

**FUNDAÇÃO INSTITUTO CAPIXABA DE PESQUISAS EM  
CONTABILIDADE, ECONOMIA E FINANÇAS**

**EVERTON ASSIS CUNHA**

**ATRIBUTOS DA QUALIDADE DO SERVIÇO EDUCACIONAL  
PROVIDO EM SALA DE AULA SEGUNDO A PERCEPÇÃO DO  
DISCENTE**

**VITÓRIA  
2012**

**EVERTON ASSIS CUNHA**

**ATRIBUTOS DA QUALIDADE DO SERVIÇO EDUCACIONAL  
PROVIDO EM SALA DE AULA SEGUNDO A PERCEPÇÃO DO  
DISCENTE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE) como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas, na área de concentração Marketing.

Orientador: Prof. Dr. Moisés Balassiano.

**VITÓRIA  
2012**

**EVERTON ASSIS CUNHA**

**ATRIBUTOS DA QUALIDADE DO SERVIÇO EDUCACIONAL  
PROVIDO EM SALA DE AULA SEGUNDO A PERCEPÇÃO DO  
DISCENTE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisa em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE) como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas, na área de concentração Marketing.

Aprovado em 14 de dezembro de 2012.

**COMISSÃO EXAMINADORA**

---

**Prof. Dr. Moisés Balassiano**  
**Fundação Instituto Capixaba de Pesquisa em Contabilidade,**  
**Economia e Finanças (Fucape)**  
**Orientador**

---

**Prof. Dr. Emerson Wagner Mainardes**  
**Fundação Instituto Capixaba de Pesquisa em Contabilidade,**  
**Economia e Finanças (Fucape)**  
**Banca**

---

**Prof. Dr. Eloisio Moulin de Souza**  
**Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)**  
**Banca**

Dedico este trabalho à minha família e aos meus amigos. Em especial à minha mãe e à minha esposa Michele, grandes companheiras nesta jornada.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus, pela saúde, família e condições necessárias para realizar este estudo e alcançar este sonho. Sou grato a Ele também pelos amigos que tenho, que muito me apoiam e incentivam.

Em especial à minha mãe por todos os esforços empreendidos em minha educação, permitindo-me sonhar e realizar meus sonhos.

À minha esposa Michele, por todo apoio, compreensão e estímulo.

Registro aqui meus sinceros agradecimentos a dois amigos especiais: Adonai José Lacruz e Daniel Modenesi de Andrade (os irmãos que não tive!), por todas as palavras de incentivo e contribuições dadas a este trabalho.

Aos meus familiares, amigos e demais professores e colaboradores da Fucape, que direta ou indiretamente puderam contribuir para conclusão dessa pesquisa.

Ao meu atual Orientador, Prof. Dr. Moisés Balassiano, pelas soluções trazidas a este trabalho e por toda presteza e compreensão ao longo desta jornada.

Agradeço também ao meu ex-orientador, Professor Dr. Marcelo Moll Brandão, direcionador e incentivador inicial desta pesquisa.

Serei eternamente grato a todos vocês, por tudo!

*“O que conta é a qualidade  
como percebida por clientes”.*

(Christian Grönroos)

## RESUMO

Nas últimas três décadas, diferentes pesquisas foram realizadas no Brasil buscando entender e acompanhar o uso de ferramentas de marketing em serviços educacionais. A análise dessas investigações indica haver predominância do uso da escala SERVQUAL (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1988), como instrumento de mensuração da qualidade de serviço educacional brasileiro. Tendo como referência essa escala e o modelo de oferta da qualidade de serviços proposto por Grönroos (1998), este estudo buscou avaliar quais os atributos mais relevantes na imputação de qualidade do serviço educacional provido em sala de aula. Para tanto, uma pesquisa exploratória, do tipo *survey*, de corte transversal (CRESWELL, 2010), foi realizada em uma Instituição de Ensino Superior do estado do Espírito Santo. A amostra, de natureza não probabilística (MALHOTRA, 2006), foi composta por alunos que cursavam o primeiro semestre do curso de Administração. Os resultados obtidos estatisticamente por meio de duas análises multivariadas: análise fatorial exploratória e modelagem de equações estruturais demonstram que a atribuição de qualidade ao serviço educacional está positivamente relacionada com os atributos da qualidade propostos pela Escola Nórdica. O modelo avaliado sugere que as dimensões da qualidade de serviços educacionais providos em sala de aula podem ser classificadas, respectivamente, segundo a seguinte ordem decrescente de importância: qualidade técnica; qualidade funcional; e qualidade do ambiente.

**Palavras-chave:** Qualidade de serviços; Mensuração da qualidade de serviços; Escala SERVQUAL; Marketing de serviços.

## ABSTRACT

In the last three decades, different researches have been done in Brazil in order to understand and follow up the use of marketing tools for educational services. Through the analysis of these investigations it is possible to verify the predominance of the use of the SERVQUAL (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1988) scale as a tool for measuring the Brazilian educational service quality. Having this scale and the model of offer of quality of services proposed by Grönroos (1998) as references, we tried to assess which attributes are more relevant in ascribing the quality of educational services offered in the classroom. For this purpose, a transversal cut survey (CRESWELL, 2010) exploratory research was made in a Higher Education Institution in the state of Espírito Santo. The non-probability sample (MALHOTRA, 2006) consisted of students from the first semester of the Business Administration course. The results obtained statistically by means of multivariate analysis are as follows: the exploratory factorial analysis and modeling of structural equations showed that the accreditation of quality of educational services are positively related to the attributes of quality proposed by the Nordic School. The model assessed suggests that the dimensions of quality of educational services offered in the classroom can be classified, respectively, according to the decreasing order of importance: technical quality, functional quality and quality of the environment.

**Keywords:** Quality of services; Measuring the quality of services; SERVQUAL Scale; Marketing services.

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1: DISTRIBUIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS.....	39
TABELA 2: ANÁLISE EXPLORATÓRIA BASEADA NA ESCALA SERVQUAL.....	40
TABELA 3: ALFA DE CRONBACH DAS DIMENSÕES DA SERVQUAL.....	41
TABELA 4: ANÁLISE EXPLORATÓRIA BASEADA NA ESCOLA NÓRDICA.....	42
TABELA 5: ALFA DE CRONBACH BASEADO NA ESCOLA NÓRDICA.....	44
TABELA 6: AJUSTAMENTO DO MODELO DE MEDIDAS.....	45
TABELA 7: CARGAS E SIGNIFICÂNCIA DOS COEFICIENTES.....	48

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>18</b>
2.1 QUALIDADE .....	18
2.2 QUALIDADE PERCEBIDA .....	20
2.2.1 Escola Norte Americana.....	22
2.2.2 Escola Nórdica .....	24
2.3 O PROFESSOR E A SALA DE AULA .....	26
2.4 ENSINO SUPERIOR NO BRASIL - GRADUAÇÃO .....	30
2.5 INSTRUMENTOS DE MENSURAÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS.....	32
<b>3 METODOLOGIA .....</b>	<b>32</b>
3.1 SELEÇÃO DA AMOSTRA .....	35
3.2 INSTRUMENTO .....	36
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS .....</b>	<b>38</b>
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA .....	38
4.2 TESTES EXPLORATÓRIOS .....	40
4.3 DISCUSSÃO SOBRE O AJUSTAMENTO DO MODELO ESTRUTURAL .....	45
4.4 DISCUSSÃO SOBRE O MODELO ESTRUTURAL .....	46
<b>5 CONCLUSÃO .....</b>	<b>50</b>
<b>6 REFERÊNCIAS.....</b>	<b>54</b>
<b>APÊNDICE I – INSTRUMENTO DE LEVANTAMENTO DE DADOS .....</b>	<b>60</b>

## Capítulo 1

### 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, diversas empresas produtoras de bens de consumo têm dedicado esforços crescentes no desenvolvimento/entrega de serviços com a intenção de assegurar um crescimento no longo prazo e, muitas vezes, de formar e manter vantagem competitiva no mercado em que atuam (JACOB e ULABA, 2008).

Slack et al. (1997, p.549), afirmam que gradativamente as atenções das organizações atuantes no setor de serviços foram se voltando cada vez mais para a qualidade do serviço ofertado, em uma espécie de “revolução de qualidade”.

Segundo Jacob e Ulaba (2008), essa é a razão para estudiosos se dedicarem a acompanhar a tendência de crescimento de prestação de serviços e empreenderem discussões sobre o tema qualidade de serviços.

O interesse dos pesquisadores pelo tema qualidade de serviços surgiu no final da década de 1970 e, desde então, passou a fazer parte da agenda de pesquisa de marketing de serviços (GRÖNROOS, 2009).

Paralelamente ao aumento da rivalidade no setor privado de educação superior, que impulsionou as IES a adotarem estratégias que as tornassem cada vez mais competitivas, pesquisadores nacionais se dedicaram a entender o uso das ferramentas de marketing nas IES do país (COBRA e REICHELDT, 2008).

No Brasil diferentes estudos foram realizados com vistas a entender e acompanhar o uso de ferramentas de marketing em serviços educacionais, tais como: Fortes (2001); Froemming (2001); Alves (2003); Jacob (2003); Perfeito et al., (2004); Walter, Tontini e Domingues (2005); Carvalho e Siqueira (2006); Lourenço et al., (2006); Shimoyama (2006); Tureta et al. (2006); Oliveira e Ikeda (2006), Deschamps (2007); Oliveira et al., (2007); Costa (2007); Cobra e Reichelt (2008); Aquino et al., (2008); Mainardes e Domingues (2008); Eberle et al., (2010); Mainardes e Domingues (2010); entre outros.

Nas últimas duas décadas, a área do serviço educacional brasileiro se tornou alvo de estudos relacionados à qualidade, passando a contar com pesquisas sobre mensuração da qualidade percebida dos serviços prestados por IES's – Instituições de Ensino Superior - nacionais (CARVALHO e SIQUEIRA, 2006).

As pesquisas ligadas à qualidade percebida nos serviços educacionais realizadas na década de 2010, tais como: Fortes, 2001; Perfeito et al., 2004; Shimonaya, 2006; Eberle et al., (2010), avaliaram, de maneira geral, a qualidade global do serviço, dada as similitudes entre as escalas de mensuração utilizadas e os objetivos das investigações feitas.

Dois instrumentos são os mais comuns na aferição da qualidade de serviços: a escala SERVQUAL, desenvolvida por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988); e a escala SERVPERF, proposta por Cronin Jr. e Taylor (1992).

Mesmo depois dos muitos avanços obtidos por acadêmicos brasileiros nos temas envolvendo qualidade de serviços, há muito a ser desvendado sobre o assunto.

Carvalho e Siqueira (2006, p.2), sugerem que estudos sejam realizados buscando entender, entre outras coisas, “Como os discentes avaliam a qualidade do serviço educacional? Quais os atributos mais importantes no processo de percepção de qualidade dos alunos?”.

Assim, esse trabalho optou por concentrar seus esforços de pesquisa direcionados à obtenção de respostas para a seguinte pergunta: quais os atributos da qualidade de serviços estão positivamente relacionados, e são mais relevantes, à imputação de qualidade de serviço educacional provido em sala de aula?

Visando contribuir para a ampliação do conhecimento que se tem sobre o uso de ferramentas de marketing nas IES's, este trabalho buscou confirmar se os atributos da qualidade: **técnica** e **funcional** (GRÖNROOS, 1998) e **ambiente** (BITNER, 1990) estão positivamente relacionados com a percepção de qualidade do serviço provido em sala de aula. Complementarmente objetiva identificar quais desses atributos são mais relevantes na imputação de qualidade segundo a percepção dos alunos.

## Capítulo 2

### 2 REFERENCIAL TEÓRICO

#### 2.1 QUALIDADE

Desde o ano de 1960 a gestão da qualidade tem sido reconhecida e utilizada com finalidades estratégicas voltadas à melhoria do desempenho operacional e global da organização.

Segundo Slack *et al.* (1997, p. 549), “Há uma crescente consciência de que bens e serviços de alta qualidade podem dar a uma organização considerável vantagem competitiva”.

