

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
ADMINISTRAÇÃO

PRICILA TAVARES DE LIMA

**A QUALIDADE PERCEBIDA DO SERVIÇO EDUCACIONAL
PRESTADO EM CURSOS DE GRADUAÇÃO DO CENTRO
ACADÊMICO DO AGRESTE DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE
PERNAMBUCO**

CARUARU

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
ADMINISTRAÇÃO

PRICILA TAVARES DE LIMA

**A QUALIDADE PERCEBIDA DO SERVIÇO EDUCACIONAL
PRESTADO PELOS CURSOS DE GRADUAÇÃO DO CENTRO
ACADÊMICO DO AGRESTE DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE
PERNAMBUCO**

Trabalho apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração, da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, como requisito parcial para aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso.

Orientador: MSc. Francisco Ricardo Bezerra Fonseca

CARUARU
2018

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Marcela Porfírio - CRB/4 - 1878

L732q Lima, Pricila Tavares de.

A qualidade percebida do serviço educacional prestado em cursos de graduação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. / Pricila Tavares de Lima. – 2018.

90f. ; il. : 30 cm.

Orientador: Francisco Ricardo Bezerra Fonseca.

Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Administração, 2018.

Inclui Referências.

1. Gestão da qualidade total na educação. 2. Ensino superior. 3. Marketing.
I. Fonseca, Francisco Ricardo Bezerra (Orientador). II. Título.

CDD 658 (23. ed.)

UFPE (CAA 2018-291)

PRICILA TAVARES DE LIMA

A Qualidade Percebida Do Serviço Educacional Prestado Em Cursos De
Graduação Do Centro Acadêmico Do Agreste Da Universidade Federal De
Pernambuco

Este trabalho foi julgado adequado e aprovado para a obtenção do título de graduação em
Administração da Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

Caruaru, 19 de dezembro de 2018

Dr. Marconi Freitas da Costa
Coordenador do Curso de Administração

BANCA EXAMINADORA:

MSc. Francisco Ricardo Bezerra Fonseca
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Orientador

MSc. José Artur Muniz
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Banca

Dr. Sandro Valença Da Silva
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Banca

A Deus, por sua bondade, misericórdia, orientação e força. Áminha amada e sem igual família, ao Pr. Adimilson, pelo cuidado e grande incentivo para que eu fizesse o vestibular e a todos aqueles que me ajudaram direta e indiretamente a concluir este trabalho, pela paciência que tiveram comigo em momentos de tensão e de empenho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço sempre e primeiramente ao meu Deus, pela sua rica bondade, cuidado, força e misericórdia para com minha vida, por ter permitido a construção e a finalização desse trabalho. Quero agradecer ao meu orientador, Francisco Ricardo Bezerra Fonseca, pelo seu profissionalismo, pela atenção, conhecimento e contribuições, que foram essenciais para a realização deste trabalho. Quero também agradecer a minha preciosa mãe e à família, pelos sacrifícios financeiros a fim de que eu permanecesse na universidade e pelo apoio, conselhos e amor que foram fundamentais na construção do meu caráter. Também agradeço ao Pr. Adilmison Galdino pelos muitos conselhos e amizade no período que me senti mais cheia de dúvidas e incertezas. Com certeza também não poderia deixar de agradecer aos meus queridos “líãozinhos” Jonathan Luan e Arthur Diniz pela amizade e alegria que me fortalecia em momentos de tristeza, bem como a Arthur, pelo aconchego quando não tinha com quem dividir apartamento. Em adição também não poderia deixar de agradecer ao meu querido Rekejavik Vicente (Guega) e família que sempre que podia me ajudavam financeiramente, o que se perpetuou por anos, bem como pelo carinho, caronas e o notebook que muito me ajudou. Enfim, a todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho. Meu muito obrigada!

“Deus cuida tão bem de mim, seria injusto murmurar. E quer saber, felicidade não é ter tudo que se quer. É ser grato com tudo que se tem”

(Marcela Tais)

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo investigar a qualidade percebida dos serviços educacionais concedidos pelo Centro Acadêmico do Agreste (CAA). A pesquisa é necessária, pois a qualidade do serviço educacional não leva em consideração apenas a visão institucional, mas também a análise das necessidades e expectativas dos discentes, visto que a qualidade não é medida objetiva, mas sim subjetiva percebida no momento da entrega dos serviços. Para isto, a metodologia adotada foi quantitativa e descritiva, tendo como instrumento de coleta a escala SERVQUAL, por meio da adaptação do questionário fechado e estruturado, que visou avaliar o nível de qualidade percebida pelos estudantes. Nisto, as dimensões da qualidade dos serviços analisadas foram cinco: Tangibilidade, Responsividade, Empatia, Segurança e Confiabilidade. A coleta de dados foi realizada no CAA com os cursos: Administração, Economia, Engenharia Civil, Design e Pedagogia, por meio de uma amostragem por conveniência. Os dados foram analisados por meio do Excel, pela técnica de análise de conteúdo interpretativa, o Statistical Package for Social Science for Windows (SPSS), bem como Teste de Wilcoxon-Mann-Whitney (teste U) para poder aceitar ou rejeitar a hipótese levantada. Como principais resultados, pôde-se observar que a qualidade percebida ficou abaixo da qualidade esperada. Não atendendo de forma satisfatória as necessidades dos alunos pesquisados no período analisado. As considerações finais, além dos principais resultados, trazem uma reflexão breve sobre as limitações e possibilidades de uso da escala em educação superior de ensino.

Palavras-chave: Qualidade Percebida. Marketing de Serviço. Educação Superior. SERVQUAL. Campi. UFPE.

ABSTRACT

This research had as objective to investigate the perceived quality of the educational services granted by the agreste academic campi (CAA). Research is necessary because the quality of the educational service does not only take into account the institutional vision, but also the analysis of the needs and expectations of the students, since quality is not an objective measure, but rather perceived subjective at the moment of delivery of the services. For this, the methodology adopted was quantitative and descriptive, having as an instrument of collection the SERVQUAL scale, through the adaptation of the closed and structured questionnaire, which aimed to evaluate the level of quality perceived by the students. In this, the dimensions of quality in services analyzed were five: Tangibility, Responsiveness, Empathy, Security and Reliability. The data collection was carried out in the CAA campuses with the courses: Administration, Economics, Civil Engineering, Design and Pedagogy, through a sampling for convenience. The data were analyzed through Excel, the interpretive content analysis technique, the Statistical Package for Social Science for Windows (SPSS), as well as Wilcoxon-Mann-Whitney Test (U-test) to be able to accept or reject the hypothesis raised. As main results, it was observed that perceived quality was below expected quality. Not satisfactorily meeting the needs of the students surveyed during the analyzed period. The final considerations, in addition to the main results, provide a brief reflection on the limitations and possibilities of using the scale in higher education of education.

Keywords: Perceived Quality. Service Marketing. College education. SERVQUAL. Campi. UFPE.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Qualidade total percebida.....	21
Figura 2 - Determinantes da Qualidade Percebida do Serviço.....	24
Figura 3 - Dos níveis de expectativa do aluno.....	29
Figura 4 - Modelo conceitual da qualidade de serviço.....	38
Figura5 - Hipótese Bilateral.....	45
Figura 6- Hipótese Unilateral a Esquerda.....	45
Figura 7- Hipótese Unilateral a Direita.....	46
Quadro 1- Abordagem da evidência física pode ser vista por meio de três dimensões distintas.....	19
Quadro 2 - Declarações das Expectativas.....	50
Quadro 3 - Declarações das Percepções.....	50
Quadro 4 - Aspectos da dimensão da Tangibilidade.....	59
Quadro 5- Aspectos da Dimensão da Responsividade.....	61
Quadro 6- Aspectos da dimensão Empatia.....	63
Quadro 7- Aspectos da Dimensão da Segurança.....	65
Quadro 8- Aspectos da Dimensão da Confiabilidade.....	67
Tabela 1- Características do Serviço.....	17
Tabela 2 - A comparação entre o modelo inicial e o modelo remodelado dos determinantes da qualidade.....	23
Tabela 3 - Estudos empíricos que utilizaram o SERVQUAL no serviço de educacional.....	33
Tabela 4- Grau de Maiores Valores dos Gaps.....	53
Tabela 5 - Grau de Menores Valores dos Gaps.....	54
Tabela 6 - Médias das avaliações dos atributos relacionados aos cursos.....	55
Gráfico 1- Representação do Gênero dos alunos.....	41
Gráfico 2- Representação da idade dos alunos.....	42
Gráfico3- Gráfico de Nota Global da Qualidade Percebida e Esperada.....	48
Gráfico 4 - Demonstrativo das expectativas e percepções dos alunos.....	52
Gráfico 5- Outras Variáveis de Influência.....	56

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Problema de pesquisa	13
1.2	Objetivo geral	13
1.2.1	<i>Objetivos específicos</i>	13
1.3	Justificativa teórica	14
1.3.1	<i>Justificativa prática</i>	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1	Serviço Educacional	15
2.2	Características dos Serviços Educacionais	17
2.3	Qualidade Percebida dos Serviços Educacionais	20
2.4	A dinâmica dos determinantes da qualidade percebida do serviço	23
2.5	Percepção na abordagem do Marketing no Serviço Educacional	26
2.6	Expectativa na abordagem do marketing	28
2.7	O uso do Modelo SERVQUAL em Pesquisa Acadêmicas	30
2.8	Satisfação no Serviço Educacional	33
2.9	Modelo GAP na Avaliação da Qualidade dos Serviços Educacionais	35
3	METODOLOGIA	38
3.1	Natureza da pesquisa	38
3.2	Coleta de dados	38
3.2.1	<i>Amostra</i>	39
3.2.2	<i>Caracterização da amostra</i>	39
3.3	Instrumento de pesquisa	41
3.4	Teste de hipóteses de investigação	41
4	ANÁLISE DOS DADOS	45
5	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	46
5.1	Análise descritiva das médias globais	46
5.2	Análise Descritiva – Demonstrativo das médias e Gaps	47
5.3	Análises Descritivas – Graus de importância das médias e respectivos Gaps .	50
5.3.1	<i>Análise das médias das competências atribuídas por meio dos cursos</i>	52
5.3.2	<i>Médias das variáveis de influência nas escolhas dos cursos</i>	54
5.4	Teste não paramétrico para análise das cinco dimensões da qualidade do serviço	55

5.4.1	<i>Dimensão e Tangibilidade</i>	55
5.4.2	<i>Dimensão da Responsividade</i>	58
5.4.3	<i>Dimensão da Empatia</i>	60
5.4.4	<i>Dimensão da Segurança</i>	62
5.4.5	<i>Dimensão da Confiabilidade</i>	64
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
	REFERÊNCIAS	70
	APÊNDICE A - Questionário aplicado com os alunos dos cursos de	
	Administração, Engenharia Civil, Pedagogia, Economia e Design do	
	Campus Acadêmico do Agreste	80

1. INTRODUÇÃO

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) alertaram que desde a década de 1980 já existia uma preocupação com a qualidade dos serviços nas Instituições de Ensino Superior (IES), uma vez que estas já se deparavam com a comunicação em massa, democratização do saber que se popularizou no meio acadêmico, facilitando a interação, a troca de conhecimento entre as investigações e descobertas, bem como já se contava com um maior número de matrículas em instituições no Brasil, onde adaptações eram vistas como necessárias (FACÓ; 2008); (XAVIER, *et al.* 2014).

