cálculos para analisar a consistência interna da escala adaptada através do valor do Alpha de Cronbach.

1. INTRODUÇÃO

As pesquisas de satisfação dos clientes constituem-se em instrumento fundamental para a avaliação da percepção de qualidade do ponto de vista do cliente, do seu grau de satisfação quanto aos mais diversos aspectos e quais são aqueles fatores ou dimensões mais valorizados pelos mesmos. O seu principal benefício é proporcionar à empresa uma avaliação realista da prestação de seus serviços, identificar os aspectos considerados mais importantes por parte dos seus clientes e desta forma melhorar a sua prestação de serviços. A primeira etapa da qualidade em serviços, segundo Horowitz (1993), consiste na realização de um autodiagnóstico pela organização, avaliando como está a qualidade de serviços, incluindo atendimento, rapidez, cortesia dos funcionários, grau de confiabilidade e outras dimensões.

O objetivo inicial deste trabalho é verificar se a escala Servqual possuía as mesmas dimensões de qualidade de serviço definidas pelos seus criadores. Paralelamente, pretendeu-se avaliar a qualidade dos serviços prestados por essa organização, conforme a percepção dos seus associados, bem como verificar a consistência interna da escala Servqual.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Para Kotler (1994:403), “um serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte pode oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulta na propriedade de nada. Sua produção pode ou não estar vinculada a um produto físico.” Segundo Berry & Parasuraman (1992) tanto o marketing de serviços como o de mercadorias se baseiam na identificação das necessidades dos clientes. Além disso, quanto mais difícil para o cliente identificar os aspectos mais tangíveis do produto antes da compra, mais forte o potencial de influência das comunicações boca-a-boca.

Em 1985 Parasuraman, Zeithaml & Berry desenvolveram o modelo de qualidade de serviços. De acordo com estes autores, a qualidade de serviços percebida, contudo, é dependente diretamente da comparação entre o serviço esperado e o serviço percebido. A posição da percepção do cliente sobre a qualidade de serviço da empresa depende da natureza da discrepância entre a expectativa de serviço e o serviço percebido. Desta forma, quando a expectativa é maior do que a percepção de qualidade, a qualidade percebida é menos do que satisfatória. Quando a expectativa é igual à percepção, a qualidade percebida é satisfatória, e por fim, quando a percepção é maior do que a expectativa criada, a qualidade de serviços percebida tende a se aproximar da ideal.

A partir de tal modelo conceitual, Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) desenvolveram a escala Servqual para mensuração das percepções dos clientes sobre a qualidade de serviços. Esta é uma escala multidimensional que foi testada quanto à fidedignidade e validade pelos autores sendo aplicável a todos os tipos de empresas do setor de serviços, podendo, segundo os autores sofrer adaptações conforme a necessidade. A Servqual é composta por 22 itens, que derivam de cinco dimensões da qualidade de serviços: confiabilidade (desempenhar o serviço prometido de modo confiável e preciso), presteza (disposição de ajudar aos clientes e fornecer o serviço com presteza), empatia (atenção individualizada proporcionada aos clientes), segurança (conhecimento, capacidade dos funcionários de transmitir confiança) e tangíveis (aparência física das instalações, equipamentos, pessoal e material de comunicação).



Fonte: Adaptado de Zeithalm, Pararasuraman & Berry (1990:23)

Figura 1 – Modelo Conceitual da Qualidade de Serviços

Em 1996, foi elaborada um refinamento na escala Servqual. Foram criados dois níveis de expectativas para serem mensurados: o desejado e o adequado. O nível de serviço desejado corresponde, segundo Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996:35) a “que nível de serviços o consumidor espera receber, consistindo numa mistura do que ele acredita que poderia e deveria ser entregue pela empresa”. Já o nível de serviços adequado é o mínimo de serviços que uma empresa pode prover e esperar atender às necessidades básicas dos consumidores.

3. METODOLOGIA

Este é um estudo de caso que através da coleta de detalhadas informações, visa a aprender a totalidade de uma situação.

O estudo de caso é freqüentemente de natureza qualitativa e descreve situações, apresenta problemas e ilustra teorias, mas sem gerá-las (BRUYNE, 1991).