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) pontuam que o conceito de qualidade está relacionado com fazer corretamente desde a primeira vez aquilo que foi proposto/planejado. Conforme Slack *et al.* (1997, p.552), qualidade é [...] “a consistente conformidade com as expectativas dos consumidores”.

Na década de 1980 a qualidade de serviços foi intensamente pesquisada. Nesse período foram desenvolvidos diferentes modelos de oferta, gerenciamento e mensuração da qualidade de serviços (BROGOWICZ, DELENE e LYTH,1990).

Grönroos (1982) introduziu a abordagem da qualidade orientada para o serviço por meio do conceito de Qualidade Percebida de Serviço.

Baseado no paradigma da desconfirmação de Oliver e DeSarbo (1988), Grönroos (1998) propõe um modelo de qualidade percebida com base em duas dimensões: funcional e técnica, que passaram a ser conhecidas como qualidade técnica e qualidade funcional.

A qualidade técnica é o que o cliente recebe como resultado da interação com a empresa provedora do serviço, enquanto a funcional está relacionada com a maneira como o serviço é provido (GRÖNROOS, 1998).

Bitner (1990) e Rust e Oliver (1994) afirmam que o ambiente físico também afeta a qualidade de serviço percebida pelo cliente, devendo, por isso, ser considerado como uma terceira dimensão (atributo) a compor o modelo de oferta/mensuração da qualidade de serviço.

As razões para o predomínio do foco na qualidade do serviço passam pela dominação desse setor e de seu crescimento, alterado pela economia e as forças do mercado, influências e práticas competitivas intensas, a motivação pelo lucro e a necessidade que todas as organizações têm de responder às demandas de uma sociedade liderada pelo cliente (DONALDSON e RUNCIMAN, 1995).

O mercado de serviço difere do mercado de produtos fundamentalmente devido à intangibilidade daquilo que é ofertado. Essa característica faz com que seja difícil determinar como os clientes percebem a qualidade do serviço (TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

Os serviços possuem também outras características que dificultam o controle e o julgamento da sua qualidade, que são: inseparabilidade, simultaneidade e variabilidade (TÉBOUL, 2002; SLACK *et al.*, 1997; PALMER, 2005).

A primeira refere-se ao fato do serviço não poder ser dissociado de seu provedor/consumidor. A segunda denota que o serviço é consumido à medida que é provido, enquanto a terceira aponta que a qualidade de um dado serviço varia conforme o dia e as pessoas envolvidas em seu processamento (BROGOWICZ, DELENE e LYTH, 1990; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

Em consonância com Gummesson (1993), Téboul (2002, p.116), afirma que: “[...] qualidade do serviço é resultado da conjugação entre a realidade objetiva da prestação de serviço e o universo subjetivo do cliente”.

De maneira geral, é possível afirmar que os conceitos de qualidade de serviço decorrem do alinhamento entre a produção/entrega do serviço e aquilo que o cliente esperava receber.

Nesse sentido, a qualidade do serviço é definida como a qualidade percebida pelo cliente acerca do serviço que lhe foi provido (GRÖNROOS, 2009).

## 2.2 QUALIDADE PERCEBIDA

Especificamente na literatura relacionada com o marketing de serviços, qualidade percebida é vislumbrada como uma avaliação global do serviço consumido, que envolve tanto a avaliação objetiva do que foi experimentado quanto o julgamento subjetivo de como o serviço foi provido (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1988; BROGOWICZ, DELENE e LYTH, 1990; CRONIN JR. e TAYLOR, 1992; GUMMESSON, 1993; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

A qualidade percebida de serviços é o resultado do julgamento feito pelo cliente sobre a qualidade do serviço obtido, por meio da comparação de suas

expectativas anteriores ao consumo, com a sua percepção de qualidade acerca do que lhe foi provido, ou seja, sua avaliação pós-consumo (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1985; BROGOWICZ, DELENE e LYTH, 1990; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

Gummesson (1993) aborda qualidade de serviços como qualidade percebida, afirmando que este atributo está relacionado com a percepção subjetiva do cliente.

A boa qualidade percebida é alcançada quando a qualidade experimentada é maior ou igual à esperada, ou seja, quando ela atende ou supera as expectativas do cliente (GRÖNROOS, 2009).

A constante preocupação em atender ou superar as expectativas do cliente, com relação à qualidade de serviço, se deve à tentativa de satisfazê-lo. Sua satisfação acontece quando a qualidade percebida do serviço iguala ou excede a expectativa acerca da qualidade do serviço consumido (TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

Nos casos em que a qualidade percebida do serviço fica abaixo da expectativa do cliente, ocorre um desvio da qualidade (*gap*), ou seja, forma-se uma lacuna entre o serviço esperado pelo cliente e o que lhe foi provido (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1988; BROGOWICZ, DELENE e LYTH, 1990; CRONIN JR. e TAYLOR, 1992; GUMMESSON, 1993; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

Existem trabalhos relacionados com o tema qualidade de serviço, apontando que ela poder ser fator decisivo na escolha de um provedor (GRÖNROOS, 2009). Ademais, é um bom preditor do valor percebido e da satisfação (PETRICK, 2004) e o

melhor preditor do valor percebido (ZEITHAML, 1988; CRONIN JR., BRADY e HULT, 2000).

Cobra e Reichelt (2008) verificaram que a qualidade percebida de serviço educacional é preditor de valor percebido e que impacta na satisfação do aluno, sendo ambos preditores da lealdade do estudante.

Ao discorrer sobre a importância de definir a qualidade dentro das empresas da mesma maneira que os clientes, Grönroos (2009, p. 65) argumenta: “[...] o que conta é a qualidade percebida pelos clientes”.

Dada a importância do tema percepção de qualidade para o gerenciamento dos serviços, a partir desse ponto serão destacadas as correntes que o discutem: Escola Norte Americana e a Escola Nórdica.

### **2.2.1 Escola Norte Americana**

As principais contribuições da Escola Norte Americana acerca do tema qualidade percebida de serviços estão representadas no trabalho de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), que desenvolveram e testaram empiricamente a escala SERVQUAL, com vistas a mensurar a qualidade do serviço com base no modelo de satisfação proposto por Oliver (1980).

O instrumento proposto por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), é composto por 22 pares de itens que abrangem as cinco dimensões consideradas pelos clientes, segundo esses autores, em suas percepções de qualidade de serviço, quais sejam: confiabilidade; presteza; segurança; empatia; e aspectos tangíveis.

Brogowicz, Delene e Lyth (1990), visando sintetizar o modelo de qualidade percebida de serviço proposto pela escola norte americana, desenvolveram um arquétipo autoexplicativo chamado Modelo Sintetizado de Qualidade Percebida de Serviço.

No modelo sintetizado, a qualidade percebida é dividida em duas lacunas: a qualidade técnica, ou pacote de serviço técnico, e a qualidade funcional, relacionada com o pacote de serviço funcional. Ambas se fundem constituindo o pacote de serviço total – qualidade total do serviço.

Na parte inferior do modelo os autores dispõem os recursos humanos e físicos que influenciam os dois pacotes de serviços, enquanto na superior eles apresentam os fatores que influenciam as expectativas dos clientes (GRÖNROOS, 2009).

Nos serviços técnicos, os recursos humanos são compostos por: conhecimento técnico e habilidades/aptidão requeridas para executar o serviço, enquanto nos serviços funcionais são: disponibilidade; empatia; atitude e comportamento daqueles que entregam o serviço, bem como as relações internas das pessoas envolvidas na maneira como o serviço é entregue (BROGOWICZ, DELENE e LYTH, 1990).

Para esses autores os recursos físicos de dimensão técnica são as máquinas, os materiais, infraestrutura e tecnologia, enquanto os recursos físicos da dimensão funcional estão relacionados com a acessibilidade e aparência da infraestrutura e das pessoas que proveem o serviço.

Essa estrutura analítica permite que os pesquisadores e praticantes da área identifiquem lacunas (*gaps*) de qualidade e suas respectivas origens internas e/ou externas (BROGOWICZ, DELENE e LYTH, 1990; GRÖNROOS, 2009).

Dessa forma, as maiores contribuições da Escola Norte Americana no estudo da qualidade de serviço foram o estabelecimento dos cinco determinantes definidos na SERVQUAL e o estabelecimento da diferença (*gap*) entre qualidade de serviço esperada e experimentada, que uma vez identificada, pode levar a programas corretivos de marketing (BROGOWICZ, DELENE e LYTH, 1990; GRÖNROOS, 2009).

### **2.2.2 Escola Nórdica**

A Escola Nórdica tem em Christian Grönroos um de seus principais representantes. Grönroos (1998) propôs um modelo da qualidade de serviço baseado no conceito de desconfirmação de Oliver (1980), sob o argumento de que tal conceito foi adotado porque a percepção da qualidade de serviço é uma função do que o cliente espera pelo que realmente experimenta.

Nesse modelo, Grönroos (1998) dividiu a percepção do processo em duas dimensões: o processo, ou como o serviço é provido; e a dimensão resultado, ou o que é entregue como resultado do processo. O autor afirma que esses dois atributos da qualidade influenciam igualmente a qualidade percebida.

Essas duas dimensões são conhecidas respectivamente como qualidade funcional e qualidade técnica, sendo a qualidade técnica aquilo que o cliente recebe

como resultado da interação com a empresa e a funcional a maneira como o cliente recebe o serviço (GRÖNROOS, 1998).

Gummesson (1993), propôs o Modelo 4 Q de Oferta da Qualidade, que combina elementos de serviço e bens físicos e baseia-se em 4 atributos (dimensões) da qualidade, quais sejam: qualidade de projeto; qualidade de produção/entrega; qualidade relacional; e qualidade técnica.

Os dois primeiros atributos (qualidade de projeto e qualidade de produção/entrega) são considerados fontes da qualidade, enquanto os dois seguintes (qualidade relacional e qualidade técnica) constituem o resultado do serviço (GUMMESSON, 1993).

Em consonância com o que propuseram Brogowicz, Delene e Lyth (1990), esse modelo considera que os atributos expectativa e experiência estão positivamente relacionados com a qualidade percebida de serviços. Complementarmente, entretanto, inclui a variável Imagem/Marca.

O atributo imagem refere-se à imagem que o cliente tem da empresa, enquanto o atributo marca está relacionado com a imagem (visão) do produto formada na mente dos clientes (GUMMESSON, 1993).

Assim, a contribuição da Escola Nórdica está na análise da interatividade na relação comprador-vendedor e no enfoque dado à qualidade funcional dos elementos do esboço - produção e entrega. Resumidamente, para os estudos relacionados com a oferta de serviço, essa escola trouxe à luz a reflexão de como e o que é ofertado ao cliente.

## 2.3 O PROFESSOR E A SALA DE AULA

Para Alves (2003), a graduação é o serviço central de uma IES, enquanto biblioteca, secretaria, central de cópias, laboratórios e cantinas, são serviços periféricos, ou de apoio, que afetam a qualidade do serviço central.

Dentre todos os serviços, a educação é o mais intangível, sendo fundamentalmente determinado pelas pessoas que o prestam (ALVES, 2003).

Donaldson e Runciman (1995) apresentam 3 dimensões para o mix de marketing de serviços: as pessoas constituem a primeira dimensão e sua importância está fundamentada na interação entre provedor e cliente.

Esse aspecto é reconhecido como sendo de importância crítica para os negócios com alto contato, como educação, na qual qualidade do serviço é inseparável da qualidade do provedor do serviço.

Donaldson e Runciman (1995, p.244), elucidam que “em educação o professor é o principal agente de entrega do serviço” (DONALDSON e RUNCIMAN, 1995, p.244).

Franco (2000) afirma que o serviço educacional é essencialmente intangível e fundamentalmente formado por um aglomerado de interações inseparáveis entre docente e discente.

A segunda dimensão incluída no mix de marketing de serviços - processos -, leva em conta a maneira como o serviço é entregue em termos de sistemas e procedimentos.