Nesse sentido, a mensuração e a comparação da qualidade das IES não é um processo novo, essas avaliações foram sistematizadas na educação superior brasileira desde a década de 1980, entretanto, apenas a partir da década de 1990, por meio do Exame Nacional de Cursos, que buscava estabelecer o padrão de qualidade dos cursos de graduação e posteriormente substituído pelo o Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (ENADE), foi possível contemplar esse desempenho; habilidades e competências dos alunos, não incluindo as condições de ensino; atividades das IES e competência dos professores (CARVALHO, ET AL. 2018); (LOURENÇO; KNOP, 2011).

Assim, a avaliação segundo Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) independe das discrepâncias que possam vir a existir entre o prestador e o usuário. Sua importância é evidente para ambos, seja para satisfação da qualidade percebida pelo usuário e/ou para a eficácia da organização. Todavia, pela qualidade de serviço ser subjetiva, a sua avaliação pode ser observada a partir das expectativas, atributos, percepções, experiência (positiva/negativa) e satisfação dos usuários. Esse pré-julgamento por parte do usuário fornece indicadores que colaboram para avaliação da qualidade.

Nesse sentido, Nascimento (2011) define o serviço educacional como intangível e impessoal no que se refere ao que oferece, mas por outro lado pode ser classificado como tangível quando este é mensurado pelo MEC. Como depende de cada aluno, o serviço educacional é heterogêneo e ao mesmo tempo em que é produzido, é consumido pelo aluno.

Com o intuito de contribuir para os gestores e pesquisadores dos serviços educacionais a compreensão acerca das características dos serviços mediante a percepção dos estudantes, surge a abordagem da qualidade percebida bastante difundida como constructo de desconfirmação em pesquisas de estudos acadêmicos. Esta abordagem apresenta o modelo conceitual que reproduz como os alunos percebem as particularidades dos serviços educacionais. Esta, uma vez reconhecida, pode guiar pesquisas de satisfação dos usuários

(GRÖNROOS, 2003).

Nesse sentido, um dos principais estudos realizados para avaliar a qualidade percebida nos serviços educacionais foi o desenvolvido por Parasuram, Zeithaml e Berry (1985;1988), enfatiza-se, portanto, as dimensões presentes na qualidade de serviços bem como quais características são percebidas na entrega dos serviços pelos alunos. Os autores expõem a escala SERVQUAL, visto que essa ferramenta pode ser adaptada e/ou complementada para melhor atender as particularidades do pesquisador e/ou instituição.

Este trabalho tem como propósito investigar a qualidade percebida dos serviços educacionais concedidos pelo Centro Acadêmico do Agreste, localizado na rodovia BR-104, KM59/ Nova Caruaru. Este foi o primeiro *campus* da UFPE no interior de Pernambuco, dando início às suas atividades com cinco cursos: Administração, Economia, Design, Pedagogia e Engenharia Civil e englobando quatro núcleos de ensino (Gestão, Design, Formação Docente e Tecnologia). A amostra de estudo se deu entre os discentes matriculados nos cursos acima citados, tendo como proposta a contribuição com o modelo interno de acompanhamento e avaliação contínua da qualidade percebida nos serviços educacionais.

1.1 Problema de Pesquisa

Segundo a ótica dos discentes em qual nível se encontra a qualidade percebida acerca dos serviços educacionais, prestados em alguns cursos do Centro Acadêmico do Agreste?

1.2 Objetivo Geral

Investigar a qualidade percebida dos serviços educacionais concedidos pelo Centro Acadêmico do Agreste.

1.2.1 Objetivos Específicos

- Examinar a qualidade percebida pelos discentes dos serviços prestados no CAA, tendo como referência os cursos de Administração, Economia, Pedagogia, Design e Engenharia Civil;
- Realizar pesquisa entre os discentes dos cursos supracitados, por meio de questionário adaptado, a fim de avaliar o nível da qualidade percebida nos serviços educacionais do campus do CAA;

- Avaliar a estatística descritiva, quantificando a pontuação GAP entre o serviço desejado e o serviço recebido.

1.3 Justificativa Teórica

Abordar a qualidade percebida pela ótica dos discentes na instituição de ensino superior faz-se necessário, visto que não se pode determinar qualidade apenas levando em consideração a visão gerencial. Pelo contrário, deve-se analisar as necessidades e expectativas dos discentes, uma vez que a qualidade não é medida objetiva, mas a subjetiva quando no momento da entrega dos serviços (GRÖNROOS, 2003).

Zabalda (2004) ressalva que os alunos, ao ingressarem nas instituições de ensino, trazem interesses profissionais e por serem usuários, fazem certas exigências, levando a universidade a se adaptar melhor às expectativas dos alunos, ampliando e diversificando muitas vezes os serviços ofertados. Logo, o entendimento da qualidade percebida por esses membros irá colaborar na indicação das dimensões que devem ser trabalhadas para melhor atendimento da qualidade do serviço.

Entre as formas de auxiliar as instituições na busca por melhorias na qualidade do ensino, assinala-se a metodologia de avaliação da percepção do nível de qualidade em serviços, sendo o modelo de mensuração o SERVQUAL, visto que é um dos instrumentos mais utilizados, ou seja, se destaca na ampla escala de teste com uma ótima aceitação no meio acadêmico para a realização de estudos sobre qualidade percebida dos serviços ofertados por instituições de ensino, justificando-se a sua utilização na realização desse estudo (VASCONCELOS, 2015).

1.3.1 Justificativa Prática

Em virtude do caráter aplicado na pesquisa, bem como por conveniência do trabalho de campo, optou-se por realizar o estudo no Centro Acadêmico do Agreste, assim como em virtude da relevância do campus na região. Esta unidade: “vem suprir a necessidade de ensino gratuito e de qualidade em atendimento às demandas da região, interiorizando o conhecimento científico, preparando a população para o desenvolvimento adequado das atividades produtivas” (CAMPUS DO AGRESTE UFPE, 2018).

Em tempos de recursos públicos limitados, a implementação de modelo alternativo

de avaliação é bem sugestiva no CAA, visto que é uma ferramenta de baixo custo e que pode ser aplicado em massa com os alunos em sala de aula. Assim, o CAA poderá contar com uma ferramenta adicional para acompanhar os serviços educacionais prestados. Com essa metodologia de avaliação, a instituição poderá, por meio da coleta e análise da percepção dos seus discentes, implementar políticas públicas e projetos, além de trabalhar a visibilidade e a metodologia adotada pela instituição que, por sua vez, terá uma significativa melhoria na qualidade possibilitando melhor atendimento às demandas de ensino educacional superior (ALMEIDA, ET AL. 2012).

Deste modo, a utilização do modelo SERVQUAL é importante em função da possibilidade de medir e analisar a qualidade percebida dos serviços educacionais, ou seja, com esse modelo, é possível diagnosticar falhas que possam vir a acontecer não só no ambiente, mas também na metodologia do ensino. Através do uso das dimensões que são determinantes na avaliação da qualidade dos serviços permite-se ao aluno avaliar muitas das características (atributos) dos serviços educacionais oferecidos, incluindo-se a metodologia pedagógica do curso, professores e demais funcionários da instituição, a infraestrutura e o material didático (Lourenço; Knop, 2011).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este trabalho inicia-se com uma discussão teórica sobre os conceitos do Serviço Educacional e Suas Características, Qualidade Percebida dos Serviços Educacionais, A dinâmica dos Determinantes da Qualidade Percebida do Serviço, Expectativa na Abordagem do Marketing, Percepção na Abordagem do Marketing no Serviço Educacional, O uso do SERVQUAL nos serviços de educação superior, Satisfação no Serviço Educacional e Modelo Gap na Avaliação da Qualidade dos Serviços Educacionais. A seguir será realizada uma revisão bibliográfica de conteúdo acadêmico.

2.1 Serviço Educacional

As instituições de ensino superior são caracterizadas pelos serviços que as mesmas ofertam. Diante disto, faz-se necessário compreender o que vem a ser o serviço e suas características. O serviço educacional é uma série de atividades de natureza intangível que

ocorrem entre as interações (estudante e instituição, recursos e fornecedores) de modo a encontrar soluções. Ao descrever os serviços, os usuários utilizam expressões como: experiência, confiança, segurança, ou seja, ressaltando uma das principais essências dos serviços: sua intangibilidade (BERNARDI ET AL.2012); (GRÖNROOS, 2003).

A educação como serviço, tornou possível o nascimento de um vasto comércio de ofertas educacionais pelas universidades, seja de cursos, currículos, formação e títulos acadêmicos, ou de docentes, de gestores e de empresas interessadas no amplo e favorável comércio nacional e transnacional, empenhado a disponibilizar trabalhadores futuros para as mais diversas profissões (CHIZZOTTI, 2014).

Os serviços se caracterizam em atividades, benefícios ou satisfações que são ofertadas de natureza essencialmente intangível, no qual a classificação do serviço educacional é vista como industrial incluindo-se na categoria de consultoria/educação, uma vez que, os serviços industriais são prestados por organizações, comerciais e institucionais. Os autores ressaltam que os serviços educacionais bem como os demais, são sentidos por intermédio da satisfação, ou seja, pelo que é proporcionado ao usuário (DARONCO, 2008); (LEAL, 2008).

De acordo Basso e Antoni (2009), o serviço educacional é definido como o estímulo mental onde o serviço acontece por meio de atuações intangíveis orientadas a causar incentivos intelectuais nas pessoas que o utilizam. Por isso, os serviços educacionais devem ser cuidadosamente organizados e, acima de tudo, com qualidade, uma vez que quando bem realizado essa qualidade será percebida pelos seus educandos, proporcionando melhores resultados para a instituição (GIMENEZ, 2012).

Morales et al. (1999) ressaltam que o serviço educacional não se limita apenas à transmissão de conhecimento, indo além das instituições (provedores) de ensino como gerenciadoras na educação, pois estas fornecem serviços educacionais em todas as suas dimensões sendo o aluno seu principal alvo.