A escolha dos participantes ocorreu de forma aleatória a partir da base de dados do Centro de Atendimento ao Usuário (CAU) que gerencia os pedidos de atendimento da PRODABEL. Assim, foram primeiramente selecionados somente aqueles usuários que solicitaram algum atendimento durante o ano de 2003. Porém, como limitação do trabalho, cabe ressaltar que alguns usuários apresentaram um maior número de atendimentos do que outros e por isso possuíram uma maior chance de serem escolhidos.

Foi utilizada uma escala do tipo Likert balanceada com nove opções de escolha. Antes da aplicação da versão final do questionário, foi realizado o pré-teste do mesmo junto a 38 usuários da PRODABEL. Foi verificado possíveis dúvidas dos respondentes e o número de questões não respondidas ou respondidas de forma incorreta. Em todos os casos, a ocorrência de dúvidas e erros foi muito baixa. A partir dos dados obtidos no pré-teste, calcula-se o tamanho da amostra representativo, com os respectivos intervalo de confiança e nível de precisão (MALHOTRA, 1996:394):

$$n = \frac{p^2 \cdot z^2}{D^2}$$

Onde n é o tamanho da amostra
D representa o nível de precisão
Z representa o intervalo de confiança
p representa o desvio padrão.

O maior valor encontrado para o desvio padrão foi de 1,9 pontos relativa à questão 24b – isto significa que esta é a questão que os entrevistados mais divergem entre si –, a qual se refere se os equipamentos são modernos. Para calcular o tamanho da amostra utiliza-se um intervalo de confiança de 95% (Z = 1,96). O nível de precisão é de 0,25 pontos. Isto significa que o resultado encontrado para estas questões terá um nível de confiabilidade de 95% com 0,25 pontos para cima ou para baixo. Por exemplo, se o resultado apurado for de seis pontos na amostra, teremos 95% de certeza de que este valor para todo o universo estará entre 5,75 e 6,25 pontos. A partir dos dados obtidos e definidos, o tamanho da amostra é de 231 elementos pois $(3,84) \times (3,61) / (0,25)^2 = 231$. Foram realizadas 247 entrevistas e apesar de alguns questionários apresentarem questões em branco, o número de respostas válidas para estas questões ultrapassa os 231 questionários.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISE DESCRITIVA

Abaixo tem-se um quadro acerca das médias e desvios padrões para os 22 itens da escala que apresenta a percepção das dimensões da qualidade e o mínimo aceitável pelos respondentes.

Questão	Tradução	Dimensão	Mínimo Aceitável (média/desvio padrão)	Percepção (média/desvio padrão)
q4	Pronto atendimento aos usuários	Presteza	7,72/ 1,29	6,61/1,60
q5	Funcionários sempre corteses	Segurança	8,21/ 1,17	7,98/1,30
q6	Funcionários vestidos de forma profissional	Tangíveis	7,72/1,58	7,90/1,24
q7	Fornecimento dos serviços dentro do prazo prometido	Confiabilidade	7,84/1,57	6,78/1,84
q8	Funcionários que entendam as necessidades dos seus usuários	Empatia	7,98/1,32	6,99/1,54
q9	Fornecimento de material de comunicação adequado	Tangíveis	7,30/1,89	5,37/2,31
q10	Foco nos interesses principais dos usuários	Empatia	7,77/1,44	6,65/1,77
q11	Boa vontade em atender os usuários	Presteza	8,35/1,12	7,79/1,38
q12	Manutenção do cadastro de usuários com informações precisas e atualizadas	Confiabilidade	7,93/1,44	6,96/1,84
q13	Manutenção dos usuários informados sobre quando os serviços serão feitos	Confiabilidade	7,86/1,53	6,57/1,80
q14	Fornecimento dos serviços como prometido	Confiabilidade	8,10/1,43	7,04/1,76
q15	Funcionários que inspirem confiança aos usuários	Segurança	8,28/1,29	7,52/1,49
q16	Funcionários que tenham conhecimentos necessários para responder às dúvidas dos usuários	Segurança	8,28/1,22	7,31/1,57
q17	Habilidade no tratamento dos problemas dos usuários	Presteza	7,95/1,23	7,17/1,36
q18	Facilidade para resolver os problemas dos usuários	Presteza	7,94/1,24	7,00/1,58
q19	Prestação do serviço correto logo da primeira vez	Confiabilidade	7,62/1,44	6,66/1,74
q20	Material de comunicação visualmente atraente	Tangíveis	7,25/1,62	5,80/2,12
q21	Fornecimento de atenção individualizada aos usuários	Empatia	7,83/1,22	7,20/1,67
q22	Funcionários que tenham postura e aparência profissional	Tangíveis	8,06/1,25	7,81/1,38
q23	Funcionamento em horário conveniente pra os usuários	Empatia	8,12/1,26	7,74/1,51
q24	Equipamentos modernos	Tangíveis	7,93/1,45	6,19/2,20
q25	Fazer os usuários sentirem-se seguros em relação à prestação do serviço	Segurança	8,22/1,19	7,02/1,74