O ambiente físico é a terceira dimensão que afeta a percepção do cliente, considerando componentes tangíveis como: localidade, equipamentos, estrutura física e materiais (BITNER, 1990; RUST e OLIVER, 1994).

São considerados ainda aspectos tangíveis: a maneira como as pessoas se comportam, se vestem e interagem (DONALDSON e RUNCIMAN, 1995).

Em consonância com esses autores, Rust e Oliver (1994) e Bitner (1990) consideram que o ambiente físico do encontro do serviço tem relação positiva com a qualidade do serviço atribuída pelo cliente.

O ambiente físico ajuda a criar a ambientação necessária ao processamento do serviço, impactando, portanto, na maneira como os seus prestadores e respectivos clientes se comportam e interagem durante o tal processamento (BITNER, 1990; RUST e OLIVER, 1994; DONALDSON e RUNCIMAN, 1995; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

Na maioria dos serviços, a qualidade é percebida na entrega do serviço pela interação entre o cliente e o prestador. Por esta razão, a qualidade do serviço depende do desempenho dos empregados (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1988; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

Geralmente, uma parte do serviço é preparada antes do cliente entrar no processo, mas para a percepção da qualidade do serviço o momento essencial ocorre por meio da presença e/ou participação do cliente (GRÖNROOS, 1998).

O período de tempo em que o cliente interage com o serviço, incluindo as relações com as pessoas, infraestrutura e outros elementos tangíveis, é conhecido

como encontro de serviço ou momentos da verdade (BITNER, 1990; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

Sendo assim, o encontro de serviço é o momento em que a empresa deve atender o desejo e/ou necessidade do seu cliente, não sendo possível corrigir eventuais falhas sem que o cliente tenha consciência do fato.

Nenhum serviço é perfeito durante todo o tempo, e o serviço de ensino superior também se encaixa nesta condição (IYER; MUNCY, 2008).

O gerenciamento efetivo do encontro de serviço envolve a compreensão dos complexos comportamentos dos empregados, que podem diferenciar um encontro de serviço altamente satisfatório de um insatisfatório (BITNER, 1990; BOOMS e TETREAULT, 1990).

De maneira similar, a empresa prestadora do serviço tem menos controle gerencial sobre a qualidade de serviço quando a participação do consumidor é intensa, porque este afeta o processo (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1988; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

Serviços são desempenhos e não objetos, por isso, o estabelecimento de uma qualidade uniforme no processo raramente é alcançada, pois sua execução geralmente difere de um empregado para outro, de cliente para cliente e de um dia para outro (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1988; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

Téboul (2002) afirma que devido ao fato do cliente afetar o processamento do serviço, ele é seu co-produtor, sendo, portanto, co-responsável por sua qualidade.

É possível afirmar, portanto, que devido ao fato dos discentes participarem ativamente na execução do serviço educacional, existe um menor controle da qualidade do serviço prestado pelo professor/IES.

A expectativa individual a respeito da qualidade de um serviço afeta o resultado final da qualidade a ele atribuída, visto que ela engloba influências externas como cultura, estrutura social, comunicação boca-a-boca, exposição a mídias e competição, estando cada aspecto relacionado às necessidades e experiências passadas dos indivíduos (BROGOWICZ, DELENE e LYTH, 1990; GUMMESSON, 2000; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

Nesse sentido, a expectativa também é influenciada pelas atividades tradicionais de marketing, como propaganda, relações públicas, vendas, promoções, canais de marketing e precificação, desempenhada por todos os *players* (BROGOWICZ, DELENE e LYTH, 1990; GUMMESSON, 1993; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009).

No processo de consumo, as soluções para os problemas dos clientes são formadas por um conjunto de recursos necessários para criar boa percepção de qualidade e valor para o cliente, sendo responsabilidade da empresa o desenvolvimento das competências e aquisição dos recursos para gerenciar e implementar o processo de serviço (GRÖNROOS, 1998).

Caso aconteça alguma falha (desvio da qualidade) durante o processamento do serviço, o provedor deverá buscar “recuperar o serviço”, realizando ajustes e/ou correções no processo ou na proposta do serviço ofertado, com vistas a evitar a insatisfação do cliente (TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009)

É importante, portanto, monitorar a qualidade perceptível do serviço educacional entregue na sala de aula, visto que nela há maior interação entre o prestador do serviço e seus clientes (DONALDSON; RUNCIMAN, 1995).

Nesse ínterim, o professor assume papel central na mensuração, visto que ele precisará estar alinhado à proposta de valor do serviço, e consciente dela, para que possa entregar o serviço em nível adequado (DONALDSON; RUNCIMAN, 1995; TÉBOUL, 2002).

## 2.4 ENSINO SUPERIOR NO BRASIL - GRADUAÇÃO

Desde a segunda metade da década de 1990 o setor de educação superior privada brasileiro sofreu uma significativa expansão na oferta de cursos e no número de IES (LOURENÇO et al., 2006), que passaram a ser constituídas também fora das capitais do país (FORTES, 2001).

No Brasil, segundo o INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais), em 1993 eram ofertados 5.280 cursos de graduação por 873 IES. Deste total de instituições, 652 pertenciam à iniciativa privada (INEP, 2003).

Dez anos depois o número de instituições de ensino superior chegou a 1.859 unidades, das quais 1.652 eram particulares. No que tange ao número de cursos, o crescimento foi ainda mais significativo no mesmo período, alcançando 16.453 cursos em 2003. Desses, 10.791 eram ofertados pelas IES privadas (INEP, 2003).

Em 2010, o número de IES no Brasil alcançou 2.378 unidades, sendo 2.100 privadas. Nesse mesmo ano a quantidade de cursos (presenciais e a distância) ofertados foi de 29.507, abarcando 6.379.299 matrículas (INEP, 2010).

Resumidamente, no período compreendido entre 1993 e 2010 o país presenciou um aumento aproximado de 558,84% no número de cursos superiores ofertados e de 272,39% na quantidade de IES atuantes na indústria. Nesse ínterim, as instituições privadas também tiveram sua participação aumentada no mercado de educação superior brasileiro, saindo de 74,68% de *market share* para 88,31% do total de IES existentes no Brasil.

A criação da LDB – Lei de Diretrizes e Bases de 1996 contribuiu para o aumento concorrencial evidenciado no setor educacional (FORTES, 2001; WALTER, TONTINI e DOMINGUES, 2005; MAINARDES, 2007). Complementarmente, a criação do Exame Nacional de Cursos incrementou a rivalidade competitiva nesse mercado, a medida em que permite avaliar comparativamente seus competidores (FORTES, 2001).

Conforme Censo da Educação Superior 2010, o curso de Administração foi o principal responsável pelo número de matrículas efetuadas naquele ano, respondendo por 833.876 pessoas. Em seguida apareceram os cursos de Direito e Pedagogia, que obtiveram respectivamente 694.545 e 570.829 alunos matriculados no ano de 2010 (INEP, 2010). Essa mesma fonte aponta que entre os anos de 2001 e 2010, o Brasil experimentou um crescimento de 110,1% no acesso ao ensino superior.

O aumento significativo da demanda nacional por ensino superior pode ser explicado pelo fato de que cada vez mais as pessoas se tornam conscientes dos benefícios sociais e econômicos associados à obtenção de um diploma (LOURENÇO et al., 2006; SANTOMÉ, 2001).

Macedo (2000), ao relacionar currículo e mercado de trabalho, aponta que a educação tende a ser percebida como um bem que garante *status* àquele que a consome.

O aquecimento da demanda por serviços educacionais tem tornado a educação uma oportunidade de negócio, na qual a IES é uma empresa, seus cursos são os produtos e o aluno um cliente (CARVALHO e SIQUEIRA, 2006).

Assim, o atual mercado de ensino superior brasileiro é marcado pela crescente competitividade e comercialização da educação (NICOLINI, 2003; ABDULLAH, 2006; MAINARDES, 2007), que impulsiona as IES a atuarem de forma cada vez mais competitiva (LOURENÇO et al., 2006).

Nesse ínterim, é importante que as IES nacionais sejam geridas com vistas a atrair e reter alunos, sob a pena de perderem espaço no mercado em que atuam (FORTES, 2001; CARVALHO e SIQUEIRA, 2006; LOURENÇO et al., 2006; MAINARDES, 2007).

## 2.5 INSTRUMENTOS DE MENSURAÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) utilizaram uma pesquisa exploratória para definirem 10 determinantes da qualidade de serviço: acesso, comunicação, competência, delicadeza, credibilidade, confiança, responsividade, tangíveis, segurança, compreensão ou conhecimento do consumidor.

Esse trabalho, pioneiro na mensuração da qualidade de serviço, embasou-se no modelo de satisfação de Oliver (1980), cujo princípio apoiava-se na concepção

de que a satisfação do cliente é função da diferença entre o desempenho do serviço e sua expectativa.

Três anos depois Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), tomando como base seu trabalho de 1985, desenvolveram um questionário intitulado escala SERVQUAL, composto por 22 pares de itens.

O primeiro item de cada par visa identificar o nível de desempenho esperado, enquanto o segundo identifica o nível de desempenho percebido no serviço. Levantados os dados, a escala é operacionalizada avaliando-se a diferença entre expectativa e percepção de desempenho, semelhantemente à avaliação da satisfação proposta por Oliver (1980).

O índice resultante da avaliação pode ser negativo ou positivo. A lógica do instrumento aponta que quanto maior for o índice obtido, maior será a percepção de qualidade de serviço, que nessa escala é auferida a partir de cinco dimensões, que são: tangibilidade; confiabilidade; presteza; segurança; e empatia.

A tangibilidade está relacionada com os aspectos tangíveis do serviço que funcionam como indicadores ou servem de pistas de sua qualidade, tais como: aparência física das instalações, equipamentos, pessoal e material de comunicação.

A confiabilidade refere-se à capacidade de prover o serviço conforme combinado, com confiança e precisão.

Presteza relaciona-se com a disposição do prestador do serviço em ajudar aos clientes, provendo prontamente o serviço. Pode também abranger a rapidez na recuperação do serviço.

Segurança é a competência dos funcionários da provedora de serviço para executar o serviço e despertar credibilidade e confiança nos clientes, além da cortesia.

Empatia tem relação com a capacidade do provedor de se ajustar para atender as necessidades específicas dos seus clientes, dando a eles atenção individualizada.

Desde que foi desenvolvido, esse instrumento em forma de questionário, passou a ser utilizado nos estudos dedicados a medir a qualidade das mais diferentes categorias de serviços, mostrando-se hora ser aderente à pesquisa e, em alguns contextos, pouco aderente ao estudo realizado (HERNANDEZ *et al.*, 2009).

Urdan (1993) enfatiza a superioridade da SERVQUAL nos estudos acadêmicos, apontando para sua longevidade e ampla utilização em pesquisas relacionadas à percepção de qualidade de serviço.

Teas (1994) defende que essa escala apresenta ambiguidade e fraquezas conceituais e aponta para o fato desse instrumento considerar a expectativa do consumidor, que quando se trata do atributo qualidade tende ao infinito.

Ao criticarem a escala SERVQUAL, Cronin Jr. e Taylor (1992) colocam que a qualidade não deve ser mensurada baseando-se no modelo de satisfação proposto por Oliver (1980), mas avaliando apenas a percepção do desempenho do serviço consumido.

Somando-se a isso, esses autores destacam que o conceito de qualidade está relacionado com a atitude do cliente acerca das diferentes dimensões desse atributo.

Em resposta aos problemas atribuídos à escala SERVQUAL, Cronin Jr. e Taylor (1992) propuseram o instrumento SERVPERF, como uma escala alternativa para a mensuração da qualidade de serviço.

Esses autores afirmam que o instrumento proposto por eles é mais sensível que as demais escalas em apontar as variações de qualidade de um serviço.

Tal instrumento assemelha-se à escala anterior (SERVQUAL), contendo também 22 itens. Entretanto, o modelo proposto por Cronin Jr. e Taylor (1992) concentra-se apenas na performance do provedor do serviço observada pelo cliente e considera a qualidade como um preditor da satisfação.