Segundo Kotler e Keller (2006) as escolas e universidades fazem parte do setor de serviços, definindo-se este como ato de desempenho de natureza intangível em que, uma parte pode oferecer a outra. O serviço educacional, diferente de outros, tem como uma das suas principais singularidades a relação contínua com seu público no decorrer da execução do mesmo, ou seja, as suas atividades baseiam-se em pessoas, sendo necessária a qualificação e especialização para a prestação do serviço. Quando a presença do aluno é necessária, cabe à instituição considerar as necessidades do seu público-alvo.

Diferentemente de outros serviços, os alunos não determinam o quê e nem como vão

aprender. É a instituição, em conjunto, que determinará. Cabe ao aluno a decisão sobre a escolha da instituição e o curso, os professores realizar os serviços e ministrar o ensino, quanto a instituição, está passa a ser apenas um local onde esses serviços educacionais são prestados, reunindo professores e alunos em condições adequadas para a construção do aprendizado (FACÓ, 2005).

O autor ressalva ainda, que é de pura responsabilidade da instituição captar docentes adequados e capacitados para cumprir a sua missão, que, por sua vez, deve-se adequar às necessidades que possam vir a existir, atendendo assim com certos níveis de qualidade as demandas do seu público. Contudo, há características na área de serviços de educação que dificulta a avaliação do grau de satisfação, sendo cinco as particularidades encontradas no serviço educacional: intangibilidade, inseparabilidade, perecibilidade, variabilidade e interferência.

Este estudo, porém, se dedicará a trazer a compreensão definitiva acerca de serviço educacional, traduzido por Basso e Antoni (2009), ou seja, o serviço educacional é definido como: o estímulo mental, onde o serviço acontece por meio de atuações intangíveis orientadas a causar incentivos intelectuais nas pessoas que utilizam.

2.2 Características dos Serviços Educacionais

Como já dito, embora exista uma diversidade de serviços com especificações próprias, estes possuem características em comum como: intangibilidade, heterogeneidade, inseparabilidade e perecibilidade. Essa última característica reside no fato de que, diferente dos produtos, os serviços não podem ser devolvidos ou guardados para uso posterior. Contudo, essa variável implica na necessidade de estratégias de restauração, agir rapidamente caso está saia do controle no intuito de assegurar a qualidade (MARTINS, ET AL. 2012).

Para Zeithaml, Parasuraman e Berry (1985); Kotler e Keller (2006); Leal (2008); Facó (2005) existem quatro suposições básicas acerca do marketing de serviços, na qual uma dessas está na sequência de características exclusivas, como pode ser visto na tabela 1 logo abaixo. Cada particularidade simboliza desafios que requerem estratégias no melhor oferecimento dos serviços com qualidade.

Tabela 1 - Características do Serviço

Características	Descrição
<u>INTANGIBILIDADE</u>	Não podem ser tocados ou provados como os bens tangíveis, ou seja, é uma performance em vez de objetos. Não podem assim serem definidos com precisão como o bem tangível, o que implica muitas vezes na definição de sua precificação e qualidade antes da aquisição. Pode se perceber que um dos aspectos mais importante da intangibilidade é confiança depositada na instituição, pois são primeiro adquiridos para depois serem utilizados.
<u>INSEPARABILIDADE</u>	A produção e consumo de todos os serviços são inseparáveis. Essa simultaneidade faz com que os usuários também participem, afetando a sua avaliação uma vez que será realizada de maneira coletiva, conforme a percepção da qualidade do usuário na relação entre produção/consumo. Ou seja, ao contrário dos produtos que são produzidos e armazenados para depois irem para o consumo, os serviços são realizados e consumidos simultaneamente.
<u>HETEROGENEIDADE</u>	Está ligada à diferenciação dos serviços, em virtude que não são padronizados, uniformizados de uma instituição para outra dependendo muitas vezes de quem a executar. Entretanto, isso implica na percepção de incertezas por parte dos usuários, cabendo à instituição gerencia-las e buscar diminuí-las.
<u>PERECÍVEIS</u>	Ou seja, serviço não pode ser salvo, estocado para uso posterior. Todavia, essa característica é incompatível com as demandas visto que acontecem oscilações. Prevendo esse risco, as instituições educacionais podem implantar algumas estratégias como: serviços complementares, contratações temporárias e outros.

Fonte: Zeithaml, Parasuraman e Berry (1985)

Berry (1995) fala que devido à essência intangível dos serviços educacionais, torna-se trabalhoso para os discentes mensurarem os serviços. Todavia, a heterogeneidade do serviço contribui na dedicação do estudante quando se experimenta um serviço educacional de excelência.

Zeithaml, Bitner e Gremler (2011) classificam três elementos que englobam o serviço educacional: pessoas, processos e a evidência física. Este último elemento é associado ao ambiente onde o serviço é realizado, o que inclui suas instalações físicas, ou seja,

componentes tangíveis que interagem na natureza dos serviços, definido pelo Mix de marketing de serviços como: “elementos controlados e utilizados por uma organização para atender ou comunicar-se com seus clientes”. Já Baker et al. (2002), no estudo adicionam ainda o elemento das evidências físicas, como pode ser visto no quadro 1 abaixo, onde os autores associam ao ambiente onde o serviço educacional é realizado.

Quadro 1- Abordagem da evidência física em três dimensões distintas:

Dimensão	Conceito	Exemplos
DESING	De natureza mais visual, seja de maneira mais prática e/ou estética.	Arquitetura do ambiente, Página na internet, Equipamentos, Material de ensino, Cor.
SOCIAL	Dado principalmente pela comunicação entre os colaboradores e usuários	Uniforme, Limpeza, Higiene, aparência do pessoal (Traje).
AMBIENTAL	Afeta os sentidos humanos, captando os aspectos não visuais.	Aroma, Temperatura, Música, Tempo gasto em espera, Barulho.

Fonte: Elaborada pela autora com base em Baker et al. (2002).

Essas evidências físicas são a aparência do local, partes visuais tangíveis, que podem, por sua vez, fornecer impressões que podem ser usadas pelos alunos para avaliar a qualidade percebida da instituição, sendo necessário o seu gerenciamento para não comprometer a confiabilidade dos serviços prestados (LEAL, 2008).

Corroborando Costa et al. (2013), ao apontar a acessibilidade como sendo outra característica (localização, acesso à internet, sinal telefônico) e elemento imprescindível quando se faz necessária a presença do usuário na realização do serviço. Por conta da intangibilidade presente no serviço educacional, elementos como estes são procurados pelos usuários para diminuir suas incertezas e prever a qualidade como matérias, pessoas, comunicação, estrutura e muitos outros.

Além do mais, Berry, Wall e Carbone (2006) e Grönroos (1984) relatam que diferentemente de produtos, os serviços educacionais são constantemente visitados pelos usuários nos seus locais de criação e interagem com os prestadores. A partir dessas experiências amplas, os usuários procuram pistas decisórias para o requerimento ou não dos serviços. Com uso de percepções e expectativas, são captados elementos presente na prestação de serviço, além do que os prestadores podem percebê-las, caso não estejam atentos. Assim esses elementos são tanto por sua presença ou ausência e classificados em três tipos: funcionais, questões referentes à qualidade dos serviços prestados; mecânicas, que são apresentações sensoriais do serviço, incluindo sons e vistas e, as humanas, que emergem do comportamento dos prestadores incluindo aspectos de apresentação como fardamento, simpatia e outros.

Para Guido e João (2016), a variável “pessoas” é o composto principal no serviço educacional, onde instituições de serviços através da percepção dos alunos podem identificar a real situação com o propósito de saber quais são os problemas críticos. Contudo, para se obter esse conhecimento, no caso deste objeto de estudo, é necessário saber ouvir e ter uma boa comunicação a fim de criar uma oportunidade de diálogo que faça os discentes se sentirem à vontade para falar a respeito de suas experiências para com a instituição e, assim, fornecer ideias para melhorar os serviços.

2.3 Qualidade Percebida dos Serviços Educacionais

A qualidade do serviço no setor educacional tem recebido atenção e ênfase ao longo das últimas décadas, onde Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) já ressaltavam que, desde a década de 80 já se havia uma preocupação com a qualidade dos serviços sendo a presença da qualidade assegurada até mesmo pela lei nº 9.394 de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Ou seja, é crucial para as instituições de ensino identificar as lacunas e estratégias para o aperfeiçoamento e investimento da qualidade do ensino e, através da boa experiência, aumentar a expectativa dos alunos.

O interesse pela a qualidade de serviço de educação superior no Brasil tem atraído a atenção de muitos pesquisadores, já que este assunto tem sido bastante explorado nos estudos acadêmicos. Com o crescimento da procura e o incremento na oferta de vagas de empregos para alunos na educação superior, cresce também a preocupação com a qualidade na prestação

do serviço oferecido pelas instituições de ensino superior (IES), destacando-se o entendimento das percepções dos alunos como um elemento importante no processo de avaliação das IES (PACHECO; MESQUITA; DIAS, 2015).

Os autores ressaltam que além do suprimento da escassez, é preciso haver a implementação de programas com o propósito de reduzir ou sanar as discrepâncias que possam a existir. Faz se necessário a avaliação, o acompanhamento contínuo no desenvolvimento da qualidade no ensino educacional, bem como esta é percebida.

A qualidade percebida dos serviços aborda múltiplas dimensões, das quais os alunos fazem uso para avaliar a qualidade dos serviços, baseando-se na comparação entre o serviço esperado e o percebido. A geração das lacunas entre o serviço esperado e o percebido é uma medida de qualidade do serviço que pode ser positiva ou negativa (CAMPOS, NETO; MARTINS, 2013).

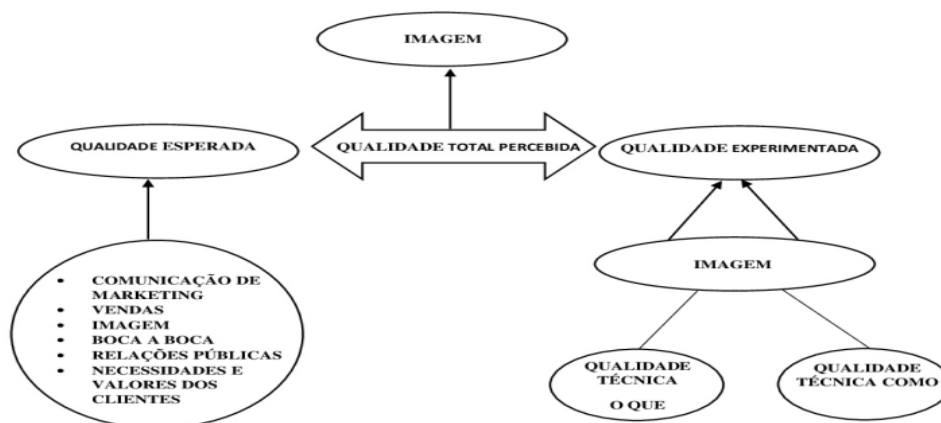
A qualidade dos serviços é elemento essencial nas percepções dos usuários. Nos serviços como educação, a qualidade é o componente predominante nas avaliações dos discentes. Assim, essa avaliação engloba diversos fatores relevantes dentro dos quais encontram-se as cinco dimensões da qualidade de serviço: Confiabilidade, Responsividade, Segurança, Empatia e Tangibilidade. Essas dimensões representam como os alunos organizam as informações referentes à qualidade percebida dos serviços (ZEITHAML, BITNER; GREMLER, 2014).

