

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA E ESPORTE

Qualidade em Serviços e Programas de Atividades Físicas na
visão de clientes, instrutores e gestores – construção e validação
do instrumento SQFSbr

SILVIA GONÇALVES MARIANO

São Paulo
2017

SILVIA GONÇALVES MARIANO

Qualidade em Serviços e Programas de Atividades Físicas na
visão de clientes, instrutores e gestores – construção e validação
do instrumento SQFSbr

VERSÃO CORRIGIDA

Dissertação apresentada ao
programa de Pós Graduação da
Escola de Educação Física e
Esporte da Universidade de São
Paulo, como requisito parcial para
a obtenção do título de Mestre em
Ciências

Área de Concentração: Estudos
Socioculturais e Comportamentais
da Educação Física e Esporte

Orientadora: Profa. Dra. Flávia da
Cunha Bastos

São Paulo

2017

Catalogação da Publicação
Serviço de Biblioteca
Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo

Mariano, Silvia Gonçalves

Qualidade em serviços e programas de atividades físicas na visão de clientes, instrutores e gestores: construção e validação do instrumento SQFSbr / Silvia Gonçalves Mariano. – São Paulo: [s.n.], 2017
104p.

Dissertação (Mestrado) -- Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo.

Orientadora: Profa. Dra. Flávia da Cunha Bastos

1. Qualidade de serviços 2. Atividade física I. Título.

FOLHA DE AVALIAÇÃO

Autora: MARIANO, Silvia G.

Título: Qualidade em Serviços e Programas de Atividades Físicas na visão de clientes, instrutores e gestores – construção e validação do instrumento SQFSbr

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências. Área de Concentração: Estudos Socioculturais e Comportamentais da Educação Física e Esporte.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof.Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof.Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof.Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora Profa. Dra. Flávia Bastos, que me acolheu e não hesitou em acreditar e aceitar me orientar neste desafio. Também pelo apoio e paciência com que conduziu o processo, colaborando com o meu aprendizado e com o desenvolvimento deste trabalho.

Ao meu querido pai Alfredo Mariano Filho (*in memoriam*), o qual não poupou esforços durante todo o tempo para me proporcionar a melhor herança: o conhecimento. Incentivador e motivador da minha busca constante pelo conhecimento e aprimoramento moral. Minha eterna gratidão.

À minha amada mãe Irany Mariano, que esteve ao meu lado em todos os momentos mais importantes da minha vida, apoiando todas as minha decisões e sendo o meu porto seguro, me mantendo firme na busca pela realização dos meus sonhos.

Ao meu esposo Brad Zielinski, pelo incentivo, apoio e por ser o meu grande amigo e companheiro.

Aos amigos que sempre estiveram ao meu lado me apoiando e torcendo por mim.

A todos os professores que fizeram parte da minha formação acadêmica, desde a infância à Universidade e àqueles que me serviram de exemplo, em especial aos professores da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo, por aumentarem a minha paixão pelo saber e pela atividade física, me fazendo acreditar que o nosso trabalho pode transformar vidas.

Ao ilustre Prof. Dr. Packianathan Chelladurai, pela colaboração imensa a área da gestão e ao estudo da qualidade no âmbito da atividade física e do esporte. Pela lição de humildade e carisma durante sua visita ao Brasil, que tive o privilégio de acompanhar de perto. Pelo carinho com que contribuiu com informações e sugestões para a realização desse trabalho e por ter ampliado a minha visão acerca do estudo da qualidade e a certeza de que eu estava seguindo pelo caminho certo.

Aos pesquisadores Arnaldino Ferreira e Cláudia Dias que adaptaram a versão em português do instrumento utilizado no presente estudo e ao Prof.

Dr. António Manuel Fonseca, seu orientador, que gentilmente nos atendeu e prontamente e de muito boa vontade, nos encaminhou todas as informações pertinentes ao instrumento, o que viabilizou a utilização do mesmo.

Aos amigos Ana Paula Rennó Sierra e Marino Benetti pela parceria acadêmica e pela colaboração inúmeras vezes. Um agradecimento especial à Ana que colaborou com a revisão desse trabalho.

Ao amigo Cleiton Castro, que apoiou a divulgação do estudo aos gestores de serviços de atividades físicas.

Aos meus colegas do GEPAE, que por muitas vezes me auxiliaram com discussões e trocas de experiências.

Por fim, mas não menos importante, agradeço a Deus pela oportunidade da vida e pela chance de poder fazer o que eu gosto. Por todas essas pessoas aqui citadas e por aquelas que não foram explicitamente mencionadas mas que também contribuíram com a formação da pessoa e profissional que hoje eu sou. Pela força nos momentos de fraqueza e pela fé de continuar em frente.

Este trabalho, foi uma desafiadora experiência acadêmica, sendo assim, espero humildemente colaborar para a Academia, com a prática e em especial à gestão do esporte. Aprendi, com este trabalho, que a vida é composta de grandes teias e que todos nos estamos interligados, nada se constrói, se mantém ou se aprimora sozinho. Todos os sujeitos e opiniões são importantes. E quando estamos abertos a observar e escutar, os resultados podem ser surpreendentes.

RESUMO

MARIANO, S.G. Qualidade em Serviços e Programas de Atividades Físicas na visão de clientes, instrutores e gestores – construção e validação do instrumento SQFSbr. 2017. 104 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Escola de Educação Física e Esporte, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2017.

Nos últimos anos, observa-se um aumento na quantidade de serviços de atividades físicas oferecidos a população por iniciativas públicas e privadas. Dessa forma, é necessário que haja uma avaliação constante da qualidade do serviço prestado. Estão disponíveis na literatura instrumentos que tem como objetivo de avaliar a qualidade, no entanto se constatou uma lacuna no que diz respeito a considerar as visões dos três grupos de avaliadores (clientes, instrutores e gestores). Dessa forma, o objetivo dessa pesquisa foi construir um instrumento de avaliação da qualidade de serviços e programas de atividades físicas de maneira que o mesmo pudesse ser respondido por esses 3 grupos a fim de compreender visão dos mesmos acerca da qualidade. Para isso, foi realizada a adaptação semântica do instrumento SQSFp e processo de validação de conteúdo em duas etapas. Na primeira etapa, o conteúdo, em termos da pertinência e da clareza dos itens do instrumento, foi avaliado por painel formado por 6 especialistas. Foram realizados cálculos de porcentagem de concordância e índice de validade de conteúdo (IVC). O instrumento final resultou em 30 itens, distribuídos em 9 dimensões e foi denominado SQFSbr. A segunda etapa, de validação prática, foi a de aplicação à clientes, instrutores e gestores a fim de verificar a clareza e entendimento do mesmo por parte dos respondentes, bem como realizar um levantamento sobre a percepção dos grupos em relação às dimensões da qualidade. Não houve menção de falta de entendimento ou clareza em relação aos itens por parte dos grupos, reafirmando a validade do instrumento SQFSbr. Sugere-se que futuros estudos sejam realizados no sentido da aplicação do instrumento entre clientes, instrutores e gestores de um mesmo programa permitindo uma avaliação comparativa das visões.

Palavras-chave: Qualidade de serviços; atividade física; avaliadores da qualidade; instrumento; SQSFbr

ABSTRACT

MARIANO, S.G. Quality of Services and Programs of Physical Activities in the view of clients, instructors and managers - SQFSbr instrument construction and validation. Dissertation (Master of Science) - School of Physical Education and Sports, University of São Paulo, São Paulo. 2017.

In recent years, there has been an increase in the number of physical activity services offered to the population by public and private initiatives. Due to this perpetual increase, a constant evaluation of the quality of services remains necessary. There are instruments available in the literature that aim to assess quality, but a gap has been identified in regard to the views of the three groups of evaluators (clients, instructors and managers). Thus, the objective of this research was to construct an instrument to evaluate the quality of services and physical activity programs utilizing the responses of these 3 groups in order to understand their view regarding the quality. For this, a semantic adaptation of the SQSFp instrument and the content validation process were performed in two stages. In the first stage, a panel of 6 specialists evaluated the content, in terms of relevance and clarity of the items of the instrument. Percentage of concordance and content validity index (IVC) calculations were performed. The final instrument resulted in 30 items, distributed in 9 dimensions and was named SQFSbr. The second stage, the practical validation, was applying the instrument to clients, instructors and managers in order to verify the clarity and understanding of the same by the respondents, as well as to carry out a survey about the perception of the groups regarding the dimensions of quality. There was no mention from the evaluators on any lack of understanding or clarity regarding the items by the groups, reaffirming the validity of the SQFSbr instrument. It is suggested that future studies be carried out towards the application of the instrument among clients, instructors and managers all from the same program allowing a comparative evaluation between the visions.

Keywords: Service quality; physical activity; quality evaluators; instrument; SQSFbr

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	OBJETIVOS.....	18
2.1	Objetivo Geral	18
2.2	Objetivo Específico	18
3	REVISÃO DE LITERATURA	19
3.1	Serviços de atividade física	19
3.1.1	Definição e atributos e características dos serviços.....	19
3.1.2	Atividade física	22
3.1.3	Tipologia dos serviços de atividade física	25
3.2	Qualidade de serviços de atividade física.....	26
3.2.1.	Qualidade de serviços	26
3.2.2	Avaliação da qualidade de serviços	28
3.2.3	Qualidade nos serviços de atividade física	33
3.3	Modelos conceituais e instrumentos da avaliação da qualidade de serviços	33
3.3.1	SERVQUAL	35
3.4	Modelos e instrumentos da avaliação da qualidade de serviços de atividade física, esporte e lazer.....	39
3.4.1	SQFS.....	43
4	METODOLOGIA	45
4.1	Tipo de pesquisa.....	45
4.2	Delineamento do estudo	45
4.3	Instrumentos e etapas da pesquisa	46
4.3.1	Instrumento.....	46
4.3.2	Etapas da pesquisa	47
5	RESULTADOS E DISCUSSÃO	53
5.1	Etapa 1 - Adaptação e validação do instrumento	53
5.2	Etapa 2 - Aplicação e validação prática do instrumento	61
6	CONCLUSÃO	86
REFERÊNCIAS		88
APÊNDICE		93
ANEXOS.....		95

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Grau de concordância entre os especialistas (percentual) sobre a adaptação dos itens	54
Tabela 2 - Índice de Validade de Conteúdo - Classificação dos itens em relação à clareza	58

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Alvos, Padrões e Avaliadores da Qualidade.....	28
Figura 2 – Influência dos GAPs na Percepção da Qualidade dos Serviços ..	36
Figura 3 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Compromisso da Gestão com o Serviço de Qualidade	63
Figura 4 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Clima de Serviço	65
Figura 5 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Desígnios da Essência do Serviço ou Programa	67
Figura 6 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Interações Interpessoais	69
Figura 7 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Interações com as Tarefas	71
Figura 8 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Contato com o Ambiente Físico	73
Figura 9 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Contato com Outros Clientes	75
Figura 10 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Falhas no Serviço e Reestabelecimento	77
Figura 11 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Percepção da Qualidade do Serviço	80

LISTA DE SIGLAS, ABREVIAÇÕES E SÍMBOLOS

EUA	Estados Unidos da América
FNQ	Fundação Nacional da Qualidade
IHRSA	International Health, Racquet & Sportsclub Association
IVC	Índice de Validade de Conteúdo
MEG	Modelo de Excelência da Gestão®
PNQ	Prêmio Nacional da Qualidade
QUESC	Quality Excellence of Sports Centers
RECQUAL	Quality of Recreation Services
SAFs	Service Quality in Fitness Centres
SERVQUAL	Service Quality
SQAS	Service Quality Assessment Scale
SQFS	Scale of Quality in Fitness Services
SQFSbr	Scale of Quality in Fitness Services (versão brasileira)
SQFSp	Scale of Quality in Fitness Services (versão em Português – Portugal)
SSQSFE	Scale of Service Quality at Sport Fan Events
TEAMQUAL	Service Quality in professional Team Sport

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A - Dimensões da Qualidade de Serviços (SERVQUAL)	95
ANEXO B - Instrumento SQFSp (versão em português - Portugal)	96
ANEXO C - Carta convite explicativa.....	99
ANEXO D - Instruções aos especialistas de como avaliar o instrumento....	101
ANEXO E - Esclarecimentos a respeito dos objetivos do estudo e concordância do respondente em participar da pesquisa.....	102
ANEXO F - Termo de consentimento	103

1. INTRODUÇÃO

Há algum tempo, qualidade tem sido uma das palavra-chave no ambiente da gestão. Para estudiosos e profissionais, a ênfase na qualidade é necessária para revitalizar qualquer economia e torná-la cada vez mais competitiva a níveis mundiais. (GARVIN, 1988; ZEITHAML, 1990; LEHTINEN;LEHTINEN, 1991; MILLER, 1996; LOVELOCK;GUMMESSON, 2004; FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE, 2008). O foco na qualidade evidencia uma relevante abordagem no pensamento da gestão, principalmente pelo fato de que a qualidade se configura como um valor importante para o cliente, bem como tem impactos significativos em relação a retenção dos mesmos (TOLEDO; MORETTI, 2016). No âmbito da atividade física e do esporte também existe uma preocupação com a produção, o consumo e a qualidade dos serviços prestados.

Dentre a diversidade de serviços de atividade física que são oferecidos, no Brasil, observa-se nos últimos anos um aumento significativo no número de academias de ginástica privadas, de programas públicos de atividades físicas oferecidas à população e de programas em empresas (MAZZEI;BASTOS, 2012). Com isso, a prática de atividades físicas e esportivas tem se disseminado de maneira ampla dentre indivíduos de todas as faixas etárias.

Em pesquisa desenvolvida pelo Ministério do Esporte (2015), que coletou informações sobre práticas esportivas e atividades físicas relativas a 2013, evidenciou-se que atualmente 28,5% da população brasileira entre 14 e 75 anos pratica alguma atividade física e 25,6% dessa mesma população pratica algum tipo de esporte, o que totaliza 54,1% de brasileiros ativos.

Um dos argumentos para essa disseminação é o relativo à promoção da saúde. Para a Sociedade Brasileira de Medicina do Esporte (CARVALHO et al.,1996) a saúde e a qualidade de vida do homem podem ser preservadas e aprimoradas pela prática regular de atividade física. O sedentarismo é condição indesejável e representa risco para a saúde.

Em 2016, uma pesquisa nos Estados Unidos demonstrou que 27,5% dos residentes no país eram sedentários. Em 2017, a mesma pesquisa indicou que numero de pessoas sedentárias diminuiu em 100.000, após iniciativas governamentais e privadas de combate ao sedentarismo (PHYSICAL ACTIVITY COUNCIL, 2017). Desta forma, a atividade física deve ser incentivada e estimulada

dentre os indivíduos, inclusive através de iniciativas públicas e privadas, pois se torna um excelente instrumento de promoção de saúde para a população (CARVALHO et al., 1996; SALIN et. al, 2011).

No entanto, para que todas essas ações de promoção da saúde e do bem-estar através da prática de atividades físicas sejam consideradas efetivas, é necessário que haja uma avaliação constante dos resultados e da qualidade do serviço prestado. A avaliação sobre a efetividade de serviços e programas desta natureza é feita mais comumente sob a ótica dos benefícios gerados ao consumidor (HALLAL et al. 2010; BENEDETTI; MAZO; BARROS, 2004; BENEDETTI; GONCALVES; MOTA, 2007).

A qualidade é um elemento fundamental que permeia este cenário e deve ser uma preocupação constante no oferecimento desse tipo de serviço. A literatura apresenta alguns estudos que tem como foco central a identificação de dimensões da qualidade em serviços específicos da área, como por exemplo: programas de atividades físicas e esportivas, serviços de fitness, serviços de lazer e serviços de recreação (CHELLADURAI; CHANG, 2000).

Os primeiros estudos sobre qualidade surgiram na década de 1980, nos Estados Unidos. Com o intuito de avaliar a qualidade de serviços de atividades físicas, a Escala de Qualidade em Serviços de Fitness (Scale of Quality in Fitness Services - SQFS) foi desenvolvida a fim de servir como ferramenta de diagnóstico que permite aos gestores determinar as áreas do serviço que apresentam pontos fracos ou que precisam de maior atenção (CHELLADURAI et al., 1987).

Em 1995, Kim e Kim, baseados nos resultados obtidos a partir da realização de grupos focais, desenvolveram o QUESC (Quality Excellence of Sports Centers) instrumento composto por 11 dimensões para avaliar a qualidade de serviços prestados em centros esportivos. Howat et al. (1996) desenvolveram o Centro de Gerenciamento Ambiental e de Lazer - Qualidade de Serviço ao Cliente (Centre for Environmental and Recreation Management - Customer Service Quality) que constitui uma escala para medir quatro dimensões de serviços em centros de esporte e lazer. McDonald et al. (1995) discutiram a qualidade do serviço, no âmbito do esporte profissional e desenvolveram a escala TEAMQUAL que é composta por 39 itens que medem cinco dimensões da qualidade do serviço nos desportos de equipes profissionais. Estas cinco dimensões foram padronizados após sua identificação no SERVQUAL (PARASURAMAN et al., 1991). Desta forma, as

dimensões se baseiam na ideia de que as decisões de qualidade são fundamentadas na diferença entre as expectativas e as percepções dos clientes.

Conforme o breve histórico apresentado sobre o estudo da qualidade de programas e serviços de atividades físicas, é possível observar que grande parte dos instrumentos desenvolvidos para tal finalidade consideram normalmente a visão de apenas um grupo de sujeitos envolvidos no processo para determinar a qualidade de um serviço. Mas será a visão do cliente a mesma do gestor ou do prestador de serviço?

Dessa forma, uma questão que se apresenta é "quem" deveria avaliar a qualidade de um serviço: clientes, prestadores de serviços ou gestores. Nesse sentido, Ovretveit (1991) propôs três abordagens da qualidade em serviços, traçando um paralelo com os três conjuntos de avaliadores mencionados acima - clientes, prestadores de serviços e gestores. Apesar dessa abordagem de integração das visões de clientes, prestadores de serviços e gestores ter sido proposta na década de 90, os instrumentos de avaliação da qualidade desenvolvidos até o presente momento, de maneira geral, consideram apenas a visão de um dos conjuntos de avaliadores mencionados, em geral a visão do cliente ou do gestor. Alguns poucos estudos consideram a visão de clientes e gestores conjuntamente e raros são os estudos (KO;PASTORE, 2004) que consideram os três conjuntos de avaliadores.

Chelladurai e Chang (2000) corroboram esse entendimento e ressaltam que apesar de diferentes sujeitos serem considerados avaliadores da qualidade, as três visões apresentadas podem ser complementares entre si, especialmente quando se considera o serviço completo, sendo concebido como um conjunto de objetivos e processos sequenciais. No relatório elaborado por Tsitskari et al. (2006) acerca dos estudos sobre a avaliação da qualidade em serviços esportivos em todo o mundo, observou-se que a literatura de qualidade de serviços relacionada ao esporte ainda está em estágio formativo, ressaltando um certo grau de incerteza ou desacordo quanto ao conjunto de variáveis ou ao modelo conceitual que pode descrever adequadamente o construto sob investigação.

Destaca-se, portanto, a importância de se compreender as visões desses três grupos (clientes, gestores e instrutores), no sentido de que a organização possa avaliar e aprimorar os serviços oferecidos ao cliente, podendo contribuir com o maior

envolvimento e retenção dos mesmos bem como agregar valor aos serviços prestados.

Além disso, se constata uma lacuna na literatura no que diz respeito a considerar as visões desses três grupos de avaliadores, justificando assim a realização do presente trabalho. Essa dissertação teve como objetivo adaptar e validar um instrumento de avaliação da qualidade de serviços e programas de atividades físicas (SQFSbr) que pudesse ser aplicado e respondido por clientes, instrutores e gestores.

Sendo assim, foi feita a adaptação do instrumento SQFSp (versão portuguesa) originalmente direcionado apenas a clientes. Ajustes na semântica dos itens bem como readequações linguísticas, de acordo com a realidade brasileira, foram realizadas para que o novo instrumento SQFSbr pudesse ser respondido pelos três grupos a fim de compreender as visões de clientes, gestores e instrutores acerca da qualidade de programas e serviços de atividades físicas.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Realizar a adaptação e validação de um instrumento de avaliação da qualidade de serviços de atividades físicas a fim de dar origem a um novo instrumento (SQFSbr) que considere a visão de clientes, gestores e instrutores acerca da qualidade de programas e serviços de atividades físicas.

2.2 Objetivos específicos

Foram objetivos específicos desta pesquisa:

- a) Realizar a adaptação semântica dos itens para permitir a aplicação do instrumento aos três grupos;
- b) Validar o conteúdo dos itens do instrumento;
- c) Aplicar o novo instrumento à clientes, instrutores e gestores a fim de verificar a clareza e entendimento do mesmo por parte dos respondentes;
- d) Realizar um levantamento inicial sobre a percepção dos grupos em relação às dimensões da qualidade.

3. REVISÃO DE LITERATURA

A seguir serão apresentadas as principais questões relacionadas a elaboração desse estudo tais como: atributos e características que permitem classificar a atividade física como um serviço; conceitos e definições de atividade física; definição de qualidade de serviços, modelos conceituais e instrumentos desenvolvidos para realizar a avaliação da qualidade de serviços.

O modelo SERVQUAL, que serviu de base teórica para o desenvolvimento de instrumentos de avaliação da qualidade em diversas áreas do conhecimento, inclusive na área de atividade física e esporte, também será apresentado.

Demais instrumentos de avaliação da qualidade em atividade física e esporte e as lacunas existentes nesses modelos serão discutidas. E por fim, o instrumento SQFS que foi o instrumento selecionado para servir de base na realização dessa pesquisa será apresentado em detalhes a fim de justificar a escolha do mesmo para a realização do presente estudo.

3.1 Serviços de atividade física

3.1.1 Definição, atributos e características dos serviços

Serviço pode ser definido como uma ocorrência, processo ou desempenho intangível que é produzido e consumido simultaneamente.

A natureza de um serviço é melhor compreendida quando destacamos os atributos e ou características do mesmo (CHANG; CHELLADURAI, 2003). Os atributos e características frequentemente associados ao serviço são: intangibilidade, perecibilidade, heterogeneidade e simultaneidade (ZEITHAML et al., 1985; GRÖNROOS, 1990b; LEHTINEN; LEHTINEN, 1991).

a. Intangibilidade

Um serviço é intangível no sentido de que o cliente não pode julgar a qualidade do produto antes de realmente obtê-lo. O cliente normalmente é guiado pela experiência anterior, a reputação da organização , ou da pessoa (s) relacionada (s) à prestação de tal serviço. Em outras palavras, ao contrário de produtos físicos ou bens tangíveis, os serviços não podem ser vistos, sentidos fisicamente, ouvidos, cheirados ou provados antes de serem adquiridos (ZEITHAML et al., 1985).

Grönroos (1990b) complementa a definição da característica da intangibilidade afirmando que, normalmente, um serviço é percebido de maneira subjetiva. Isso que dizer que os serviços são descritos pelos clientes, a partir de expressões como: experiência, confiança, sensibilidade e segurança.

b. Heterogeneidade

De acordo com Zeithaml et al. (1985), a heterogeneidade diz respeito ao potencial de alta variabilidade que os serviços apresentam em relação à sua *performance*. Um serviço prestado a um cliente não é exatamente o mesmo serviço prestado ao próximo cliente (GRÖNROOS, 1990b). Segundo o mesmo autor, essa característica gera uma das maiores dificuldades para a gestão de serviços, que é a manutenção de um nível de qualidade uniforme dos serviços produzidos e entregues aos clientes.

Quanto a esse aspecto, Chelladurai (2014, p.24) elenca três razões para a alta variabilidade na prestação dos serviços

- Diferenças individuais: diferenças individuais entre os prestadores de serviços em termos de personalidade, experiência e conhecimento resultam em diferentes experiências para os clientes.
- Inconsistência: o mesmo funcionário pode não fornecer o mesmo nível de serviço, em momentos diferentes.
- Fatores psicológicos: a percepção da qualidade do serviço pode ser afetada pela psique do consumidor - um serviço pode ser julgado bom ou ruim dependendo do estado psico-emocional do consumidor. Fadiga e estresse podem afetar a percepção do cliente no momento de contato com o serviço, da mesma forma estes mesmos fatores podem influenciar o prestador de serviços no momento da entrega (CHELLADURAI, 2014, p. 24).

c. Perecibilidade

Essa característica confere aos serviços uma capacidade perecível. Chelladurai (2014) define perecibilidade como a impossibilidade do serviço ser produzido e estocado para uso futuro, dessa forma, como um serviço não pode ser estocado ou armazenado, consequentemente, se não for utilizado, estará perdido.