Fonte: Dados da pesquisa

QUADRO 1 – Expectativas e percepção dos serviços recebidos pelos usuários da PRODABEL

Assim, verifica-se que o nível mínimo de serviços aceitável pelos usuários da PRODABEL é muito alto. A escala utilizada vai de 1 a 9 pontos e somente dois itens possuem notas médias abaixo de 7,5 pontos. Os que apresentam o maior índice de exigência por parte dos usuários da empresa são “Boa vontade em atender os usuários” (dimensão de presteza); “Funcionários que inspirem confiança aos usuários” e “Funcionários que tenham conhecimentos necessários para responder às dúvidas dos usuários” que pertencem à dimensão de confiabilidade.

Outro ponto que merece destaque é que estes resultados em princípio corroboram em relação à importância das dimensões que compõem o modelo de qualidade de serviços (BERRY,

PARASURAMAN & ZEITHALM), onde para os usuários da PRODABEL, a confiabilidade e presteza são as dimensões mais importantes e a empatia e tangíveis são as menos importantes.

Os itens com o menor nível de exigência são “Material de comunicação visualmente atraente” (dimensão tangíveis); “Fornecimento de material de comunicação adequado” (dimensão tangíveis) e “Prestação do serviço correto logo da primeira vez” (dimensão confiabilidade).

Em relação à percepção, os itens melhor avaliados são “Funcionários sempre corteses” (dimensão empatia); “Funcionários vestidos de forma profissional” (dimensão tangíveis) e “Funcionários que tenham postura e aparência profissional” (dimensão tangíveis).

Os itens que possuem a pior avaliação são respectivamente: “Fornecimento de material de comunicação adequado”; “Material de comunicação visualmente atraente” e “Equipamentos modernos”. É interessante notar que todos estes itens pertencem à dimensão tangíveis.

É importante considerar ainda o nível de precisão de 0,25 com 95% de confiança. Neste caso, o item que obteve a melhor avaliação por parte dos usuários da PRODABEL – “Boa vontade em atender aos usuários” – com 8,35 pontos, pode variar de 8,10 a 8,60 pontos com 95% de certeza. Isto vale para todos os outros itens da escala Servqual. Em relação ao mínimo exigido pelos usuários da empresa, o item “Funcionários vestidos de forma profissional” merece destaque pois o mesmo ficou acima do mínimo exigido. Outros itens que merecem destaque “Funcionários sempre corteses”, “Funcionários que tenham postura e aparência profissional”, “Funcionamento em horário conveniente para os usuários” obtiveram índices acima de 95%.

4.2 ANÁLISE FATORIAL DA ESCALA SERVQUAL

A análise fatorial é uma técnica multivariada utilizada para sumarização e redução de dados, variáveis e informações (MALHOTRA, 1996; MORGAN & GRIEGO, 1998). Neste trabalho a análise fatorial é utilizada para testar a dimensionalidade da escala Servqual. Assim, é verificado se os usuários da PRODABEL avaliam a qualidade dos serviços prestados baseando-se nas cinco dimensões bem definidas através da escala adaptada para a PRODABEL.

Para Hair et al. (1998), o tamanho da amostra deve ser de no mínimo 5 elementos para cada variável, sendo que o ideal seria de 10 a 20 elementos e não se deve utilizar a análise fatorial em amostras com menos de 50 elementos. Nesta pesquisa tem-se 22 variáveis sendo que todas elas possuem mais de 231 observações válidas a partir dos 247 questionários válidos obtidos.