O estudo da qualidade percebida como embasamento de desconfirmação é um dos constructos mais utilizados em pesquisas de qualidade de serviço educacional no qual o estudo de qualidade percebida, elaborado com o propósito de auxiliar os dirigentes e pesquisadores na compreensão do que venha a ser o serviço na mente dos seus usuários, ou seja, essa base conceitual descreve como são percebidas as particularidades de um serviço. Para tal, o autor introduziu o modelo total da qualidade percebida, onde é abordado o comportamento dos usuários e os resultados das expectativas correspondentes ao desempenho do serviço (GRÖNROOS, 2003).

Contudo, o autor ressalta que além das experiências, outras variáveis são determinantes na qualidade percebida. Na figura 1 logo abaixo, pode-se verificar que as expectativas não são isoladas, pelo contrário, estas estão conjuntas com as atividades do marketing, formando-se na qualidade percebida. Como poderá ser observada, a qualidade percebida é resultado não só das experiências, mas também de um conjunto amplo como: valores, necessidades, imagem, relacionamento e comunicação de marketing. Esse conjunto

traz consigo impacto nas expectativas dos usuários.

Figura 1: Qualidade Total Percebida



Fonte: Grönroos, 2003, pág. 90

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985); Ribeiro e Ferreira (2013) e Henrique et al. (2013), entendem que a qualidade do serviço é uma medida de quão bem o nível de serviço atende às expectativas de quem dele precisa. Macêdo, Paula e Valdivino (2013) ressaltam que, a qualidade percebida é determinada pela discrepância (gaps) entre a qualidade recebida e esperada, ou seja, é a diferença entre as expectativas e percepções dos alunos, que podem ser apresentadas de três maneiras diferentes:

- a) **Expectativas < Percepções:** a percepção da qualidade do serviço é vista como ótima.
- b) **Expectativas = Percepções:** ilustrada pela numeração zero, a qualidade percebida está em concordância com a expectativa.
- c) **Expectativas > Percepções:** é indicada como ruim, pois os usuários aguardavam mais do que foi ofertado. Porém, quando indica uma numeração positiva, este determina que o serviço ofertado superou as expectativas.

Segundo Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985b), independente das discrepâncias que possam vir a existir entre o prestador e o usuário. Sua importância é evidente para ambos, seja para satisfação da qualidade percebida pelo usuário e/ou para a eficácia da organização. Todavia, pôr a qualidade de serviço possui componente subjetivo, a sua avaliação pode ser observada a partir das percepções, atributos, expectativas, experiência e satisfação dos usuários.

Qualidade Percebida é a abordagem mais difundida como constructo de desconformidade em pesquisas de estudos acadêmicos. Esta qualidade apresenta o modelo conceitual que reproduz como os alunos percebem as particularidades dos serviços educacionais. Isso contribui para que os gestores e estudiosos dos serviços educacionais

venham a compreender as características dos serviços mediante a percepção dos estudantes. Está, uma vez conhecida, podem-se guiar pesquisas de satisfação dos usuários (GRÖNROOS, 2003).

2.4 A dinâmica dos determinantes da qualidade percebida do serviço

Segundo Grönroos (2003), em meados dos anos 1980, Parasuraman, Zeithaml e Berry, deram início ao estudo dos determinantes da qualidade e como os usuários de serviço avaliavam a qualidade dos mesmos com base na qualidade percebida. Neste estudo, descobriu-se que os determinantes da qualidade de serviço representam a percepção que os usuários (alunos) têm em relação aos serviços prestados. Posteriormente, como fruto da continuação dos estudos, os 10 (dez) determinantes da qualidade de serviço foram compactados em 5 (cinco): Tangibilidade, Confiabilidade, Capacidade de Resposta, Segurança e Empatia, como pode-se verificar na tabela abaixo:

Tabela 2 -A comparação entre o modelo inicial e o modelo remodelado dos determinantes da qualidade.

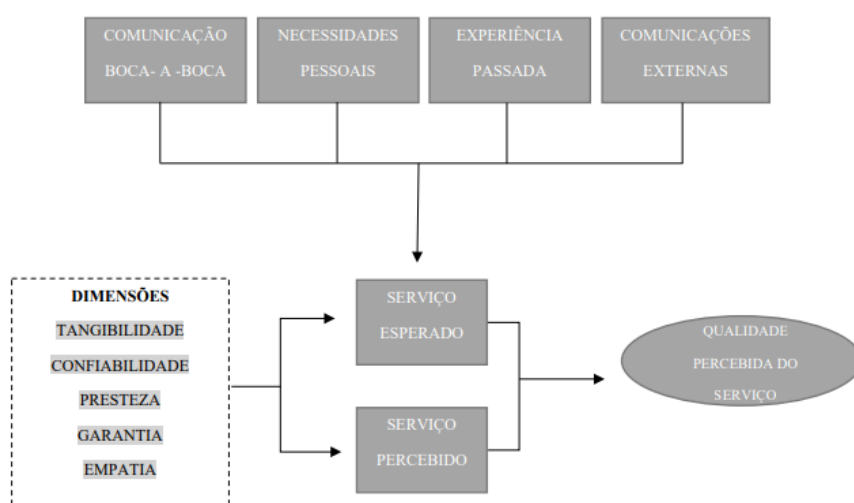
Modelo Inicial:	Modelo Remodelado:	Características:
Tangibilidade	Tangibilidade	Aparências físicas (instalações, equipamentos).
Confiabilidade	Confiabilidade	Capacidade de realizar o serviço de maneira correta.
Responsividade	Responsividade	Conhecimento para ajudar os alunos com prontidão.
Competência Acesso Credibilidade Segurança	Segurança	Competência, respeito, nome da instituição, ausência de risco e/ou dúvidas.
Cortesia Comunicação Compreensão	Empatia	Facilidade de contato, linguagem adequada, esforço para atender a necessidade do aluno.

Fonte: Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985b, 1988)

O modelo proposto, disposto na figura 2a seguir, propõe que as percepções do aluno são criadas a partir das suas necessidades pessoais, de experiências vividas anteriormente e da

informação dos outros alunos sobre o serviço educacional (boca-a-boca). Assim, assume-se ainda que as expectativas dos acadêmicos funcionam como parâmetros pessoais que cada aluno utilizará para mensurar a qualidade do serviço no CAA, ou seja, se a percepção do aluno quanto ao desempenho do serviço não condisser com suas expectativas, provavelmente este concluirá que o serviço não apresenta qualidade (PARASURAMAN ET AL. 1985a).

Figura 2–Determinantes da Qualidade Percebida do Serviço



Fonte: Adaptado de Zeithaml, Parasuraman e Berry (1985b)

Para Facó (2005), a qualidade a ser percebida, é cabível as instituições como prestadoras de serviços, trabalhar: a confiabilidade, ou seja, cumprimentos das atividades, clareza na transmissão da comunicação e na exposição dos objetivos institucionais, bem como na relação entre professor e aluno, assim como a tangibilidade dos serviços, trabalhando na conservação e conforto dos equipamentos físicos da instituição de maneira geral. Já em relação aos elementos subjetivos, deve-se verificar a postura, atendimento do corpo técnico para com os alunos, capacidade de resposta, a qual é inteiramente relacionada com a construção subjetiva da aparência, ou seja, atender de imediato os problemas que exigem rapidez de resposta, saber responder, atender os alunos conforme suas necessidades; segurança, não só em relação ao ambiente como também ao bem-estar, livre de atos de violência ou perturbações.

Fazizadeh, Bagherzadeh e Mohamadi (2011) observam também que a qualidade do serviço desempenha um papel notável para as instituições, dado que a qualidade sendo vista e

satisfeita faz com que os alunos desenvolvam uma relação mais perene com a instituição, evitando assim o abandono do curso, bem como permite que os alunos possam ser porta-vozes, indicando a instituição para os grupos de interesses e os olhares nos quais então inseridos, assim como contribuirá para a construção da imagem de qualidade da instituição. Embora a qualidade em serviço seja um assunto extenso, precisando continuamente ser questionado, o conceito de qualidade está diretamente relacionado às necessidades de cada cliente (aluno) (FONTOURA; GUERREIRO 2015).

Zeithaml, Berry e Parasuraman (1996), Berlezzi e Zilber (2011) acrescentam ainda que quanto às apreciações da qualidade de serviço, se as intenções comportamentais são favoráveis, fortalecem os relacionamentos entre a instituição e o discente. Por outro lado, quando o contrário ocorre, implica em alguns males como: enfraquecimento das relações e perda de vontade de solicitar, participar dos serviços da instituição. Do mesmo modo as percepções dos alunos referentes à qualidade de serviço influenciam na avaliação quanto a intenções comportamentais bem como na retenção ou evasão dos alunos, que devem ser necessariamente e cuidadosamente monitoradas, buscando-se identificar os elementos captados na percepção que afetam intenções comportamentais referentes à qualidade dos serviços.

A qualidade em serviço surgiu a partir da comparação entre o que as pessoas percebem e acham necessário e o que realmente é ofertado pelas prestadoras. Sendo assim, a qualidade de serviço pode ser vista como o resultado da eficácia do serviço, ou seja, em quão bem atende as necessidades e as expectativas dos usuários. Deste modo, promover a qualidade nos serviços implica em estratégias que superem as necessidades e percepções (DAMIAN; MERLO 2013), (PENA ET AL. 2013).

Reichheld e Jr Sasser (1990) alegam que apenas após a década de 80 foi que as organizações que prestam serviços começaram a entender que a qualidade não melhora a menos que esta seja avaliada, assim como acrescenta-se que deve medir-se a qualidade através do *feedback* regular, rápido, de maneira eficaz e favorável para com seus públicos-alvo. Assim, permite-se que as instituições desvendem as deficiências concentrando-se no que realmente é valorizado e importante para o impacto da educação.

Na mesma linha de pensamento Johnston e Robert (1995) ratificam que os elementos intangíveis da ligação aluno-usuário têm resultados significativos, sejam negativos e/ou positivos, na qualidade do serviço. Como exemplo o autor ressalva a capacidade de resposta com elemento determinante da qualidade, bem como a componente chave para a satisfação,

sendo que sua ausência é percebida com a principal fonte de insatisfação na qualidade dos serviços.