Por isso, um dos maiores desafios gerenciais no setor de serviços é administrar a utilização total da capacidade de atendimento, tendo em vista que a demanda dos clientes apresenta variações consideráveis, não permitindo a

possibilidade de formar estoques para absorver tais flutuações (ZEITHAML et al., 1985).

d. Simultaneidade

Como uma decorrência da perecibilidade, simultaneidade se refere ao fato de que o serviço deve ser consumido no momento em que é produzido. Como a produção e o consumo de um serviço são simultâneos, a interface entre o prestador de serviços (o produtor do serviço) e o cliente (o consumidor de tal serviço) passa a ser relevante (CHELLADURAI; 2014).

Assim, o cliente não é apenas um receptor dos serviços, mas também um recurso do próprio processo de produção, o que se traduz mediante sua participação efetiva (GRÖNROOS, 1990b).

O termo “inseparabilidade” também é utilizado para se referir a esse atributo, indicando que a produção e o consumo de um serviço não pode ser separada.

Alguns autores contestam esses quatro atributos como sendo os únicos para definir a natureza dos serviços. Lovelock e Gummesson (2004) argumentam que os atributos da intangibilidade, heterogeneidade, perecibilidade e simultaneidade não são suficientes para distinguir um produto de um serviço. De acordo com os autores, o aumento das compras pelo telefone e pela internet impossibilita o julgamento pré-compra de um produto já que o cliente não consegue tocá-lo, senti-lo ou testá-lo antes da compra.

A fim de delinear claramente as fronteiras de produtos e serviços, Lovelock e Gummesson (2004) propõem um critério alternativo para distinguir um serviço de um produto - a transferência de propriedade. O argumento essencial é que em uma operação de serviço não há transferência de propriedade do serviço em si. Ou seja, os serviços envolvem uma forma de locação ou de acesso em que os clientes obtém benefícios por ganhar o direito de usar um objeto físico, da contratação de mão de obra e das competências de pessoas ou obter acesso a instalações.

De acordo com as visões dos autores citados acima, é possível constatar que um serviço se estrutura de maneira complexa e é composto pela atuação de diversos sujeitos que participam desse processo em diferentes fases. Chelladurai (2014) ainda ressalta a subjetividade desse processo ao enfatizar que serviços são prestados por pessoas e, por esse motivo, as diferenças individuais entre os prestadores de serviços em termos de personalidade, experiência e conhecimento

podem resultar em diferentes experiências para os clientes. Além disso, o mesmo funcionário pode não fornecer o mesmo nível de serviço, em momentos diferentes. Estes aspectos nos levam a considerar que a qualidade de um serviço deve compreender diferentes pontos de vista e devem ser levadas em consideração todas as etapas e pessoas envolvidas neste processo.

Tendo em vista esses aspectos envolvidos na conceituação de serviço, fica claro que a atividade física pode ser considerada um serviço já que é intangível no sentido de que o cliente só pode julgar a qualidade após obter e vivenciar a atividade física. A heterogeneidade também pode ser observada, uma vez que instrutores ou funcionários de uma academia de ginástica, clube ou instalação esportiva, em geral apresentam diferenças na maneira como prestam o serviço a diferentes clientes. Atividades físicas devem ser consumidas no momento em que são produzidas. Uma aula de ginástica na academia por exemplo, se não for consumida no momento em que esta sendo realizada é perdida o que confere a atividade física outros dois atributos que caracterizam um serviço: simultaneidade e perecibilidade. Ao compreender a atividade física como um serviço deve-se também considerar as relações professor- aluno, academia-cliente ou centro esportivo-atleta.

3.1.2 Atividade física

A atividade física é compreendida como um comportamento multidimensional e pode ser definida e classificada de diversas formas. Davidson et al. (1979) definiram atividade física como qualquer movimento corporal produzido por músculos esqueléticos que resulta em gasto energético. A quantidade de energia necessária para promover a atividade pode ser medida em kilojoules (kJ) ou quilocalorias (kcal); 4.184 kJ é essencialmente equivalente a 1 kcal.

Outra abordagem comumente utilizada é a atividade física que ocorre de acordo com os aspectos identificáveis da vida diária. A categorização mais simples relaciona atividade física as atividades diárias tais como: dormir, trabalhar e realizar atividades de lazer (MONTOYE,1975).

De acordo com Caspersen et at (1985) a atividade física possui diferentes formas de manifestação, com um comportamento complexo, e pode ser compreendida através de outras categorias que não se excluem mutuamente. É possível que esteja associada à uma prática esportiva, e nesse sentido pode se

classificar em atividade físicas de intensidade leve, moderada ou intensa. Levando-se esses aspectos em consideração, os autores identificaram quatro características que definem atividade física:

1. Movimento corporal realizado através de músculos esqueléticos
2. Resulta em gasto energético
3. O gasto energético varia continuamente de baixo à alto
4. Correlação positiva com aptidão física

Nos Estados Unidos da América, o Departamento de Saúde e Serviços Humanos (Department of Health and Human Services, 2008) desenvolveu o Guia de Atividades Físicas para Americanos (*Physical Activity Guidelines for Americans*). Neste documento, atividade física se refere à movimentos que promovem melhorias à saúde. O exercício físico é compreendido como um tipo de atividade física que é planejado e estruturado. Musculação, ginástica aeróbica e jogar ou praticar esportes coletivos são exemplos de exercícios. Atividades físicas incluem também outros elementos sociais e associados ao bem-estar e qualidade de vida já que dão às pessoas a chance de se divertir, estar com os amigos e a família, desfrutar a natureza, melhorar sua aparência, melhorar a sua condição física e assim poder participar de atividades físicas e eventos esportivos de maior intensidade e complexidade. Para a entidade, algumas pessoas são ativas porque percebem que isso traz a elas certos benefícios relacionados à saúde, como se sentirem mais dispostos.

Sendo assim, atividade física têm sido definida como qualquer movimento corporal produzido a partir de contrações do músculo esquelético que aumente o gasto energético acima do nível basal (MONTOYE, 1975; DAVIDSON et al., 1979; CASPERSEN et al., 1985). No entanto, outras visões (WARBURTON et al., 2006; DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES, 2008) ultrapassam esse conceito e compreendem a atividade física como movimento corporal que promove melhorias à saúde física, mental e social dos indivíduos.

Com a valorização cada vez maior da atividade física na sociedade no mundo ocidental, os serviços de atividade física estão cada vez mais disponíveis à população, fornecidos por entidades públicas ou privadas, oferecendo um extensa

gama de atividades. Muitos desses serviços e atividades são oferecidos em academias de ginástica (*health clubs*) parques e condomínios.

Uma pesquisa recente realizada pela International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA, 2016) demonstrou o contínuo crescimento da indústria *fitness* no mundo, especialmente em países como Estados Unidos e Brasil. Segundo a pesquisa, nos Estados Unidos, a indústria de *health clubs* continuou a crescer e teve um aumento de 2014 para 2015 em termos de receita e do número total de clubes. A receita aumentou de 24,2 bilhões de dólares em 2014 para 25,8 bilhões de dólares em 2015, enquanto a adesão passou de 54,1 milhões para 55,3 milhões no mesmo período. O número de academias também aumentou de 34.460 estabelecimentos para 36.180 estabelecimentos nos Estados Unidos.

De acordo com a pesquisa, os números continuarão a crescer até pelo menos 2019 devido à demanda por produtos de saúde e programas de *fitness* para ajudar a combater a obesidade, o envelhecimento ativo, melhorar o desempenho nos esportes, o que ajudará a impulsionar o crescimento das academias de ginástica e *health clubs*.

O principal mercado que continua a apresentar um bom desempenho na América Latina é o Brasil. O país conta com 31.000 academias de ginástica, o que coloca o país em segundo lugar no ranking do mercado de *fitness* global, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Aproximadamente 8 milhões de brasileiros são membros de uma academia de ginástica, no entanto os níveis de retenção dos clientes ainda é baixa. Além disso, levantamentos realizados pela IHRSA na América Latina mostram que as oportunidades de crescimento ainda estão presentes nessa região devido aos níveis de adesão observados (IHRSA, 2016).

Dessa forma, o crescimento da oferta de serviços de atividades físicas aumenta a competitividade do mercado e, como consequência, ressalta a necessidade de prestação de serviços de qualidade, tendo em vista a alta concorrência. O cliente que consome esse serviço, em busca de qualidade de vida, saúde, bem-estar, reabilitação e estética, também passa a ser ainda mais exigente e espera receber cada vez mais de serviços de qualidade. Maior atenção e monitoramento da qualidade dos serviços prestados pode ser um dos pontos cruciais para o aumento dos níveis de adesão e retenção dos clientes.

3.1.3 Tipologia dos serviços de atividade física

De acordo com Chelladurai (2014), os serviços, considerados na ótica da gestão do esporte, podem ser classificados em: serviços para participantes, para espectadores, serviços de patrocínio (incluindo licenciamento e merchandising), serviços de doação e idéias sociais.

Neste trabalho, os serviços para participantes ou serviços de participação são discutidos de maneira mais detalhada, uma vez que as características dos serviços e programas de atividades físicas analisados se enquadram nesta categoria.

Dessa forma, serviços para participantes ou serviços de participação são os serviços oferecidos para que os clientes se envolvam fisicamente em algum tipo de esporte ou atividade física. Tais serviços podem ser considerados uma combinação dos tipos de serviços de consumo e de motivação do cliente (busca do prazer, da saúde, da aptidão, da habilidade humana, da excelência humana, da sustentação humana e da cura) (CHELLADURAI,2014). Sendo assim os serviços de participação se dividem em:

- Busca do prazer através do serviço: refere-se à programação ou reserva de instalações ou equipamentos conforme solicitado pelos clientes que buscam prazer através da realização de atividade física. Esta classe de serviço inclui a organização e realização de diferentes tipos de competições para os clientes.
- Serviços de saúde e aptidão física: envolvem agendar ou reservar instalações ou equipamentos para satisfazer o desejo dos clientes em manter a sua aptidão e saúde (CHELLADURAI, 2014, p.34).

O próximo conjunto de serviços inclui serviços que envolvem instrução, orientação ou *coaching* realizado por especialistas, aspecto que foi também considerado nessa pesquisa, ou seja, o papel do instrutor em relação à qualidade do serviço prestado.

Chelladurai (2014) considera a seguinte tipologia de serviços e atividade física com enfoque no instrutor:

- Os serviços de habilidade: referem-se à aplicação especializada da tecnologia de ensino e liderança no desenvolvimento das habilidades (incluindo técnicas e estratégias) dos clientes em várias modalidades de esporte e atividade física.
- Os serviços de excelência: fornecem orientação especializada e *coaching* para clientes na busca da excelência na atividade física selecionada.
- Os serviços de sustentação: são a organização e condução de programas de exercícios físicos e regulares sob a orientação e supervisão de um líder especialista, como no caso de instrutores de aeróbica, que lideram um grupo de clientes.
- Os serviços curativos: envolvem a concepção e oferta de programas de atividade física para reabilitar aqueles que necessitam de melhoria na aptidão, saúde, ou redução do estresse, e gerenciamento do peso.

Nesse sentido, a qualidade do serviço está implicitamente presente na atuação desse profissional. Sua capacitação, especialização e, em especial suas capacidades de planejamento e liderança podem ser consideradas decisivas na avaliação da qualidade do serviço por parte do cliente. Por outro lado, também é importante que esse profissional exerça uma autoavaliação do serviço prestado bem como desenvolva e manifeste uma visão ampla em relação a qualidade do serviço ou do programa de atividades físicas em que atua contribuindo efetivamente na melhoria da qualidade dos serviços oferecidos ao cliente.

3.2. Qualidade de serviços de atividade física

3.2.1 Qualidade de serviços

Em geral, a percepção de qualidade ocorre durante a prestação de serviços, normalmente associada a interação entre o cliente e a equipe da empresa prestadora de serviços. Por esta razão, a qualidade é altamente dependente do desempenho das pessoas que prestam o serviço (ZEITHAML et al., 1988).

Na literatura especializada em gestão da qualidade, na área da administração, observam-se diversas definições para o termo qualidade que estão intimamente relacionadas com a visão-percepção-resultados dos clientes.

(GRÖNROOS, 1984; ZEITHAML et al., 1990; BRITISH STANDARDS INSTITUTE, 1991; GRÖNROOS; OJASSALAKO, 2004):

- (a) satisfazer o cliente ou satisfazer e superar as expectativas dos clientes
- (b) características de um produto ou serviço que satisfaçam as necessidades explícitas ou implícitas do cliente
- (c) maior relação custo versus benefícios
- (d) fazer correto da primeira vez, produto e/ou serviços com efetividade

Quanto ao atendimento e superação das expectativas dos clientes, quando se trata de qualidade, diferentes aspectos são considerados: (a) a satisfação de suas necessidades (b), oferecimento de um serviço que seja percebido como compatível ao seu custo pelo cliente, (c) evitar erros na prestação dos serviços. Mas cada cliente é único, portanto cada um vivencia o serviço de uma maneira particular, conforme destaca Chelladurai (2014) ao caracterizar os serviços em termos de heterogeneidade, ou seja, diferenças, relacionadas aos fatores psicológicos individuais. Além disso, seria apenas a visão do cliente o único ponto a ser considerado na definição da qualidade de um serviço?

Ko e Pastore (2004) desenvolveram um trabalho cujo objetivo foi discutir as questões de avaliação da qualidade de serviços e apresentar um quadro conceitual abrangente de qualidade de serviço para a indústria do esporte recreativo. O modelo conceitual foi desenvolvido com base no argumento de que a qualidade do serviço é uma construção multidimensional e multinível. Ou seja, para os autores, a construção da qualidade considera diferentes visões de sujeitos que ocupam diferentes posições hierárquicas. Tal visão reforça os objetivos desse estudo no sentido de ressaltar a importância considerar diferentes visões (clientes, gestores e instrutores) para avaliar a qualidade dos serviços de atividades físicas.

Conforme discutido em tópico anterior sobre a natureza dos serviços, diversos são os sujeitos envolvidos na produção, entrega e consumo de um determinado serviço. Dessa forma, pressupõe-se que a mensuração da qualidade de um serviço aparenta ser mais complexa e que outros elementos devem ser considerados para uma melhor avaliação.

Essa temática tem sido tratada por diferentes autores que se dedicaram ao aprofundamento dessa questão. Especificamente a qualidade do serviço e sua

avaliação, diferentes visões e modelos têm sido desenvolvidos, assim como pesquisas relativas ao tema, que apresentamos a seguir.

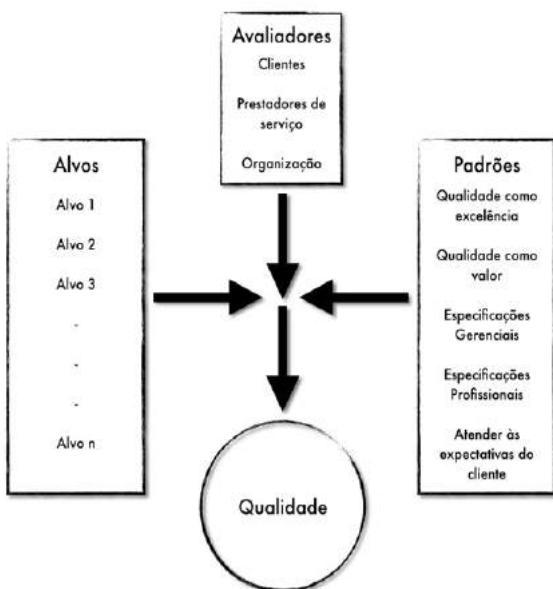
3.2.2 Avaliação da qualidade de serviços

A avaliação da qualidade de serviços é um tema recorrente na literatura e vem sendo tratado em relação a serviços de diferentes naturezas, como saúde, informação, turismo, atividade física, entre outros.

Em relação aos serviços de atividades físicas, Chelladurai e Chang (2000) argumentam e apresentam elementos que a avaliação da qualidade deve considerar:

- Alvos da qualidade - que são as características de um produto ou serviço sujeito a avaliação de qualidade
- Padrões de qualidade - que são os critérios específicos aplicadas no julgamento da qualidade;
- Avaliadores da qualidade - que são os sujeitos que julgam a qualidade (Figura 1).

Figura 1: Alvos, Padrões e Avaliadores da Qualidade



Fonte: CHELLADURAI, P.; CHANG, K., 2000.

- Alvos da Qualidade

Os alvos de avaliação da qualidade incluem: o serviço principal (a); o contexto físico, incluindo os equipamentos e as instalações nas quais o serviço é prestado (b), e as interações interpessoais (c) no decorrer do serviço (CHELLADURAI; CHANG, 2000). Além disso, uma dimensão única identificada por Lehtinen e Lehtinen (1991) se refere à qualidade de participação (d) do cliente na produção do serviço (e).

a. Serviço Principal

Esta dimensão da qualidade refere-se ao desempenho do serviço prometido (CHELLADURAI;CHANG, 2000). Esta dimensão é similar à variável chamada confiabilidade (ZEITHAML et al., 1990) ou qualidade de saída/entrega (LEHTINEN; LEHTINEN, 1991).

b. Contexto

De acordo com Chelladurai e Chang (2000), esta dimensão abrange a qualidade das instalações, sua localização, os equipamentos e as ferramentas usadas na produção do serviço, bem como as facilidades fornecidas aos clientes. Além disso, a acessibilidade das instalações e facilidade de uso dos equipamentos também seria um elemento desta dimensão da qualidade .

c. Interações entre clientes e funcionários

Um atributo importante de um serviço é a produção e consumo simultâneos do serviço. Isso ressalta a importância da interface entre o prestador de serviços, o cliente, e as interações entre as duas partes. Assim, tais interações constituem um alvo significativo no que diz respeito à avaliação de qualidade. Qualidade em tais interações se refere à orientação e o comportamento do funcionário - ou seja a qualidade interativa, cortesia e cuidado para com clientes, e a preocupação em realizar a entrega do serviço dispensando uma atenção individualizada (LEHTINEN;LEHTINEN,1991; CHELLADURAI;CHANG, 2000). A qualidade desta interação engloba também as dimensões de responsividade, segurança e empatia no esquema proposto por Zeithaml et al. (1990).

d. Interações entre os clientes

Chang e Chelladurai (1996) identificam um outro aspecto crítico de interações durante a operação de um serviço. Uma abordagem típica a esta questão é estreitar o foco para a interação entre um único cliente e o prestador de serviços. Segundo os autores, esta abordagem é legítima e apropriada quando se trata de serviços fornecidos numa base individual. No entanto, um foco tão estreito poderia ignorar as interações entre um grupo de clientes quando o serviço é prestado a todo o grupo. A natureza e a intensidade das interações tem impacto significativo em relação à eficácia na entrega do serviço.

e. Participação do cliente

A produção de qualquer serviço, segundo Chelladurai e Chang (2000), envolve um grau de envolvimento do cliente. Em alguns serviços, o envolvimento do cliente na produção dos mesmos podem ser bastante passiva, como em um salão de massagens por exemplo. Em outros contextos, como no esporte, o envolvimento do cliente na produção de serviços é enérgico e vigoroso, às vezes agonístico.

Portanto, a percepção da qualidade do próprio envolvimento dos clientes é fundamental para a participação continuada em determinada atividade. Lehtinen e Lehtinen (1991) relacionam este alvo da qualidade (a participação do cliente) com a qualidade do processo.

- Padrões de Qualidade

Reeves e Bednar (1994) discutem que não existe uma única definição universal de qualidade, e que seriam necessárias definições distintas para lidar com este conceito em circunstâncias diferentes. Sendo assim os autores identificaram quatro definições de qualidade: qualidade como excelência (a), qualidade de acordo com valor atribuído (b), qualidade em conformidade com as especificações (c), e qualidade atendendo ou excedendo as expectativas do cliente (d). Enquanto estas definições destacam a complexidade do conceito de qualidade, elas também servem para simplificar o conceito, incidindo sobre as normas de qualidade que podem ser aplicadas em diferentes alvos de qualidade (CHELLADURAI; CHANG, 2000).

a. Qualidade como Excelência

Excelência implica atingir o melhor nível possível. Está baseada em grande mobilização de recursos, de grandes investimentos monetários e materiais na contratação dos funcionários que possuam os melhores talentos e habilidades na produção e fornecimento de um produto ou serviço específico (REEVES; BEDNAR, 1994).

b. Qualidade de acordo com valor atribuído

Nesta perspectiva, a qualidade é julgada a partir do preço relativo se paga por um determinado nível de desempenho. Ou seja, a noção de "melhor" ou "excelente" está permeada por "condições" estabelecidas pelos clientes (GARVIN, 1988). De acordo com o esquema de Garvin (1988), a qualidade como valor não implica o melhor produto ou o preço mais barato, mas o "melhor negócio" - a combinação ideal entre produto (ou serviço) e preço, ou seja, consiste na avaliação do cliente em relação ao preço que ele está disposto ou é capaz de pagar.

c. Qualidade em conformidade com as especificações

Nesta perspectiva, as necessidades e desejos dos consumidores se traduzem em especificações claras para um determinado produto ou serviços e a qualidade é julgada na medida em que forem satisfeitas estas especificações. Em outras palavras, a qualidade é determinada conforme as especificações forem executadas de acordo com que se estipulou, focada nos processos (CHELLADURAI;CHANG, 2000).

d. Qualidade atendendo ou excedendo a expectativa do cliente

A visão mais prevalente de qualidade é derivada da literatura de marketing e serviços. Nesta perspectiva, são os consumidores que determinam a qualidade de um serviço na medida em que eles experienciam o mesmo (CHELLADURAI; CHANG, 2000).

Este ponto de vista é considerado um dos mais pertinente aos serviços já que os serviços são intangíveis e, portanto, não são suscetíveis a especificações e / ou medições rigorosas. De acordo com a observação de Zeithamal et al. (1990, p.16), "os únicos critérios que são relevantes na avaliação da qualidade de serviço são

aqueles definidos pelos clientes, quaisquer outros julgamentos são essencialmente irrelevantes".

- Avaliadores da Qualidade

De acordo com as visões anteriores, "alvos" e "padrões" de qualidade podem ser considerados definições "do que" deve ser avaliado em relação à qualidade e "como" isso pode ser avaliado, respectivamente. Uma questão que se apresenta é "quem" deveria avaliar a qualidade de um serviço: clientes, prestadores de serviços ou gestores.

Os padrões de qualidade podem indicar algumas diretrizes para responder a esta questão. Está implícito nos padrões de qualidade que diferentes sujeitos serão os avaliadores do serviço de acordo com os padrões de qualidade que forem aplicados ou considerados (CHELLADURAI;CHANG, 2000). Segundo os autores, é esperado que o cliente (a) seja o avaliador quando o padrão de qualidade considerado for a qualidade de acordo com as expectativas e / ou qualidade de acordo com o valor atribuído pelo cliente. No caso da qualidade como excelência e / ou qualidade em conformidade com as especificações, os profissionais (b) e as organizações (c) tendem a ser os avaliadores da qualidade.

Ovretveit (1991) propôs três tipos de qualidade em serviços, traçando um paralelo com os três conjuntos de avaliadores mencionados acima - clientes, prestadores de serviços e gestores.

a. Qualidade - Visão do Cliente

Se refere ao que os clientes querem a partir do serviço, individualmente e como uma população. Ou seja, a qualidade atende ou supera as expectativas do cliente.

b. Qualidade - Visão do Profissional

Verifica se o serviço atende às necessidades do cliente, de acordo com que o foi definido pelos profissionais, e se estes cuidam e realizam corretamente as técnicas e procedimentos que julgam ser necessários e adequados para atender às necessidades dos clientes sem dar muito peso às preferências do cliente. Isto vai de encontro com a visão de que a qualidade está em conformidade com as

especificações, no entanto tais especificações não são definidas pelos profissionais ou por organizações profissionais.

c. Qualidade - Visão do Gestor

Está preocupada com o uso mais eficiente e produtivo dos recursos para atender as necessidades dos consumidores dentro de limites e diretrizes fixadas pela autoridade superior. As idéias de eficiência e produtividade refletem a visão de qualidade da gestão.

Chelladurai e Chang (2000) ressaltam que apesar de diferentes sujeitos serem considerados avaliadores da qualidade, as três visões apresentadas podem ser complementares entre si, especialmente quando se considera o serviço completo, sendo concebido como um conjunto de objetivos e processos sequenciais.