A principal diferença entre os dois instrumentos supracitados está no fato do primeiro, desenvolvido por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), auferir a qualidade a partir da diferença entre expectativa pré-consumo do cliente e a qualidade que ele percebe no serviço que lhe foi provido, enquanto o segundo, proposto por Cronin Jr. e Taylor (1992), mede diretamente a qualidade percebida a partir do desempenho do provedor do serviço, ou seja, baseia-se na performance do serviço.

Abdullah (2006) propõe um método, intitulado HEdPERF (medida de satisfação de clientes no ensino superior), cuja finalidade é medir o desempenho de serviços educacionais a partir da mensuração de cinco (05) atributos de qualidade, quais sejam: (1) aspectos não-acadêmicos; (2) aspectos acadêmicos; (3) reputação; (4) empatia; (5) estrutura da IES.

Os aspectos não-acadêmicos referem-se aos itens essenciais para que os alunos cumpram as suas obrigações de estudo. Também se refere a funções desempenhadas por pessoal não acadêmico.

Os itens relacionados com aspectos acadêmicos são da exclusiva responsabilidade dos acadêmicos, tais como: atitude positiva, boa comunicação e avaliação de estudantes e professores.

O fator reputação (confiança) é composto por itens que sugerem a importância de instituições de ensino superior em projetar uma imagem profissional, enfatizando a relevância de prover o serviço na hora certa, preciso e eficaz.

Empatia abarca os itens relacionados a entender as necessidades específicas dos alunos em termos de serviços de aconselhamento e de saúde. Este fator considera a atenção individualizada dada aos estudantes, enfatizando a importância de ofertar amplo e respeitável programa acadêmico, com estrutura flexível e planos de estudos.

O atributo da qualidade - estrutura da IES (acesso) - é composto por itens que dizem respeito a questões como acessibilidade, facilidade de contato, disponibilidade e conveniência.

Observa-se que no âmbito do serviço educacional, dentro e fora do país, foram realizadas pesquisas utilizando tanto a escala SERVQUAL quanto a SERVPERF e a HEdPERFR, todas com resultados satisfatórios, tendo sido desenvolvida por Abdullah (2006) a menos experimentada delas, provavelmente em função do seu tempo de existência.

Entretanto, a maior parte das pesquisas sobre esse tema utilizou a escala desenvolvida por Berry e seus colegas como seu principal instrumento de investigação (URDAN, 1993; PHILIP e HAZLETT, 2001; HERNANDEZ et al., 2009).

Segundo Carvalho e Siqueira (2006), três seriam os motivos para considerarmos a escala SERVPERF como sendo a mais indicada para avaliar a qualidade de um serviço educacional: o primeiro seria o fato do instrumento permitir auferir percepção de qualidade com base na performance do serviço, o segundo motivo está relacionado com o fato de o conceito e avaliação da qualidade do serviço estar amparada no paradigma da satisfação e o terceiro está relacionado com as críticas existentes à escala concorrente e suas fragilidades.

Em 2005, Abackerli et al. publicaram um estudo comparativo entre os dois instrumentos supracitados, incluindo suas variantes ponderadas, voltado à mensuração de qualidade dos serviços internos de uma empresa do ramo industrial mecânico.

Essa pesquisa mostrou que ambas as escalas apresentaram resultados semelhantes aos encontrados na literatura e pouco diferentes entre si, além de apontar para a viabilidade do uso desses instrumentos na medição da qualidade.

Gupta e Jain (2004) afirmam que a mensuração da qualidade de serviço poderá ser feita utilizando tanto uma escala como a outra. Para eles esses dois instrumentos não são concorrentes, podendo até ser complementares em algumas situações.

A escolha do instrumento adequado ao estudo deverá ser baseada no objetivo da pesquisa, sendo a SERVQUAL indicada para identificar as

especificidades de qualidade de um serviço em um mesmo negócio, e a SERVPERF mais adequada quando se busca comparar a qualidade percebida em diferentes empresas provedoras de um mesmo serviço (GUPTA e JAIN, 2004).

Nesse sentido, os autores afirmam que, em função de suas características, o instrumento SERVQUAL trará melhores resultados se adotado nos estudos voltados a identificar aspectos específicos da proposta de serviço da empresa, enquanto o SERVPERF privilegiará os estudos que objetivarem realizar uma análise comparativa entre dois serviços de uma mesma categoria.

Lourenço *et al.* (2006), utilizaram o instrumento SERVQUAL adaptado às especificidades do serviço educacional para mensurar a qualidade percebida desse serviço pelos alunos do oitavo período de um curso de administração de uma IES privada do sul de Minas Gerais.

A escala utilizada nessa pesquisa não era composta por perguntas distintas sobre expectativa e percepção dos respondentes, conforme as orientações de diferentes autores (BANDEIRA *et al.*, 1998; VEIGA *et al.*, 1998; GUPTA e JAIN, 2004, entre outros).

Os resultados do estudo mostraram que o instrumento permitiu avaliar as variáveis pertinentes às dimensões que compõem a escala utilizada de maneira satisfatória.

Pelo exposto, optou-se por constituir as hipóteses deste estudo tendo como base as dimensões que compõem a escala SERVQUAL. Assim, as hipóteses construídas podem ser representadas da seguinte forma:

(H1) = existe relação positiva entre a dimensão tangibilidade e a qualidade percebida do serviço educacional provido em sala de aula;

(H2) = existe relação positiva entre a dimensão confiabilidade e a qualidade percebida do serviço educacional provido em sala de aula;

(H3) = existe relação positiva entre a dimensão presteza e a qualidade percebida do serviço educacional provido em sala de aula;

(H4) = existe relação positiva entre a dimensão segurança e a qualidade percebida do serviço educacional provido em sala de aula;

(H5) = existe relação positiva entre a dimensão empatia e a qualidade percebida do serviço educacional provido em sala de aula.

## Capítulo 3

### 3 METODOLOGIA

Este trabalho consiste em um estudo confirmatório quantitativo, pois buscou levantar os dados com base em um modelo teórico definido (BALASSIANO, 2006). Também é de natureza descritiva, visto que buscou detalhar fatos e fenômenos de uma determinada realidade (TRIVIÑOS, 1992), tendo sido operacionalizado em uma única instituição de ensino capixaba, objetivando-se manter a uniformidade no perfil da amostra.

Com base em Creswell (2010), é possível classificar esta pesquisa como sendo de corte transversal, visto que os dados foram coletados em um determinado período do tempo, nos seguintes dias e horários:

- (1) Turno matutino - dias 20/04; 26/04; e 27/04/12, das 11h às 13h.
- (2) Turno noturno - dias 20/04; 25/04; e 26/04/12, das 17h30 às 19h30.

As datas para aplicação dos questionários foram definidas visando garantir que a pesquisa fosse feita em uma mesma semana, que coincidiu com o período compreendido entre a aplicação da primeira prova do professor e a entrega dos resultados da referida avaliação para os alunos.

A coleta de dados foi feita no laboratório de informática da IES objeto desse estudo por meio de pesquisa do tipo *survey*, utilizando-se a ferramenta de levantamento online *SurveyMonkey* e um questionário autopreenchível, composto de

22 perguntas de múltipla escolha. O método estatístico empregado para a caracterização da amostra foi a estatística descritiva.

O tratamento dos dados foi feito em duas etapas, por meio de dois procedimentos estatísticos. Na primeira etapa, com o auxílio do pacote estatístico Stata versão 9.0, foi utilizada a Análise Fatorial Exploratória, com o objetivo de avaliar o agrupamento das variáveis observáveis nas dimensões da escala SERVQUAL. As medidas, contudo, não se agruparam nas dimensões esperadas.

Em função disso, o procedimento de modelagem de equações não pode ser aplicado, não sendo possível, portanto, analisar as relações entre as dimensões (atributos) da qualidade pertencentes à escala SERVQUAL e a qualidade percebida do serviço investigado, o que levou à rejeição de todas as cinco hipóteses construídas para este trabalho.

Balassiano (2006) afirma que uma investigação pode passar de uma abordagem confirmatória para exploratória, na medida em que as hipóteses iniciais não são confirmadas, sendo lícito e teoricamente válido que o pesquisador busque outro modelo que se ajuste aos dados levantados.

Em consonância com Balassiano (2006), a segunda etapa do estudo buscou aproveitar o esforço de pesquisa, conduzindo o trabalho segundo viés exploratório.

Assim, o procedimento de Análise Fatorial Exploratória foi repetido, desta vez com vistas a organizar as variáveis observáveis utilizadas na pesquisa conforme as dimensões da qualidade de serviço propostas pela Escola Nórdica, cuja visão baseia-se na subdivisão da qualidade percebida em duas dimensões (atributos) da qualidade: técnica e funcional. Porém, como existem trabalhos mostrando que o

ambiente físico é relevante na avaliação da qualidade percebida, esse atributo foi incluído no modelo testado.

A parte exploratória deste trabalho visou verificar se existem relações positivas, e sua respectiva relevância, entre as dimensões da qualidade e a variável dependente qualidade percebida. Tais relações foram analisadas por meio do procedimento estatístico de Modelagem de Equações Estruturais, um tipo de análise multivariada, utilizando-se o pacote estatístico MPlus, versão 6.1. Para o cálculo do Alfa de Cronbach, foi usado o programa Stata, versão 9.0.

A operacionalização das variáveis latentes exógenas foi feita por meio de 12 variáveis observáveis, sendo 04 para qualidade técnica, 04 para a funcional e 04 para ambiente. A variável dependente foi operacionalizada por meio de 03 medidas observáveis. A figura 1 apresenta o modelo adotado na fase exploratória da pesquisa.

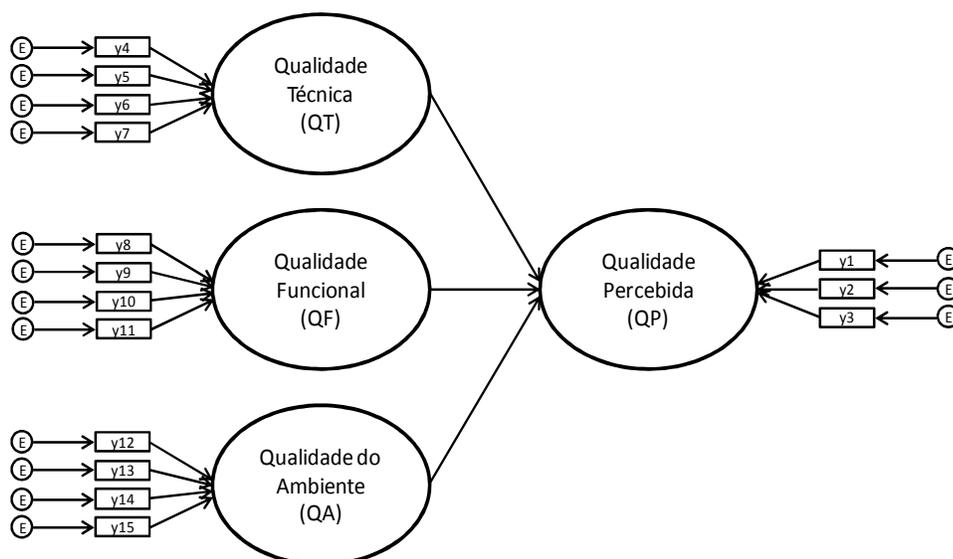


Figura 1: Modelo adotado com base na Escola Nórdica.  
Fonte: Grönroos, (1998) e Bitner (1990).  
Nota: Adaptado pelo autor.

Adverte-se que neste estudo o atributo imagem/marca e a expectativa do aluno não foram avaliados, posto que a qualidade foi mensurada com base nas aulas apenas e que a mensuração da expectativa foi suprimida em função do instrumento de pesquisa elaborado.

Dadas às características inerentes aos serviços, optou-se por escolher como objeto de análise as aulas de uma única disciplina, ministrada por um mesmo docente. A escolha do professor foi feita de maneira aleatória. Neste estudo, os dados foram levantados com enfoque nas aulas da disciplina Macroeconomia I.