Em relação aos pressupostos desta técnica, Hair et al (1998) esclarece que não são necessários testes de normalidade, homocedasticidade e linearidade. Mas como as variáveis são reduzidas a partir da técnica de análise fatorial, as mesmas devem ter alguma multicolinearidade entre si. Assim, o pesquisador deve elaborar a matriz de correlação entre essas variáveis, e a mesma deve conter um número substancial de variáveis com correlação igual ou acima de 0.30. Neste estudo 85% das correlações obtidas atendem a este critério, o que é um número substancial. Outro pressuposto que deve ser verificado é o Teste de Esfericidade de Barlett o qual deve ser significativo em nível de 95% (MORGAN & GRIEGO, 1998). Este teste verifica se a hipótese de que as variáveis utilizadas na análise fatorial não são correlacionadas (MALHOTRA, 1996). Além disto, Hair et al (1998) e Pestana & Gageiro (2000) colocam que a Medida de Adequacidade da Amostra de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) deve ser acima 0.80.

Medida de Adequação da Amostra (KMO)		,935
Teste de Esfericidade de Bartlett'	Qui-Quadrado Aprox.	2716,975
	Graus de Liberdade	231
	Nível de Significância	,000

Fonte: Dados da Pesquisa

QUADRO 2 – Estatísticas para utilização da análise fatorial

Pelos dados acima conclui-se que a realização da análise fatorial considerando o conjunto dos 22 itens é recomendável. O nível de significância do Teste de Esfericidade de Bartlett e a medida de adequação da amostra (KMO) são considerados excelentes (HAIR et al., 1998).

Abaixo apresenta-se a matriz de cargas fatoriais extraídas através da Fatoração dos Eixos Principais. Esta deve ser utilizada quando o objetivo é identificar os fatores (dimensões) essenciais geralmente embasados por uma teoria em relação às variáveis originais. Contudo, se o objetivo é reduzir ao mínimo a quantidade de variáveis original, utiliza-se neste caso o método de Análise dos Componentes Principais. (HAIR et al., 1998; MALHOTRA, 1996). Como critério do método dos fatores a serem extraídos, optou-se pelo método da raiz latente, no qual o autovalor com valor igual ou maior do que 1 deve ser retido.

	Autovalor Inicial			Extração da Soma dos Quadrados			Rotação da Soma dos Quadrados		
Fator	Total	% da Variância	Acumulado %	Total	% da Variância	Acumulado %	Total	% da Variância	Acumulado %
1	11,514	52,336	52,336	11,167	50,759	50,759	5,550	25,226	25,226
2	1,388	6,309	58,645	1,051	4,778	55,537	4,885	22,204	47,431
3	1,312	5,962	64,607	,849	3,861	59,398	2,280	10,363	57,794
4	1,085	4,931	69,538	,684	3,108	62,506	1,037	4,712	62,506
5	,834	3,790	73,328						
6	,719	3,269	76,597						
....
21	,130	,591	99,446						
22	,122	,554	100,000						

Fonte: Dados da pesquisa

QUADRO 3 – Extração dos fatores e distribuição da variância

Método: Fatoração de eixos principais

Através do quadro acima é possível perceber que quatro fatores possuem autovalores acima de 1 e a variância explicada pelos mesmos é de cerca 62,5% do total observado. Assim, observa-se que não foram encontradas as cinco dimensões propostas pelo modelo Servqual.

A análise das dimensões encontradas é feita através da análise da matriz de fatores com suas respectivas cargas fatoriais para cada uma das 22 variáveis. Para Aaker, Kumar & Day (2001), as cargas fatoriais são utilizadas para interpretar os fatores e podem ser conceituadas como a correlação entre as variáveis e os fatores, e estes podem ser entendidos como constructos básicos. Cada fator é formado pela redundância dos valores atribuídos a variáveis diferentes, mas que mensuram o mesmo conceito. De acordo com Hair et al. (1998), os fatores com carga acima ou igual a 0.40, devem ser considerados como estatisticamente significativos para uma amostra entre 200 e 250 observações. Por este motivo, os valores abaixo de 0.40 não são apresentados. Com o intuito de facilitar a interpretação dos fatores, é realizada a rotação dos seus eixos aplicando-se o processo Varimax, o qual minimiza o número de fatores e ao mesmo tempo maximiza a carga das variáveis sobre um fator (MALHOTRA, 1996).