Para Zeithaml (1988) a qualidade e valor são construções semelhantes do ponto de vista do valor percebido e da utilidade. Por sua vez, este valor está na avaliação da percepção entre o que é recebido e o que é dado. Vale ressaltar que essa comparação traz à reflexão se a qualidade repassada para os alunos é justa, visto que a confiabilidade é uma dimensão presente na qualidade de serviço de muito valor para com o aluno. O autor ainda argumenta que a qualidade percebida pode ser definida através do julgamento do aluno/usuário sobre a excelência global ou superioridade.

Além disso, Toledo e Moretti (2016) caracterizam que para as diversas conceituações e interpretações referentes a valor (para o aluno) existem duas interpretações: a primeira refere-se ao fato de que valor diz respeito mais a algo percebido pelo aluno do que objetivamente determinado pela instituição, portanto, as instituições antes mesmo de investirem nas melhorias de serviços devem inicialmente estudar a percepção dos alunos para saber os aspectos que de fato são relevantes na percepção deles com usuários dos seus serviços.

Berry, Parasuraman e Zeithaml (1994, p.32) acrescentam que a qualidade do serviço é essencial para ausência de conflito. Entretanto, as instituições na tentativa de melhorar a qualidade dos seus serviços acabam no equívoco de investir em itens desnecessários, ocasionando perda na qualidade e desperdício de recursos. Para os autores, valores são “os benefícios recebidos pelos encargos suportados como: gasto, localização inconveniente, funcionários hostis. O serviço de qualidade ajuda a instituição a maximizar os benefícios e minimizar os encargos”.

Alegam ainda que, prestar um serviço de qualidade depende também do olhar dos funcionários internos da instituição, pois muitas vezes eles enxergam as falhas antes mesmo que o aluno perceba. Isso ocorre por que estão envolvidos em todas as etapas dos serviços, manuseiam os equipamentos, sistemas e estão em contato frequente e direto com o aluno.

2.5 Percepção na abordagem do Marketing no Serviço Educacional

Para Kotler; Keller (2006) o método por meio do qual as pessoas elegem, classificam e analisam as informações com intuito de elaborar imagens significativas. Essa percepção

pode alterar de pessoa para pessoa, devido três processos: Atenção seletiva, ou seja, devido à grande quantidade de anúncios e comunicação nas quais as pessoas são expostas, atenção seletiva age como filtro entre as informações importantes e relevantes; Distorção Seletiva, que é a predisposição de mudar as informações em significados pessoais e que se adapte aos prejulgamentos pessoais e a Retenção seletiva, que se trata da capacidade que as pessoas têm em reter informações que por sua vez confirmem suas atitudes e crenças.

A percepção não depende apenas dos incentivos físicos, mas também da relação desses incentivos com as condições internas das pessoas e com o ambiente. O marketing enxerga as percepções como sendo mais importante do que mesmo a realidade, tal importância é auferida devido à influência no comportamento do aluno. (KOTLER; KELLER, 2006).

Bacha, Strehlau; Romano (2006) em suas pesquisas conceituam e caracterizam a percepção, em três abordagens diferentes, as quais entre elas se encontra abordagem apresentada a seguir:

Abordagem de marketing: Refere-se ao contexto do comportamento do consumidor. Inúmeros são os autores que identificam a percepção com o método em que as impressões são reconhecidas e utilizadas na interpretação global. Ou seja, a “percepção refere-se ao processo pelo qual alguém seleciona, organiza e interpreta suas impressões sensoriais, as informações recebidas para criar uma imagem significativa do meio, ou seja, do mundo” (KOTLER; KELLER 2012), (OLIVEIRA, 2013).

As percepções mudam, seja pela mudança de desejos, necessidades, visão menos sofisticada e outros, sendo necessário que sejam reconhecidas para se ajustarem aos serviços conforme as diferenças. Os autores ainda enfatizam uma relação positiva entre a qualidade de serviço e os benefícios, pois ambas ocasionam satisfação dos usuários e uma comunicação positiva da instituição, consequentemente, gerando maior ganho. (ZEITHAML, LEMON 2001), (MILIAN, EBERLE EL AL. 2014) e (RODRIGUES, 2013).

O estudo da percepção influencia no comportamento, intenções de aquisição dos serviços educacionais, assim como na comunicação boca-a-boca referente às organizações, priorizando uma instituição em detrimento de outras. Essas percepções influenciam fortemente na disposição do aluno voltar a querer novamente os serviços (ZEITHAML 2000; IBDAIWI, GARCIA; LOPES 2012).

Marson, Gutierrez e Marson (2015) consideram que, embora seja fundamental a avaliação da percepção dos usuários de serviços, deve-se sempre ter em mente o impasse de que, muitas vezes os colaboradores da instituição e alunos diferem quanto as suas

expectativas, assim há a ideia de que um dos motivos pode estar relacionado ao fato das instituições não conhecerem as necessidades dos seus alunos.

Zeithaml (1981) relata que, antes das instituições se preocuparem em fornecer serviços de qualidade, precisam estar atentas às percepções dos usuários (alunos), ou seja, como eles enxergam, identificam e avaliam, visto que devido às características presentes nos serviços, como a intangibilidade, acaba existindo nos estudantes diferentes percepções. Ressalta ainda, que existem alguns tipos de alunos que selecionam serviços por meio da percepção de terceiros, bem como por meio da existência de elementos tangíveis como instalações, preços, tecnologia de equipamentos, facilidade de acesso, dentre outros.

2.6 Expectativa na abordagem do marketing

Para Zeithaml, Bitner; Gremler (2011) as expectativas são concepções a respeito da execução do serviço, servindo como ponto de referência para avaliar o desempenho da qualidade dos serviços. Compreender as expectativas é um dos pontos mais essenciais para executar os serviços com qualidade. O nível da expectativa varia dependendo das referências conservadas. A expectativa mais alta é nomeada de serviço desejado, já as expectativas mínimas toleráveis são nomeadas com serviço adequado. Na figura a seguir é apresentado dois padrões de expectativas, ou seja, ilustram-se dois limites aceitos, assim como é ilustrado a extensão de aceitação entre essas variações, no qual é chamada de zona de tolerância.

Se qualidade percebida dos serviços educacionais cai abaixo do adequado, tende a gerar insatisfação e frustração, já se os serviços forem ofertados acima da zona de tolerância, ou seja, alcançando o nível desejado, tende a gerar supressa e satisfação por parte dos alunos (usuários). Quando o serviço cai na zona de tolerância, não será percebido tão intensamente como quando os serviços saem da zona de tolerância (atenção maior ao modo negativo e positivo). Contudo, é válido mensurar que as zonas de tolerância variam para diferentes dimensões da qualidade de serviço. Quanto mais importante os alunos percebem aquela dimensão, mais estreita será a zona de tolerância (ZEITHAML, BITNER; GREMLER, 2011).

Figura 3- Dois níveis da expectativa do aluno (usuário).

SERVIÇO DESEJADO
ZONA DE TOLERÂNCIA
SERVIÇO ADEQUADO

Fonte: Própria autora (2018).

Os alunos criam suas expectativas por meio de inúmeras fontes: experiências anteriores, comunicação informal boca-a boca, imagens, assim como por meio de propaganda das instituições. De forma direta, alunos (usuários) fazem comparações entre os serviços recebidos e os esperados. Quando acontece o atendimento ou superação das expectativas os alunos tendem a envolver, participar mais do serviço educacional (KOTLER; KELLER, 2006).

Barbosa, et al. (2016) sugerem que é competências de as instituições de ensino conhecer as expectativas dos seus alunos para buscar o contínuo desempenho que favoreçam no impacto positivo da educação por meio de pesquisas e nas ferramentas aplicadas juntamente aos alunos a fim de obter o diagnóstico dos pontos fortes e fracos.

Segundo Duarte (2017), muitos são os fatores que influenciam na expectativa dos alunos quanto os serviços educacionais de ensino, entre os quais se encontram:

Aparência dos serviços: influencia diretamente na formação da expectativa. Seja de maneira demasiada, quando os serviços se apresentam de forma mais sofisticada como também para menos, quando este se apresenta de forma mais simples;

Experiências Anteriores: ao ingressarem em uma instituição de ensino superior, estes alunos trazem expectativas que consideram importantes na execução dos serviços. Todavia, quando essas expectativas não são atendidas, tende a gerar frustrações e desinteresses pela instituição de ensino;

Imagem da Instituição: a reputação das instituições de ensino é fundamental na criação das expectativas dos seus alunos. Se a organização for conhecida pela falta de segurança, ausência de qualificação e despreparo dos professores, essas deficiências tendem a afetar negativamente o marketing, na visão da IES, dificultado, muitas vezes, a formalização de parcerias com outros órgãos importantes para o desenvolvimento da instituição.

A expectativa influencia fortemente na imagem da qualidade de um serviço e no caso dos serviços educacionais impacta na continuidade e nos resultados dos acadêmicos bem como no bem-estar dos servidores comprometidos com os serviços educacionais (GALVÃO,

2017).

O aluno quando se matricula em determinada instituição, cria expectativas de que vai satisfazer suas necessidades e desejos. Enquanto discente espera dispor de atendimento que forneça conhecimento dos projetos, o dia-a-dia da instituição, professores capacitados, metodologia de aulas qualificadas e necessárias para seu entendimento e aprendizado, que superem as suas expectativas quanto ao que é almejado. No entanto, no momento em que estes fatores não são atingidos, pode ocorrer tanto insatisfação quanto má impressão da instituição (SILVA, 2015).

O autor alerta para outro fator importante, no que se refere ainda ao atendimento aos alunos, funcionários insatisfeitos e que não tem motivação para o trabalho seja por falta de reconhecimento ou mesmo salários atrasados, acabam transmitindo essa insatisfação para os alunos, não dando assistência, cobrando conhecimento que por sua vez não foi transmitindo, dentre outros. Deve haver a demonstração de interesse pelos alunos, proporcionando sempre soluções ou respostas para seus questionamentos, demonstrando confiabilidade e credibilidade. É importante saber se o cliente avalia como sendo de qualidade, pois é ele quem fará a avaliação e dará o feedback positivo ou negativo da instituição (SILVA, 2015).

2.7 O uso do Modelo SERVQUAL em Pesquisa Acadêmicas

O instrumento SERVQUAL é utilizado para medir como usuário percebem a qualidade dos serviços possuindo cinco dimensões basilares descritas na comparação entre o serviço esperado e o recebido. Deverá ser cuidadosamente aplicado em quaisquer situações desde que seja feita os reajustes, adaptações necessárias ao serviço que se deseja avaliar (GRÖNROOS, 2003).