### 3.1 SELEÇÃO DA AMOSTRA

O trabalho foi desenvolvido tendo como unidade de análise os 116 alunos regularmente matriculados no primeiro período da graduação, do curso matutino e noturno de Administração de empresas de uma IES do estado do Espírito Santo. Nesse sentido, a amostra é considerada de natureza não probabilística ou amostra de conveniência (MALHOTRA, 2006).

Optou-se por turmas de primeiro período com vistas a acessar uma amostra com tamanho suficiente para aplicar a metodologia proposta, posto ser recomendado (HAIR et al., 2009) ter entre 5 e 10 respondentes para cada parâmetro estimado.

Responderam efetivamente a pesquisa 75 discentes, logo a amostra é considerada adequada ao estudo.

Os respondentes acessaram o questionário por meio de link para pesquisa, disponibilizado na área de trabalho de todas as máquinas do laboratório de

informática utilizado. O controle dos participantes foi feito por meio de lista de presença fornecida pela secretaria acadêmica do curso.

Todos os discentes foram instruídos acerca de como acessar a pesquisa e de como respondê-la, no próprio local da coleta, após estarem devidamente acomodados. Tais instruções foram passadas verbalmente e permaneceram resumidas na lousa do laboratório durante o levantamento.

### 3.2 INSTRUMENTO

Com base nos argumentos apresentados acerca das escalas de mensuração da qualidade de serviços e nos modelos de oferta/gerenciamento da qualidade, optou-se por utilizar a escala SERVQUAL elaborada a partir da orientação da Escola Norte Americana, que observa a qualidade de serviços a partir de cinco atributos: tangibilidade; confiabilidade; presteza; segurança; e empatia.

O questionário (Apêndice A) foi elaborado em duas seções, sendo a primeira formada por dois blocos contendo as variáveis observáveis relativas aos atributos da qualidade de serviços educacionais investigados. A segunda seção do questionário foi formada por 06 perguntas relacionadas com os aspectos demográficos dos alunos e 01 que identificou seu turno de estudo.

As perguntas relativas às variáveis endógenas que compõem o instrumento foram extraídas da escala SERVQUAL adaptada por Lourenço et al., (2006). Desse trabalho, foram selecionadas apenas as 12 questões, obedecendo aos seguintes critérios: (1) que as perguntas estivessem diretamente relacionadas com o provimento do serviço educacional em sala de aula; (2) as variáveis escolhidas

deveriam contemplar, preferencialmente de maneira equiparada, as cinco dimensões da escala SERVQUAL adotada.

Os critérios adotados na escolha das variáveis a serem utilizadas na pesquisa tinham como objetivo eliminar a necessidade de validar a escala utilizada, dado que o estudo envolveria uma amostra pequena.

Pequenos ajustes textuais, contudo, foram feitos a fim de tornar o instrumento mais adequado ao contexto estudado. Complementarmente, foram elaboradas 03 questões para a variável dependente – qualidade percebida.

Essas 15 questões, contendo medidas baseadas em escala Likert de concordância de 6 pontos, foram apresentadas de maneira randomizada para os participantes.

Observando as sugestões de Veiga et al., (1998), Bandeira et al., (1998) e Gupta e Jain (2004), foram elaboradas apenas perguntas sobre percepção de qualidade, segundo a ótica dos discentes.

Buscou-se, dessa maneira, dirimir o problema de parcimônia da escala SERVQUAL (PARASURAMAN et al., 1988), tornando o questionário mais compacto e evitando que os respondentes atribuísem notas elevadas às suas expectativas.

Conforme recomendado por Churchill (1979), o instrumento de coleta de dados foi submetido a “especialistas”. Com base nas considerações feitas por três professores doutores de áreas de conhecimento distintas, o questionário sofreu pequenos ajustes.

Em seguida foi feito um pré-teste semântico com uma amostra de conveniência composta por 15 respondentes condizentes com o perfil da pesquisa. Ao final desse processo e dos respectivos ajustes, o instrumento foi disponibilizado aos participantes da pesquisa.

## Capítulo 4

### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

#### 4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Dentre os 75 respondentes, 57% era do gênero feminino e 43% pertencente ao masculino. Sua distribuição entre turnos de estudo foi semelhante: 48% dos participantes estavam matriculados no horário matutino, contra 52% no horário noturno.

A faixa etária da amostra variou de 17 a 33 anos, predominando, contudo, o intervalo entre 17 e 24 anos, que corresponde a aproximadamente 74% dos partícipes. Destes, 42 pessoas, ou 75%, não possui experiência profissional relacionada com seu curso.

A formação escolar predominante na amostra foi o ensino médio, com 79% das observações. Os 21% restantes apresentaram a seguinte distribuição: 5% - nível técnico completo; 1% - técnico incompleto; 3% - graduação completa; 1% pós-graduação completa; e 11 - pós-graduação incompleta.

Os jovens com idade até 24 anos apresentam maior índice de participação em cursos extracurriculares (informática, idiomas e/ou extensão). A figura 2 apresenta o percentual de respondentes em função da quantidade de cursos por eles frequentados.

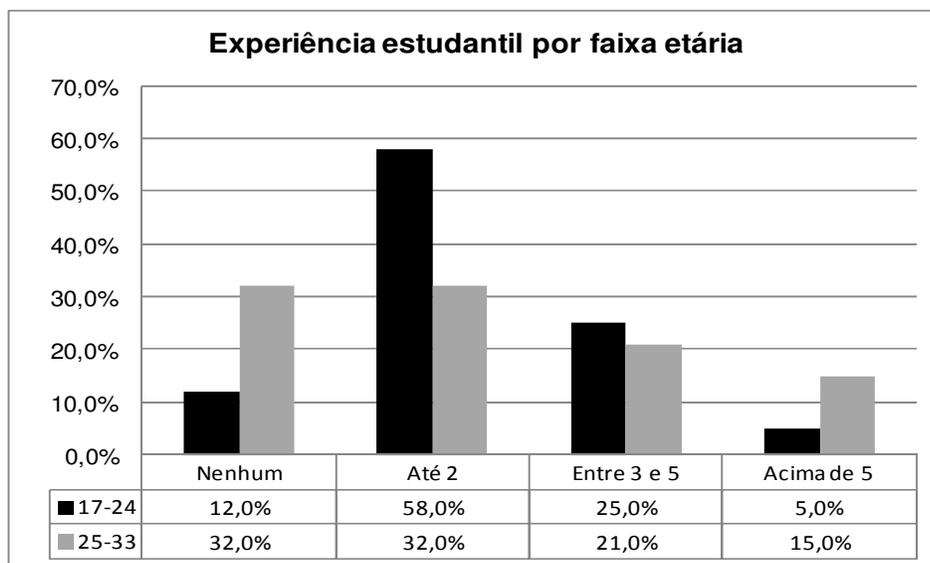


Figura 2: Gráfico da experiência estudantil dos participantes por faixa etária  
Fonte: Elaborado pelo autor

A análise da quantidade de cursos extracurriculares realizados pelos respondentes sugere tratar-se de uma amostra relativamente experiente na utilização de serviços educacionais, o que pode torná-la mais exigente (Grönroos, 2009) em termos da avaliação da qualidade desse tipo de serviço.

A classificação social da amostra foi feita com base na metodologia utilizada pelo IBGE, ou seja, a partir da renda mensal familiar dos respondentes, tendo como referência o salário mínimo de R\$ 622,00.

Dentre os pesquisados, aproximadamente 51% pertencem às classes A e B, entretanto, é possível afirmar que há um equilíbrio, em termos de participação, entre as classes, com exceção da E, conforme Tabela 1.

**TABELA 1: DISTRIBUIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS**

Classe social	E	D	C	B	A
Quantidade de pessoas	3	15	19	20	18
Percentual	4%	20%	25%	27%	24%

Fonte: Elaborado pelo autor

## 4.2 TESTES EXPLORATÓRIOS

Inicialmente a pesquisa foi idealizada para ser uma aplicação da escala SERVQUAL no contexto do serviço educacional provido em sala de aula. Porém, os resultados encontrados na análise fatorial exploratória apontam para a não adequação da escala à circunstância estudada, como pode ser visto na Tabela 2.

**TABELA 2: ANÁLISE EXPLORATÓRIA BASEADA NA ESCALA SERVQUAL**

Variável	Fator 1	Fator 2	Fator 3
Var 1		0.6516	
Var 2			0.8070
Var 3		0.8752	
Var 4	0.7592		
Var 5	0.7236		
Var 6		0.7233	
Var 7		0.6246	
Var 8	0.8100		
Var 9	0.5177		
Var 10			0.8410
Var 11			0.5395
Var 12			0.5755

\* Valores retornados superiores a 0,5

Fonte: Elaborado pelo autor

As doze variáveis observáveis extraídas da escala desenvolvida por Lourenço et al. (2006) deveriam ter se agrupado conforme as cinco dimensões do modelo SERVQUAL. Entretanto, as medidas utilizadas no questionário formaram apenas três grupos.

Ademais, cada um dos três fatores foi formado por variáveis de dimensões distintas, como o fator 1, composto por confiabilidade, presteza e tangibilidade e o fator 2, constituído pelas dimensões empatia, confiabilidade e segurança, enquanto o fator 3 foi formado por tangibilidade e segurança.

Embora a escala adaptada por Lourenço et al. (2006), tenha apresentado problemas quanto ao seu agrupamento nas cinco dimensões da SERVQUAL, foi feita a análise do alfa de Cronbach com o intuito de verificar a consistência interna das medidas da escala adotada, como pode ser visto na Tabela 3.

**TABELA 3: ALFA DE CRONBACH DAS DIMENSÕES DA SERVQUAL**

	<b>Qualidade Percebida</b>	<b>Empatia</b>	<b>Segurança</b>	<b>Presteza</b>	<b>Confiabilidade</b>	<b>Tangibilidade</b>
Alfa de Cronbach	0.8262	0.3859	0.3756	0.5373	0.8287	0.5388

Fonte: Elaborado pelo autor

Os resultados encontrados demonstram que apenas as dimensões qualidade percebida e confiabilidade apresentaram consistência interna satisfatória.

Como o cunho confirmatório desta pesquisa precisou ser abandonado devido aos resultados encontrados nas duas análises anteriores, a partir deste ponto o trabalho passou a ter caráter exploratório, conforme orienta Balassiano (2006).

Assim, buscou-se distribuir as variáveis extraídas da escala SERVQUAL dentro das três dimensões da qualidade de serviços propostas pela Escola Nórdica. A distribuição foi feita observando-se o significado de cada uma das três dimensões do modelo, sendo: qualidade técnica = o que é ofertado, em termos de resultado do serviço; qualidade funcional = como o serviço é provido, ou seja, seu processo; e qualidade do ambiente = onde o serviço é executado (local).

Seguindo essa lógica, para equalizar as duas perspectivas (Nórdica e Americana) as variáveis foram organizadas conforme Figura 3.

Característica	Item	Variáveis	Nome da variável	SERVQUAL*	Escola Nórdica
Variável Dependente	1	Gosto das aulas do professor dessa disciplina.	Apreço	**	**
	2	As aulas do professor dessa disciplina apresentam um nível satisfatório de	Qualidade das aulas		
	3	Se eu pudesse indicaria as aulas do professor dessa disciplina terceiros (amigos, parentes etc.) que atuam na área de negócios.	Indicação		
Variável Independente	4	Procura ser carismático e simpático.	Carisma e simpatia	Empatia	Qualidade Técnica
	5	Demonstra dominar os assuntos tratados nas aulas.	Domínio dos	Segurança	
	6	Consegue despertar o interesse dos alunos pelo conteúdo.	Despertar interesse	Segurança	
	7	Equilibra teoria e prática nas aulas.	Téoria e prática	Presteza	Qualidade Funcional
	8	Procura ajudar aos alunos em questões acadêmicas (acesso a material, aconselhamento etc.)	Relacionamento com alunos	Presteza	
	9	Utiliza material didático adequado à disciplina (em termos de linguagem e conteúdo).	Material didático	Confiabilidade	
	10	Está disponível para atender aos alunos fora do horário estabelecido.	Disponibilidade	Empatia	
	11	O professor utiliza recursos audiovisuais adequados às aulas (vídeo, data-show etc.).	Recursos tecnológicos	Confiabilidade	
	12	A sala de aula é arejada.	Ambiente arejado	Tangibilidade	Qualidade do Ambiente***
	13	A sala de aula é bem iluminada.	Iluminação	Tangibilidade	
	14	Apresenta-se com boa aparência (Imagem pessoal).	Imagem pessoal	Tangibilidade	
	15	As cadeiras em sala de aula são confortáveis.	Assentos	Tangibilidade	

Figura 3: Equalização das perspectivas Americana e Nórdica.