3.2.3 Qualidade nos serviços de atividade física

O estudo da qualidade em serviços no âmbito da atividade física e do esporte tem sido limitado em termos de número de estudos e de seu alcance. Os estudos a esse respeito estão centrados na identificação de dimensões da qualidade em serviços específicos - serviços de fitness, serviços de lazer, serviços de recreação (CHELLADURAI, 2014; p. 381).

Da mesma forma, diferentes modelos têm sido desenvolvidos no sentido de se construir instrumentos que permitam a avaliação da qualidade desse tipo de serviço.

No tópico a seguir são apresentados os principais modelos clássicos de avaliação da qualidade, bem como os modelos desenvolvidos especificamente para a avaliação de programas e serviços de atividades físicas e esportivas.

3.3 Modelos conceituais e instrumentos de avaliação da qualidade

A necessidade de empreender esforços em relação à mensuração da qualidade nos serviços prestados está cada vez mais acentuada. Nesse sentido, ao longo do tempo, diversos pesquisadores têm dedicado esforços nesta área, buscando aprimorar a conceituação e desenvolver técnicas de medição da qualidade do serviço prestado. Um dos precursores nessa direção foi Grönroos (1984), que desenvolveu um dos primeiros modelos para mensuração da qualidade

em serviços.

Um ano mais tarde, Parasuraman et al. (1985) também propuseram um modelo para a medição de qualidade do serviço. Alguns anos depois, Parasuraman et al. (1988) complementaram seu modelo com um instrumento denominado SERVQUAL, baseado na avaliação de dimensões da qualidade para serviços (PARASURAMAN et al., 1991). A partir de então, vários autores têm se dedicado a esse campo de pesquisa, seja aperfeiçoando os modelos existentes, propondo outros modelos, ou comparando-os.

No Brasil, em 1992, foi criado o Prêmio Nacional da Qualidade – PNQ para divulgar um modelo de classe mundial aproveitando experiências bem sucedidas de outros países sob a administração da então denominada Fundação para o Prêmio Nacional da Qualidade, hoje Fundação Nacional da Qualidade (FNQ) (FND, 2016). A FNQ tem como missão disseminar e atualizar Modelo de Excelência da Gestão® (MEG) associado ao PNQ.

O Modelo de Excelência da Gestão® tem como principal característica o fato de ser um modelo sistêmico, não prescritivo, direcionado aos resultados dos negócios e permite a medição do grau de maturidade da gestão (FNQ, 2008).

A implementação do MEG se deu através do desdobramento de seus fundamentos em oito critérios capazes de expressar a lógica de um negócio. São eles: liderança, estratégia e planos, clientes, sociedade, informações e conhecimento, pessoas, processos e resultados (FNQ, 2008).

Como podemos observar a partir do breve histórico apresentado, atualmente, diversos modelos de avaliação da qualidade de serviços estão disponíveis. A seguir, apresentamos em detalhes o modelo SERVQUAL que, além de ser a primeira grande referência em termos de instrumento, também serviu de base para a elaboração de diversos outros modelos de avaliação da qualidade em diversas áreas, inclusive na área de gestão da qualidade de serviços esportivos e de fitness.

Um dos modelos aplicado à área de atividade física que tem como base o SERVQUAL é o SQFS (Scale of Quality in Fitness Services - SQFS) desenvolvido por Chang e Chelladurai (2003) que foi o instrumento de referência para o desenvolvimento dessa pesquisa.

3.3.1 SERVQUAL

O SERVQUAL é um instrumento composto por uma escala de itens que tem por finalidade medir a qualidade do serviço percebida pelos clientes (PARASURAMAN et al., 1985).

Os construtos teóricos que deram origem ao SERVQUAL foram derivados da literatura de marketing e comportamento organizacional e se referem a uma compreensão da qualidade de serviços considerando as lacunas relacionadas à qualidade do serviço (Gap 1 a 4 na Figura 2) e na tomada de medidas corretivas para garantir uma prestação de serviço de alta qualidade (PARASURAMAN et al, 1988). De acordo com os autores, a escala SERVQUAL operacionaliza e mede a qualidade do serviço a partir de cinco dimensões distintas: tangibilidade, confiabilidade, presteza (capacidade de resposta), segurança e empatia. As pontuações atribuídas a estas dimensões podem ser vistas como indicadores do construto da qualidade percebida do serviço. Da mesma forma, as medidas dos construtos teóricos que afetam cada lacuna (gap) podem ser vistas como indicadores de tais lacunas. O gap, ou diferença entre a expectativa e o desempenho, é uma medida da qualidade do serviço em relação a uma característica específica.

Os autores definem os 4 GAPs da qualidade de serviço da seguinte forma:

- Gap 1 - Diferença entre as expectativas dos clientes e a percepção dos gestores. Pode ser mensurada através da seção de administração de expectativas da escala SERVQUAL a um conjunto de gestores, comparando em seguida com os escores dos clientes obtidos a partir do mesmo instrumento.
- Gap 2 - Diferença entre as percepções dos gestores em relação às expectativas de clientes e as especificações da qualidade de serviços. Pode ser operacionalizada por meio de questionários aplicados aos gestores que medem o grau em que a organização estabelece padrões afim de atingir tais expectativas.
- Gap 3 - Diferença entre as especificações da qualidade do serviço e a prestação do serviço. Pode ser avaliada por meio de questionários aos funcionários que avaliam sua capacidade percebida de realizar uma entrega de acordo com os padrões estabelecidos.

- Gap 4 - Diferença entre a prestação de serviços e o que é comunicado sobre a prestação para os clientes, também envolve as percepções dos funcionários a respeito do que eles entregam em comparação com a comunicação externa do que pretendem entregar.

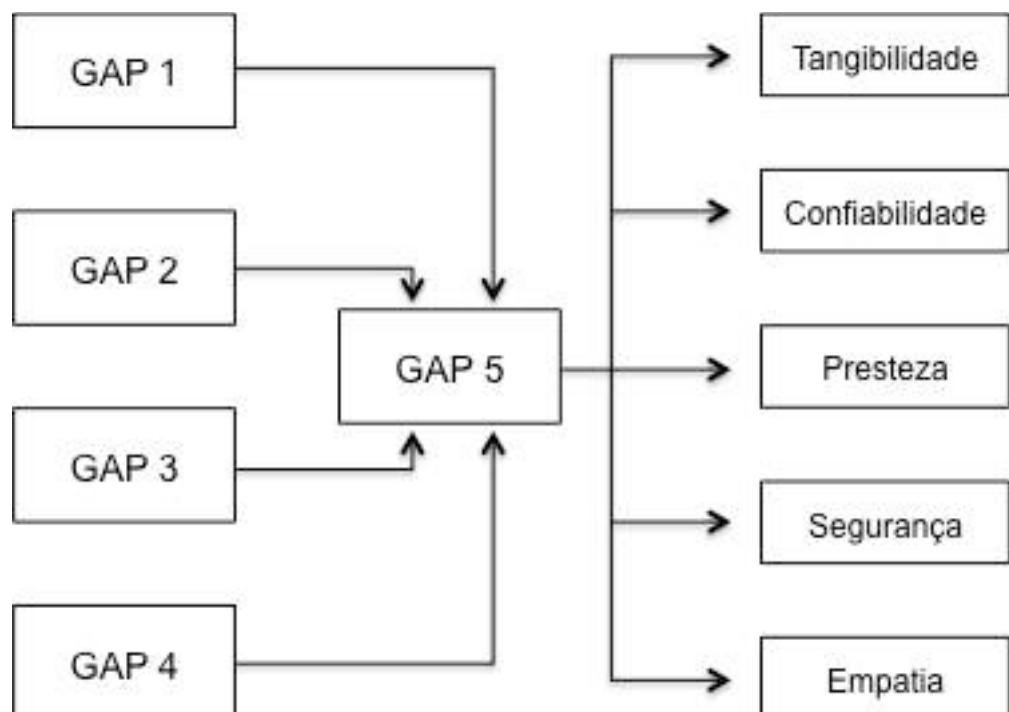
A percepção sobre a qualidade dos serviços depende de como os clientes percebem o real desempenho do serviço, a partir de suas próprias expectativas. Assim, o gap 5 consiste na diferença entre a expectativa do cliente e a sua percepção do serviço.

Tal percepção de qualidade dos serviços, do ponto de vista do cliente (Gap 5), depende da direção e magnitude das seguintes discrepâncias: gap 1, gap 2, gap 3 e gap 4, acima conceituadas e associadas com projeto, marketing e prestação de serviços em uma organização.

A escala SERVQUAL (ou uma adaptação da mesma) pode ser utilizada para medir o Gap 5 (PARASURAMAN et al., 1991).

A Figura 2 apresenta um modelo resumido adaptado do modelo estendido desenvolvido por Parasuraman et al. (1985) da qualidade do serviço, mostrando as relações entre as lacunas e a qualidade percebida do serviço.

Figura 2: Influência dos GAPs na Percepção da Qualidade dos Serviços



Fonte: Adaptado de PARASURAMAN et al. (1991).

Parasuraman et al. (1985) constataram que os clientes utilizam os mesmos critérios para avaliarem a qualidade do serviço, independente do tipo de serviço oferecido através da realização de um estudo de grupo focal. Estes critérios foram agrupados em 10 categorias denominadas de dimensões da qualidade. Tais dimensões representam os fatores críticos da prestação de um serviço, que podem causar a diferença entre expectativa e desempenho.

Tomando como base as dez dimensões da qualidade dos serviços, desenvolveram o questionário SERVQUAL, utilizando as diversas ocorrências de satisfação por meio do modelo gap, apresentado anteriormente (PARASURAMAN et al., 1988).

Foram identificados inicialmente 97 itens, distribuídos pelas 10 dimensões da qualidade, capazes de caracterizar as percepções de qualidade. A escala ou conjunto de 97 itens, relativos à expectativa, e 97 itens relativos à percepção de qualidade foi refinada, em três estágios, coletando-se dados de 200 respondentes adultos igualmente divididos entre homens e mulheres.

Cada item inicial foi refeito no formato de duas declarações. Uma fazia referência à expectativa do serviço e a outra à percepção de qualidade da empresa em questão. Aproximadamente metade dos itens foi escrita no formato afirmativo e a outra metade, negativamente, tendo seus valores de escala Likert invertidos. Este questionário está representado no ANEXO A.

Dessa forma, o modelo SERVQUAL se destaca pela preocupação em compreender e considerar a visão do cliente. Além disso, Parasuraman et al. (1985) constataram que os clientes utilizam os mesmos critérios para avaliarem a qualidade do serviço independente do tipo de serviço oferecido, o que permitiria que esse modelo seja adaptado e utilizado em outras áreas. Tal adaptação se faz necessária já que se trata de um modelo genérico que não mede as dimensões específicas de um ramo de atividade.

Zeithaml et al. (1990) realizaram um estudo com gestores de indústrias de serviço utilizando o SERVQUAL e os resultados demonstraram que as percepções dos gestores sobre o que os clientes esperam em relação à qualidade do serviço, de uma maneira geral, estavam alinhadas com o que os clientes realmente esperavam. Os gestores entenderam que os clientes esperavam cortesia, poucos erros durante a prestação de serviços e ter os seus interesses colocados em primeiro lugar. No

entanto, apesar desta compreensão básica, algumas diferenças entre as expectativas dos clientes e a compreensão dos gestores sobre a importância das expectativas dos clientes também foram observadas. Como por exemplo, os clientes de um banco elegeram a segurança como o aspecto de maior importância para determinar a qualidade do serviço da entidade. Por outro lado, os gerentes do banco tinham a percepção de que a agilidade no atendimento e fornecer um serviço rápido, era o mais importante para os clientes determinarem a qualidade do serviço prestado. Essa percepção equivocada das expectativas dos clientes pela administração e liderança foi classificada como Gap 1 pelos autores. Quando os erros de percepção dos líderes de uma organização ocorrem, pode se desencadear uma cadeia de decisões ruins e alocações não eficientes de recursos que resultam em percepções negativas em relação à de Qualidade de serviço.

Pesquisadores da área de educação física e esporte desenvolveram uma pesquisa em que aplicaram o modelo SERVQUAL com o objetivo de avaliar o esporte como um serviço, enquanto atividade extracurricular em uma instituição de ensino, considerando a opinião dos pais (responsáveis pelo pagamento do serviço) (ROCCO DE OLIVEIRA et al., 2015). Os resultados apontaram a necessidade de melhorias quanto a qualidade do serviço oferecido e concluiu-se que o SERVQUAL pode ser útil para os profissionais de educação física que coordenam atividades esportivas extracurriculares.

Como se pode observar, o modelo SERVQUAL é adaptável a diferentes realidades. Além disso, o desenvolvimento do modelo baseado nos GAPs vai de encontro aos pressupostos desse estudo de que é importante que clientes, gestores e prestadores de serviços tenham percepções similares em relação a qualidade de um serviço, no entanto, diferenças nas percepções de tais grupos poderiam ser observadas e deveriam ser ajustadas a fim de garantir a qualidade do serviço e satisfação do cliente. Esse aspecto já é considerado na apresentação do GAP 1, que destaca a diferença entre as expectativas dos clientes e a percepção dos gestores, cujas opiniões foram comparadas a partir da análise das respostas ao instrumento SERVQUAL administrado aos dois grupos (ZEITHAML; PARASURAMAN; BERRY, 1990) - estratégia similar que se pretende utilizar no presente trabalho.

3.4 Modelos e instrumentos de avaliação da qualidade em serviços de atividade física, esporte e lazer

Apesar do estudo da qualidade em serviços de atividade física e esportes ainda ser uma abordagem recente, diferentes modelos têm sido desenvolvidos no sentido de se construir instrumentos que permitam a avaliação da qualidade desse tipo de serviço.

A literatura a respeito da qualidade em serviços de atividades físicas (*fitness*), segundo Polyakova, Mirza e Jackson (2012), pode ser dividida em duas vertentes: o desenvolvimento de escalas para medir a qualidade dos serviços e a avaliação da qualidade dos serviços propriamente dita. De acordo com os autores, a literatura relativa à qualidade em serviços de atividades físicas e esportes ainda é escassa, no entanto, se observa que estudos relacionados com o desenvolvimento de escalas é mais expressivo em relação ao número de publicações em comparação com as investigações na segunda área - a avaliação da qualidade do serviço em centros de fitness, atividades físicas e esporte.

Chelladurai et al (1987) foram os pioneiros na área e propuseram uma escala de mensuração da qualidade de serviços em centros de *fitness*. A partir do modelo SERVQUAL, os pesquisadores identificaram cinco dimensões de serviços de fitness que podem ser mensuradas e criaram a partir dessas dimensões a escala de Atributos de Serviços de Academias (SAFs).

Essas dimensões são: consumidor primário, bens, instalações e produtos primários; serviços secundários e profissionais. As primeiras dimensões refletem os serviços básicos, enquanto as duas últimas refletem o contexto.

Ainda na década de 1990, Howat et al. (1996) desenvolveram o instrumento denominado Centro de Gerenciamento Ambiental e de Lazer - Qualidade de Serviço ao Cliente (Centre for Environmental and Recreation Management - Customer Service Quality) que se constitui numa escala para medir quatro dimensões de serviços em centros de esporte e lazer. Essas dimensões são: (a) serviços essenciais, incluindo informações sobre o programa, a natureza das atividades, conforto e facilidade, valor monetário percebido, e qualidade dos equipamentos; (b) qualidade dos funcionários, incluindo a capacidade de responsividade dos funcionários, e o seu nível de conhecimento; (c) instalação geral, incluindo

segurança no estacionamento, e limpeza; e (d) os serviços secundários, incluindo comidas e bebidas, e espaços reservados às crianças.

Ainda no início dos anos 90, procurando suprir a necessidade de uma medida de avaliação da qualidade de serviços específica de serviços de recreação, MacKay e Crompton (1990) modificaram SERVQUAL no sentido de este instrumento poder ser aplicado nestes contextos. Os autores concluíram que, neste contexto específico, a qualidade de serviços pode ser descrita por quatro, em vez das cinco dimensões originais – confiança, segurança, receptividade e tangibilidade –, tendo o instrumento final, denominado RECQUAL, 25 itens que corporizam as quatro dimensões referidas. Os pesquisadores realizaram as coletas no Canadá e as explicações para a diferença nas dimensões foi atribuída às diferenças no tipo de serviços, setor e culturais.

Lam, Zhang e Jesen (2005) questionaram os procedimentos estatísticos adotados na construção dos instrumentos de avaliação da qualidade no sector de *fitness*, por esse motivo, resolveram formular um modelo multidimensional de qualidade de serviço para identificar os construtos que foram utilizados para determinar a qualidade de serviço percebida dos clubes de saúde-fitness. Desenvolveram então uma escala de avaliação da qualidade do serviço (SQAS) para avaliar a qualidade do serviço de *fitness centers*. Através de uma revisão da literatura, observações de campo, entrevistas, aplicação modificada da técnica Delphi e um estudo piloto, foi formulada uma escala preliminar com 46 itens. A escala preliminar foi administrada aos clientes de centros de fitness. Seis dimensões foram identificadas: Equipe, Programa, Vestiário, Instalação Física, Instalação de Treinamento e Assistência à Criança. O instrumento final resultou em 31 itens divididos entre as 6 seis dimensões.

No caso de instalações de eventos esportivos, Wakefield et al. (1995) mostraram que o contexto em que os serviços são fornecidos para o público (os estádios são os mais citados neste contexto) é em si um preditor significativo de lealdade do fã ou espectador. O modelo "Sportscape", denominação adotada pelos autores, é composto pelas seguintes dimensões, incluindo: acesso ao estádio e estacionamento; estética e limpeza; qualidade do placar; conforto dos assentos; acessibilidade; alocação de espaço; sinalização; serviços de alimentação, e controle da ventilação. Os itens listados por esses autores não apresentam muita influência sobre o serviço central da organização, a competição atlética. No entanto, segundo

os autores, esses elementos inseridos no contexto do serviço constituem o "valor agregado" ao espetáculo esportivo.

Recentemente, Yamaguchi et. al (2015) desenvolveram uma escala de avaliação da qualidade de serviços de eventos esportivos (Scale of Service Quality at Sport Fan Events - SSQSFE). Para isso, desenvolveram uma escala conceitual de atributos especificamente criada para mensurar a percepção dos consumidores a partir de três estudos experimentais que incluiram a realização de grupo focal, um estudo piloto e a aplicação de uma survey. Os dados foram coletados no Japão, durante o Kobelco Rugby Festival em 2011, contando com a participação de 244 consumidores.

No âmbito do esporte, Kim e Kim (1995) desenvolveram o instrumento intitulado Qualidade e Excelência em Centros Esportivos (Quality Excellence of Sports Centers - QUESC). Com base na revisão da literatura e nos resultados obtidos a partir da realização de avaliação por grupos focais, os pesquisadores geraram 45 itens para avaliar a qualidade do serviço em centros de esporte na Coréia do Sul. Os autores mediram a conveniência dos itens, bem como a entrega do serviço indicado pelos itens (isto é, desempenho percebido). Neste instrumento 11 dimensões foram identificadas: atitude dos funcionários, comprometimento dos funcionários, programas oferecidos, ambiente, disponibilidade de informações, atenção às opiniões individuais, preço, privilégios, facilidade de comunicação, estímulos e conveniência. O instrumento incluiu a comparação entre o valor pago pelo serviço e o que se recebe de fato, considerando que este também é um critério que pode ser utilizado para avaliar um determinado serviço. Papadimitrious e Karteroliotis (2000) desenvolveram uma pesquisa utilizando o instrumento QUESC em centros de fitness gregos e os seus resultados não confirmaram a estrutura fatorial desse instrumento na realidade grega. Por esse motivo, os autores sugeriram que sejam consideradas as quatro dimensões: instrutor, qualidade, atratividade e funcionamento da instalação, disponibilidade e entrega do serviço e outros serviços. Josinkas, Reklaitiene e Svakzdiene (2013) também utilizaram o instrumento QUESC, em conjunto com os instrumentos SQAS e SERVQUAL um estudo de avaliação da qualidade em centros de fitness e concluíram que esses modelos são complementares possuem critérios específicos de qualidade que podem ser utilizados para oferecer informações e avaliar a qualidade em centros de fitness.

McDonald et al. (1995) também discutiram a qualidade do serviço no âmbito do esporte profissional. Os autores desenvolveram a escala TEAMQUAL, que é composta por 39 itens que se enquadram nas cinco dimensões identificadas no SERVQUAL - tangibilidade, confiabilidade, presteza, segurança e empatia (PARASURAMAN et al., 1991), tendo como objetivo avaliar a qualidade do serviço em equipes de esportes profissionais. Desta forma, as dimensões que compõe o instrumento se baseiam na ideia de que as decisões de qualidade são fundamentadas na diferença entre as expectativas e as percepções dos clientes.

Como se nota, o SERVQUAL serviu como norteador no desenvolvimento de diversos outros instrumentos aplicados a diferentes realidades. Nos anos 90, algumas críticas foram direcionadas ao instrumento SERVQUAL, amplamente utilizado na elaboração de diversos instrumentos discutidos anteriormente, considerando sua aplicação do mesmo inadequada à indústrias específicas.

A partir das críticas ao modelo SERVQUAL apontadas em diferentes estudos, Chang e Chelladurai (2003) propuseram uma nova escala para a análise de qualidade em centros de fitness (Scale of Quality in Fitness Services - SQFS) que foi baseada nos seguintes instrumentos: SERVQUAL, RECQUAL, SAFS e QUESC. Esse esquema é baseado na perspectiva de sistemas, e considera as dimensões em três estágios: no estágio inicial, três dimensões - comprometimento na gestão da qualidade de serviço, desenvolvimento do clima de serviço e o planejamento do serviço principal; no estágio de interações, cinco dimensões - interações interpessoais entre os funcionários; interações entre os funcionários e as tarefas a serem realizadas; ambiente físico; contato com outros clientes, e antecipação de falhas no serviço; e no estágio final, uma dimensão - a qualidade percebida do serviço.

3.4.1 SQFS

A Escala de Qualidade em Serviços de Fitness (Scale of Quality in Fitness Services - SQFS) é um instrumento que tem por finalidade servir como ferramenta de diagnóstico que permite aos gestores determinar as áreas do serviço que apresentam pontos fracos ou que precisam de maior atenção (CHELLADURAI et al., 2003).

Para compor alguns itens desta escala foram consideradas outras escalas já existentes, como: o SERVQUAL (PARASURAMAN et al. 1988), RECQUAL que mede a qualidade em serviços recreativos (MACKAY;COMPTON, 1990; CROMPTON et al., 1991), na Escala de Atributos de Serviços de Fitness (SAFS) (CHELLADURAI et al, 1987) e instrumento intitulado Qualidade e Excelência em Centros Esportivos (Quality Excellence of Sports Centers - QUESC) (KIM;KIM, 1995) e alguns itens foram gerados pelos próprios pesquisadores.

Um painel de especialistas composto por especialistas em fitness ($n = 15$) e membros do corpo docente da universidade ($n = 4$) foi realizado para avaliar a validade de conteúdo dos itens para as diferentes dimensões. Com base nas recomendações do painel de especialistas, o instrumento foi revisado e a Escala de Qualidade em Serviços Fitness (SQFS) passou a ser composta por 79 itens. Na etapa seguinte, os itens foram organizados em um questionário, que utilizou um formato de resposta por pontos (escala de Likert) que variavam de 1 a 7, sendo que 1 correspondia à "discordo totalmente" ou "muito falso" ou "nunca" e 7 "concordo totalmente" ou "muito verdadeiro" ou "sempre".

Esta versão do instrumento foi aplicada a 20 alunos que tinham tido experiências em centros de fitness, como sócios ou funcionários. Os alunos responderam aos itens e, em seguida, fizeram comentários sobre a facilidade para responder aos itens e sua clareza. O final desse processo resultou em uma escala composta por 71 itens que refletiam a qualidade em serviços de fitness a partir de nove dimensões especificadas a seguir:

- a. Clima do Serviço
- b. Gerenciamento comprometido com a Qualidade do Serviço
- c. Programas
- d. Interações Interpessoais
- e. Interações das Tarefas
- f. Ambientes Físicos
- g. Falha no Serviço e Reestabelecimento
- h. Qualidade Percebida do Serviço (CHELLADURAI et al., 2003).