Item da Escala	Dimensão	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Fator 4	Item da Escala	Dimensão	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Fator 4
q4	Presteza	,530				q15	Segurança	,635			
q5	Segurança			,834		q16	Segurança	,719			
q6	Tangíveis				,538	q17	Presteza		,634		
q7	Confiabilidade	,625		,486		q18	Presteza	,489	,700		
q8	Empatia	,676				q19	Confiabilidade	,420	,617		
q9	Tangíveis	,787				q20	Tangíveis	,483			,406
q10	Empatia	,576				q21	Empatia		,611	,437	
q11	Presteza	,445	,511			q22	Tangíveis		,421		,469
q12	Confiabilidade	,494	,452			q23	Empatia		,780		
q13	Confiabilidade	,574	,426	,429		q24	Tangíveis	,551	,418		
q14	Confiabilidade	,537	,611			q25	Segurança	,453	,677		

Fonte: Dados da Pesquisa

QUADRO 4 – Matriz de fatores e suas respectivas cargas. Método de extração: Fatoração de eixos principais
Método de Rotação: Varimax with Kaiser Normalization

A partir das informações contidas no quadro 4 é possível chegar às seguintes conclusões acerca das dimensões da escala Servqual nesta pesquisa:

- Existem muitos itens da escala que apresentam uma carga fatorial significativa – acima de 0.40 – para mais de um fator ao mesmo tempo. Isto vale para os itens “q7”, “q11”, “q12”, “q13”, “q14”, “q18”, “q19”, “q20”, “q21”, “q22”, “q24” e “q25”.
- O fator 1 apresenta três itens relativos às dimensões “confiabilidade” e “tangíveis”. Este fator também apresenta dois itens relativos às dimensões “empatia” e “segurança” e um item relativo à dimensão “presteza”.
- O fator 2 possui três itens relativos à dimensão “presteza”, dois itens relativos às dimensões de “confiabilidade” e “empatia”, e um item relativo à dimensão “segurança”.
- O fator 3 possui um item relativo à dimensão “segurança”.
- O fator 4 possui três itens relativos à dimensão “tangíveis”. Mas, os outros dois itens da escala que representam esta dimensão não apresentam cargas fatoriais significativas.

Assim, pode-se afirmar que não é possível identificar qual a dimensão que cada fator representa. Além disto, este agrupamento não pode ser considerado satisfatório pois dois fatores possuem mais de uma dimensão com cargas fatoriais significativas e os outros dois não possuem todos os itens que representam uma dimensão.

4.3 CONFIABILIDADE INTERNA

Por confiabilidade da escala, entende-se a capacidade da mesma gerar resultados consistentes ao longo do tempo (MALHOTRA, 1996). Isto significa que a escala deve apresentar resultados semelhantes para pessoas que possuem a mesma opinião à respeito dos diversos itens contidos na mesma, que em geral estão relacionadas a um constructo. De acordo com Pestana & Gageiro (2000), existem diversas medidas de consistência interna e o Alpha de Cronbach é um dos mais utilizados, se não for o mais utilizado, para verificar a consistência interna de escalas de múltiplos itens – o que é o caso da escala Servqual. O valor do Alpha de Cronbach varia entre 0 e 1 e para Hair et al. (1998) valores entre 0.70 e 1.00 são aceitáveis.