\* Escala adaptada por Lourenço et al., (2006).

\*\* Questões elaboradas pelo autor.

\*\*\* Não constitui exclusivamente a visão Nórdica. Incluída no modelo devido à sua representatividade.

Fonte: Grönroos, (1998); Bitner (1990); Lourenço et al., (2006).

Nota: Elaborado pelo autor.

Com base no exposto, foi feita uma nova análise fatorial exploratória, com vistas a verificar se as variáveis extraídas da escala SERVQUAL se agrupariam de acordo com a orientação da Escola Nórdica, conforme Tabela 4.

**TABELA 4: ANÁLISE EXPLORATÓRIA BASEADA NA ESCOLA NÓRDICA**

Variável	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Fator 4
Var 1		0.6563		
Var 2		0.8820		
Var 3		0.8994		
Var 4	0.6023			
Var 5			0.7934	
Var 6	0.6092			
Var 7	0.5536			
Var 8	0.8999			
Var 9				0.8131
Var 10				0.6060
Var 11				0.8711
Var 12			0.8504	
Var 13			0.5452	
Var 14			0.5600	
Var 15				

\* Valores retornados superiores a 0,5

Fonte: Elaborado pelo autor

Os resultados encontrados demonstram que o agrupamento das medidas adotadas ao modelo proposto foi adequado, à exceção das variáveis 5, 8 e 15.

A variável 5, apesar de ser essencialmente ligada à qualidade técnica, se agrupou junto à dimensão ambiente.

É possível que essa medida (Var. 5) tenha sido avaliada inadequadamente em função de estar relacionada com o julgamento que o aluno deveria fazer sobre o fato de o professor dominar ou não os assuntos discutidos em sala de aula.

Visto que a amostra foi composta por discentes de primeiro período, em início de semestre, é possível que os respondentes não tenham tido tempo hábil para avaliar esse item.

A variável 8, de carácter funcional, apresentou carga fatorial junto às medidas relativas à dimensão - qualidade técnica. Esse fato pode estar relacionado com a maneira como a pergunta foi feita, visto que o discente pode ter julgado o resultado da ação (procura ajudar) ao invés de ter avaliado o meio (ou processo) pelo qual o docente procurou entregar um serviço de qualidade.

Quanto à variável 15, referente às cadeiras utilizadas na sala de aula, é possível que ela não tenha carregado em função dessa questão inquirir sobre o conforto das cadeiras e não sobre sua adequabilidade ao serviço ofertado.

Como a amostra possui experiência com serviços educacionais e, em sua maioria, pertence às classes sociais A e B, é factível considerar que a palavra conforto tenha enviesado as respostas.

Contudo, os resultados obtidos nesse teste qualificaram o modelo para a análise do Alfa do Cronbach apresentada na Tabela 5.

**TABELA 5: ALFA DE CRONBACH BASEADO NA ESCOLA NÓRDICA**

	<b>Qualidade Percebida</b>	<b>Qualidade Técnica</b>	<b>Qualidade Funcional</b>	<b>Qualidade Ambiente</b>
Alfa de Cronbach	0.8262	0.7399	0.7235	0.5388

Fonte: Elaborado pelo autor

Conforme a tabela 5, é possível considerar que o modelo baseado na Escola Nórdica apresenta resultados satisfatórios, à medida que confere ao questionário utilizado maior grau de confiabilidade interna, a exceção do fator 4 - qualidade do ambiente -, que apresentou baixa confiabilidade (FREITAS e RODRIGUES, 2005), por ter valor de  $\alpha = 0.5388$ .

Em consonância com Streiner (1993), Freitas e Rodrigues (2005) afirmam que o tamanho da amostra e da escala utilizada está positivamente relacionado com o valor  $\alpha$  encontrado. Nesse sentido, o valor  $\alpha$  obtido no fator 4 (0.5388) pode ser considerado como aceitável para este estudo em função da amostra ser composta por apenas 75 respondentes e devido ao fato de o questionário contemplar 15 variáveis observáveis.

Assim, passou-se para a etapa seguinte da análise dos dados, cujo procedimento usado foi o de modelagem de equações estruturais.

### 4.3 DISCUSSÃO SOBRE O AJUSTAMENTO DO MODELO ESTRUTURAL

A discussão, quanto ao ajustamento do modelo aos dados coletados, é baseada na análise dos índices de ajustamento, os quais estão apresentados na Tabela 6.

**TABELA 6: AJUSTAMENTO DO MODELO DE MEDIDAS**

<b>Medida</b>	<b>Valor</b>	
$\chi^2$	185.574	Valor-p 0.000
$\chi^2/GL$	2,21	Graus de Liberdade = 84
RMSEA	0.127	
CFI	0.777	
SRMR	0.100	

Fonte: Elaborado pelo autor

Para o indicador de ajustamento qui-quadrado sobre graus de liberdade ( $\chi^2/GL$ ), de acordo com Hair et al., (2009), o valor não deve ultrapassar a 5, porém Tabachnick e Fidell (2007) recomendam que não seja inferior a 2. Assim, o valor encontrado de 2,21 é aceitável.

O valor do RMSEA de 0.127 indica um ajustamento pobre, segundo MacCallum et al., (1996), por ser superior a 0.10. Alguns pesquisadores estipulam faixas de limite superior e inferior, nos quais o modelo pode ser considerado bem ajustado, por exemplo, 0.05 e 0.08 (HAIR et al., 2009). MacCallum et al., (1996) defende que valores inferiores a 0.08 representam um bom ajustamento, de 0.08 a 0.10 um ajustamento medíocre.

Observando, exclusivamente, o valor de 0.777 para o CFI pode-se interpretar que o modelo possui um fraco ajustamento. Valores próximos a 1 representam bom índice de ajustamento (Hooper et al, 2008), com limite inferior de 0.95 (Hu; BENTLER, 1999). Hair et al., (2009), no entanto, consideram que valores superiores a 0.90 são adequados para avaliar um modelo como bem ajustado.

A recomendação de Hu e Bentler (1999) é que o SRMR seja inferior a 0.08 para ser considerado um bom ajustamento. Todavia, os mesmos autores citados anteriormente, criaram uma estratégia de apresentação combinada a outro índice, como RMSEA e CFI, onde para as combinações elevaram o limite do SRMR para 0.09. Por estas razões, acredita-se que o ajustamento do modelo pela análise singular, dado o valor de 0.100 deste item, pode ser considerado mediano.

A justificativa para que tanto o RMSEA quanto o SRMR apresentem valores acima dos critérios estabelecidos concentra-se no tamanho da amostra deste trabalho, 75 entrevistados, isto porque, os dois indicadores retornam valores altos para amostras pequenas.

#### 4.4 DISCUSSÃO SOBRE O MODELO ESTRUTURAL

O levantamento bibliográfico e as relações construídas permitiram que fosse testado o modelo apresentado na Figura 1, que tem a intenção de confirmar se os atributos de qualidade técnica, funcional e ambiente estão positivamente relacionados com a percepção de qualidade do serviço provido em sala de aula, bem como inferir sobre a influência desses atributos sobre a imputação de qualidade. Os resultados dessas relações estão na Figura 4.

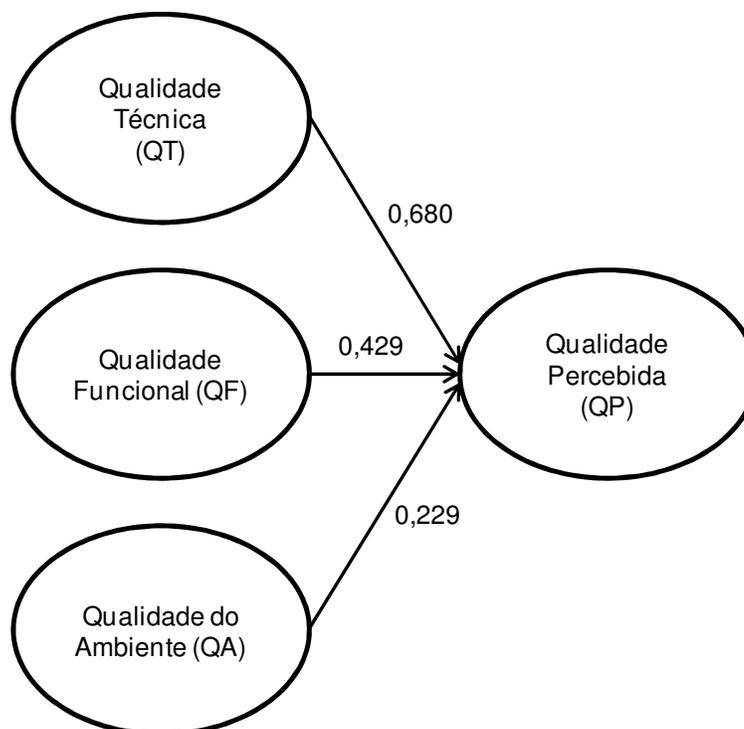


Figura 4: Modelo testado.

Fonte: Adaptado de Grönroos, (1998) e Bitner (1990).

Nota: Elaborado pelo autor.

Dos três construtos que deveriam ser capazes de prever a qualidade percebida, apenas o ambiente não apresentou valor de significância apropriado, conforme Tabela 7.

Retomando as relações criadas no modelo exploratório testado, foi proposto investigar a existência de relação positiva entre qualidade técnica e qualidade percebida. Tal relação foi comprovada uma vez que o valor-p foi igual a 0.000.

O elevado valor estimado da relação entre qualidade técnica e qualidade percebida, em comparação com as demais dimensões, dada pelo coeficiente 0.680, pode ser explicado pela incapacidade do discente de julgar o resultado do serviço antes de ter conhecimento sobre seu desempenho na avaliação do professor (prova) ou mesmo pelo pouco tempo que o aluno teve para fazer tal avaliação.

Como a qualidade técnica representa o resultado do serviço, e este não foi completamente entregue pelo fato da pesquisa ter sido realizada no início do semestre, o momento da aplicação do questionário pode ter contribuído para o resultado encontrado. Entretanto, caso o levantamento dos dados fosse realizado após a entrega dos resultados da prova, o sentimento gerado por um eventual mau desempenho do estudante poderia enviesar a pesquisa.

**TABELA 7: CARGAS E SIGNIFICÂNCIA DOS COEFICIENTES**

	$\gamma 1 1$	$\gamma 1 2$	$\gamma 1 3$
Coeficientes	0.680	0.429	0.229
Valor-p	0.000	0.000	0.138

Fonte: Elaborado pelo autor

A segunda relação também foi confirmada. O fato de a qualidade funcional ter apresentado menor impacto na atribuição de qualidade pode ser explicado pelo envolvimento entre prestador de serviço e usuário. Quanto maior o contato com o prestador do serviço, maior será a possibilidade do cliente ser influenciado pela qualidade funcional (GRÖNROOS, 1998).

Existe um consenso geral de que a qualidade funcional é geralmente mais fácil de ser avaliada pelos consumidores do que a técnica, mas que ambas são grandes responsáveis pela atribuição de qualidade ao serviço provido (BROGOWICZ, DELENE e LYTH, 1990).