Yildiz (2011) aponta uma limitação ao instrumento SQFS: o fato de apenas especialistas e gestores de fitness terem participado da identificação dos atributos de qualidade do serviço, não contando com a participação e opinião dos clientes nesta elaboração.

No entanto, por considerar em sua elaboração os alvos, avaliadores e padrões da qualidade - descritos anteriormente como importantes fatores para a realização da avaliação da qualidade de serviços -, bem como por se tratar de um instrumento aplicado à realidade de centros de fitness que promovem programas de atividade física, optamos por esse modelo com sua validação para o português como o mais adequado para nortear esse trabalho no que diz respeito a nos auxiliar na comparação das visões do gestor, do praticante e do instrutor em relação à qualidade do serviço prestado, de acordo com os objetivos da presente pesquisa que é verificar quais dimensões determinam a qualidade de serviços e programas de atividades físicas de acordo com a visão de clientes, gestores e instrutores.

Apesar da existência de alguns instrumentos que têm por finalidade a avaliação da qualidade de serviços e programas de atividade física, como é o caso do SQFS, estes não consideram, a princípio, a visão dos três sujeitos que participam do processo - gestor, instrutores, praticantes. Portanto, seriam necessárias algumas adaptações para que ele possa ser aplicado aos três grupos em questão.

Desta forma, a partir da revisão de literatura realizada, se constatou uma lacuna na literatura no que diz respeito a considerar as visões desses três sujeitos. Tal fato indica a necessidade de um instrumento que possa ser aplicado aos diferentes grupos de avaliadores e seja capaz de considerar e comparar a opinião dos mesmos, justificando assim a realização do presente trabalho, cujo objetivo principal é determinar as dimensões da qualidade em serviços e programas de atividades físicas, na visão dos gestores, instrutores e praticantes.

4. METODOLOGIA

4.1 Tipo de pesquisa

Para atingir os objetivos propostos, a presente pesquisa se caracteriza como exploratória e descritiva. De acordo com Andrew, Pedersen e Mcevoy (2011), a pesquisa exploratória aplica-se ao contexto do presente estudo pois tem por finalidade identificar maiores informações sobre um determinado assunto, averiguando a existência de relações entre os elementos. No caso dessa pesquisa, as opiniões manifestadas em diferentes grupos: gestores, instrutores e clientes a respeito das dimensões que determinam a qualidade de serviços e programas de atividade físicas. Uma pesquisa descritiva é aquela que expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno sem que haja manipulação dos fatos observados (CERVO et al., 2007).

A pesquisa também caracteriza-se como quantitativa, devido à natureza mensurável das dimensões da qualidade aplicadas no contexto dos programas de atividade física, além da utilização de um instrumento baseado em questões fechadas, envolvendo coleta de dados que foram submetidos à análises estatística e posterior interpretação.

4.2 Delineamento do estudo

A validação de instrumentos de medida originou-se no campo de estudos de psicologia, atualmente denominados estudos de Psicometria (PASQUALI, 2003). Tem sido largamente adotada em diferentes áreas de investigação (ALEXANDRE; COLUCI, 2011) e quanto a validade de conteúdo em áreas como Saúde (DUPIM; RIBEIRO; ALVES, 2016), Enfermagem (GUIMARÃES; HADDAD; MARTINS, 2015), Esporte (SILVA et al., 2014).

De acordo com Raymundo (2009), validar é mais do que demonstrar o valor de um instrumento de medida, é um processo de investigação. A autora considera ainda que a validade de um instrumento se inicia no processo da sua construção e continua em todo o processo de elaboração/adaptação, aplicação, correção e interpretação dos resultados.

Para o delineamento da presente pesquisa, utilizamos como base teórica as diretrizes do estudo de Alexandre e Coluci (2011) que realizaram uma revisão sistemática de estudos sobre a validade de conteúdo nos processos de construção e adaptação de instrumentos de medidas. Os autores indicam a porcentagem de concordância e o Índice de Validade de Conteúdo (IVC) como procedimentos a serem considerados por pesquisadores e profissionais da área de saúde no estudo de medidas e instrumentos confiáveis e apropriados para determinada população. Dessa forma, o presente estudo foi composto por duas etapas: adaptação do instrumento e aplicação do instrumento, descritas no item 4.3.

4.3 Instrumentos e etapas da pesquisa

4.3.1 Instrumento

A Escala de Qualidade em Serviços de Fitness (Scale of Quality in Fitness Services - SQFS) é um instrumento que tem por finalidade servir como ferramenta de diagnóstico que permite aos gestores determinar as áreas do serviço que apresentam pontos fracos ou que precisam de maior atenção. A escala é composta por nove dimensões, subdivididas em itens, as dimensões são especificadas abaixo:

- a. Clima do Serviço
- b. Gerenciamento comprometido com a Qualidade do Serviço
- c. Programas
- d. Interações Interpessoais
- e. Interações das Tarefas
- f. Ambientes Físicos
- g. Falha no Serviço e Reestabelecimento
- h. Qualidade Percebida do Serviço (CHELLADURAI et al., 2003).

Tendo em vista que o SQSF considera em sua elaboração os alvos, avaliadores e padrões da qualidade descritos anteriormente como importantes fatores para a realização da avaliação da qualidade de serviços, bem como por se tratar de um instrumento aplicado à realidade de centros de fitness que promovem programas de atividade física, optamos por utilizar esse instrumento, em sua versão com validação para o português, SQFSp (FERREIRA;DIAS;FONSECA, 2015).

A versão SQFSp se revelou a mais adequada para nortear esse trabalho. Ferreira, Dias e Fonseca (2015) realizaram a tradução do instrumento original (SQSF) para o português (Portugal) com o objetivo de adaptar o intrumento para a avaliação da qualidade, satisfação e fidelização de clientes em centros de fitness em Portugal. Os autores realizaram a revisão do instrumento (que inicialmente continha 71 itens), o qual foi reduzido no sentido de uniformizar e diminuir o número de itens por dimensão (cinco itens por dimensão). Apenas os itens-chave e os considerados essenciais foram considerados, passando o novo instrumento, o SQFSp, em sua fase inicial, a ser composto por 45 itens, distribuídos nas mesmas 9 dimensões (Clima do Serviço; Gerenciamento comprometido com a Qualidade do Serviço; Programas; Interações Interpessoais; Interações das Tarefas; Ambientes Físicos; Falha no Serviço e Reestabelecimento e Qualidade Percebida do Serviço) que compõem o instrumento original SQFS. Realizada a avaliação das suas propriedades psicométricas (fiabilidade e validade) o intrumento final foi composto por 36 itens, avaliados através de uma Escala Likert de variação de 1 a 7.

Sendo assim, o instrumento SQFSp demonstrou permitir sua adaptação para aplicação em relação às visões do gestor, do praticante e do instrutor quanto a qualidade do serviço prestado, de acordo com os objetivos da presente pesquisa que é construir e validar um instrumento que permita verificar quais dimensões determinam a qualidade de serviços e programas de atividades físicas de acordo com a visão de clientes, gestores e instrutores.

4.3.2 Etapas da pesquisa

O procedimento adotado incluiu 2 etapas. A Etapa 1 corresponde à adaptação e construção do instrumento e foi composta por 4 fases: fase A (Adaptação), fase B (Avaliação por especialistas), fase C (Avaliação da Validade de Conteúdo) e fase D (Elaboração do instrumento final). A Etapa 2 corresponde à Aplicação e Validação prática do instrumento.

ETAPA 1

Adaptação e construção do instrumento

Fase A – Adaptação

A primeira fase compreendeu a adaptação das dimensões do instrumento SQFSp (ANEXO B), versão adaptada para o Português (Portugal) (FERREIRA; DIAS; FONSECA,2015).

Nesta fase, foi realizado o ajuste semântico dos itens do questionário a fim de adequar a linguagem para a realidade brasileira já que o instrumento original foi construído na língua portuguesa (Portugal). Além disso, o instrumento SQFSp foi desenvolvido para ser respondido apenas pelos clientes, portanto todos os itens foram adaptados pela pesquisadora no sentido de que pudessem ser compreendidos e respondidos por indivíduos dos três grupos (gestores, instrutores e clientes).

Fase B – Avaliação por especialistas

A segunda fase foi composta pela avaliação do instrumento por especialistas e pesquisadores da área.

Participaram da avaliação do instrumento seis especialistas. Esse número foi definido a partir das diretrizes do estudo de Alexandre e Coluci (2011). Os avaliadores selecionados foram: especialistas em programas de atividades físicas, professores e pesquisadores (doutores e doutorandos) da área de Educação Física e Esporte. Os especialistas receberam um convite e uma carta explicativa (ANEXO C) da pesquisa por e-mail em 23 de Maio de 2016. Após o aceite para participar como membro do comitê de juizes da pesquisa, receberam o link contendo o Instrumento adaptado bem como o instrumento original (SQFSp) para efeitos de comparação e verificação das adaptações realizadas. Os avaliadores receberam um prazo de 20 dias para avaliar o instrumento. Foi solicitado que os especialistas avaliassem os seguintes aspectos:

- 1) Pertinência de conteúdo - O item é apropriado (sim ou não)
- 2) Clareza dos itens - através de Escala Likert de 1 a 4, em que 1 não claro à 4 muito claro

Cada especialista realizou a análise dos itens individualmente, através do instrumento *online*, e o mesmo continha os procedimentos para realizar a avaliação do conteúdo e clareza, bem como orientações de preenchimento (ANEXO D).

Fase C – Avaliação da validade do conteúdo

Após a devolutiva dos especialistas, a fim de quantificar o grau de concordância entre os especialistas durante o processo de avaliação de conteúdo do instrumento, foram realizados os cálculos de relativos a Porcentagem de Concordância e o Índice de Validade de Conteúdo (IVC) (ALEXANDRE; COLUCI, 2011).

- Porcentagem de Concordância

É o método empregado para calcular a porcentagem de concordância entre os juízes. É a medida mais simples de concordância interobservadores. Esse método foi utilizado para mensurar o grau de concordância entre os especialistas a respeito da pertinência do conteúdo do Instrumento Adaptado.

Para cada um dos itens apresentados, os especialistas deveriam avaliar se a adaptação do item era apropriada ou não, comparando o Instrumento Adaptado com o original. Os especialistas escolhiam entre as opções “sim” ou “não.”

A seguinte fórmula foi utilizada para o cálculo da porcentagem de concordância entre os observadores:

$$\% \text{ de concordância} = \frac{\text{Número de participantes que concordaram}}{\text{Número total de participantes}} \times 100$$

Os itens considerados apropriados foram submetidos à uma segunda análise, que considerou o grau de clareza dos mesmos, através do cálculo do Índice de Validade de Conteúdo (IVC). Esse índice mede a proporção ou porcentagem de juízes que estão em concordância sobre determinados aspectos do instrumento e de seus itens. Este método emprega uma escala tipo Likert com pontuação de um a quatro.

Para avaliar a relevância/representatividade, as respostas incluiram: 1 = não claro, 2 = pouco claro, 3 = bastante claro, 4 = muito claro. O escore do índice é

calculado por meio da soma de concordância dos itens que foram marcados por “3” ou “4” pelo número de respostas dos especialistas:

$$IVC = \frac{\text{Número de respostas “3” ou “4”}}{\text{Número total de respostas}}$$

Os seguintes critérios foram utilizados para a validação e construção do instrumento final:

- 1) Itens com porcentagem de concordância acima de 90% foram mantidos
- 2) Itens com porcentagem de concordância entre 70% e 90% foram mantidos e sujeitos a reformulação de acordo com as sugestões dos especialistas
- 3) Itens com porcentagem de concordância abaixo de 70% foram excluídos
- 4) Itens com porcentagem de concordância acima de 90% e IVC acima de 0,78 foram considerados aptos para compor o instrumento final e não sofreram nenhuma alteração
- 5) Itens com porcentagem de concordância entre 70% e 90% com IVC entre 0,78 e 0,66 foram reformulados de acordo com as sugestões dos especialistas
- 6) Itens com porcentagem de concordância entre 70% e 90% e com IVC abaixo de 0,66 foram excluídos

De acordo com o método proposto por Alexandre e Coluci (2011), itens abaixo de 90% de concordância e IVC abaixo de 0,78 devem ser automaticamente excluídos do instrumento. No entanto, para a finalidade desse estudo, houve a compreensão da necessidade de determinar uma faixa intermediaria (Porcentagem de concordância entre 70% e 90% e IVC entre 0,78 e 0,66) que permitisse considerar as alterações e sugestões dos especialistas justificando assim a permanência dos itens na composição do instrumento.

Fase D – Elaboração do instrumento

Após a obtenção dos resultados, as considerações relativas aos tópicos apontados pelos avaliadores foram analisadas e tomadas decisões em relação a exclusão e/ou adaptação semântica dos itens, concluindo a etapa de construção e validação do instrumento denominado SQFSbr (Scale of Quality in Fitness Services - versão brasileira) composto por 30 itens (APÊNDICE).

ETAPA 2

Aplicação e Validação Prática do Instrumento

A fim de testar a validade prática do instrumento SQFSbr, o mesmo foi aplicado à clientes, instrutores e gestores de serviços e programas de atividades físicas com o objetivo de avaliar a percepção dos sujeitos em relação a clareza das questões e do instrumento.

A dimensão do universo dos serviços e programas de atividade física no país torna a aplicação a todos os segmentos praticamente inviável. Dessa forma, para efeito dessa pesquisa, a amostra foi definida por conveniência, composta por 16 gestores, 15 instrutores e 16 clientes de programas e serviços de atividade física do município de São Paulo, totalizando 47 participantes.

Em relação ao tempo de atuação ou participação no programa ou serviço de atividade física: 52,1% dos respondentes participam ou atuam em programas ou serviços dessa natureza por 5 anos ou mais; 29,2% participam ou atuam por 3 a 5 anos; 10,4% por 1 a 3 anos; 6,3% por 6 meses a 1 ano e apenas 2,1% participam ou atuam em um programa ou serviço de atividades físicas por menos de 6 meses, o que configura uma amostra que em grande parte participa ou atua por mais de 5 anos ou de 3 a 5 anos em serviços ou programas de atividades físicas, conferindo um olhar experiente em relação a avaliação de tais serviços.

Ao serem questionados a respeito do tipo de atividade física ou programa em que atuam ou participam observamos que a maior parte dos participantes (60,4%) atuam ou participam de atividades físicas em academias de ginástica; 25% dos respondentes participam ou atuam em atividades físicas ao ar livre com assistência de profissional; 16,7% participam ou atuam em atividades físicas ao ar livre sem assistência de profissional; 14,6% frequentam ou atuam em clubes; 2,1% atuam em gestão na área publica ou marketing para atletas; 2,1% participam ou atuam em escolas, universidades, escola de dança, karatê, massoterapia e cross fit.

A aplicação do instrumento SQFSbr se deu através do envio do instrumento *online*, o qual os respondentes tiveram acesso no período de 02 à 12 de Janeiro. Os respondentes foram informados e esclarecidos a respeito dos objetivos do estudo, assinalaram sua concordância em participar da pesquisa antes de responder ao questionário (ANEXO E), apresentando a Carta de Informação ao Sujeito da Pesquisa e assinalando eletronicamente o aceite ao Termo de Consentimento

(ANEXO F), procedimento submetido e aprovado pelo Comitê de Ética da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo sob o número 54075616.7.0000.5391. Os itens relativos ao Aceite foram registrados em arquivo a fim de dirimir futuramente qualquer dúvida quanto a participação dos respondentes.

Aos respondentes foi solicitado também a inclusão de comentários positivos ou negativos a respeito da clareza e facilidade de responder ao instrumento.

Após a coleta de dados, foi realizada análise estatística das respostas recebidas com o objetivo de observar a possibilidade de alguma tendência de respostas similares ou diferentes entre os grupos. Para essa análise, foi utilizado o software SPSS versão 24, os dados foram apresentados em frequência e porcentagem e para a comparação entre os grupos foi utilizado o Teste Q ou teste de Cochran, que é uma forma de comparação estatística entre amostras e visa verificar se existem diferenças significativas entre elas.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1. Etapa 1 – Adaptação e validação construção do instrumento

A Etapa 1 teve como objetivo a adaptação e construção do instrumento e foi composta de 4 fases: adaptação dos itens do instrumento, avaliação dos especialistas e avaliação da validade de conteúdo e elaboração do instrumento final.

Na fase de adaptação foram realizados ajustes semânticos, tendo em vista a diferença de algumas expressões em relação aos termos empregados em Portugal e no Brasil

Os resultados da avaliação dos especialistas, que se deu através da análise das respostas recebidas na devolutiva dos especialistas, foram analisados através do cálculo das medidas de porcentagem de concordância e do Índice de Validade de Conteúdo (IVC) descritos na metodologia. Os resultados em relação ao cálculo das medidas de porcentagem de concordância estão apresentados na Tabela 1 .

Tabela 1: Porcentagem de concordância entre os especialistas sobre a adaptação dos itens (n=6)

ESCALA	ITEM	A adaptação do item é apropriada		
		SIM	NÃO	
Sub-escalas (dimensões)				
ESCALA DA QUALIDADE				
Compromisso da Gestão com o Serviço de Qualidade	ITEM 1	100%		
	ITEM 2	100%		
	ITEM 3	100%		
	ITEM 4	100%		
Clima do Serviço	ITEM 5	50%	50%	
	ITEM 6	100%		
	ITEM 7	83%	17%	
	ITEM 8	100%		
Desígnios da Essência do Serviço - Atividade	ITEM 9	100%		
	ITEM 10	83%	17%	
	ITEM 11	100%		
	ITEM 12	67%	33%	
Interacções Interpessoais	ITEM 13	100%		
	ITEM 14	100%		
	ITEM 15	100%		
	ITEM 16	100%		
Interação com as tarefas	ITEM 17	83%	17%	
	ITEM 18	100%		
	ITEM 19	67%	33%	
	ITEM 20	83%	17%	
Contato com o Ambiente Físico	ITEM 21	83%	17%	
	ITEM 22	100%		
	ITEM 23	100%		
	ITEM 24	100%		
Contato com Outros Clientes	ITEM 25	83%	17%	
	ITEM 26	83%	17%	
	ITEM 27	100%		
	ITEM 28	50%	50%	
Falhas no Serviço e Reestabelecimento	ITEM 29	100%		
	ITEM 30	83%	17%	
	ITEM 31	100%		
	ITEM 32	100%		
Percepção da Qualidade do Serviço	ITEM 33	83%	17%	
	ITEM 34	83%	17%	
	ITEM 35	100%		
	ITEM 36	100%		

Como especificado nos critérios apresentados na metodologia, ao utilizar o método de porcentagem de concordância, deve-se considerar como uma taxa aceitável de concordância de 90% entre os especialistas (ALEXANDRE: COLLUCI, 2011) Sendo assim, itens que apresentaram taxa entre 70% e 90% foram reformulados de acordo com as sugestões apresentadas pelos especialistas e itens que apresentaram taxa menor que 70% de concordância, foram excluídos do instrumento.

Os resultados obtidos da análise da primeira dimensão “Compromisso da Gestão com o Serviço de Qualidade” demonstraram unanimidade entre os especialistas. Todos os itens (item1; item2; item3 e item4) foram considerados apropriados resultando em porcentagens de concordância de 100%, portanto foram todos mantidos no instrumento e submetidos à segunda etapa de análise (IVC).

A segunda dimensão “Clima do Serviço”, apresentou discrepância entre as opiniões dos especialistas em dois itens: item 5, que apresentou taxa de concordância de apenas 50% e foi portanto excluído do instrumento, já que estava abaixo da taxa de concordância aceitável de 90% e também abaixo da zona de possíveis ajustes de 70%. O item 7 também ficou abaixo da taxa de concordância aceitável, apresentando porcentagem de concordância de 83%. No entanto, como o item ainda estava na zona que possibilitaria possíveis ajustes, foi mantido. Os itens 6 e 8 foram considerados apropriados por todos os especialistas, apresentando porcentagem de concordância de 100%, portanto foram mantidos no instrumento.

Em relação à terceira dimensão “Desígnios da Essência do Serviço – Atividade, os itens 9 e 11 apresentaram porcentagem de concordância de 100%, portanto foram mantidos. O item 10, apresentou porcentagem de concordância de 83% e também foi mantido, sujeito a possíveis ajustes. Já o item 12, apresentou porcentagem de concordância de 67%, abaixo da taxa de concordância aceitável de 90% e também abaixo da zona de possíveis ajustes de 70% por esse motivo foi excluído do instrumento.

Os resultados observados para a quarta dimensão “Interações Interpessoais” também demonstraram unanimidade entre os especialistas. Os itens 13, 14, 15 e 16 foram considerados apropriados resultando em porcentagens de concordância de 100% e foram mantidos no instrumento.

A quinta dimensão “Interação com as Tarefas” apresentou apenas um item com porcentagem de concordância de 100%, o item 18, que foi mantido no

instrumento. Os itens 17 e 20 apresentaram porcentagem de concordância de 83% e foram, portanto mantidos no instrumento, mas sujeitos à possíveis alterações após a segunda etapa de análises através do IVC. O item 19 resultou em porcentagem de concordância de 67%, sendo abaixo da taxa de concordância aceitável de 90% e também abaixo da zona de possíveis ajustes de 70% por esse motivo foi excluído do instrumento.

Na sexta dimensão “Contato com o Ambiente Físico”, os especialistas concordaram que três itens eram apropriados sendo eles os itens 22, 23 e 24, apresentando porcentagem de concordância de 100% e foram portanto mantidos no instrumento. O item 21, apresentou porcentagem de concordância de 83% e também foi mantido, sujeito a possíveis ajustes.

Em relação à sétima dimensão “Contato com outros Clientes”, os itens 25 e 26 apresentaram porcentagem de concordância de 83% e foram mantidos no instrumento, sujeito a possíveis ajustes. O item 27 apresentou porcentagem de concordância de 100% entre os especialistas portanto foi também mantido. No entanto, o item 28 foi excluído do instrumento por apresentar porcentagem de concordância de apenas 50% estando assim abaixo da taxa de concordância aceitável de 90% e também abaixo da zona de possíveis ajustes de 70%.

Nos resultados apresentados na oitava dimensão “Falhas no Serviço e Reestabelecimento”, os especialistas concordaram que três itens eram apropriados sendo eles os itens 29, 31 e 32, apresentando porcentagem de concordância de 100% e foram portanto mantidos no instrumento. O item 30, apresentou porcentagem de concordância de 83% e também foi mantido, sujeito a possíveis ajustes.

A nona e última dimensão que compõe o instrumento apresentou o seguinte resultado: os itens 33 e 34 apresentaram porcentagens de concordância de 83% e foram mantidos no instrumento, sujeitos a possíveis ajustes e os itens 35 e 36 foram considerados apropriados por todos os especialistas com porcentagem de concordância de 100%, dessa forma também foram mantidos.

Dessa forma, nesta primeira análise, o item 5 “Facilidade em realizar reservas, agendamentos, alterações de horário, remarcação de serviços ou aulas”; item 12 “Horário de funcionamento adequado às necessidades dos clientes”; item 19 “Atenção dos professores na realização de correções de erros cometidos pelos clientes durante a realização de atividade na Entidade” e item 28 “Preocupação

mútua com a segurança entre os clientes" apresentaram porcentagem de concordância abaixo de 70%, o que indica que os juízes não concordaram com a adequação desses itens e, portanto, foram excluídos do instrumento.

Os itens: 7, 10, 17, 20, 21, 25, 26, 30, 33 e 34 apresentaram porcentagem de concordância entre 70% e 90% e foram considerados apropriados e mantidos porém levou-se em consideração as alterações de acordo com as sugestões dos especialistas.

Os demais itens apresentaram porcentagem de concordância acima de 90%, portanto, foram considerados apropriados.

Finalizada essa primeira análise, os itens restantes, considerados apropriados, foram submetidos à segunda análise, em que se realizou a medida do IVC (Índice de Validade de Conteúdo), que considerou o grau de clareza dos mesmos.

Ao realizar a medida do IVC deve-se considerar o número de juízes (avaliadores). Conforme especificado na metodologia, essa pesquisa contou com a participação de 6 avaliadores. Para esse número de avaliadores recomenda-se uma taxa de IVC não inferior a 0,78. Dessa forma, os itens que apresentaram IVC acima de 0,78 foram considerados aceitáveis; os que apresentaram IVC entre 0,78 e 0,66 foram alterados, conforme sugestão dos especialistas, e os itens com IVC abaixo de 0,66 foram excluídos, conforme representado na Tabela 2.