Com base nas dimensões da qualidade de serviço, propuseram-se posteriormente em desenvolver um questionário duplicado que continha 97 (noventa e sete) afirmativas referentes à expectativa e percepção da qualidade dos serviços. A este questionário deram-se a nomenclatura de escala SERVQUAL, a qual consiste numa escala de sete pontos com valores atribuídos, variando entre totalmente concordo a totalmente discordo, nisto o modelo passou a ser dividido em duas partes: a primeira parte do modelo, mede o nível desejado (ideal) do serviço sendo composto por 65 (sessenta e cinco) perguntas, dividido em 4 (quatro) subseções. A segunda parte, mede o real, ambos com base nas dimensões da qualidade do

serviço (as aparências tangíveis, a confiabilidade, a presteza, a segurança e, a empatia no serviço), contendo instruções necessárias para respondê-las (PARASURAMAN, ZEITHAML; BERRY 1985,1988).

No entanto, após os estágios de coletas de dados e refinamento, bem como após a reavaliação das dimensões, o instrumento SERVQUAL foi aprimorado e compactado em uma escala contendo 22 (vinte e dois) itens significativos para ampla gama de diferentes prestadoras de serviços, englobando as mesmas dimensões da qualidade de serviço(PARASURAMAN, ZEITHAML; BERRY 1985,1988).

Embora a mensuração da qualidade seja árdua, muitas das dimensões da qualidade em serviços são captadas pela a ferramenta SERVQUAL e esta, determina a discrepância entre as expectativas e as percepções dos usuários. Segundo Araújo e Silva (2016), a ferramenta SERVQUAL além da fácil aplicação, ela consegue compreender as informações coletadas e indicar as melhorias necessárias para a instituição, por meio das correções das áreas necessárias que venham a existir.

Teas (1993) alega que o modelo SERVQUAL aponta dados suficientes para indicar o aumento da qualidade percebida, bem como variações nas medidas das expectativas SERVQUAL podem causar interpretações erradas dos respondentes. Além disso, diferentes atitudes ou percepções não podem ser interpretadas de acordo com os modelos clássicos de atitude do ponto ideal.

Em contrapartida, Zeithaml, Parasuraman e Berry (1990) entendem que a escala múltipla do SERVQUAL consiste em uma ferramenta que quando aplicada com confiabilidade e validade, a instituição pode fazer uso da mesma nos seus diferentes tipos de serviços, pois ela pode ser adaptada para melhor representar as características das muitas áreas específicas destes. A escala pode entender com maior precisão a diferença entre a expectativa do serviço e a percepção dos alunos, visto que é baseada em afirmações em que engloba as dimensões da qualidade de serviço.

Para Pisoni, Boligon et al (2013) a escala SERVQUAL presenteia as IES com a possibilidade de melhor assimilarem as expectativas, as percepções dos alunos, face ao serviço, e deste modo, ajudarem a incrementarem na qualidade do serviço promovido.

De acordo com Buttle; Francis (1995) o modelo SERVQUAL, sem dúvida, teve grande impacto nas instituições de ensino superior. Contudo, o autor levanta uma série de questões teóricas e operacionais em relação à sua validade. Os alunos realmente avaliam a qualidade de serviço em termos de expectativas e percepções? Ou os alunos incorporam

avaliações de "resultados" em suas avaliações de qualidade de serviço?

Mondo e Fiates (2013) certificaram que o modelo SERVQUAL, apesar dos julgamentos, permanece predominante. O modelo continua sendo aplicado em muitos estudos em vários setores de serviços, conforme pode ser verificado na tabela 3, na qual há a citação de vários autores que destacaram a importância do SERVQUAL a partir da utilização do mesmo:

Tabela 3 Estudos empíricos que utilizaram o SERVQUAL no serviço de educacional

Investigação	Área de Atuação	Metodologia
NETO et al. (2006)	Método SERVQUAL: um estudo de satisfação em uma escola de idiomas	Utilizou-se das dimensões do modelo SERVQUAL, para a definição das questões onde foram adaptadas da melhor maneira para os alunos avaliarem os atributos oferecidos pela escola de idiomas. Nisto para melhor facilitar a aplicação e a avaliação dos resultados, optou-se por reduzir para apenas cinco opções de respostas.
GRAÇA, Raquel Maria Noivo (2013)	Avaliação da Percepção da Qualidade de um Serviço de Apoio no Ensino Superior: O caso do Serviço de Informática	Foram utilizados as cinco dimensões e os 22 itens do instrumento SERVQUAL, adequando ainda as declarações à especificidade do serviço em análise. Utilizaram a escala SERVQUAL adaptada, optando apenas pela componente das percepções. No qual optou-se por utilizar uma escala de cinco pontos de likert.
Nogueira e Las Casas (2015)	Avaliação Da Qualidade Na Prestação De Serviços Em Uma Instituição De Ensino Superior: um estudo sobre os serviços complementares através do uso da escala SERVQUAL	Baseou-se na aplicação da escala SERVQUAL aos alunos da instituição avaliada com afirmativas relacionadas em dois módulos: Expectativas e Percepções. Reduziu-se a escala original para 20 afirmações. A versão adaptada da escala SERVQUAL para este trabalho contém cinco afirmações para a dimensão Confiabilidade e Tangibilidade, três para Presteza, quatro para Garantia e mais três afirmações para a dimensão Empatia.
ANDRADE, Márcio Silva (2015).	Percepção da Qualidade da Educação de Um Curso Superior do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Do Triângulo Mineiro: O Emprego da Escala SERVQUAL.	Aplicação da ferramenta SERVQUAL, adaptada aos serviços de educação dos institutos federais, procurou-se identificar a expectativa e percepção dos sujeitos em relação à qualidade do serviço prestado. O instrumento de medida utilizado, o SERVQUAL foi adaptado às especificidades dos serviços educacionais prestados pelos institutos federais.

NASCIMENTO, Daiane de Oliveira (2014)	Como a Qualidade dos Serviços Educacionais é Percebida pelos Discentes de uma IES em Fortaleza.	O estudo, optou-se por um instrumento de pesquisa adaptado da escala SERVQUAL, contendo vinte e duas perguntas acerca da qualidade dos serviços. Além disso, considera-se a presença de dados e tabulação de forma estatística.
PEIXOTO e AGUIAR (2017)	O impacto do Tamanho da Classe na Percepção de Qualidade dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Privada Brasileira.	O instrumento de coleta adaptou-se pela a escala SERVQUAL em conjunto com própria equipe acadêmica da IES. As cinco dimensões originais da escala foram mantidas e a tradução para o idioma português feita em linha com os termos mais apropriados aos serviços educacionais. O instrumento final teve 20 questões, sendo apenas duas questões do modelo original suprimidas, por falta de aderência ao campo da pesquisa. As escalas foram do tipo Likert de 5 pontos.
GALVÃO, Laila Lidiane da Costa (2017)	Avaliação da Qualidade dos Serviços Educacionais na perspectiva da comunidade acadêmica de um Instituto Federal: o emprego da escala SERVQUAL.	. Analisou-se as expectativas e percepções dos estudantes, professores e gestores, por meio do modelo SERVQUAL, sobre a qualidade dos serviços educacionais de todos os Campi de um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia com adaptações à educação para a realização da coleta de dados.

Fonte: Própria autora (2018)

Enfatiza-se que, embora existam modelos instruídos para avaliar a qualidade dos serviços educacionais mais diversos, é necessário adaptar o modelo, visto que devido à subjetividade das expectativas dos alunos e funcionários pode haver conflitos de opiniões.

Na opinião de Suarez, Gregório (2016) o SERVQUAL é considerado o mais abrangente e sistemático modelo da atualidade, sendo destaque nas literaturas acadêmicas, e sustenta duas ideias fortes: considerar a percepção dos alunos e profissionais de marketing no processo de troca e a abordagem diferencial que serve de base estratégica garantindo a coerência entre experiências (percepções) e expectativas do aluno.

2.8 Satisfação no Serviço Educacional

A satisfação e/ou insatisfação dos usuários são determinadas pelas sensações, atitudes de maneira global, ofertadas pelas instituições para com os seus alunos. E por isso, esses alunos se envolvem em constantes processos de avaliação (SOLOMON, 2002).

Segundo Kotler; Keller (2011) a satisfação dar-se em função das experiências vividas

em relação as ações e resultados que conseguem atender suas expectativas. Entre essas diferenças, surgem duas teorias: a teoria de expectativas –desempenho (a satisfação acontece por meio das experiências e desempenhos dos serviços); a teoria da dissonância (quase toda experiência gera desconforto posterior). A intensidade da não satisfação dar-se por meio das formas que os alunos utilizam para lidar com as diferenças entre o esperado e o recebido. Sendo válido ressaltar a não divulgação excessiva da qualidade dos serviços por parte das instituições. É mais sensato o planejamento das ações para disponibilizar serviço com qualidade que por sua vez, pode não ser o máximo desejado.

A satisfação ainda pode ser avaliada de diversas maneiras, onde uma dessas maneiras será por meio do estudo da imagem institucional como forma de assegurar o reflexo favorável das mesmas. Quando os usuários têm uma impressão negativa, este poderá desprestigiar os serviços ofertados e poderá influenciar negativamente os outros usuários, levando estes a indecisão e conseqüentemente na perda dos números de matrículas por indicação (KOTLER; KELLER, 2011).

Conhecer o nível de satisfação dos alunos é uma atividade básica e necessária para as organizações sejam elas privadas ou públicas. Visto que ao compreender os elementos que corroboram na permanência e participação dos alunos, a instituição poderá melhor direcionar seus esforços na maximização da qualidade dos seus serviços, podendo aumentar ou mesmo superar as percepções do seu público alvo (BERNARDI, ET AL. 2012).

A satisfação é vista como o ponto central aos atributos essenciais, nas quais sua presença é notável assim como a sua ausência. Esses atributos podem ser vistos como: os professores, o ambiente onde acontecem as aulas e as aulas propriamente ditas. Já o atributo essencial (satisfação) inclui a simpatia e a responsabilidade dos professores, assim como a metodologia de aula interativa e recursos para ministrar as aulas em boas condições (ZEITHALM, BITNER; GREMLER, 2011).

A satisfação, portanto, está relacionada com as percepções dos alunos como usuários do serviço educacional, e não em critérios predefinidos acerca do que é ou deveria a ser os serviços, ou seja, a satisfação é mais inclusiva diferente da qualidade percebida, e é diretamente influenciada pelas percepções, qualidade empregada nos serviços, fatores situacionais pessoais e pelo preço (ZEITHALM, BITNER; GREMLER, 2011).

Na mesma linha de raciocínio, a satisfação está intimamente ligada com o progresso das instituições de serviços, por isso que existem muitos estudos e conceitos a fim de dar mais espaço sobre esse importante tema. De certo modo, a satisfação é o resultado de inúmeros

processos cognitivos e comportamentais, além de ser influenciada por fatores socioeconômicos. Resume-se a satisfação num processo instituído por um aglomerado de fatores que poderá pactuar de maneira consequente na avaliação do aluno em relação ao serviço ofertado (PINTO ET AL. 2017); (BORTOLOTTI, ET AL. 2012)

A satisfação é a definição dos usuários (alunos) sobre os serviços ofertados, bem como auferir de maneira geral se estes suprimem suas necessidades e expectativas. Quando ocorre o contrário, este pode causar a insatisfação para com os serviços. A satisfação é ainda uma característica dinâmica que evolui ao se influenciada por outros aspectos como: características do serviço e percepções do próprio usuário. Associa-se ao contentamento, encantamento, sentimento de prazer bem como pode ser associada ao sentimento de alívio, quando da eliminação de algo desfavorável (ZEITHAML, BITNER; GREMLER, 2011).