Em um contexto de serviços de cuidados de saúde, o autor Donabedian (1980) utiliza uma terminologia, em sua visão, mais adequada a um cenário onde existe maior envolvimento entre as partes, substituindo qualidade funcional por qualidade interpessoal. Para este autor, a dimensão interpessoal refere-se à interação social e psicológica entre o cliente e os profissionais. Sendo assim,

professores que estabelecem um bom relacionamento com os alunos, e conquistam sua simpatia, seriam melhor avaliados independentemente de sua capacidade técnica.

Com base em Grönroos (1998), entretanto, eram esperados coeficientes aproximados entre qualidade técnica e funcional, tendo o segundo atributo uma maior expressividade que o primeiro. A diferença entre os resultados pode estar relacionada com o perfil dos participantes do estudo e com o momento da sua vida acadêmica em que os dados foram levantados.

Como a pesquisa foi aplicada em uma amostra constituída por alunos de primeiro período e no início do semestre letivo, a interação com o profissional pode não ter sido capaz de sobrepujar seu julgamento sobre os demais atributos da qualidade. Desta maneira, o pouco tempo de interação com o professor pode ter sido determinante para a inexpressividade da avaliação de interação (qualidade funcional).

A relação esperada entre o ambiente e a qualidade percebida não foi confirmada dado que o valor-p foi igual a 0.138. Esperava-se que o ambiente no qual ocorre a produção/entrega do serviço fosse importante na avaliação da qualidade total. No entanto, como 66% dos participantes da pesquisa possuem renda familiar acima R\$3.700,00, sendo 39% superior a R\$ 9.300,00, é possível que insignificância das instalações, equipamentos e conforto do ambiente tenha se dado em decorrência do alto nível de exigência deste público.

Outro fator que pode ter contribuído para esse resultado tem relação com a variável 15 - referente às cadeiras da sala de aula -, que não carregou na segunda análise exploratória feita. Como a pergunta inquiriu sobre o conforto das cadeiras, e

não sobre sua adequação ao serviço, é possível que sua má avaliação tenha contribuído para sua insignificância.

Ainda que o resultado deste estudo não tenha confirmado a relação proposta, um grupo de autores (BITNER, 1990; RUST e OLIVER, 1994; BROGOWICZ, DELENE e LYTH, 1990; TÉBOUL, 2002; GRÖNROOS, 2009) defende que os componentes tangíveis do ambiente afetam a percepção do cliente sobre qualidade.

Com base no exposto é possível afirmar que os resultados desse estudo convergem, em parte, para o que versa a teoria sobre o tema, pois os coeficientes utilizados mostram que a qualidade percebida no serviço educacional da IES pesquisada é influenciada pelas dimensões - qualidade técnica e qualidade funcional.

## Capítulo 5

### 5 CONCLUSÃO

O objetivo precípua desse estudo, a partir de verificação empírica, foi identificar quais atributos estão relacionados, e são mais influentes, com a imputação de qualidade de serviço educacional provido em sala de aula, utilizando a escala SERVQUAL (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1988), adaptada por Lourenço et al., (2006).

Em função da escala adotada não ter apresentado resultados satisfatórios, no que tange sua aplicabilidade ao contexto estudado, optou-se por agrupar as variáveis adotadas seguindo a orientação da Escola Nórdica, incluindo o ambiente físico no modelo.

Os resultados obtidos sugerem que as três dimensões de qualidade de serviços adotadas estão positivamente relacionadas com a qualidade percebida de serviço. Contudo, apenas a qualidade técnica e a qualidade funcional apresentaram-se relevantes na atribuição de qualidade ao serviço educacional provido em sala de aula.

Grönroos (2009), concluiu que a qualidade funcional pode ser mais influente na qualidade de serviço percebida pelos clientes do que as outras dimensões, em função do cliente julgá-la com maior facilidade.

Entretanto, uma avaliação detalhada da proporção dos itens para cada dimensão revela que a maioria está relacionada diretamente com o resultado do

serviço e não com a interação humana na entrega do serviço, como sugerem Bitner (1990); Booms e Tetreault (1990); Donaldson e Runciman (1995); e Grönroos (1998 e 2009).

Esse fato, todavia, pode estar relacionado com a seleção da amostra, que pode não ter tido condições, em termos de tempo de relacionamento e maturidade acadêmica, de avaliar adequadamente o serviço recebido.

Considerando que duas das três dimensões avaliadas como relevantes na atribuição de qualidade do serviço educacional possuem características funcionais, é possível afirmar que os professores devam administrar cuidadosamente seu grau de interação e relacionamento com os alunos, sob o risco de serem mal avaliados sobre a qualidade do seu serviço.

Ademais, é importante que esse profissional e a IES gerenciem as expectativas dos alunos acerca dos atributos de qualidade de serviços discutidos neste trabalho, sob a pena de ter uma baixa percepção de qualidade mesmo ofertando um serviço de qualidade teoricamente satisfatória.

A sensibilização dos discentes para sua co-responsabilidade acerca da qualidade do serviço educacional também poderá contribuir para um melhor nível de percepção da qualidade do serviço provido.

Dentre as limitações deste esforço de pesquisa, três, necessariamente, requerem menção.

A primeira está relacionada com a composição de sua amostra, que, em função das circunstâncias do estudo, contribui minimamente para o entendimento do fenômeno investigado, não permitindo generalizações e restringindo sua utilidade.

A segunda vem em decorrência da metodologia utilizada, na qual se optou pelo instrumento de mensuração da qualidade - SERVQUAL -, escala útil para análise linear dos aspectos estudados.

Por fim, a terceira limitação se prende no fato das investigações de processos sociais terem caráter aproximativo e temporal, como é o caso deste estudo.

Recomenda-se, com base no exposto, que pesquisas futuras busquem testar o modelo adotado nessa pesquisa em uma amostra maior e mais madura do ponto de vista acadêmico, que permita confirmar sua estrutura fatorial e validar os resultados encontrados. Nesse caso, estudos envolvendo simultaneamente alunos de diferentes níveis (períodos) de formação, de um mesmo curso, poderiam ser úteis.

Outra possibilidade de estudo, seria realizar novas adaptações da escala SERVQUAL para o contexto do serviço educacional provido em sala de aula, à luz do modelo de oferta da qualidade da Escola Nórdica.

Grönroos (2009), afirma que a qualidade técnica não pode ser julgada objetivamente, sendo também avaliada com base em **como** ela é provida, sugere-se que estudos sejam empreendidos objetivando avaliar o modelo de qualidade proposto por esse autor, tendo a qualidade funcional como uma variável moderadora da técnica.

Acredita-se que a percepção de qualidade em cursos cujos projetos pedagógicos sejam pautados em uma abordagem mais prática, tais como os da área de biomédicas, também apresentem resultados diferentes aos encontrados neste trabalho, visto que esses cursos contemplam atividades práticas que demandam

elevado conhecimento técnico do seu provedor, forte interação entre aluno e professor e ambiente diferenciado.

Por isso, seria interessante se novos esforços de pesquisa fossem realizadas com vistas a inferir sobre o assunto.

Em termos de contribuição, esse estudo sugere que a mensuração de qualidade do serviço educacional provido em sala de aula seja realizada contemplando simultaneamente as três dimensões da qualidade (Funcional, Técnica e Ambiente).

Outra contribuição do estudo é incitar a discussão acerca dos usuais métodos adotados na mensuração de qualidade percebida de serviço educacional, na medida em que aponta para a necessidade de avaliar separadamente os diferentes segmentos de serviços de uma IES.

Em termos gerenciais, esse estudo contribui na medida em que propõe um modelo de mensuração da qualidade de serviços condensado e objetivo, que permite analisar as especificidades do fenômeno estudado.

## 6 REFERÊNCIAS

ABACKERLI, A. J.; SALOMI, G. G. E.; MIGUEL, P. A. C. Servqual X Servperf: comparação entre instrumentos para avaliação da qualidade de serviços internos. **Revista Gestão & Produção**, São Carlos, v. 12, n. 2, Mai/Ago. 2005.

ABDULLAH, Firdaus. Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF. **Marketing Intelligence & Planning**, v. 24, n. 1, p. 31-47, 2006.

AQUINO, R.; CARVALHO, F. A.; TOMASSINI, R. Expectativas e percepções em sequências de serviço. **RAE-eletrônica**, v. 7, n. 2, Art. 20, Jul./Dez. 2008.

BALASSIANO, M. Estudos Confirmatórios e Exploratórios em Administração. In: BOTELHO, D.; ZOUAIN, D. M. (Org.). **Pesquisa Quantitativa em Administração**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 109-128.

ALVES, Helena M. B. **Uma abordagem de marketing à satisfação do aluno no ensino universitário público**: índice, antecedentes e consequências. 2003, 286 f. Tese de Doutorado em Gestão e Economia, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2003.

BANDEIRA, M. L.; GONÇALVES, C. A.; VEIGA, R. T.; HUERTAS, M. K. Z. Avaliação da qualidade do ensino de pós-graduação: elementos para construção e validação de um instrumento de pesquisa. In: Encontro nacional dos programas de pós-graduação em administração, 1998, Foz do Iguaçu. **Anais...Foz do Iguaçu: XXII EnANPAD**, 1998.

BITNER, J. M. Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses. **Journal of Marketing**, v. 54, n. 2, p. 69-82, 1990.

BOOMS, B. H.; TETREULT, M. S. The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents. **Journal of Marketing**, v. 54, n. 2, p. 71-84, 1990.

BROGOWICZ, A. A.; DELENE, L. M.; LYTH, D. M. A synthesised service quality model with managerial implications. **International Journal of Service Industry Management**, v. 1, n. 1, p. 27-45, 1990.

CARVALHO, José Luis; SIQUEIRA, Rodrigo Pereira. Qualidade do serviço educacional prestado por escolas de administração confronto entre uma universidade pública e uma faculdade privada. In: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 2006, Salvador. **Anais... Salvador: XXX EnANPAD**, 2006.

CHURCHILL, J. A. J. A Paradigm for developing better measures of marketing constructs. **Journal of Marketing Research**, v. 16, n. 1, p. 64-73, 1979.

COBRA, Nogueira Henrique M.; REICHEL, Valesca Persch. Valor percebido e Lealdade dos alunos em Instituições de Ensino Superior: proposição de um modelo. In: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 2008, Rio de Janeiro. **Anais... Rio de Janeiro: XXXII EnANPAD**, 2008.

COSTA, Francisco José. **A influência do valor percebido pelo cliente sobre os comportamentos de reclamação e boca a boca**: uma investigação em cursos de

pós-graduação lato sensu. 2007. 240 f. Tese de Doutorado em Administração de Empresas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo (FGV-EAESP), São Paulo, 2007.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRONIN, J. Jr.; TAYLOR, S. A. Measuring service quality: a reexamination and extension. **Journal of Marketing**, New York, v. 56, n. 3, p. 55-68, 1992.

\_\_\_\_\_.; BRADY, M. K.; HULT, G. T. M. Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. **Journal of Retailing**, v. 76, n. 2, p. 193-217, 2000.

DESCHAMPS, Marcelo. **Avaliação de qualidade no ensino superior: aplicação dos modelos hedperf e servperf na faculdade de tecnologia SENAI/SC**. 2007. 194 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Regional de Blumenau - FURB, Blumenau, 2007.

DONABEDIAN, Avedis. **The definition of quality and approach to its assessment**. In Explorations in quality assessment and monitoring. v. 1, Michigan, Health Administration Press, 1980.

DONALDSON, B.; RUNCIMAN, F. Service quality in further education: an insight into management perceptions of service quality and those of the actual service provider. **Journal of Marketing Management**, v.11, n.1-3, .p. 243-250, 1995.

EBERLE, L; MILAN, G.; LAZZARI, F. Identificação das dimensões da qualidade em serviços: Um estudo aplicado em uma instituição de ensino superior. **RAE-eletrônica**, v. 9, n. 2, Art. 7, 2010.