Tabela 2: Índice de Validade de Conteúdo (IVC) – Classificação dos itens em relação à clareza (n=6)

ESCALA	ITEM	Frequência de respostas				IVC		
		Não Claro	Pouco Claro	Claro	Muito Claro			
Sub-escalas (dimensões)								
ESCALA DA QUALIDADE								
Compromisso da Gestão com o Serviço de Qualidade	ITEM 1		1		5	0.83		
	ITEM 2		1		5	0.83		
	ITEM 3			1	5	1		
	ITEM 4			1	5	1		
Clima do Serviço	ITEM 5	1	2		3	0.5*		
	ITEM 6		2		4	0.67*		
	ITEM 7	1	1		4	0.67*		
	ITEM 8		3	1	2	0.5*		
Desígnios da Essência do Serviço - Atividade	ITEM 9				6	1		
	ITEM 10	1			5	0.83		
	ITEM 11		1	1	4	0.83		
	ITEM 12	2			4	0.67*		
Interações Interpessoais	ITEM 13		1		5	0.83		
	ITEM 14			1	5	1		
	ITEM 15		1	1	4	0.83		
	ITEM 16			1	5	1		
Interação com as tarefas	ITEM 17		1	2	3	0.83		
	ITEM 18		1	1	4	0.83		
	ITEM 19		2	3	1	0.67*		
	ITEM 20		2		4	0.67*		
Contato com o Ambiente Físico	ITEM 21		3	1	2	0.5*		
	ITEM 22				6	1		
	ITEM 23		1	1	4	0.83		
	ITEM 24				6	1		
Contato com Outros Clientes	ITEM 25	1	1	1	3	0.67*		
	ITEM 26	1		2	3	0.83		
	ITEM 27	1	1	1	3	0.67*		
	ITEM 28	1	2		3	0.5*		
Falhas no Serviço e Reestabelecimento	ITEM 29				6	1		
	ITEM 30	1	1		4	0.67*		
	ITEM 31		1	3	2	0.83		
	ITEM 32		1		5	0.83		
Percepção da Qualidade do Serviço	ITEM 33				6	1		
	ITEM 34		1	1	4	0.67*		
	ITEM 35		1		5	0.83		
	ITEM 36				6	1		

Os resultados obtidos da análise do IVC da primeira dimensão “Compromisso da Gestão com o Serviço de Qualidade” demonstraram que todos os itens (item1; item2; item3 e item4) obtiveram IVC acima de 0.78 e foram, portanto, considerados claros e aptos a compor o instrumento final.

A segunda dimensão, “Clima do Serviço”, apresentou discrepância entre as opiniões dos especialistas em todos os itens, sendo que dois deles: item 5 e item 8 apresentaram IVC de 0.5, valor abaixo da taxa de IVC aceitável de 0.78 e também abaixo da faixa de tolerância entre 0.78 e 0.66 que permite alterações no item de acordo com as sugestões dos especialistas. Por esse motivo, ambos os itens foram excluídos do instrumento. Os itens 6 e 7 apresentaram IVC de 0.67, estando na faixa de tolerância entre 0.78 e 0.66, e foram mantidos no instrumento, porém sofreram alterações de acordo com as sugestões dos especialistas.

Em relação à terceira dimensão “Desígnios da Essência do Serviço – Atividade, os itens 9, 10 e 11 apresentaram IVC acima de 0.78 e, portanto, foram considerados aptos para compor o instrumento final sem sofrer alterações. Já o item 12 apresentou IVC de 0.67, abaixo do valor de IVC aceitável, e foi reprovado na primeira análise, portanto foi excluído do instrumento final.

Os resultados observados para a quarta dimensão “Interações Interpessoais” também demonstraram unanimidade entre os especialistas. Os itens 13, 14, 15 e 16 foram considerados claros e válidos resultando em IVC acima de 0.78 e foram mantidos definitivamente no instrumento sem sofrer alterações.

A quinta dimensão “Interação com as Tarefas” apresentou dois itens com IVC acima de 0.78, sendo eles os itens 17 e 18, que foram mantidos no instrumento, sem sofrer alterações. Os itens 19 e 20 apresentaram IVC de 0.67, portanto sujeitos à alterações de acordo com as sugestões dos especialistas. O item 19 foi excluído definitivamente do instrumento pois já havia sido reprovado na primeira análise. O item 20 foi mantido, no entanto sofreu alterações de acordo com as sugestões dos especialistas.

Na sexta dimensão “Contato com o Ambiente Físico”, os especialistas concordaram que três itens eram válidos sendo eles os itens 22, 23 e 24, apresentaram IVC maior que 0.78 e foram portanto considerados aptos para compor o instrumento final. O item 21, apresentou IVC de 0.5 valor abaixo da taxa de IVC aceitável de 0.78 e também abaixo da faixa de tolerância entre 0.78 e 0.66 que

permite alterações no item de acordo com as sugestões dos especialistas, por esse motivo, os itens foram excluídos permanentemente do instrumento.

Em relação à sétima dimensão “Contato com outros Clientes”, os itens 25 e 27 apresentaram IVC de 0.67 e por estar na faixa de tolerância entre 0.78 e 0.66, foram mantidos no instrumento, porém sofreram alterações de acordo com as sugestões dos especialistas. O item 27 apresentou IVC acima de 0.78 portanto foi considerado apto para compor o instrumento final, sem sofrer alterações. No entanto, o item 28 foi excluído definitivamente do instrumento por apresentar IVC de 0.5 abaixo da faixa de tolerância entre 0.78 e 0.66 que permite alterações no item de acordo com as sugestões dos especialistas.

Nos resultados apresentados na oitava dimensão “Falhas no Serviço e Restabelecimento”, os especialistas concordaram que três itens eram claros e válidos sendo eles os itens 29, 31 e 32, apresentando IVC acima de 0.78. Eles foram portanto mantidos no instrumento final, sem sofrer alterações. O item 30, apresentou IVC de 0.67 e também foi mantido, porém sofreu alterações de acordo com as sugestões dos especialistas.

A nona e última dimensão que compõe o instrumento apresentou o seguinte resultado: os itens 33, 35 e 36 apresentaram IVC acima de 0.78 e foram considerados aptos para compor o instrumento final, sem sofrer alterações. O item 34 apresentou IVC de 0.67, também foi mantido porém sofreu alterações de acordo com as sugestões dos especialistas.

Sendo assim, a partir da segunda análise realizada os itens: 5 (reprovado na primeira análise), item 8 “Facilidade na identificação de pessoas e contatos específicos para a obtenção de informações acerca da Entidade, determinado serviço ou aulas”, item 12 (reprovado na primeira análise), item 19 (reprovado na primeira análise), item 21 “Limpeza e visual das instalações da Entidade” e item 28 (reprovado na primeira análise) apresentaram IVC abaixo de 0.66 e foram excluídos do instrumento.

Os itens: 6, 7, 20, 25, 27 e 30 e 34 apresentaram IVC entre 0.66 e 0.78 e foram ajustados de acordo com as sugestões dos especialistas.

Os demais itens apresentaram IVC acima de 0.78, foram considerados apropriados e claros, portanto não sofreram alterações.

Por fim, após realizadas estas análises, o instrumento final, intitulado SQFSbr (APÊNDICE) foi construído, considerando os seguintes passos e assumindo seguinte o formato:

- Itens excluídos (6): 5, 8, 12, 19, 21 e 28.
- Itens adaptados de acordo com a sugestão dos especialistas (7): 6, 7, 20, 25, 27, 30 e 34.
- Número final de itens que compõem o novo instrumento SQFSbr: 30 itens – distribuídos nas mesmas 9 dimensões do instrumento original: Compromisso da gestão com o serviço de qualidade, Clima do serviço, Desígnios da Essência do Serviço ou Programa, Interações Interpessoais, Interações com as Tarefas, Contato com o Ambiente Físico, Contato com Outros Clientes, Falhas no Serviço e Restabelecimento e Percepção da Qualidade do Serviço.

Ao final dessa Etapa, o processo de construção do novo instrumento SQFSbr (APÊNDICE) foi concluído. Esse processo de validação inicial ocorreu através da avaliação realizada pelos especialistas e aplicação dos cálculos relativos a validade de conteúdo dos itens.

Com o instrumento SQFSbr tendo seus itens validados em relação à pertinência e clareza de seu conteúdo, realizou-se a segunda etapa de validação prática do instrumento.

5.2 Etapa 2 - Aplicação e validação prática do instrumento

A segunda etapa consistiu na aplicação do instrumento SQFSbr a clientes, instrutores e gestores a fim de verificar a clareza, tanto do instrumento como dos itens. A amostra por conveniência foi composta por 16 clientes, 15 instrutores e 16 gestores.

Todos os sujeitos foram capazes de responder e compreender a totalidade dos itens que compõem o instrumento. Não houve qualquer manifestação de dúvidas e/ou dificuldades no entendimento dos itens, bem como no preenchimento do questionário. Portanto, constatou-se que os itens que compõem o instrumento SQFSbr estão adequados à realidade brasileira bem como também está adequado ao entendimento do público de clientes, instrutores e gestores respondentes.

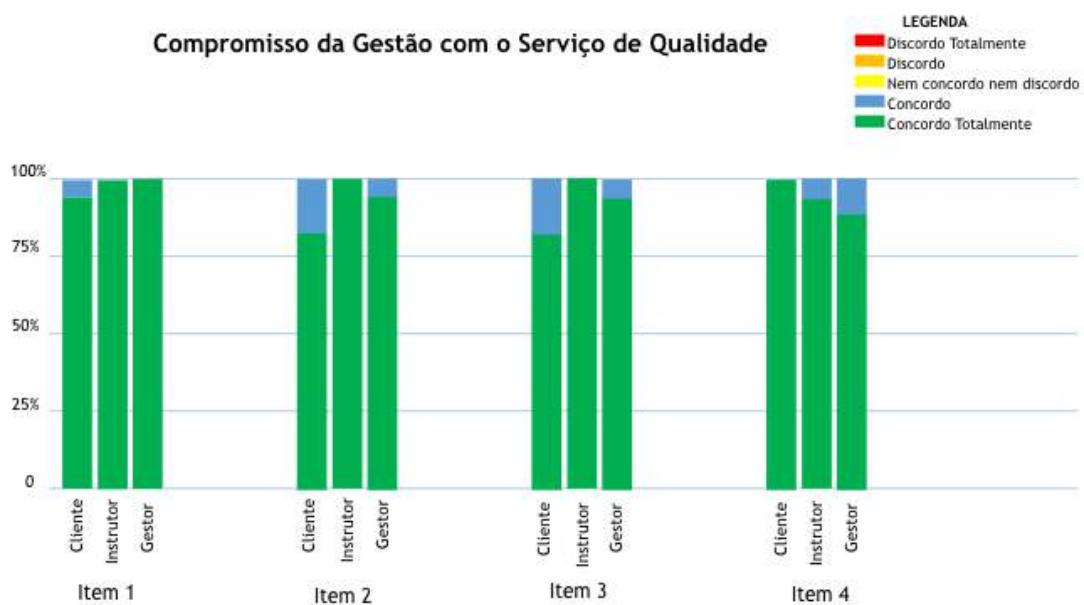
Em posse das respostas obtidas pelo instrumento, realizou-se análise estatística da frequência e porcentagem das respostas, afim de obter um levantamento inicial sobre a opinião de clientes, gestores e instrutores acerca da qualidade de serviços e programas de atividades físicas bem como a comparação das respostas entre os grupos, através do Teste Q de Cochran.

Os resultados desta análise foram organizados da seguinte forma:

- Os itens foram agrupados de acordo com a dimensão a que pertenciam;
- As avaliações foram realizadas através da escala de Likert (1 a 5, em que 1 corresponde a “discordo totalmente”, 2 “discordo”, 3 “nem concordo nem discordo”, 4 “concordo” e 5 “concordo totalmente”);
- Respostas de clientes, instrutores e gestores são apresentadas em conjunto;
- O resultado da comparação das resposta entre os grupos (valor de “p”) é apresentado no corpo do texto, logo após a representação gráfica da porcentagem das respostas.

Dessa forma, nas figuras a seguir, são apresentados os resultados provenientes das respostas dos clientes, instrutores e gestores a respeito de suas visões em relação às dimensões da qualidade em serviços e programas de atividades físicas.

Figura 3 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão compromisso da gestão com o serviço de qualidade



Fonte: Elaborado pela autora

A Figura 3 representa a opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados a dimensão “Compromisso da gestão com o serviço de qualidade”.

Em relação ao Item 1 “Empenho da gestão para oferecer um bom atendimento aos clientes”, 93,8% dos clientes (n=15) concordam totalmente e 6,3% dos clientes (n=1) concordam que o empenho da gestão para oferecer um bom atendimento aos clientes é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Instrutores e gestores possuem a mesma opinião a respeito desse item, sendo que 100% dos instrutores (n=15) e 100% dos gestores (n=16) concordam totalmente sobre a importância do Item 1. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A análise do item 2 “Preocupação da gestão em oferecer aos seus funcionários as condições para que realizem bem o seu trabalho”, demonstrou que

87,5% dos clientes (n=14) concordam totalmente e 12,5% dos clientes (n=2) concordam que a preocupação da gestão em oferecer aos seus funcionários as condições para que realizem bem o seu trabalho é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Em relação aos instrutores, 100% dos sujeitos (n=15) concordam totalmente sobre a importância do item 2, enquanto que 93,8% dos gestores (n=15) concordam totalmente e 6,3% dos gestores (n=1) concordam que o item 2 é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

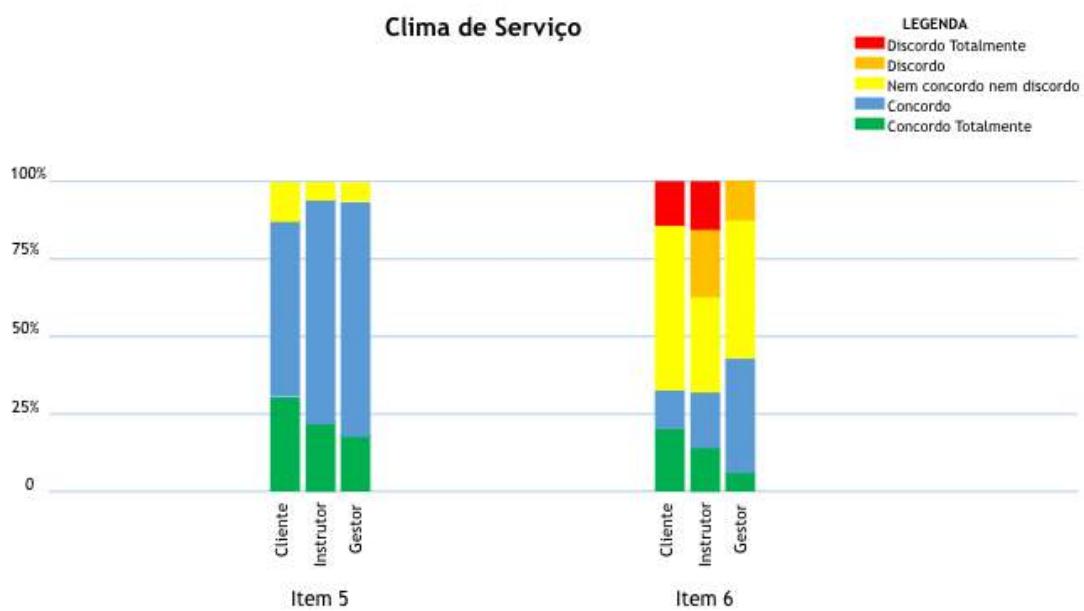
A opinião dos clientes em relação ao item 3 “Empenho da gestão em disponibilizar os serviços prometidos” foi distribuída da seguinte forma: 81,3% dos clientes concordam totalmente (n=13) e 18,8% dos clientes concordam (n=3) que o item 3 é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 100% dos sujeitos (n=15) concordam totalmente sobre a importância do item 3 e dentre os gestores 93,8% (n=15) concordam totalmente e 6,3% (n=1) concordam que o empenho da gestão em disponibilizar os serviços prometidos seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

Em relação ao item 4 “Entrega dos serviços de acordo com o que é prometido” o que se observou em relação às respostas dos clientes é que 100% dos clientes (n=16) concordam totalmente que o item 4 seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 93,3% (n=14) concordam totalmente e 6,7% (n=1) concordam sobre a importância do item 4. Na opinião dos gestores, 87,5% (n=14) concordam totalmente e 12,5% (n=2) concordam que a entrega dos serviços de acordo com o que é prometido é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

De acordo com os resultados relativos a análise da primeira dimensão “Compromisso da gestão com a qualidade do serviço”, observa-se que todos os

avaliadores (clientes, gestores e instrutores) manifestaram a mesma opinião a cerca dos itens: concordam ou concordam totalmente que os itens relativos a essa dimensão são importantes para determinar a qualidade de um serviço ou programa de atividade física. O que se pode inferir do resultado obtido é que a preocupação dos gestores e o cuidado com manutenção e melhoria da qualidade dos serviços pode afetar a percepção da qualidade do mesmo perante a visão de todos os grupos de avaliadores da qualidade do serviço (os próprios gestores, clientes e instrutores).

Figura 4 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão clima de serviço



Fonte: Elaborado pela autora

A Figura 4 representa a opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados a dimensão “Clima de serviço”. Em relação ao Item 5 “Poucas alterações no quadro de funcionários”, 31,3% dos clientes (n=5) concordam totalmente, 50% dos clientes (n=8) concordam e 18,8% dos clientes (n=3) nem concordam nem discordam que o item 5 seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Instrutores se dividem em 20% (n=3)

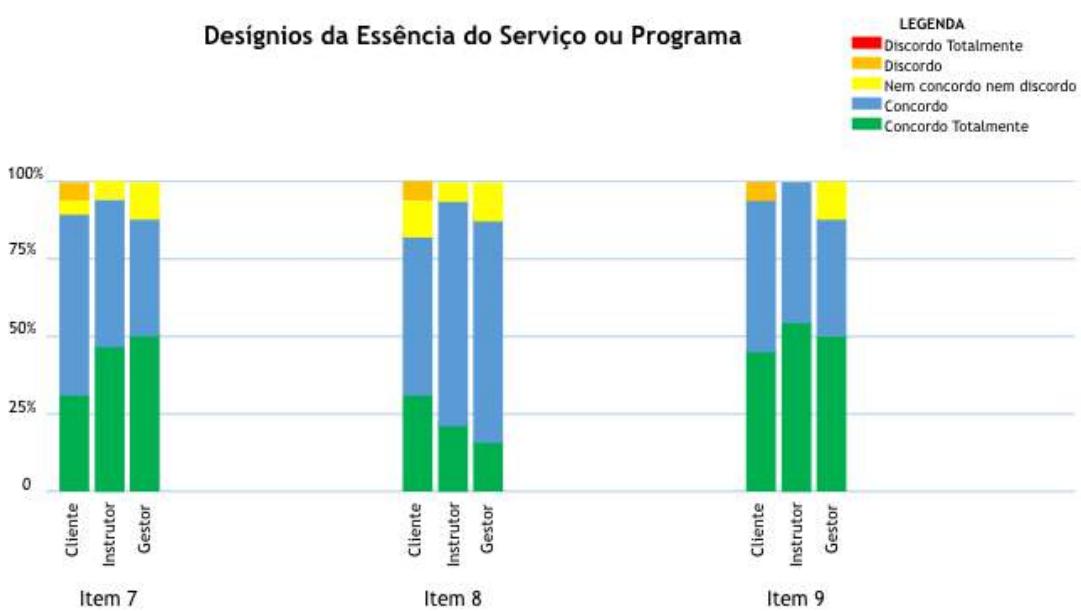
que concordam totalmente, 73,3% (n=11) que concordam e 6.7% (n=1) que não concordam nem discordam em relação à importância do item 5. A opinião dos gestores se distribui da seguinte forma: 18,8% (n=3) concordam totalmente, 75% (n=11) concordam e 6.3% (n=1) nem concordam nem discordam em relação à importância de poucas alterações no quadro de funcionários para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A análise do item 6 “Redução no quadro de funcionários”, demonstrou que 18.8% dos clientes (n=3) concordam totalmente, 12,5% dos clientes (n=2) concordam, 50% (n=8) nem concordam nem discordam e 18,8% dos clientes (n=3) discordam totalmente que o item 6 seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Em relação aos instrutores, 13.3% (n=2) concordam totalmente, 20% (n=3) concordam, 33,3% (n=5) nem concordam nem discordam, 20% (n=3) discordam e 13,3% dos instrutores (n=2) discordam totalmente sobre a importância do item 6, enquanto que 6,3% dos gestores (n=1) concordam totalmente, 37,5% (n=6) concordam, 43,8% (n=7) nem concordam nem discordam e 12,5% (n=2) dos gestores que a redução no quadro de funcionários é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

Os resultados relativos a análise da segunda dimensão “Clima do serviço” demonstraram que todos os avaliadores (clientes, gestores e instrutores) manifestaram opiniões similares acerca do item 5 “Poucas alterações no quadro de funcionários”. Ou seja, a maioria dos avaliadores concordam que poucas alterações no quadro de funcionários pode impactar na percepção da qualidade de serviço ou do programa ou serviço de atividades físicas. A manutenção do mesmo quadro de funcionários parece impactar positivamente na percepção da qualidade. Em relação ao item 6 “Redução no quadro de funcionários” é importante observar que não houve diferença estatística em relação a opinião dos avaliadores, demonstrando que todos tem a mesma opinião. E, nesse caso, a maioria discorda que reduções no quadro de funcionários poderiam afetar a percepção da qualidade. Para esses grupos de

avaliadores tais reduções não impactariam na percepção da qualidade do serviço ou programa de atividades físicas.

Figura 5 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Desígnios da Essência do Serviço ou Programa



Fonte: Elaborado pela autora

A Figura 5 representa a opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados a dimensão “Desígnios da Essência do Serviço ou Programa”. Em relação ao Item 7 “Oferta variada de atividades para os clientes”, 37,5% dos clientes (n=6) concordam totalmente, 50% (n=8) concordam, 6,3% (n=1) nem concordam nem discordam e 6,3% (n=1) discordam que o item 7 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Instrutores se dividem em 46,7% (n=7) que concordam totalmente, 46,7% (n=7) que concordam e 6,7% (n=1) que não concordam nem discordam em relação à importância do item 7. A opinião dos gestores se distribui da seguinte forma: 50% (n=8) concordam totalmente, 37,5% (n=6) concordam e 12,5% (n=2) nem concordam nem discordam em relação à importância da oferta variada de atividades para os clientes para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o

valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

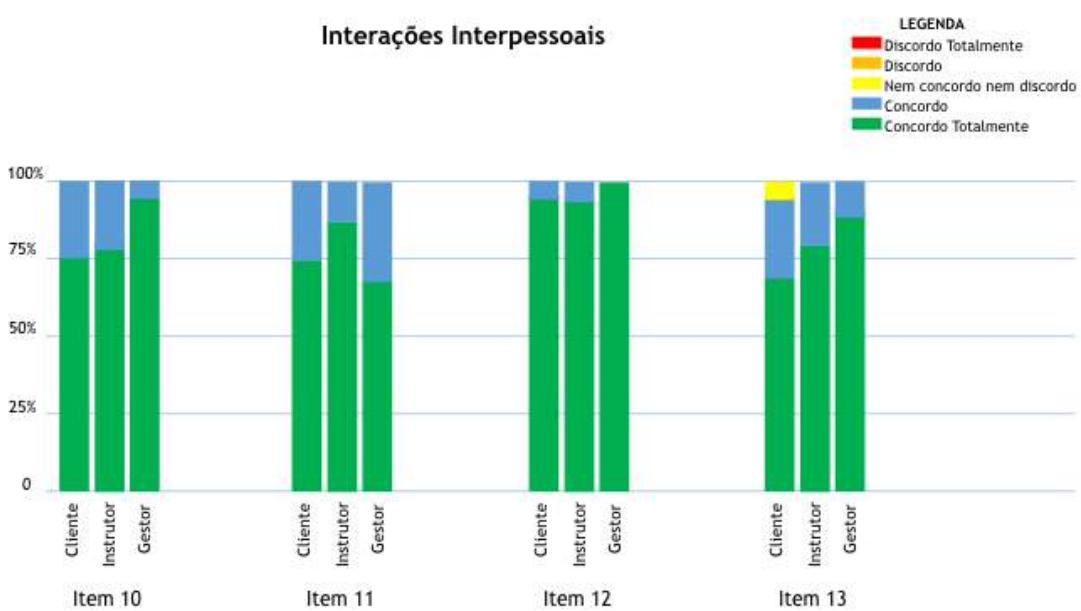
A análise do item 8 “Oferta ampla de serviços”, demonstrou que 31,3% dos clientes (n=5) concordam totalmente, 50% dos clientes (n=8) concordam, 12,5% (n=2) nem concordam nem discordam e 6,3% (n=1) discordam que o item 8 seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Instrutores se dividem em 26.7% (n=4) que concordam totalmente, 66,7% (n=10) que concordam e 6,7% (n=1) que não concordam nem discordam em relação à importância do item 8. A opinião dos gestores se distribui da seguinte forma: 18,8% (n=3) concordam totalmente, 62,5% (n=10) concordam e 18,8% (n=3) nem concordam nem discordam em relação à importância da oferta ampla de serviços para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A opinião dos clientes em relação ao item 9 “Atividades com maior procura disponibilizadas em horários diversos” foi distribuída da seguinte forma: 43,8% dos clientes concordam totalmente (n=7), 50% dos clientes concordam (n=8) e 6,3% (n=1) discordam que o item 9 seja importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 53,3% dos sujeitos (n=8) concordam totalmente e 46,7% (n=7) concordam sobre a importância do item 8 e dentre os gestores 50% (n=8) concordam totalmente, 37,5% (n=5) concordam e 12,5% (n=2) nem concordam nem discordam que atividades com maior procura disponibilizadas em horários diversos seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

Os resultados provenientes da análise da terceira dimensão “Desígnios da essência do serviço ou programa”, demonstram que não houve diferença estatística significativa na resposta dos diferentes avaliadores (clientes, gestores e instrutores). Observa-se que de fato gestores e instrutores e a maioria dos clientes possuem a mesma opinião a respeito dos três itens que compõem essa dimensão. No entanto, uma pequena porcentagem dos clientes discordam que os itens: 7 “Oferta variada de atividades para os clientes”, item 8 “Oferta ampla de serviços” e item 9 “Atividades com maior procura disponibilizadas em horários diferentes” sejam

importantes para determinar a qualidade de um serviço e programa de atividades físicas.