Dimensão da Escala	Item da Escala	Correlação Item-Total	Correlação se o item for excluído	Dimensão da Escala	Item da Escala	Correlação o Item-Total	Correlação se o item for excluído
Empatia	q8	0,66	0,72	Presteza	q4	0,63	0,83
Empatia	q10	0,67	0,71	Presteza	q11	0,62	0,83
Empatia	q21	0,66	0,72	Presteza	q17	0,72	0,79
Empatia	q23	0,45	0,81	Presteza	q18	0,78	0,76
Alpha Cronbach Para Fator EMPATIA: 0,79				Alpha Cronbach Para Fator PRESTEZA: 0,84			
Confiabilidade	q7	0,72	0,85	Tangíveis	q6	0,18	0,76
Confiabilidade	q12	0,59	0,88	Tangíveis	q9	0,60	0,62
Confiabilidade	q13	0,76	0,85	Tangíveis	q20	0,65	0,59
Confiabilidade	q14	0,80	0,84	Tangíveis	q22	0,45	0,70
Confiabilidade	q19	0,70	0,86	Tangíveis	q24	0,56	0,64
Alpha Cronbach Para Fator CONFIABILIDADE: 0,88				Alpha Cronbach Para Fator TANGÍVEIS: 0,71			
Segurança	q5	0,35	0,86	Segurança	q16	0,72	0,70
Segurança	q15	0,76	0,69	Segurança	q25	0,70	0,72
Alpha de Cronbach Para o Fator SEGURANÇA: 0,80							

Fonte: Dados da pesquisa

QUADRO 5 – Análise de confiabilidade por meio da Alpha de Cronbach

Observa-se que a retirada de qualquer item não irá aumentar a consistência interna das subescalas confiabilidade e presteza e para as subescalas empatia, segurança e tangíveis, a retirada de somente um item aumenta a consistência das mesmas.

5. CONCLUSÕES

Em relação à percepção da qualidade dos serviços recebidos, cabe ressaltar que apesar de muitos dos itens não terem alcançado o nível mínimo exigido pelos usuários, os resultados podem ser considerados bons face à grande exigência por parte dos usuários da PRODABEL.

A rotina de análise fatorial não indicou a presença das 5 dimensões – foram obtidos 4 fatores - propostas pelo modelo de qualidade de serviços de Berry, Parasuram e Zeithalm e mensuradas através da escala Servqual. Em relação à consistência interna da escala, verifica-se que todas as subescalas (dimensões) utilizadas para compor a escala Servqual apresentam valores de Alpha de Cronbach satisfatórios e que portanto, esta escala possui boa consistência interna.

A grande limitação deste trabalho é relativo à amostragem, pois alguns usuários possuíam uma maior chance de serem escolhidos do que outros pelo número maior de chamados efetuados junto à PRODABEL. A tradução da escala Servqual para o português é outra limitação que deve ser considerada.

BIBLIOGRAFIA

AAKER, D. A.; DAY, G. S.; KUMAR, V. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Atlas, 2001.

BERRY, L.; PARASURAMAN, A. *Serviços de Marketing: Competindo através da qualidade*. São Paulo: Maltese-Norma, 1992.

BRUYNE, Paul de. **Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais: Os pólos da prática metodológica.** Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1991.

HAIR JR, J. F.; ANDERSON, Rolph E.; TATHAM, William Black. **Multivariate data analysis.** 5.ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 1998.

HOROWITZ, J. **Qualidade de Serviço: a batalha pela conquista do cliente.** São Paulo: Nobel, 1993.

KOTLER, P. **Administração, Gerenciamento e Controle de Marketing: Administração de Empresas de Serviços e de Serviços Auxiliares.** Editora Atlas, 1994. p.402-412.

LEVITT, T. **A Imaginação em marketing.** São Paulo: Atlas, 1990.

MALHOTRA, N. K. **Marketing Research: an applied orientation.** New Jersey: Prentice Hall, 1996.

MORGAN, A.; GRIEGO, V. **Easy Use and Interpretation of SPSS for Windows: answering research questions with statistics.** New Jersey:Lawrence Erlbaum Associates, 1998.

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

_____. SERVQUAL: a multiple-item scale for Measuring customer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, 64(spring), 1988, p.12-40.

PESTANA, João N.; GAGEIRO, Maria H. Análise de Dados Para Ciências Sociais: A complementariedade do SPSS. Lisboa: Sílabo, 2000.

ZEITHAML, Valarie A.; BERRY, L.; PARASURAMAN, A. The behavioral consequences of service Quality. **Journal of Marketing**, v.60, april 1996, p.31-46.

_____. The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. **Journal of the Academy of Marketing Science.** Greenvale, N.Y, Winter 1993. p.1-12.

ZEITHAML, Valarie A.; PARASURAMAN, A.; BERRY, Leonard L. **Delivering Quality Service: balancing customer perceptions and expectations.** New York: The Free Press, 1990.