FORTES, Claudio Moreira. **Implantação de Política de Marketing em Instituições de Ensino Superior**. 2001. 144 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

FRANCO, Edson. Marketing educacional. In: Seminário Gestão de IES: da teoria à prática - Fundação Nacional de Desenvolvimento do Ensino Superior Particular - Funadesp, 2000, Brasília. **Anais...** Brasília, 2000.

FREITAS, André L. P.; RODRIGUES, Sidilene G. A avaliação da confiabilidade de questionários: uma análise utilizando o coeficiente alfa de Cronbach. **Simpósio de Engenharia de Produção**. São Paulo, XII SIMPEP, Nov. 2005.

FROEMMING, Lurdes M. S. **Encontros de Serviços em uma Instituição de Ensino Superior**. 2001. 284 f. Tese de Doutorado em Administração de Empresas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

GRÖNROOS, Christian. An Applied Service Marketing Theory. **European Journal of Marketing**, v. 16, n. 7, p. 30-41, 1982.

\_\_\_\_\_. Marketing Services: The Case of a Missing Product. **Journal of Business & Industrial Marketing**, v. 13, n. 4/5, p. 322-338, 1998.

\_\_\_\_\_. **Marketing: Gerenciamento e serviços**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GUMMESSON, E. Quality Management in Service Organizations. New York: **ISQA** – International Service Quality Association. 1993.

GUPTA, G.; JAIN, S. K. Measuring Service Quality: Servqual vs. Servperf Scales. **Journal for Makers**, v. 29, n. 2, p. 25-37, 2004.

HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAN, R. L.; BLACK, W.C. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Artmed, p. 593, 2009.

HERNANDEZ, José M. C.; LOPES, Evandro L.; NOHARA, Jouliana J. Escalas concorrentes para a mensuração da qualidade percebida: uma comparação entre a Servqual e a RSQ. **RAE** (Impresso). v. 49, p. 401-416, 2009.

HOOPER, Daire.; COUGHLAN, Joseph.; MULLEN, Michael R. Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. **Electronic Journal of Business Research Methods**, v. 6, n. 1, p. 53-60, 2008.

HU, L. T.; BENTLER, P. M. Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. **Structural Equation Modeling**. v.6, n. 1, p. 1-55, 1999.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS. **Censo da Educação Superior**, 2003. Disponível em: <<http://www.inep.gov.br/superior/censosuperior>>. Acesso em 21 dez. 2012.

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Censo da educação superior: 2010 – resumo técnico**. Brasília, 2012. Disponível em <<http://www.inep.gov.br/superior/censosuperior>>. Acesso em 20 dez. 2012.

IYER, R., MUNCY, J. A. Service Recovery in Marketing Education: It's What We Do That Counts. **Journal of Marketing Education**, v. 30, n. 1, p. 21-32, 2008.

JACOB, F.; ULABA, W. The transition from product to service in business markets: An agenda for academic inquiry. **Industrial Marketing Management**, v. 37, p. 247–253, 2008.

JACOB, Rita C. G. **Avaliação institucional e indicadores de qualidade nos cursos superiores**. 2003. 231 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

LOURENÇO, C. D. S.; KNOP, M. F. T.; OLIVEIRA, V. C. S.; SILVA, M. R. J. D. Ensino Superior em Administração e Percepção da Qualidade de Serviços: uma Aplicação da Escala servqual. In: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: XXX EnANPAD, 2006.

MACEDO, E. Formação de Professores e Diretrizes Curriculares Nacionais: para onde caminha a educação? **Revista Teias**. Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, p. 7-19, jan/jun, 2000.

MACCALLUM, R.C.; BROWNE, M.W.; SUGAWARA, H., M. Power Analysis and Determination of Sample Size for Covariance Structure Modeling. **Psychological Methods**, v. 1, n. 2, p. 130-49, 1996.

MAINARDES, Emerson Wagner. **Atração e retenção de alunos em cursos de graduação em administração das instituições particulares de ensino superior de Joinville, SC.** 2007. 332 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Regional de Blumenau - FURB, Blumenau, 2007.

\_\_\_\_\_; DOMINGUES, Maria José C. S. Avaliação da qualidade nos serviços educacionais: um estudo multicaso em Joinville, SC. In: Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais, 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: XI SIMPOI, 2008.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Lealdade de estudantes em instituições de ensino superior: um estudo multicaso em Joinville, SC. **Revista eGesta**, v. 6, n. 3, p. 1-30, 2010.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

NICOLINI, A. Qual será o futuro das fábricas de administradores. **Revista de Administração de Empresas**, v. 43, n. 2, p. 44-54, abr./mai. 2003.

OLIVEIRA, Virgílio S. C.; TURETA, César; ROSA, Alexandre R. Avaliação crítica de serviços educacionais: o emprego do modelo servqual. **Revista de Gestão USP.** São Paulo, v. 14, n. 4, p. 33-45, out./dez. 2007.

OLIVEIRA, T. M. V. de; IKEDA, A. A. Valor em serviços educacionais. In: **RAE Eletrônica**, v. 5, n. 2, Art. 12, jul./dez. 2006.

OLIVER, R. L. A Cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. **Journal of Marketing Research**, v. 17, n. 4, p. 460-469, 1980.

\_\_\_\_\_; DESARBO, W. S. Response determinants in satisfaction judgments. **Journal of Consumer Research**, v. 14, n. 4, p. 495-507, 1988.

PALMER, A. O marketing de serviços. In: BAKER, M. J (Org.). **Administração de marketing.** 5 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005. p. 418-435

PARASURAMAN, A.; BERRY, L. L.; ZEITHAML, V. A. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, v.49, n.4, p.41-50, fall, 1985.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, v. 64, n. 1, p. 12-40, spring, 1988.

PERFEITO, Juarez; BECKER, Márcio; SILVEIRA, Amélia; FORNONI, Mariel. Marketing em Instituições Privadas de Ensino Superior: Fatores Influenciadores na Atratividade dos Cursos de Administração. **Revista Gestão & Tecnologia**, Fundação Pedro Leopoldo, v.4, n.1, p.118-132, 2004.

PETRICK, J. F. Development of a multi – Dimensional Scale for Measuring the Perceived Value of a Service. **Journal of Leisure Marketing**, v. 34, n. 2, p.119–134, 2004.

PHILIP, George; HAZLETT, Shirley-Ann. Evaluating the service quality of information services using a new “P-C-P” attributes model. **International Journal of Quality & Reliability Management**, v. 18, n. 9, p. 900-916, 2001.

RUST, Roland T.; OLIVER, Richard L. **Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier**. in *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. Thousand Oaks, California, SAGE Publication. p. 1–19, 1994.

SANTOMÉ, J. T. A instituição escolar em tempos de intolerância. **Revista Teias**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, jan/jun, 2001.

SHIMOYAMA, Cláudio Santana. **Sistema de Inteligência Competitiva de Marketing como uma ferramenta de gestão para as instituições de ensino superior privada**. 2006. 130 f. Tese de Doutorado em Engenharia de Produção - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, 2006.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da Produção**. 1. ed. São Paulo: Atlas, p. 549;552, 1997.

STREINER, D.L. A checklist for evaluating the usefulness of rating scales. **Canadian Journal of Psychiatry**, v. 38, p. 140-148, 1993.

TABACHNICK, B.G.; FIDELL, L.S. **Using Multivariate Statistics**. 5 ed. New York: Allyn and Bacon, 2007.

TEAS, R. Expectations as a comparison standard in measuring service quality: an assessment of a reassessment. **Journal of Marketing**, v. 58, n. 1, p. 132-139, 1994.

TÉBOUL, James. **A era dos serviços: uma nova abordagem de gerenciamento**. 1. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

\_\_\_\_\_. **A era dos serviços: uma nova abordagem de gerenciamento**. 1. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, p. 116, 2002.

TURETA, C.; ROSA, A. R.; OLIVEIRA, V. C. S.; ANTONIALLI, M. Avaliação crítica de serviços educacionais: o emprego do modelo SERVQUAL. In: Encontro de Marketing – IEMA, 2006, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: II EMA, 2006.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1992.

URDAN, André Torres. **Qualidade de serviço: proposição de um modelo integrativo**. 1993. 355 f. Tese de Doutorado em Administração - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

VEIGA, R. T.; GONÇALVES, C. A.; MOURA, A. I.; BARBOSA, F. V. O ensino à distância pela Internet: conceito e proposta de avaliação. **Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, XXIII encontro da anpad, 1998.

WALTER, S. A.; TONTINI, G.; DOMINGUES, M. J. C. S. Identificando oportunidades de melhoria em um curso superior através da análise da satisfação dos alunos. In: Encontro nacional dos programas de pós-graduação em administração, 29, 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: XXIX EnANPAD, 2005.

ZEITHAML, V. A. Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. **Journal of Marketing**, v. 52, n. 3, p. 2-22, 1988.

## APÊNDICE I – INSTRUMENTO DE LEVANTAMENTO DE DADOS

Prezado aluno, estou realizando um estudo envolvendo alunos de graduação e **sua opinião é muito importante**. Por isso, peço a gentileza de responder as questões abaixo, sendo **o mais sincero possível** e confiando que sua contribuição é fundamental.

Para tanto, peço que baseie suas respostas **considerando apenas as aulas ministradas pelo professor da disciplina Macroeconomia I**.

**IMPORTANTE: Você não será identificado em momento algum**, pois pretendo garantir **total sigilo** sobre os envolvidos nesse estudo.

### SEÇÃO 1

#### BLOCO 1.

**Selecione a opção que melhor expressa sua opinião acerca das aulas ministradas pelo professor da disciplina Macro economia I.**

Gosto das aulas do professor dessa disciplina.

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

O professor utiliza recursos audiovisuais adequados às aulas (vídeo, data-show etc.).

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

As aulas do professor dessa disciplina apresentam um nível satisfatório de qualidade.

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

Se eu pudesse indicaria as aulas do professor dessa disciplina terceiros (amigos, parentes etc.) que atuam na área de negócios.

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

As cadeiras em sala de aula são confortáveis.

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

A sala de aula é arejada.

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

A sala de aula é bem iluminada.

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

**BLOCO 2**

**Selecione a alternativa que melhor representa sua opinião, indicando se o professor da disciplina Macro economia I:**

Utiliza material didático adequado à disciplina (em termos de linguagem e conteúdo).

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

Equilibra teoria e prática nas aulas.

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

Está disponível para atender aos alunos fora do horário estabelecido.

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

Procura ajudar aos alunos em questões acadêmicas (acesso a material, aconselhamento etc.)

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

Procura ser carismático e simpático.

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

Demonstra dominar os assuntos tratados nas aulas.

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

Apresenta-se com boa aparência (Imagem pessoal).

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

Consegue despertar o interesse dos alunos pelo conteúdo.

1 ( ) discordo totalmente 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ( ) 6 ( ) concordo totalmente

**SEÇÃO 2**

**Qual o seu gênero (sexo)?** ( ) masculino ( ) feminino

**Qual a sua idade?** Resposta: \_\_\_\_\_

**Qual é a sua renda familiar (soma das rendas de todos os membros da família)?**

( ) Até R\$ 1.244,00 ( ) Entre R\$ 1.245,00 e R\$ 2.488,00 ( ) Entre R\$ 2.488,00 e R\$ 6.220,00  
( ) Entre R\$ 6.221,00 e R\$12.440,00 ( ) Acima de R\$ 12.441,00

**Qual seu nível de formação? (desconsiderando o atual curso da Fucape)**

( ) Ensino médio ( ) Curso técnico completo ( ) Curso técnico incompleto  
( ) Graduação completa ( ) Graduação incompleta ( ) Pós-graduação completa  
( ) Pós-graduação incompleta

**Você possui experiência profissional relacionada ao curso?**

( ) Sim ( ) Não

**Você já frequentou algum outro curso (informática, idiomas e/ou extensão)?**

( ) Não ( ) Sim, até 2 cursos ( ) Sim, entre 3 e 5 cursos ( ) Sim, acima de 5 cursos

**Você frequenta as aulas da disciplina Macro economia I no horário:**

( ) Matutino ( ) Noturno