Figura 6 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Interações Interpessoais



Fonte: Elaborado pela autora

A Figura 6 representa a opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados a dimensão “Interações Interpessoais”. Em relação ao Item 10 “Disponibilidade dos funcionários para ajudar os clientes”, 75% dos clientes (n=12) concordam totalmente e 25% dos clientes (n=4) concordam que o item 10 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Instrutores se dividiram em 80% (n=12) que concordaram totalmente e 20% (n=3) que concordam que a disponibilidade dos funcionários para ajudar os clientes seja importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Quanto aos gestores, 93,8% (n=15) concordam totalmente e 6,3% (n=1) dos gestores concordam sobre a importância do Item 10 para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p

encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A análise do item 11 “Funcionários versáteis e eficientes”, demonstrou que 75% dos clientes (n=12) concordam totalmente e 25% dos clientes (n=4) concordam que o item 11 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Em relação aos instrutores, 86,7% dos sujeitos (n=13) concordam totalmente e 13,3% (n=2) concordam sobre a importância do item 11, enquanto que 68.8% dos gestores (n=11) concordam totalmente e 31,3% dos gestores (n=5) concordam que funcionários versáteis e eficientes é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

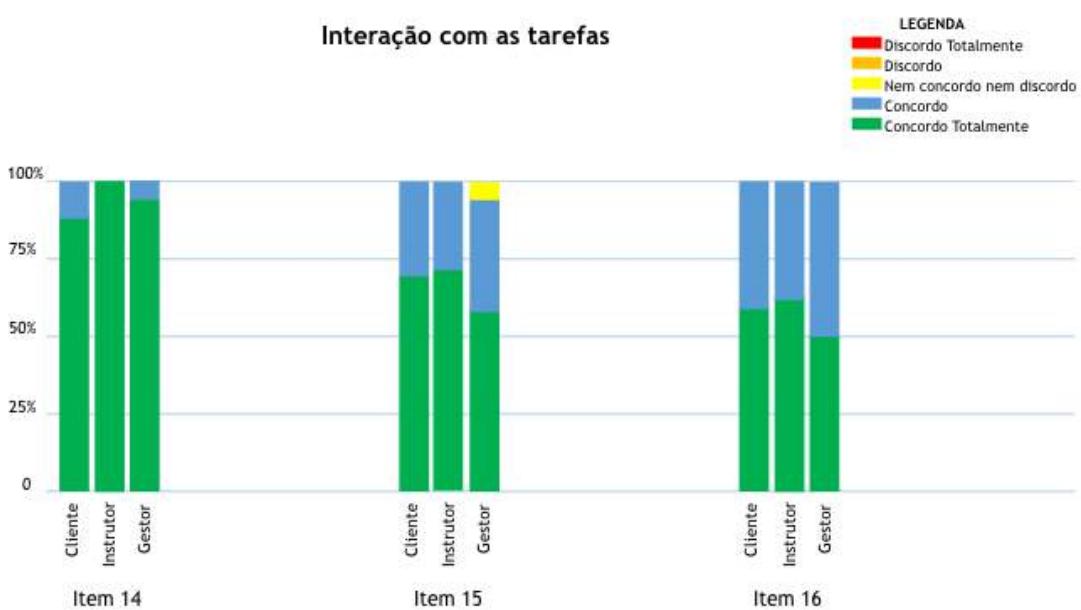
A opinião dos clientes em relação ao item 12 “Resolução de problemas dos clientes de forma rápida e satisfatória por parte dos funcionários” foi distribuída da seguinte forma: 93,8% dos clientes concordam totalmente (n=15) e 6,3% dos clientes (n=1) concordam que o item 12 é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 93,3% dos sujeitos (n=14) concordam totalmente e 6,7% (n=1) concordaram sobre a importância do item 3 e dentre os gestores 100% (n=16) concordam totalmente que a resolução de problemas dos clientes de forma rápida e satisfatória por parte dos funcionários seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

Em relação ao item 13 “Cortesia dos funcionários no atendimento aos clientes” o que se observou em relação às respostas dos clientes é que 62,5% dos clientes (n=10) concordam totalmente, 31,3% (n=5) e 6,3% (n=1) nem concordam nem discordam que o item 13 seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 80% (n=12) concordam totalmente e 20% (n=3) concordam sobre a importância do item 13. Na opinião dos gestores, 87,5% (n=14) concordam totalmente e 12,5% (n=2) concordam que a cortesia dos funcionários no atendimento aos clientes é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao

realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A partir dos resultados relativos à análise da quarta dimensão “Interações Interpessoais”, verificou-se que todos os avaliadores (clientes, gestores e instrutores) manifestaram a mesma opinião a cerca dos itens. Ou seja, a maioria concorda ou concorda totalmente que os itens relativos a essa dimensão são importantes para determinar a qualidade de um serviço ou programa de atividade física. O que se pode afirmar do resultado obtido é que as relações interpessoais construídas entre gestores, clientes e instrutores, em especial o elemento social relacionado a essas interações parece afetar positivamente a percepção da qualidade de serviços e programas de atividades físicas.

Figura 7 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Interações com as Tarefas



Fonte: Elaborado pela autora

A Figura 7 representa a opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados a dimensão “Interação com as tarefas”. Em relação ao Item 14 “Atenção dos professores ao realizar os ajustes necessários nos exercícios de

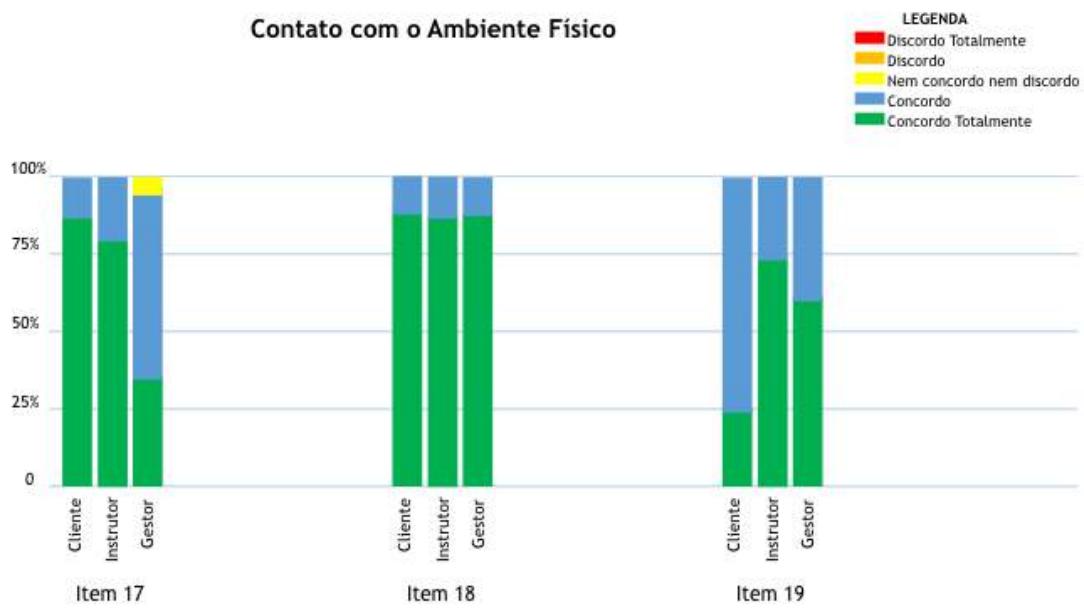
acordo com as capacidades dos clientes", 87,5% dos clientes (n=14) concordam totalmente e 12,5% dos clientes (n=2) concordam que o item 14 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Instrutores possuem a mesma opinião, e 100% dos sujeitos (n=15) concordam totalmente com o item 14. Os gestores se dividem em 93,8% (n=15) que concordam totalmente e 6,3% dos gestores (n=1) que concordam sobre a importância da atenção dos professores ao realizar os ajustes necessários nos exercícios de acordo com as capacidades dos clientes. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A análise do item 15 "Compreensão dos funcionários em relação às queixas dos clientes", demonstrou que 68,8% dos clientes (n=11) concordam totalmente e 31,3% dos clientes (n=5) concordam que o item 15 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Em relação aos instrutores, 73,3% dos sujeitos (n=11) concordam totalmente e 26,7% (n=4) concordaram sobre a importância do item 15, enquanto que 62,5% dos gestores (n=10) concordam totalmente, 31,3% (n=5) concordam e 6,3% (n=1) dos gestores nem concordaram nem discordaram que a compreensão dos funcionários em relação às queixas dos clientes é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A opinião dos clientes em relação ao item 16 "Instrução individual a cada cliente sobre a utilização dos equipamentos e/ou realização de sua atividade" foi distribuída da seguinte forma: 62,5% dos clientes concordam totalmente (n=10) e 37,5% dos clientes concordam (n=6) que o item 16 é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 66,7% dos sujeitos (n=10) concordam totalmente e 33,3% (n=5) concordam sobre a importância do item 16. Em relação aos gestores 50% (n=8) concordam totalmente e 50% (n=8) concordam que a instrução individual a cada cliente sobre a utilização dos equipamentos e/ou realização de sua atividade seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

De acordo com os resultados relativos a análise da quinta dimensão “Interação com as Tarefas”, observa-se que todos os avaliadores (clientes, gestores e instrutores) manifestaram a mesma opinião sobre os itens. Ou seja, a maioria concorda ou concorda totalmente que os itens relativos a essa dimensão são importantes para determinar a qualidade de um serviço ou programa de atividade física. O que se pode inferir do resultado obtido é que a atenção e empatia dos professores e funcionários às necessidades do cliente tais como: atenção dos professores ao realizar ajustes nos exercícios (item 14), compreensão dos funcionários em relação às queixa dos clientes (item 15) e instrução individual a cada cliente sobre a utilização dos equipamentos ou realização dos exercícios (item 16), afeta positivamente a percepção da qualidade de serviços e programas de atividades físicas.

Figura 8 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Contato com o Ambiente Físico



Fonte: Elaborado pela autora

A Figura 8 representa a opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados a dimensão “Contato com o Ambiente Físico”. Em relação ao Item

17 “Vestiários confortáveis”, 18,8% dos clientes (n=3) concordam totalmente e 81,3% dos clientes (n=13) concordam que o item 17 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Instrutores se dividem em 40% (n=6) que concordam totalmente e 60% (n=9) que concordam com o item 17. Em relação aos gestores, 37,5% (n=6) concordam totalmente, 56,3% (n=9) concordam e 6,3% (n=1) dos gestores não concordam e nem discordam sobre a importância de se ter vestiários confortáveis. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

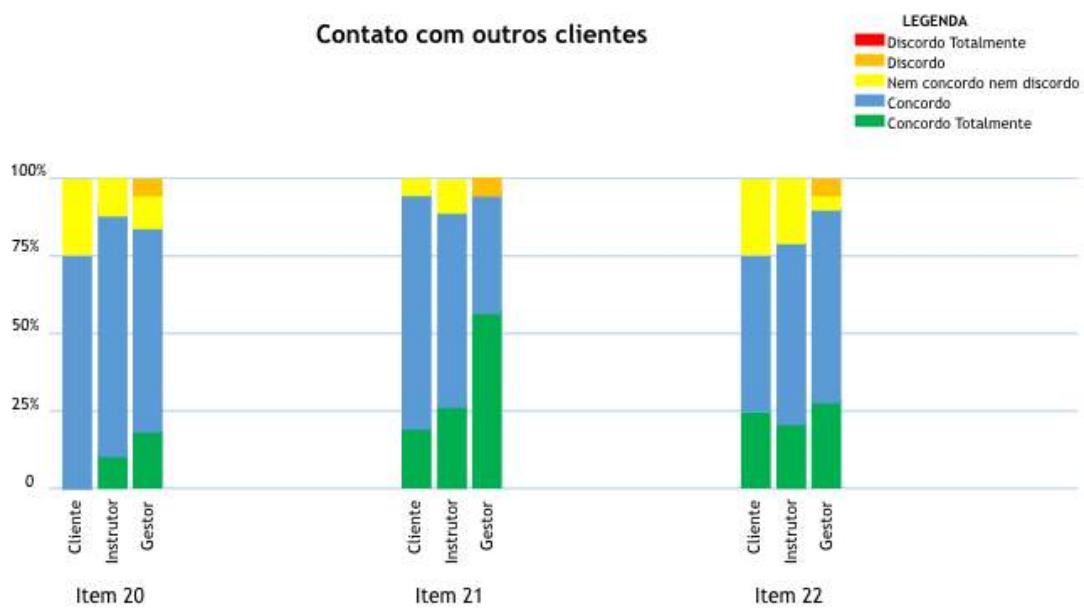
A análise do item 18 “Limpeza das duchas e sanitários”, demonstrou que 81,3% dos clientes (n=13) concordam totalmente e 18,8% dos clientes (n=3) concordam que o item 18 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Em relação aos instrutores, 80% dos sujeitos (n=12) concordam totalmente e 20% (n=3) concordaram sobre a importância do item 18, enquanto que 81,3% dos gestores (n=13) concordam totalmente e 18,8% (n=3) concordam que a limpeza das duchas e sanitários é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A opinião dos clientes em relação ao item 19 “Instalações e equipamentos em boas condições de funcionamento” foi distribuída da seguinte forma: 75% dos clientes concordam totalmente (n=12) e 25% dos clientes concordam (n=4) que instalações e equipamentos em boas condições de funcionamento é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 73,3% dos sujeitos (n=11) concordam totalmente e 26,7% (n=4) concordam sobre a importância do item 19. Em relação aos gestores 62,5% (n=10) concordam totalmente e 37,5% (n=6) concordam que instalações e equipamentos em boas condições de funcionamento seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

Os resultados relativos a análise da sexta dimensão “Contato com o Ambiente Físico” demonstraram que todos os avaliadores (clientes, gestores e instrutores) manifestaram a mesma opinião acerca dos itens. Ou seja, a maioria concorda ou

concorda totalmente que os itens relativos a essa dimensão são importantes para determinar a qualidade de um serviço ou programa de atividade física. O que se observa a partir do resultado obtido é que as condições do ambiente físico e da própria instalação tais como: vestiários confortáveis (item 17), a limpeza de duchas e sanitários (item 18) e as boas condições da instalação e dos equipamentos influencia positivamente na percepção da qualidade de serviços e programas de atividades físicas na visão de todos os avaliadores.

Figura 9 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Contato com Outros Clientes



Fonte: Elaborado pela autora

A Figura 9 representa a opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados a dimensão “Contato com outros clientes”. Em relação ao Item 20 “Cooperação entre os clientes”, 75% dos clientes (n=12) concordam totalmente e 25% dos clientes (n=4) concordam que item 20 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Instrutores se dividem em 13,3% (n=2) que concordam totalmente, 73,3% (n=11) que concordam e 13,3% (n=2) que nem concordam nem discordam do item 20. Já em relação aos gestores o

que se observa é que 18,8% (n=3) concordam totalmente, 62,5% (n=10) concordam, 12,5% (n=1) que nem concordam nem discordam e 6,3% (n=1) dos gestores discordaram sobre a importância da cooperação entre os clientes. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

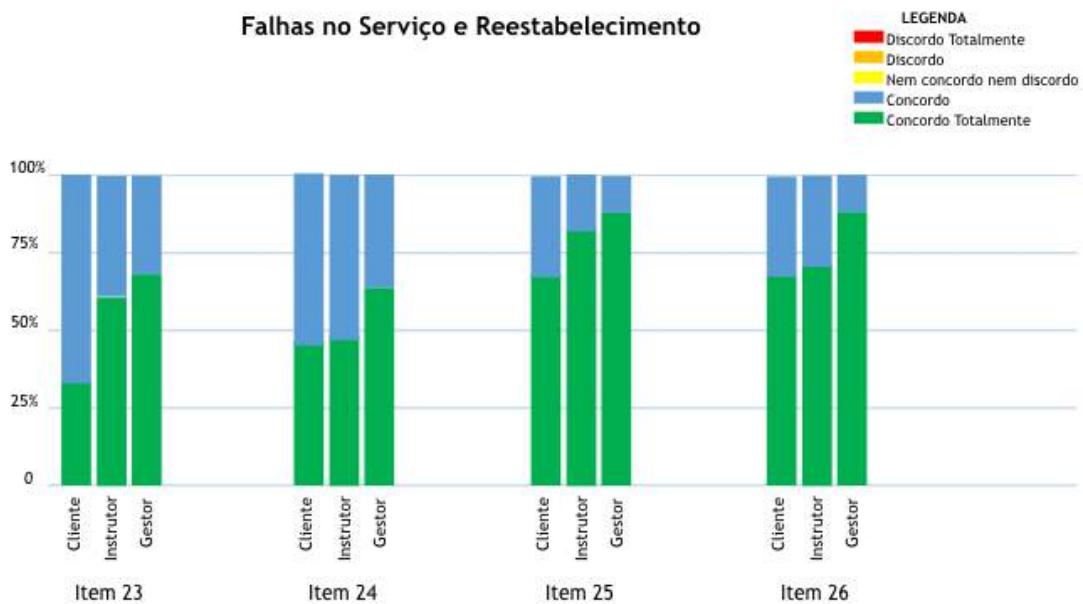
A análise do item 21 “Feedbacks construtivos entre os clientes”, demonstrou que 18,8% dos clientes (n=3) concordam totalmente, 75% dos clientes (n=12) concordam e 6,3% (n=1) nem concordaram nem discordaram que o item 21 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Em relação aos instrutores, 26,7% dos sujeitos (n=4) concordam totalmente, 60% (n=9) concordaram e 13,3% (n=2) nem concordaram nem discordaram sobre a importância do item 21, enquanto que 56,3% dos gestores (n=9) concordam totalmente, 37,5% (n=6) concordam e 6,3% (n=1) dos gestores nem concordaram nem discordaram que feedbacks construtivos entre os clientes seja importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A opinião dos clientes em relação ao item 22 “Apoio mútuo entre os clientes” foi distribuída da seguinte forma: 25% dos clientes concordam totalmente (n=4) , 50% dos clientes concordam (n=8) e 25% (n=4) dos clientes nem concordam nem discordam que o item 22 é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 20% dos sujeitos (n=3) concordam totalmente, 60% (n=9) concordam, 20% (n=3) nem concordam nem discordam sobre a importância do item 22. Em relação aos gestores 31,3% (n=5) concordam totalmente, 56,3% (n=9) concordam, 6,3% (n=1) nem concordam nem discordam e 6,3% (n=1) discordam que o apoio mútuo entre os clientes seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

De acordo com os resultados relativos à análise da sétima dimensão “Contato com outros clientes”, observa-se que apesar da diferença na distribuição das respostas, todos os avaliadores (clientes, gestores e instrutores) manifestaram opiniões similares a respeito dos itens. Grande parte dos avaliadores, dos três

grupos, concordam que a interação, cooperação (item 20), feedbacks construtivos (item 21) e o apoio mútuo entre os clientes (item 22) pode afetar positivamente a percepção da qualidade. No entanto, de acordo com a distribuição das respostas, há indícios de que, apesar de ser relevante, essa dimensão não seja decisiva para determinar a qualidade de um serviço ou programa de atividade física.

Figura 10 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Falhas no Serviço e Reestabelecimento



Fonte: Elaborado pela autora

A Figura 10 representa a opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados a dimensão “Falhas no Serviço e Reestabelecimento”. Em relação ao Item 23 “Existência de poucas falhas no serviço”, 31,3% dos clientes (n=5) concordam totalmente e 68,8% dos clientes (n=11) concordam que o item 23 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Instrutores possuem a seguinte opinião: 60% dos sujeitos (n=9) concordam totalmente e 40 % (n=6) concordaram com o item 23. Os gestores se dividem em 68,8% (n=11) que concordam totalmente e 31,3% (n=5) que concordam sobre a

importância da existência de poucas falhas no serviço. Ao realizar o teste Q, houve diferença estatística entre as respostas dos grupos. O valor de p encontrado para esse item, comparando-se as respostas dos gestores e clientes foi $p=0.05$, demonstrando que houve diferença estatística entre as opiniões destes 2 grupos. A comparação entre as opiniões de gestores e professores e de professores e clientes resultou em $p>0,05$ o que significa que não houve diferença estatística entre os grupos de gestores e professores e professores e clientes.