Alunos satisfeitos com os serviços e cursos ofertados da IES tendem a influenciar positivamente a percepção da instituição para futuros alunos. Já quando ocorre uma percepção negativa, logicamente haverá o efeito contrário. Assim, identificar como os diferentes atributos da IES e seus cursos afetam a satisfação dos alunos, mensurando ainda qual o nível atual de satisfação, torna-se necessário no gerenciamento eficaz da IES (MAINARDES, 2010).

2.9 Modelo GAPna Avaliação da Qualidade dos Serviços Educacionais

Para Parasuraman, Berry; Zeithaml (1991) as medições envolvendo a qualidade evoluíram nos últimos tempos, como taxas de defeitos e a aplicação da metodologia dos seis sigmas. Essas medições de avaliação são baseadas nas perceptivas, como a satisfação do cliente e a percepção da qualidade do serviço tornaram-se mais presentes.

Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014) a mensuração da lacuna entre o serviço esperado e o percebido é um processo frequente de retorno de informações para com o aluno.

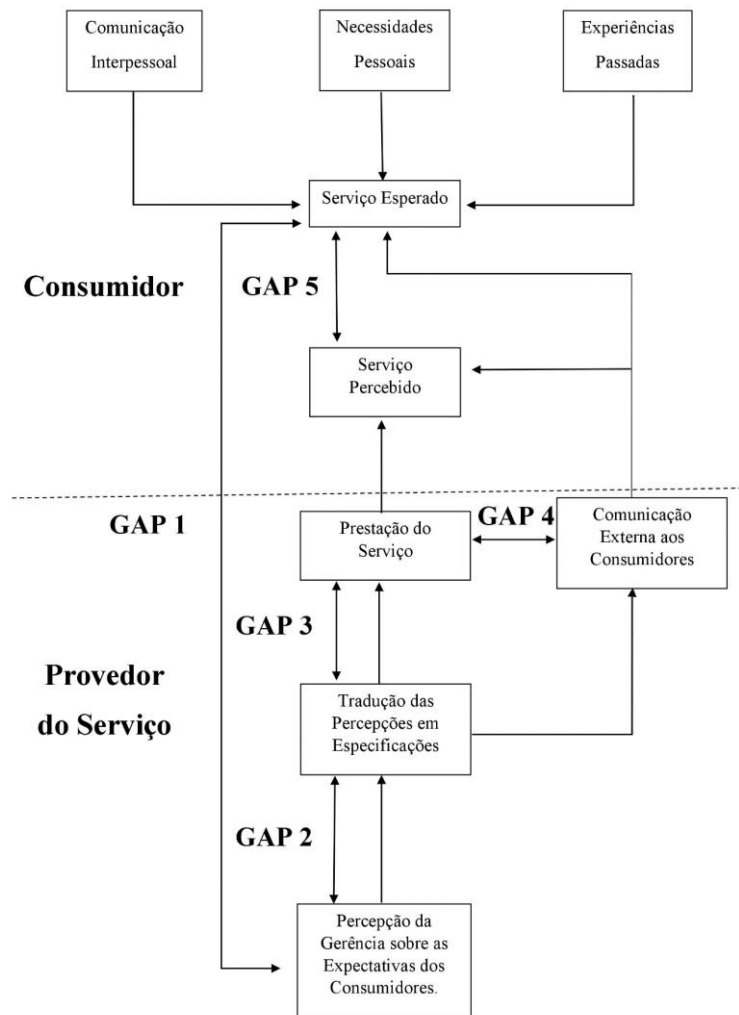
Vários autores propuseram modelos para avaliação da qualidade dos serviços, como Grönroos (1984); Cronin e Taylor (1992). Entre esses modelos, se encontra o modelo conceitual para a avaliação da qualidade dos serviços, a que os autores deram o nome de “Modelo Gap” proposto por Parasuraman, Zeithaml; Berry (1985b). Os autores interpretaram os gaps como uma maneira de analisar as falhas que possam vir a existir na qualidade de serviço. Reforçam ainda que, para desempenhar com êxito a qualidade nos serviços, é necessário equilibrar a diferença entre as expectativas e a percepções dos alunos/consumidores. Nas quais as principais definições, características do modelo Gap são:

- **GAP 1:** É a discrepância que pode vir a existir entre as expectativas dos consumidores e as percepções dos gestores. Na qual nem sempre as instituições percebem o que de fato os alunos necessitam. Onde uma das possíveis soluções seria o aperfeiçoamento dos meios de comunicações entre os alunos e a instituição.
- **GAP 2:** É a diferença entre as percepções dos gestores nas expectativas dos usuários e as especificações de qualidade dos serviços. Embora as instituições como provedoras de serviços educacionais compreendam o que os alunos querem, entretanto não conseguem estabelecer padrões de desenvolvimento peculiares. Onde muitas vezes pode ser ocasionada pela limitação e/ou falta de recursos;
- **GAP 3:** É discrepância que possa existir entre as especificações de qualidade do serviço e a prestação do serviço de fato entregue. Muitas vezes os funcionários internos da instituição são despreparados, não passando a confiança necessária no desempenho das atividades, ou mal treinados para realizar os serviços na maneira correta;
- **GAP 4:** É a diferença entre especificação na prestação do serviço e o que a instituição comunica externamente, ou seja, nessa diferença a expectativa do aluno é afetada, pois embora a instituição fale na mídia que seus serviços são os melhores, quando o aluno se depara percebe-se a diferença que o foi divulgado com que realmente é oferecido. Deformando-se assim suas expectativas;
- **GAP 5:** É a diferença entre o serviço esperado e o serviço percebido, na qual acontece na diferença entre o que o aluno espera e o que de fato é entregue pela instituição. O conjunto dessas discrepâncias pode vir a comprometer a qualidade dos serviços oferecidos pela instituição, assim como, segundo a visão de Calarge, et al. 2015; Martins, 2013 o gap5 é visto uma função, resultado que engloba dos demais gaps, ou seja, $gap5 = f(gap1, gap2, gap3, gap4)$.

Na figura 4 a seguir pode-se verificar o modelo para melhor entendimento, onde aparecem esquematizadas as definições do modelo dos 5 (cinco) Gaps. Quando ocorre o gap positivo, significa que as expectativas foram atendidas ou mesmo excedidas. Já quando ocorre o gap negativo, indica o inverso, ou seja, as expectativas não foram atendidas como idealizadas pelos alunos. Assim, por meio da análise do modelo representativo, é possível entender o surgimento da qualidade percebida dos serviços.

O modelo divide-se em duas partes: a parte inferior corresponde às instituições prestadoras de serviço, em que, o serviço percebido é o resultante de uma sequência de decisões e atividades internas que envolvem as percepções gerenciais quanto às expectativas dos alunos que orientam decisões sobre as especificações da qualidade de serviço a serem executadas pela instituição quando acontecer a entrega ou execução dos serviços (MATIAS, 2017). Já a parte superior, corresponde aos usuários, ou seja, a qualidade esperada em função das experiências passadas, das necessidades pessoais de da comunicação interpessoal bem como por intermédio das atividades de comunicação da instituição internas (GRÖNROOS, 2003).

Figura 4: Modelo Conceitual da Qualidade de Serviço



Fonte: Adaptado de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988).

3. METODOLOGIA

A seguir, serão descritos o tipo de pesquisa, método de coleta, a amostragem, o instrumento de coleta de dados, bem como a abordagem e procedimentos empregados na análise dos resultados com o propósito de alcançar os objetivos mencionados anteriormente.

3.1 Natureza da pesquisa

O procedimento metodológico aplicado a essa pesquisa, teve como classificação a pesquisa quantitativa. Que segundo Silva e Silveira (2014) é um dos métodos mais utilizados para identificar preferências de opiniões, bem como para definir perfis na área de marketing e mercado. Fontelles, et al. (2009) expõem que a pesquisa quantitativa é aquela que emprega recursos e técnicas estatísticas como média, desvio padrão, correlação, teste de hipótese e dentre outros procedimentos, para identificar e analisar os dados com maior exatidão e confiança, nas quais os métodos citados foram utilizados na análise dos dados.

A abordagem aplicada nesse trabalho se deu por meio da pesquisadescritiva. De acordo com Rampazzo (2009), a pesquisa descritiva verifica, especifica, investiga e confronta informações ou ocorrências (heterogênea), sem modifica-las. Considera situações e acontecimentos do universo real e, principalmente, do universo humano, sem a intervenção do investigador. Manzato e Santos (2012) ainda acrescentam que a pesquisa descritiva, ocupa-se em analisar elementos ou situações extraídas de maneira intrínseca e real. Nisto, para assegurar a execução da coleta de dados, é utilizado, como principal instrumento, a aplicação de questionário.

Em adição, Prodanov e Freitas (2013) relatam que independentemente de suas naturezas as pesquisasenvolvem também o estudo bibliográfico, visto que todas necessitam de um referencial teórico, ou seja, fontes de pesquisa. Desse modo, essa pesquisa utilizou-se de um levantamento bibliográfico por meio de fontes pertinentes como: publicações em periódicos, artigos científicos, jornais, livros, revistas, monografias, internet e outros. Utilizados para se chegar ao entendimento dos dadosna realização da análise com clareza e precisão.

3.2 Coleta de dados

A coleta dos dados desta pesquisa foi realizada nas salas de aulas no Centro

Acadêmico do Agreste da UFPE, situado na Rodovia BR-104, Km 59, s/n – Nova Caruaru, por intermédio do preenchimento de um questionário estruturado em quatro módulos. A aplicação ocorreu no horário das aulas ou após estas, por meio de solicitação de permissão aos respectivos professores. Nesse propósito, a própria pesquisadora esclareceu o objetivo da pesquisa, a importância da atuação sensata no momento das respostas, assim como deixou claro os tipos de perguntas e questionário utilizado. O período da coleta dos dados se deu entre os dias 04 e 15 de dezembro de 2017, nos turnos matutino e noturno.

Ou seja, a coleta destinou-se a captar a percepção dos alunos (veteranos) e captar a expectativa dos alunos (calouros) dos alunos pertencentes as cinco graduações, nas áreas de Administração, Design, Economia, Engenharia Civil e Pedagogia, que deram início as atividades do centro. Com propósito investigar a qualidade percebida dos serviços educacionais concedidos pelo Centro Acadêmico do Agreste.