A análise do item 24 “Existência de poucos problemas na disponibilidade dos serviços”, demonstrou que 43,8% dos clientes (n=7) concordam totalmente e 56,3% dos clientes (n=9) concordam o item 24 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Em relação aos instrutores, 46,7% dos sujeitos (n=7) concordam totalmente e 53,3% (n=8) concordaram sobre a importância do item 24, enquanto que 62,5% dos gestores (n=10) concordam totalmente e 37,5% (n=6) concordam que a existência de poucos problemas na disponibilidade dos serviços é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

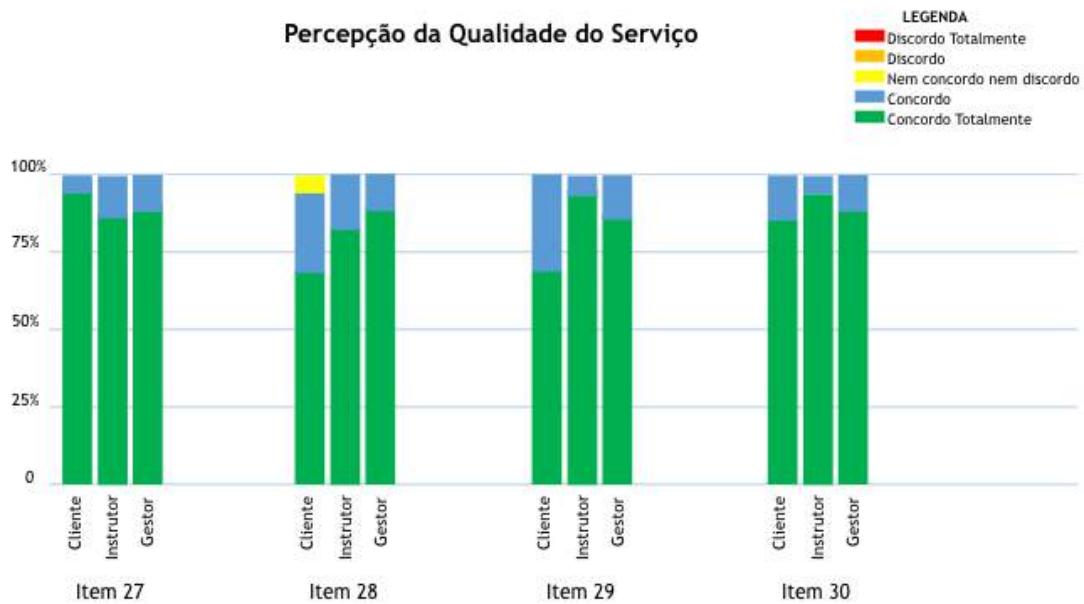
A opinião dos clientes em relação ao item 25 “Falhas corrigidas rapidamente” foi distribuída da seguinte forma: 68,8% dos clientes concordam totalmente (n=11) e 31,3% dos clientes concordam (n=5) que o item 25 é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 80% dos sujeitos (n=12) concordam totalmente e 20% (n=3) concordam sobre a importância do item 25. Em relação aos gestores 87,5% (n=14) concordam totalmente e 12,5% (n=2) concordam que falhas corrigidas rapidamente é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A opinião dos clientes em relação ao item 26 “Capacidade da gestão de prever os problemas e tomar medidas para evitá-los” foi distribuída da seguinte forma: 62,5% dos clientes concordam totalmente (n=10) e 37,5% dos clientes concordam (n=6) que o item 26 é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 66,7% dos sujeitos (n=10) concordam totalmente e 33,3% (n=5) concordam sobre a importância do item 26. Em

relação aos gestores 87,5% (n=14) concordam totalmente e 12,5% (n=2) concordam que a capacidade da gestão de prever os problemas e tomar medidas para evitá-los seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

Os resultados relativos a análise da oitava dimensão “Falhas no serviço e reestabelecimento”, observa-se que todos os avaliadores (clientes, gestores e instrutores) manifestaram a mesma opinião a cerca dos itens. Ou seja, a maioria concorda ou concorda totalmente que os itens relativos a essa dimensão são importantes para determinar a qualidade de um serviço ou programa de atividade física. O que se pode inferir do resultado apresentado é que os avaliadores julgam importante o reconhecimento das falhas no serviço e a correção das mesmas assim que detectadas. Falhas corrigidas rapidamente (item 23), existência de poucas falhas (item 24) e poucos problemas na disponibilidade dos serviços (item 25) impactam positivamente a percepção da qualidade de serviços e programas de atividades físicas.

Figura 11 – Opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados à dimensão Percepção da Qualidade do Serviço



Fonte: Elaborado pela autora

A Figura 11 representa a opinião de clientes, instrutores e gestores sobre os itens relacionados a dimensão “Percepção da Qualidade do Serviço”. Em relação ao Item 27 “A entrega do serviço corresponde ao esperado”, 93,8% dos clientes (n=15) concordam totalmente e 6,3% dos clientes (n=1) concordam que o item 27 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Instrutores possuem a seguinte opinião: 80% dos sujeitos (n=12) concordam totalmente e 20 % (n=3) concordaram com o item 27. Os gestores se dividem em 81,3% (n=13) que concordam totalmente e 18,8% (n=3) que concordam sobre a importância da entrega do serviço corresponde ao esperado. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item resultou em $p>0,05$ o que significa que não houve diferença estatística entre os grupos analisados.

A análise do item 28 “Os serviços prestados atendem às expectativas dos clientes”, demonstrou que 62,5% dos clientes (n=10) concordam totalmente, 31,3% (n=5) concordam e 6,3% (n=1) dos clientes nem concordam nem discordam que o item 28 é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de

atividades físicas. Em relação aos instrutores, 80% dos sujeitos (n=12) concordam totalmente e 20% (n=3) concordaram sobre a importância do item 28, enquanto que 87,5% dos gestores (n=14) concordam totalmente e 12,5% (n=2) dos gestores concordam que os serviços prestados atendendo às expectativas dos clientes seja importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A opinião dos clientes em relação ao item 29 “Os serviços proporcionam benefícios aos clientes” foi distribuída da seguinte forma: 68,8% dos clientes concordam totalmente (n=11) e 31,3% dos clientes concordam (n=5) que o item 29 é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 93,3% dos sujeitos (n=14) concordam totalmente e 6,7% (n=1) concordam sobre a importância do item 29. Em relação aos gestores 81,3% (n=13) concordam totalmente e 18,8% (n=3) concordam que os serviços que proporcionam benefícios aos clientes é importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

A opinião dos clientes em relação ao item 30 “Excelência na qualidade do serviço” foi distribuída da seguinte forma: 81,3% dos clientes concordam totalmente (n=13) e 18,8% dos clientes concordam (n=3) que o item 30 é importante para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas. Dentre os instrutores, 93,3% dos sujeitos (n=14) concordam totalmente e 6,7% (n=1) concordam sobre a importância do item 30. Em relação aos gestores 87,5% (n=14) concordam totalmente e 12,5% (n=2) concordam que a excelência na qualidade do serviço seja importante para determinar a qualidade em serviços e programas de atividades físicas. Ao realizar o teste Q, o valor de p encontrado para esse item foi $p>0.05$, demonstrando que não há diferença estatística entre as opiniões dos 3 grupos analisados.

De acordo com os resultados relativos a análise da nona dimensão “Percepção da qualidade do serviço”, é possível observar que todos os avaliadores (clientes, gestores e instrutores) manifestaram a mesma opinião a cerca dos itens. Ou seja, a maioria concorda ou concorda totalmente que os itens relativos a essa

dimensão são importantes para determinar a qualidade de um serviço ou programa de atividade física. Para os avaliadores, a entrega do serviço de acordo com o esperado (item 27), a capacidade do serviço em atender as expectativas (item 28) e proporcionar benefícios aos clientes (item 29), bem como a excelência na qualidade (item 30) são fatores fundamentais que afetam positivamente a percepção da qualidade de serviços e programas de atividades físicas.

O instrumento SQFSbr foi desenvolvido com base no argumento de que a qualidade do serviço se constrói de maneira multidimensional (KO;PASTORE,2004), e a sua avaliação na área de atividades físicas compreende a atuação de três avaliadores: cliente, profissional e gestor (OVRETVEIT,1991).

De acordo com os resultados da primeira etapa da pesquisa, observa-se que a adaptação dos itens do instrumento foi adequada, uma vez que os três grupos responderam ao instrumento sem manifestar quaisquer duvidas, e quando questionados a respeito da clareza e facilidade em responder ao instrumento, todos retornaram com um feedback positivo.

Dessa forma, o instrumento final SQFSbr foi composto por 30 itens distribuídos em 9 dimensões: Compromisso da gestão com o serviço de qualidade, Clima do serviço, Desígnios da Essência do Serviço ou Programa, Interações Interpessoais, Interações com as Tarefas, Contato com o Ambiente Físico, Contato com Outros Clientes, Falhas no Serviço e Reestabelecimento e Percepção da Qualidade do Serviço.

Em comparação ao instrumento original SQFSp (FERREIRA et.al, 2015), o presente instrumento SQFSbr manteve as 9 dimensões originais e sofreu redução de 6 itens, sendo composto ao final por 30 itens. Tal redução foi resultado da avaliação dos especialistas bem como da adequação à realidade brasileira.

Em relação aos resultados da segunda etapa da pesquisa, que teve como propósito confirmar a validade do instrumento e realizar um levantamento inicial sobre a qualidade de serviços e programas de atividades físicas considerando a visão de clientes, gestores e instrutores; as respostas coletadas dos três grupos de avaliadores demonstrou, através da concordância entre os grupos, que 6 dimensões parecem ser as mais relevantes para determinar a qualidade de um serviço de atividades físicas:

Compromisso da gestão com o serviço de qualidade,
Interações Interpessoais,
Interações com as Tarefas,
Contato com o Ambiente Físico,
Falhas no Serviço e Reestabelecimento e
Percepção da Qualidade do Serviço.

Em relação à dimensão “Compromisso da Gestão com a Qualidade do Serviço”, todos os avaliadores (clientes, gestores e instrutores) concordaram que a preocupação dos gestores e o cuidado com manutenção e melhoria da qualidade dos serviços e programas de atividades físicas pode afetar a percepção da qualidade perante a visão de todos os grupos envolvidos no processo.

O mesmo foi observado em relação à dimensão “Interações Interpessoais”. Neste caso, observa-se que as relações interpessoais construídas entre gestores, clientes e instrutores, em especial o elemento sócio-afetivo relacionado a essas interações parece influenciar positivamente a percepção da qualidade.

No mesmo sentido, ocorreu também a concordância dos grupos a respeito da dimensão “Interação com as Tarefas”, em que a atenção e empatia dos professores e funcionários às necessidades do cliente tais como: atenção dos professores ao realizar ajustes nos exercícios, compreensão dos funcionários em relação às queixas dos clientes, e instrução individual a cada cliente sobre a utilização dos equipamentos ou realização dos exercícios, são considerados importantes para determinar a qualidade de serviços e programas de atividades físicas.

Além das relações interpessoais e interação entre clientes, gestores e instrutores. Outra dimensão que se destacou foi “Contato com o Ambiente Físico”. Ou seja, as condições do ambiente físico e da própria instalação tais como: vestiários confortáveis, a limpeza de duchas e sanitários e as boas condições da instalação e dos equipamentos também parece impactar positivamente na percepção da qualidade de serviços e programas de atividades físicas na visão de todos os avaliadores.

A importância da dimensão “Falhas no Serviço e Reestabelecimento” foi unânime entre os avaliadores, que julgam importante o reconhecimento das falhas no serviço e a correção das mesmas assim que detectadas. Falhas corrigidas rapidamente, existência de poucas falhas e poucos problemas na disponibilidade

dos serviços são medidas relevantes para garantir a qualidade dos serviços e programas de atividades físicas de acordo com os grupos.

Por fim, a dimensão “Percepção da Qualidade do Serviço”, também se destacou na determinação da qualidade. Para os avaliadores (clientes, gestores e instrutores) participantes deste estudo, a entrega do serviço de acordo com o esperado, a capacidade do serviço em atender as expectativas e proporcionar benefícios aos clientes, bem como a excelência na qualidade são fatores fundamentais que afetam positivamente a percepção da qualidade de serviços e programas de atividades físicas.

Tais resultados se assemelham aos achados de Ferreira, Dias e Fonseca (2015) em que três dimensões foram apontadas como significativas no modo como os indivíduos se sentiam satisfeitos com o serviço prestado: Interação com as tarefas, Percepção da Qualidade do Serviço e Contato com Outros clientes.

É possível observar que, em relação a última dimensão “Contato com outros clientes”, existe uma diferença entre o presente estudo e o estudo desenvolvido pelos pesquisadores portugueses. Os avaliadores brasileiros consideraram a dimensão “Contato com os outros clientes” importante mas não fundamental para determinar a qualidade dos serviços e programas. Tal diferença pode ser resultado de questões culturais e diferenças nas construções sociais em cada um dos países, além do fato de que o estudo português foi aplicado a sujeitos de um mesmo programa enquanto que o presente estudo contou com a participação de sujeitos participantes de diferentes programas e serviços de atividades físicas. Estudos futuros compreendendo sujeitos de um mesmo programa podem colaborar na compreensão das diferenças e permitir maior acurácia na comparação entre os instrumentos.

Dessa forma, o que se observa em relação aos respondentes brasileiros que compuseram a amostra dessa pesquisa é que as dimensões relacionadas com as tarefas atribuídas a gestão (garantir a qualidade e excelência na prestação do serviço, manutenção, limpeza e visual das instalações, controle das falhas e correções das mesmas), aos instrutores (instrução durante os exercícios e feedbacks), bem como a relações entre esses sujeitos (comunicação entre gestores e instrutores a respeito das falhas que precisam ser corrigidas ou dos aspectos que devem ser mantidos) e a relação do cliente com os gestores e instrutores (atenção

dos professores, gestores e outros funcionários, se configuram como mais relevantes para determinar a qualidade do serviço.

Por outro lado, o contato com outros clientes (aspectos sociais), contratação e demissão de funcionários (aspecto também relacionado aos vínculos sociais que podem ser formados) parecem não influenciar tanto na percepção da qualidade dos serviços.

6 CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo geral realizar a construção e validação de um instrumento de avaliação da qualidade de serviços e programas de atividades físicas (SQFSbr) baseado do instrumento SQFSp (FERREIRA et al, 2015), de maneira que o novo instrumento pudesse ser respondido por 3 grupos (gestores, instrutores e clientes) a fim de se compreender a visão sobre qualidade e possibilitar a comparação da visão dos grupos acerca da qualidade de programas e serviços de atividades físicas.

Considerando que os avaliadores da qualidade são os clientes, profissionais e gestores, e que a grande maioria dos instrumentos de avaliação da qualidade consideram apenas a opinião de um desses avaliadores (clientes ou gestores), identificou-se, portanto, uma lacuna na literatura em relação a existência de um instrumento que considerasse a visão de todos os avaliadores citados. Com o desenvolvimento desse instrumento, essa lacuna foi preenchida. De acordo com os resultados desse estudo, o instrumento foi considerado adequado e claro para aplicação com clientes, instrutores e gestores brasileiros.

Foram obtidos resultados que podem agregar conhecimentos sobre a avaliação da qualidade de serviços e programas de atividades físicas, bem como impactos sobre as decisões dos gestores e responsáveis por programas e serviços de atividades físicas no sentido de considerar uma visão mais ampla das dimensões que determinam a qualidade daquele serviço ou programa de atividade física.

No presente estudo houve algumas limitações metodológicas, a principal delas relacionada a amostra: o tamanho da amostra utilizada na validação prática do documento e a delimitação geográfica da mesma, pois o instrumento foi aplicado a clientes, instrutores e gestores da cidade de São Paulo. Como consequência, fica limitada a generalização dos resultados encontrados.

Dessa forma, sugere-se como proposta à trabalhos futuros a aplicação do instrumento SQFSbr em uma amostra numericamente maior e geograficamente mais diversificada, como também em outras cidades e outros Estados do Brasil. Sugere-se ainda sua aplicação entre clientes, instrutores e gestores de um mesmo programa permitiria uma avaliação comparativa das visões destes três grupos sobre o serviço, assim como sua aplicação em diferentes serviços e programas de atividades físicas, o que pode contribuir para o desenvolvimento de novos estudos e

aprofundamento do conhecimento sobre a qualidade relacionada aos serviços e programas de atividade física.

Por fim, é importante ressaltar que a qualidade é o ponto de partida para qualquer esforço no sentido de satisfazer o cliente. Além disso, a qualidade tem sido a palavra-chave no ambiente da gestão e o foco na qualidade evidencia uma nova abordagem no pensamento atual da gestão, pois a atenção à qualidade representa a atenção ao cliente, que cada vez mais busca serviços e produtos de qualidade.

Dessa forma, compreender o que determina a qualidade de um serviço ou programa através de uma visão sistêmica favorece tanto o cliente, que ficará satisfeito com o serviço oferecido, quanto à empresa, entidade ou profissional que obterá maior lucratividade e/ou diferencial de sua imagem no mercado.

REFERÊNCIAS

- ALEXANDRE, N.M.C; COLUCI, M.Z.O. Validade de conteúdo nos processos de construção e adaptação de instrumentos de medidas, **Ciência & Saúde Coletiva**, v.16, n.7, p.3061-3068, 2011
- ANDREW, D.P.S.; PEDERSEN, P.M.; MCEVOY, C.D. - **Research Methods and Design in Sport Management**. Champaign, IL: Human Kinetics. p.7, 2011.
- BENEDETTI, T.R.B., MAZO, G.Z., BARROS, M.V.G. Aplicação do questionário internacional de atividades físicas para avaliação do nível de atividades físicas de mulheres idosas: validade concorrente e reproducibilidade teste-reteste, **Revista Brasileira Ciência e Movimento**, v.12,n.1 p. 25-34, 2004.
- BENEDETTI, T.R.B.; GONÇALVES, L.H.T.; MOTA, J.A.P.S. Uma Proposta de Política Pública de Atividade Física para Idosos, **Texto Contexto Enfermagem**, Florianópolis, v. 16, n.3, p. 387-98, jul./set. 2007.
- BRITISH STANDARDS INSTITUTE - **BS5750 part 8: Guide to quality management and system elements for services**, Milton Keynes, UK: British Standards Institute, 1991.
- CARVALHO, T. et al. Posicionamento Oficial da Sociedade Brasileira de Medicina do Esporte, **Revista Brasileira de Medicina do Esporte**, v.2, n.4, Out/Dez, 1996.
- CASPERSEN, C.J. et al. Physical activity, Exercise and Physical Fitness: Definitions and Distinctions for Health-Related Research. **Public Health Reports**, v.100, n.2 , mar./abr. 1985.
- CERVO, A.L.; BERVIAN, P.A.; DA SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6.ed. São Paulo:Pearson Prentice Hall, 2007.
- CHANG, K.; CHELLADURAI,P. System-Based Quality Dimensions in Fitness Services: Development of the Scale of Quality. **The Services Industries Journal**, v.23, n.5, p. 65-83, 2003.
- CHELLADURAI, P. et al. Dimensions of fitness services: Development of a model, **Journal of Sport Management**, v.1, n.2, p. 159-172, 1987.
- CHELLADURAI, P.; CHANG, K. Targets and Standards of Quality in Sport Services. **Sport Management Review**, v.3, n.1, p. 1-22, 2000.
- CHELLADURAI, P. **Managing organizations for sport and physical activity: a systems perspective**. 4th ed. Arisona: Holcomb Hathaway Publishers, 2014.
- CROMPTON, J.L. et al. Identifying Dimensions of Service Quality in Public Recreation, **Journal of Park and Recreation Administration**, v.9, n.3, p. 3-16, 1991.

DAVIDSON, S. et al. **Human nutrition and dietetics**. 7th ed. New York: Churchill Livingstone, 1979.

DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES - **Physical Activity Guidelines for Americans, 2008**. Disponível em: <<https://health.gov/paguidelines/guidelines/chapter1.aspx>>. Acesso em: 02 de Setembro de 2016.

DUPIM,S.L.M.; RIBEIRO, L.C.C.; ALVES, W.M. Construção e Validação de Instrumento sobre Gestão do Sistema Único de Saúde. **Revista Gestão & Saúde**, Brasília, v.07, n. 03, p. 1191-99, set. 2016.

FERREIRA, C.; DIAS, A; FONSECA, A.M. Adaptação para a população portuguesa de instrumentos de avaliação da qualidade , satisfação e fidelização de clientes em centros de fitness. **Revista Portuguesa de Ciências do Desporto**, v.15, n.1, p.41-63, 2015.

FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE (FNQ). **Introdução ao Modelo de Excelência da Gestão® (MEG)**, Cadernos de Excelência, Fundação Nacional da Qualidade, São Paulo, 2008.

GARVIN, D.A. **Managing quality**: The strategic and competitive edge. New York: Free Press, 1988.

GUIMARÃES, P.V.; HADDAD, M.C.L.; MARTINS, E.A.P. Validação de instrumento para avaliação de pacientes graves em ventilação mecânica, segundo o ABCDE. **Revista Eletrônica de Enfermagem**, v.17, n.1, p. 43-50.jan./mar. 2015.

GRÖNROOS, C. A service quality model and its marketing implication, **European Journal of Marketing**, v.18, n.4, p.36-44, 1984.

_____. **Service management and marketing**: managing the moment of truth in service competition, Free Press, Lexington: Lexington Books, 1990b.

GRÖNROOS, C.; OJASALAKO, K. Service, productivity towards a conceptualization of the transformation of inputs into economic results in services, **Journal of Business Research**, Athens, v.57. p.414-423, 2004.

INTERNATIONAL HEALTH, RACQUET & SPORTSCLUB ASSOCIATION (IHRSA). **The 2016 IHRSA Global Report: The State of the Health Club Industry**, 2016. Disponível em: <<http://www.ihsra.org/ihsra-global-report>>. Acesso em 02 de Janeiro de 2017.

HALLAL, P. C. et al. Avaliação do programa de promoção da atividade física Academia da Cidade de Recife, Pernambuco, Brasil: percepções de usuários e não-usuários, **Caderno de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v.26, n.1, p.70-78, jan. 2010.

HOWAT, G. et al. The relationship between service problems and perceptions of service quality, satisfaction, and behavioral intentions of Australian public sports and leisure center customers, **Journal of Parks and Recreation Administration**, v.17,n.2, p.42-64, 1999.

JOSINKAS, E.; REKLAITIENE, D.; SVAGZDIENE, B. Evaluation of Service Quality in Fitness Centres. **Transformation in Business & Economics**, v.12, n.1, p.108-124, jan 2013.

KIM, D.; KIM, S.Y. QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea, **Journal of Sport Management**, v.9, n.2, p.208-220, 1995.

KO, Y.J.; PASTORE, D. L - Current Issues and Conceptualizations of Service Quality in the Recreation Sport Industry, **Sport Marketing Quarterly**, v.13, n.3, p.158-166, 2004.

LAM, E.T.C.; ZHANG, J.J.; JESEN, B.E. Service Quality Assessment Scale (SQAS) - An Instrument for Evaluating Service Quality of Health-Fitness Clubs. **Measurement in physical education and exercise science**, v.9, n.2, p-79-111, 2005.

LEHTINEN, U.; LEHTINEN, J.R. Two Approaches to Service Quality Dimensions. **The Service Industries Journal**, v.11, n.3, p.287-303, 1991.

LOVELOCK, C.; GUMMESSON, E. Whither Services Marketing?: In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives, **Journal of Service Research**, v.7, n.1, p.20-41, 2004.

MACKAY, K.J.; CROMPTON, J.L. Measuring the quality of recreation services. **Journal of Park and Recreation Administration**, v.8, n.3, p.47–56, 1990.

MAZZEI, L.C.; BASTOS, F.C. **Gestão do Esporte no Brasil: Desafios e Perspectivas**, 1. ed. São Paulo: Ícone, 2012.

MC DONALD, M.A. et al. TeamqualTM: Measuring service quality in professional team sports, **Sport Marketing Quarterly**, v.4, n.2, p. 9-15, 1995.

MILLER, W. J. A working definition for total quality management (TQM) researchers, **Journal of Quality Management**, v.1, p.149-159, 1996.

MINISTÉRIO DO ESPORTE. **A prática de esporte no Brasil - Diagnóstico Nacional do Esporte (Diesporte)**, Caderno I, jun 2015. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/diesporte/2.html>>. Acesso em: 28 de Agosto de 2016.

MINGOTI, S.A. **Análise de dados através de métodos de estatística multivariada: uma abordagem aplicada**, 1. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

MONTOYE, H. J. **Physical activity and health**: an epidemiologic study of an entire community, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.,1975.

OVRETVEIT, J. Costing health quality, **Health Services Management**, v.87, p.184-186, 1991.

PAPADIMITRIOS,D.A.; KARTEROLIOTIS,K. The Service Quality Expectations in Private Sport and Fitness Centers: A Reexamination of the Factor Structure, **Sport Marketing Quarterly**, v. 9, n. 3, p.157-164, 2000.

PARASURAMAN et al. A conceptual model of service quality and its implications for future researches, **Journal of Marketing**, v.49, n.4, p. 41-50, 1985.

PARASURAMAN et al. SERVQUAL - A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality, **Journal of Retailing**, v.64, p.12-40, 1988.

PARASURAMAN et al. Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale , **Journal of Retailing**, v.67, n.4, p.420-50, 1991.

PHYSICAL ACTIVITY COUNCIL. **2017 Participation Report – The physical activity council's annual study tracking sports, fitness and recreation participation in US, 2017.** Disponível em: <<http://www.physicalactivitycouncil.com/pdfs/current.pdf>>. Acesso em: 27 de Julho de 2017.

PASQUALI, L. Psicometria: teoria dos testes na Psicologia e da Educação. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2003.

POLYAKOVA, O.; MIRZA, M.T.; JACKSON, H. Service quality in fitness centres-literature review and further research. In: Academy of Marketing Conference, 2012. Disponível em: <https://marketing.conference-services.net/resources/327/2958/pdf/AM2012_0312_paper.pdf>. Acesso em: 04 de Janeiro de 2017.

REEVES, C.A.; BEDNAR, D.A. Defining quality: Alternatives and implications, **Academy of Management Review**, v.19, n.3, p.419-445, 1994

RAYMUNDO, V.P. Construção e validação de instrumentos: um desafio para a psicolinguística. **Letras de Hoje**. v.44, n.3, p. 86-93, 2009.

ROCCO DE OLIVEIRA, L.M.; SALLAS, C.A.S; MALAGRINO, F.A.; MAZZEI, L.C.; ROCCO JUNIOR, A.J. Esporte e escola: Ferramenta para avaliar a qualidade das atividades extracurriculares em instituições de ensino. **Pensar a prática**, Goiânia, v.18, n.2, abr./jun.2015.

SALIN, M.S. et al. Atividade Física para idosos: diretrizes para implantação de programas e ações. **Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia**, Rio de Janeiro, v.14, n.2, p. 197-208, 2011.

SILVA, A.M.B. et al. Instrumentos aplicados em Psicologia do Esporte. **Estudos Interdisciplinares em Psicologia**, Londrina, v. 5, n. 2, p. 77-95, dez. 2014

TOLEDO, G.L.; MORETTI, S.L.A. Valor para o cliente e valor do cliente - Conceitos e Implicações para o processo de marketing. **Desenvolvimento em questão**, v.14, n.35, 2016.

TSITSKARI, E.; TSIOTRAS, E.; TSIOTRAS, G. Measuring Service Quality in Sport Services, **Total Quality Management & Business Excellence**, v.17, n.5, p.623-631, jun. 2006.

WAKEFIELD, K.L. Measurement and management of the sportscape, **Journal of Sport Management**, v.10, n.1, p. 15-31, jan.1996.

WARBURTON, D.E.R; NICOL, C.W.; BREDIN, S.S.D. Health benefits of physical activity: The evidence, **Canadian Medical Association Journal**, v.174, n.6, p. 801-809, mar.2006.

YILDIZ,S.M. An importance-performance analysis of fitness center service quality: Empirical results from fitness centers in Turkey, **African Journal of Business Management**, v. 5, n.16, p.7031-7041, 2011.

ZEITHAML, V.A. et al. Problems and strategies in service marketing, **Journal of Marketing**, v. 49, n. 2, p. 33-46, 1985.

____ Communication and control processes in the delivery of service quality, **Journal of Marketing**, v. 52, p.35-48, 1988.

____ **Delivering quality service:** Balancing customer perceptions and expectations. New York, NY: Free Press, 1990.

APÊNDICE

INSTRUMENTO SQFSbr (versão brasileira)

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA E ESPORTE

Qualidade em Serviços e Programas de Atividades Físicas: visão cliente, gestor e instrutor

DIMENSÕES DA ESCALA DA QUALIDADE

Compromisso da Gestão com um Serviço de Qualidade (CGSQ)

ITEM 1	Empenho da gestão para oferecer um bom atendimento aos clientes
ITEM 2	Preocupação da gestão em oferecer aos seus funcionários as condições necessárias para que eles realizem bem o seu trabalho
ITEM 3	Empenho da gestão disponibilizar os serviços prometidos.
ITEM 4	Entrega dos serviços de acordo com o que é prometido.

Clima de Serviço (CS)

ITEM 5	Poucas alterações no quadro de funcionários
ITEM 6	Redução no quadro de funcionários

Desígnios da Essência do Serviço – Atividades (DESA)

ITEM 7	Oferta variada de atividades para os clientes.
ITEM 8	Oferta ampla de serviços.
ITEM 9	Atividades com maior procura disponibilizadas em horários diferentes.

Interações Interpessoais (II)

ITEM 10	Disponibilidade dos funcionários para ajudar os clientes.
ITEM 11	Funcionários versáteis e eficientes.
ITEM 12	Resolução dos problemas dos clientes de uma forma rápida e satisfatória por parte dos funcionários.
ITEM 13	Cortesia dos funcionários no atendimento aos clientes.

Interação com as Tarefas (IT)

ITEM 14	Atenção dos professores ao realizar os ajustes necessários nos exercícios de acordo com as capacidades dos clientes.
ITEM 15	Compreensão dos funcionários em relação às queixas dos clientes.
ITEM 16	Instrução individual a cada cliente sobre a utilização dos equipamentos e/ou realização de sua atividade

Contato com o Ambiente Físico (CAF)

ITEM 17	Vestiários confortáveis.
ITEM 18	Limpeza das duchas e sanitários.
ITEM 19	Instalações e equipamentos em boas condições de funcionamento

Contato com os Outros Clientes (COC)

ITEM 20	Cooperação entre os clientes.
ITEM 21	Feedbacks construtivos entre os clientes.
ITEM 22	Apoio mútuo entre os clientes.

Falhas no Serviço e Restabelecimento (FSR)

ITEM 23	Existência de poucas falhas no serviço.
ITEM 24	Existência de poucos problemas na disponibilidade dos serviços.
ITEM 25	Falhas corrigidas rapidamente.
ITEM 26	Capacidade da gestão de prever os problemas e tomar medidas para evitá-los.

Percepção da Qualidade do Serviço (PQS)

ITEM 27	A entrega do serviço corresponde ao esperado.
ITEM 28	Os serviços prestados atendem às expectativas dos clientes.
ITEM 29	Os serviços proporcionam benefícios aos clientes.
ITEM 30	Excelência na qualidade do serviço

ANEXOS

ANEXO A – Dimensões da Qualidade de Serviços (SERVQUAL)

Item		Expectativa (E)	Desempenho (D)
1	Tangibilidade	Eles deveriam ter equipamentos modernos.	XYZ têm equipamentos modernos.
2		As suas instalações físicas deveriam ser visualmente atrativas.	As instalações físicas de XYZ são visualmente atrativas.
3		Os seus empregados deveriam estar bem vestidos e asseados.	Os empregados de XYZ são bem vestidos e asseados.
4		As aparências das instalações da empresa deveria estar conservada de acordo com o serviço oferecido.	A aparência das instalações físicas XYZ é conservada de acordo com o serviço oferecido.
5	Confiabilidade	Quando estas empresas prometem fazer algo em certo tempo, deveriam fazê-lo.	Quando XYZ promete fazer algo em certo tempo, realmente o faz.
6		Quando os clientes têm algum problema com estas empresas elas, deveriam ser solidárias e deixá-los seguros.	Quando você tem algum problema com a empresa XYZ, ela é solidária e o deixa seguro.
7		Estas empresas deveriam ser de confiança.	XYZ é de confiança.
8		Eles deveriam fornecer o serviço no tempo prometido.	XYZ fornece o serviço no tempo prometido.
9		Eles deveriam manter seus registros de forma correta.	XYZ mantém seus registros de forma correta.
10	Presteza	Não seria de se esperar que eles informassem os clientes exatamente quando os serviços fossem executados.	XYZ não informa exatamente quando os serviços serão executados.
11		Não é razoável esperar por uma disponibilidade imediata dos empregados das empresas.	Você não recebe serviço imediato dos empregados da XYZ.
12		Os empregados das empresas não têm que estar sempre disponíveis em ajudar os clientes.	Os empregados da XYZ não estão sempre dispostos a ajudar os clientes.
13		É normal que eles estejam muito ocupados em responder prontamente aos pedidos.	Empregados da XYZ estão sempre ocupados em responder aos pedidos dos clientes.
14	Segurança	Clientes deveriam ser capazes de acreditar nos empregados desta empresa.	Você pode acreditar nos empregados da XYZ.
15		Clientes deveriam ser capazes de sentirem-se seguros na negociação com os empregados da empresa.	Você se sente seguro em negociar com os empregados da XYZ.
16		Seus empregados deveriam ser educados.	Empregados da XYZ são educados.
17		Seus empregados deveriam obter suporte adequado da empresa para cumprir suas tarefas corretamente.	Os empregados da XYZ não obtêm suporte adequado da empresa para cumprir suas tarefas corretamente.
18	Empatia	Não seria de se esperar que as empresas dessem atenção individual aos clientes.	XYZ não dão atenção individual a você.
19		Não se pode esperar que os empregados dêem atenção personalizada aos clientes.	Os empregados da XYZ não dão atenção pessoal.
20		É absurdo esperar que os empregados saibam quais são as necessidades dos clientes.	Os empregados da XYZ não sabem das suas necessidades.
21		É absurdo esperar que estas empresas tenham os melhores interesses de seus clientes como objetivo.	XYZ não têm os seus melhores interesses como objetivo.
22		Não deveria se esperar que o horário de funcionamento fosse conveniente para todos os clientes.	XYZ não tem os horários de funcionamento convenientes a todos os clientes.

ANEXO B – Instrumento SQFSp (versão portuguesa)

UNIVERSIDADE DO PORTO

FACULDADE DE CIÊNCIAS DO DESPORTO E DE EDUCAÇÃO FÍSICA



Qualidade, Satisfação e Fidelização de Clientes em Centros de Fitness

DIMENSÕES DA ESCALA DA QUALIDADE

Compromisso da Gestão com um Serviço de Qualidade (CGSQ)

X ₁	CGSQ2	A Administração deste Clube parece estar empenhada em que os seus clientes sejam bem atendidos.
X ₂	CGSQ4	A Administração deste Clube parece oferecer aos seus funcionários as condições necessárias para que eles realizem bem o seu trabalho.
X ₃	CGSQ6	A administração parece esforçar-se para disponibilizar os serviços prometidos.
X ₄	CGSQ7	Os serviços são fornecidos de acordo com o que é prometido.

Clima de Serviço (CS)

X ₅	CS3	Sempre que fiz uma reserva de um equipamento ou serviço, ou tive que desmarcar ou alterar uma marcação já efectuada, houve sempre algo a correr mal.
X ₆	CS4	No momento em que se chega a conhecer melhor os funcionários, eles vão embora.
X ₇	CS5	O Clube parece estar a reduzir o seu pessoal.
X ₈	CS7	É difícil saber a quem me dirigir ou para onde escrever para obter informações específicas acerca do Clube ou de determinado serviço.

Desígnios da Essência do Serviço – Actividades (DESA)

X ₉	DESA1	O Clube tem uma oferta variada de actividades para os seus clientes.
X ₁₀	DESA2	O Clube oferece uma vasta gama de serviços.
X ₁₁	DESA3	O Clube disponibiliza actividades com grande procura em horários diferentes.
X ₁₂	DESA4	O horário de funcionamento do Clube é conveniente para os seus clientes.

Interacções Interpessoais (II)

X ₁₃	II2	Os funcionários mostram-se disponíveis para ajudar os clientes do Clube.
X ₁₄	II3	Os funcionários são versáteis e eficientes.

X ₁₅	II4	Os funcionários tratam dos problemas dos clientes do Clube de uma forma rápida e satisfatória.
X ₁₆	II5	Os funcionários tratam os clientes do Clube com cortesia.

Interacção com as Tarefas (IT)

X ₁₇	IT2	Os funcionários certificam-se de que todos os clientes estão a fazer os exercícios de acordo com as suas capacidades.
X ₁₈	IT3	Os funcionários são compreensivos relativamente às queixas dos clientes do Clube.
X ₁₉	IT4	Os funcionários corrigem os erros cometidos pelos clientes do Clube.
X ₂₀	IT6	Os funcionários ensinam individualmente cada cliente a usar os equipamentos e/ou a realizar a sua actividade.

Contacto com o Ambiente Físico (CAF)

X ₂₁	CAF3	O Clube oferece instalações limpas e atraentes.
X ₂₂	CAF4	O Clube possui balneários confortáveis.
X ₂₃	CAF5	O Clube mantém limpas as zonas de duche e W.C.
X ₂₄	CAF6	As instalações e os equipamentos estão sempre em boas condições de funcionamento.

Contacto com os Outros Clientes (COC)

X ₂₅	CO2	Os clientes auxiliam-se mutuamente.
X ₂₆	CO3	Os clientes dão feedbacks construtivos uns aos outros
X ₂₇	CO5	Os clientes apoiam-se mutuamente
X ₂₈	CO6	Os clientes preocupam-se com a segurança dos outros.

Falhas no Serviço e Restabelecimento (FSR)

X ₂₉	FSR1	Existem poucas falhas no serviço.
X ₃₀	FSR2	Existem muito poucos problemas na disponibilização dos serviços.
X ₃₁	FSR6	Quando algo corre mal, o problema é rapidamente resolvido.
X ₃₂	FSR7	A Administração prevê potenciais problemas e toma as medidas necessárias para os evitar.

Percepção da Qualidade do Serviço (PQS)

X ₃₃	PQS1	Eu recebo o serviço que esperava.
-----------------	------	-----------------------------------

X₃₄	PQS4	Os serviços prestados correspondem às minhas expectativas.
X₃₅	PQS6	Os serviços proporcionam-me os benefícios que procuro.
X₃₆	PQS11	A qualidade do serviço disponibilizado pelo Clube é excelente.

ANEXO C – CARTA CONVITE EXPLICATIVA AOS ESPECIALISTAS



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA E ESPORTE

São Paulo, 23 de Maio de 2016.

Como orientadora de mestrado na área de Estudos do Esporte da estudante Silvia Gonçalves Mariano, venho por meio desta, solicitar a sua colaboração para a apreciação e o julgamento das dimensões do questionário a ser utilizado no projeto de pesquisa de mestrado intitulado: **Dimensões da qualidade em programas e serviços de atividades físicas.**

Esta pesquisa tem como objetivo **verificar quais dimensões da qualidade possuem maior relevância de acordo com a percepção de participantes, de professores e de gestores de programas e serviços de atividade física**. O projeto de pesquisa foi aprovado no Exame de Qualificação de mestrado do curso de pós-graduação em Educação Física e pelo Comitê de Ética da EE-USP sob o número 54075616.7.0000.5391.

Para cumprir o objetivo dessa pesquisa fez-se necessário a construção de um novo instrumento, uma vez que não existe na literatura instrumento aplicável aos três públicos que permita a comparação da qualidade.

Dessa forma, recorremos ao SQFS (Scale of Quality in Fitness Services - SQFS), um instrumento que avalia, através de dimensões, a qualidade de serviços de atividade física e que tem por finalidade servir como ferramenta de diagnóstico permitindo aos gestores determinar as áreas do serviço que apresentam pontos fracos ou que precisam de maior atenção (CHELLADURAI et al., 1987). Este instrumento considera nove dimensões: Compromisso da Gestão com um Serviço de Qualidade; Clima de Serviço; Desígnios da Essência do Serviço – Atividades; Interações Interpessoais; Interação com as Tarefas; Contato com o Ambiente Físico; Contato com os Outros Clientes; Falhas no Serviço e Restabelecimento; Percepção da Qualidade do Serviço.

O SQFS foi validado e adaptado para a língua portuguesa como SQFSp (em português) por **Ferreira e Fonseca (2001)**.

Sendo assim, as etapas iniciais do processo de construção do instrumento consistiram em:

1. Solicitar a autorização de utilização do instrumento (SQFSp) aos seus autores, a qual foi obtida através de e-mail em 09-03-2016;
2. Foram realizadas adaptações/adequações de expressões do português (Portugal) para o português (Brasil). Tomamos como base as dimensões que constituem o instrumento SQFSp. Essa etapa foi realizada pela pesquisadora.



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA E ESPORTE

3. A partir dessa nova versão, foi realizada a adaptação das afirmativas que compõem as dimensões do instrumento SQFSp (em português) no sentido de torná-las “universais” para os três grupos de respondentes e desvinculando-se as expressões que faziam referência diretamente a avaliação de um programa/serviço específico apenas por parte do cliente/participante.

A próxima etapa é a avaliação de especialistas (experts, gestores e pesquisadores da área), a fim de realizar validação de conteúdo (validação qualitativa), que corresponde à pertinência e clareza das dimensões adaptadas, permitindo produzir uma versão pré-final que, após segunda etapa do processo de validação (validação quantitativa) será submetida ainda a um teste piloto para então termos a versão final que será utilizada na pesquisa. Para tanto, contamos com a sua colaboração, como expert das Ciências do Esporte, no sentido de analisar o material anexado, e emitir seu parecer quanto à validação de conteúdo do instrumento:

1. Emitindo sua opinião quanto aos itens do instrumento;
2. Elaboração de um parecer final a respeito do instrumento.

Caso concorde em emitir o seu parecer, solicitamos que responda afirmativamente a este email até o **dia 06 de Junho**, para encaminharmos o material.

Agradecemos antecipadamente a sua colaboração, na certeza de que os conhecimentos resultantes desta pesquisa irão contribuir para o desenvolvimento científico do Esporte e da Educação Física na realidade brasileira. Qualquer dúvida, por favor, entrar em contato comigo ou com a estudante através dos e-mails: flaviacb@usp.br e silvia.mariano@usp.br.

Atenciosamente,

Prof^a Dr^a Flávia da Cunha Bastos

Av. Professor Mello Moraes, 65
CEP 05508-900 – São Paulo – SP – Brasil
Fone: 55 11 3091-3120
Fax: 55 11 3813-5091

ANEXO D – INSTRUÇÕES AOS ESPECIALISTAS DE COMO AVALIAR O INSTRUMENTO

Dimensões da Qualidade em Programas e Serviços de Atividades Físicas

Agradecemos imensamente sua disponibilidade em participar como um dos membros do painel de especialistas que examinarão a validade do conteúdo deste instrumento.

O instrumento a seguir consiste em uma adaptação do instrumento SQFSp. Através de 9 dimensões, o instrumento original SQFSp (Scale of Quality in Fitness Services - SQFSp) se propõe a avaliar a qualidade de um serviço de atividades físicas através do olhar do cliente.

O objetivo do presente instrumento adaptado é identificar quais das dimensões possuem maior importância em termos de qualidade. Sua construção considerou os três tipos de sujeitos envolvidos no processo (gestores, professores e clientes), a fim de permitir a utilização de um mesmo instrumento para os três grupos. Desta forma, será possível estabelecer uma comparação em relação às suas visões acerca da qualidade do programa ou serviço em questão.

O presente documento é dividido em duas seções: a primeira corresponde à identificação do avaliador.

A segunda corresponde à avaliação do instrumento em si, as orientações para a avaliação serão dadas no início da seção.

1. Favor identificar-se escrevendo seu nome abaixo:
-

Avaliação das Dimensões

Nesta seção, apresentamos os 35 itens que foram adaptados e comporão o novo instrumento.

Durante o processo de adaptação, consideramos as afirmativas que serão apresentadas aos sujeitos da pesquisa para que as classifiquem em termos da sua importância em relação a qualidade do serviço.

Solicitamos que avalie cada item segundo dois critérios: (1) se a adaptação do item foi apropriada e (2) a clareza de significados dos itens.

(1) A adaptação do item é apropriada?

Sim = apropriado

Não = não é apropriado

(2) Classifique este item em relação à clareza

1- Não Claro

2- Pouco Claro

3- Claro

4- Muito Claro

Se o item for apropriado mas não apresentar clareza, por favor reescreva a sua sugestão de

ANEXO E – ESCLARECIMENTOS A RESPEITO DOS OBJETIVOS DO ESTUDO E CONCORDÂNCIA DO RESPONDENTE EM PARTICIPAR DA PESQUISA

QUALIDADE EM SERVIÇOS E PROGRAMAS DE ATIVIDADES FÍSICAS

Prezado Participante,
SEJA BEM-VINDO (A)!!

Este questionário faz parte de um projeto de mestrado e seu objetivo é conhecer a opinião dos clientes, professores e gestores sobre os itens relacionados à qualidade em serviços e programas de atividades físicas.

Nosso instrumento é composto por duas partes. A primeira parte identifica algumas características do respondente e a segunda é composta por 30 itens (dimensões).

Com esse instrumento, avaliaremos a percepção e opinião do respondente quanto a importância de cada um dos itens para definir a qualidade de um serviço ou programa de atividades físicas, de uma maneira geral, não necessariamente o que você frequenta/atua/coordena.

O tempo de preenchimento é de aproximadamente 8 minutos.

Para garantirmos uma pesquisa legítima, contamos com sua atenção e seriedade nas respostas fornecidas. Lembramos que este questionário é anônimo e que ele será avaliado exclusivamente pelos pesquisadores.

Desde já agradecemos imensamente a sua colaboração!

* Required

1. Declaro que, após convenientemente esclarecido e ter entendido o que me foi explicado, **consinto em participar da presente Pesquisa.***

Mark only one oval.



Concordo

ANEXO F – TERMO DE CONSENTIMENTO

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA E ESPORTE
Comitê de Ética em Pesquisa

Formulário E

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

I - DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO SUJEITO DA PESQUISA OU RESPONSÁVEL LEGAL

1. DADOS DO INDIVÍDUO

Nome completo

Sexo Masculino
 Feminino

RG

Data de nascimento

Endereço completo

CEP

Fone

e-mail

2. RESPONSÁVEL

LEGAL Nome completo

Natureza (grau de parentesco, tutor, curador, etc.)

Sexo Masculino
 Feminino

RG

Data de nascimento

Endereço completo

CEP

Fone

e-mail

II - DADOS SOBRE A PESQUISA CIENTÍFICA

1. Título do Projeto de Pesquisa

Qualidade em serviços e programas de atividades físicas na visão de clientes, instrutores e gestores:
construção e validação do instrumento SQFSbr

2. Pesquisador Responsável

Flávia da Cunha Bastos / Sílvia Gonçalves Mariano

3. Cargo/Função Professora /

Pesquisadora

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA E ESPORTE
Comitê de Ética em Pesquisa

Formulário E

4. Avaliação do risco da pesquisa:

<input checked="" type="checkbox"/> RISCO MÍNIMO	<input type="checkbox"/> RISCO BAIXO	<input type="checkbox"/> RISCO MÉDIO	<input type="checkbox"/> RISCO MAIOR
--	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------

(probabilidade de que o indivíduo sofra algum dano como consequência imediata ou tardia do estudo)

5. Duração da Pesquisa

2 anos

III - EXPLICAÇÕES DO PESQUISADOR AO INDIVÍDUO OU SEU REPRESENTANTE LEGAL SOBRE A PESQUISA, DE FORMA CLARA E SIMPLES, CONSIGNANDO:

O objetivo da presente pesquisa é verificar quais dimensões determinam a qualidade em programas de atividades físicas para idosos, considerando a percepção dos gestores, instrutores e participantes de tais programas. O conhecimento de tais dimensões é extremamente relevante, uma vez que possibilita a avaliação e aprimoramento dos serviços oferecidos ao público em questão. A participação de V. Sa. nesse estudo, através de preenchimento de questionário é voluntária. Inexistem situações em que possam ocorrer desconfortos e não há riscos físicos ou psicológicos, bem como não existem benefícios que poderão ser obtidos. O participante não será remunerado e nem haverá custos decorrentes de sua participação na pesquisa. Não serão dotados procedimentos alternativos que possam ser vantajosos para o indivíduo.

IV - ESCLARECIMENTOS DADOS PELO PESQUISADOR SOBRE GARANTIAS DO SUJEITO DA PESQUISA:

V. S^a poderá: **1.** Ter acesso, a qualquer tempo, às informações sobre procedimentos, riscos e benefícios relacionados à pesquisa, inclusive para dirimir eventuais dúvidas; **2.** Ter liberdade de retirar seu consentimento a qualquer momento e de deixar de participar do estudo, sem que isto traga prejuízo à continuidade da assistência. **3.** É salvaguardada a confidencialidade, sigilo e privacidade; e **4.** Disponibilidade de assistência no HU ou HCFMUSP, por eventuais danos à saúde, decorrentes da pesquisa. Na presente pesquisa não se aplica a cláusula 4.

V - INFORMAÇÕES DE NOMES, ENDEREÇOS E TELEFONES DOS RESPONSÁVEIS PELO ACOMPANHAMENTO DA PESQUISA, PARA CONTATO EM CASO DE INTERCORRÊNCIAS CLÍNICAS E REAÇÕES ADVERSAS.

Flávia da Cunha Bastos (11) 3294 8507
Av. Diógenes Ribeiro de Lima, 2735 Apto 61B – Alto de Pinheiros – SP. CEP 05458-002
Sílvia Gonçalves Mariano (11) 9.8343 6597
Rua Safira, 506 – Aclimação – SP. CEP 01532-010
Comitê de Ética em Pesquisa- Escola de Educação Física e Esportes da Universidade de São Paulo (11) 3091.3097 Av. Prof. Mello Moraes, 65 - Cidade Universitária - São Paulo - SP . CEP: 05508-030

VI. - OBSERVAÇÕES COMPLEMENTARES

VII - CONSENTIMENTO PÓS-ESCLARECIDO

Declaro que, após convenientemente esclarecido pela pesquisadora e ter entendido o que me foi explicado, consenti em participar do presente Projeto de Pesquisa.

São Paulo, ____/____/____

Assinatura do Sujeito da Pesquisa

ou Responsável Legal

Sílvia Gonçalves Mariano

RG. 30.985.364-3