3.2.1. Amostra

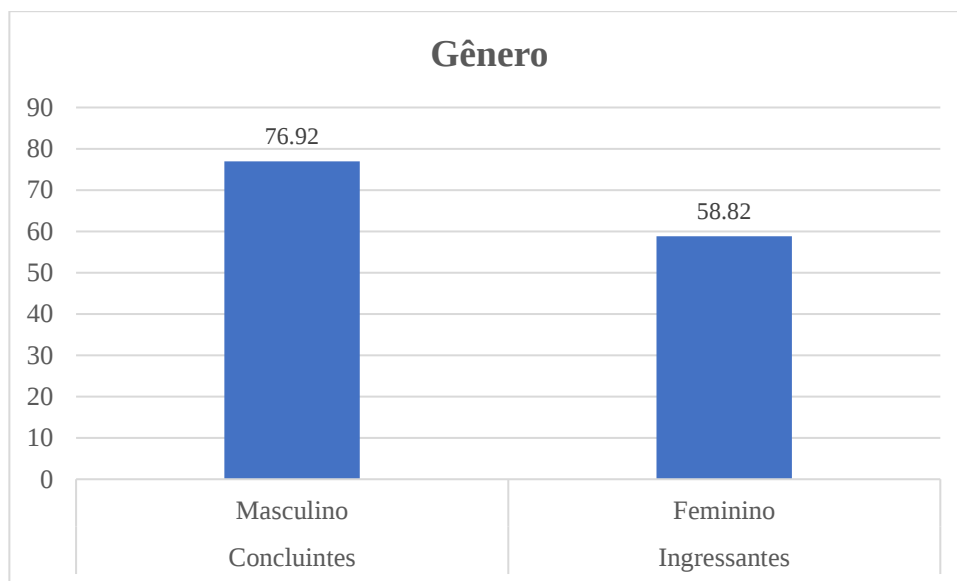
A composição da amostra se deu pela amostragem probabilística por conveniência, baseando-se em cursos específicos bem como na disponibilidade dos alunos em participar do questionário. Nisto a pesquisa teve como base 136 respondentes, os quais se dividiram em dois grupos: Grupo 1 (ingressantes), representando as Expectativas e grupo 2 (concluintes) representando as Percepções.

A amostra do estudo não representa em sua totalidade probabilística os alunos do CAA, mas sim uma representação de alunos que ingressam e se formam nos cursos de Design, Economia, Administração, Engenharia Civil e Pedagogia, visto que esses foram os primeiros cursos a darem início às atividades no Centro Acadêmico do Agreste da UFPE.

A amostra da pesquisa corresponde a um corte transversal, uma vez que a pesquisa diz respeito a um dado momento por amostragem, no qual para que haja o acompanhamento das mudanças quanto às percepções e expectativas, se faz necessária a replicação do estudo em mais vezes no decorrer do tempo (BAPTISTA, 2012).

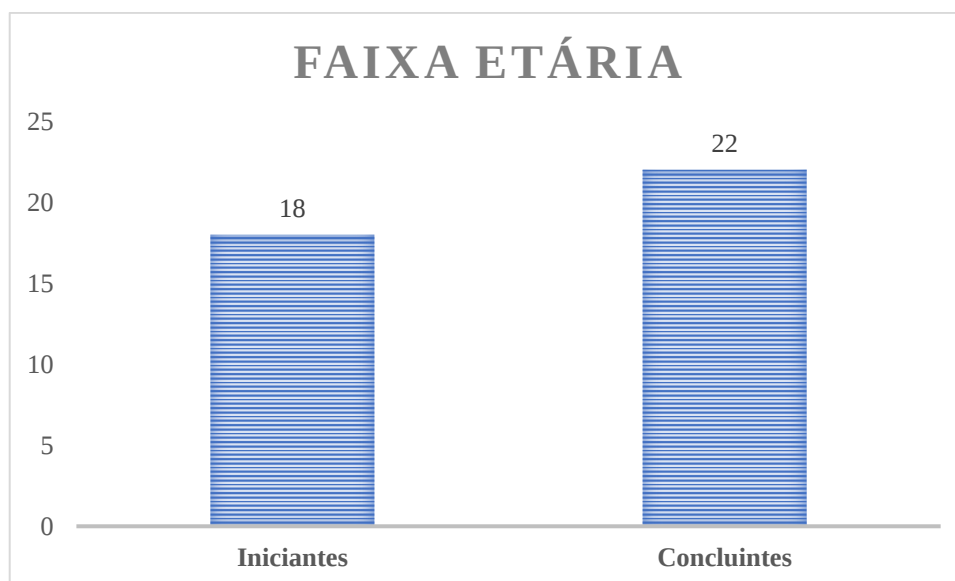
3.2.2 Caracterização da Amostra

A caracterização dos alunos entrevistados nesta monografia pode ser resumida da seguinte forma:

Gráfico 01 – Representação dos gêneros dos alunos

Fonte: Própria autora (2018).

Em relação ao gênero dos alunos iniciantes, predomina o sexo feminino, totalizado em 58,82%. Todavia, em relação à porcentagem todos alunos entrevistados que estão formando-se, já existe uma mudança quanto a predominância de gênero. Onde, neste caso o sexo masculino predominou com 76.92% em relação ao gênero feminino com 23,08%.

Gráfico 02 – Representação da faixa etária

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Esses dados refletem o número dos alunos ingressantes pesquisados nos cursos superiores, onde a idade de 18anos foi predominante. Esses dados reconfirmam dos dados disponibilizados no site do governo do Brasil, 2017. Na qual 2014, 58,5% dos estudantes de a 18 a 24 anos estavam nas universidades. Onde o maior percentual de estudantes se concentrou na região nordeste, ultrapassando a proporção de 16,4% para 45,5%. Já a idade predominante dos alunos concluintes foi 22 anos, tendo o mais jovem de 19 anos e o mais maduro com 29 anos.

3.3 Instrumento de pesquisa

O instrumento da pesquisa se deu por meio da aplicação de um questionário duplo, estruturado e fechado, montado segundo o modelo proposto por DUTRA, H. F. de Oliveira(2001) e inspirado no modelo SERVQUAL.Embora na atualidade exista modelo SERVQUALdirecionado para avaliação da educação, as adaptações ocorridas no questionário responderam com precisão, o objeto e público alvo dapesquisa.

Por meio da adaptação feita no modelo SERVQUAL, houve maior entendimento e transparência da realidade analisada, visto que o instrumento de pesquisa adotado permite adaptações para melhor representatividade do objeto de estudo. O questionário correspondeu às expectativas (Parte 1) e a outra correspondendo às percepções (Parte 2) dos discentes, ambos contendo 64 (sessenta e quatro) afirmativas que se dividiam em 4

(quatro) subseções diferentes: a Parte 1 correspondeu a 35 (trinta e cinco) afirmativas referentes às expectativas quanto ao serviço educacional oferecido no campus do agreste da UFPE. A primeira subseção agrupou as cinco dimensões da qualidade do serviço proposto no SERVQUAL (confiabilidade, tangibilidade, responsabilidade, empatia e segurança). A segunda subseção correspondeu a 17 (dezessete) afirmativas, identificaram variáveis nas quais os cursos deveriam contribuir no aprimoramento das mesmas. Já a terceira subseção englobou variáveis que são levadas em consideração no momento da avaliação dos respectivos cursos, ou seja, nota, bem como quais motivos que levou o entrevistado a estudar na universidade. Compondo a última seção, contou-se também com perguntas de cunho sócio demográfico que permite identificar o perfil dos entrevistados quanto ao sexo, escolaridade e faixa etária.

A Parte 2 correspondeu aos mesmos números de afirmativas das subseções descritas na etapa 1 (um), porém, com afirmativas voltadas à percepção, sobre as quais os discentes ponderavam dentro de uma escala tipo *Likert* que variava entre 1 e 7, sendo que 01 significa discordo totalmente, e 07 concordo totalmente, exceto as perguntas da última subseção onde não se havia variação de pontuação padronizada nas declarações.

3.4 Teste de Hipóteses de Investigação

O teste estatístico de hipóteses tem como propósito prover suporte ao analisar os dados por meio da comprovação ou não da significância que as hipóteses expressam, onde a hipótese nula H_0 : é afirmação de igualdade, a inicial, testada sobre a qual estará buscando-se evidências. A hipótese alternativa H_1 : é a afirmação que poderá ficar no lugar de H_0 , caso seja rejeitada (RODRIGUES, 2015).

Para esse estudo, H_0 (hipótese nula) foi definido da seguinte maneira: não é possível discriminar na qualidade dos serviços prestados pelo CAA, diferenças significativas entre os níveis de serviço percebido e esperado pelos alunos. Já H_1 (hipótese alternativa) é possível discriminar na qualidade dos serviços prestados pelo CAA, diferenças significativas entre os níveis de serviço percebido e esperado pelos alunos.

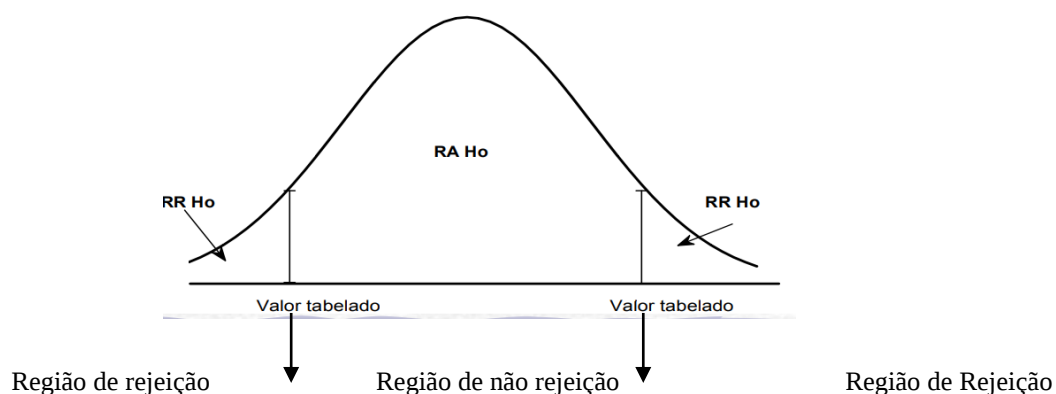
A aplicação do Teste-U, aplicado na diferença de médias, apresentado na análise concluiu objetivou demonstrar se as diferenças entre o desempenho percebido e o desempenho desejado (gap) são significativas, onde sua aceitação ou rejeição decorrerá da área crítica onde se encontra (RODRIGUES, 2015).

Nisto o Teste de Hipótese empregado na pesquisa foi o Teste de *Wilcoxon-Mann-Whitney* (teste U) visto que pode ser usado em situações em que se têm pares de amostras independentes e quando se quer testar se as populações que deram origem a essas amostras podem ser consideradas iguais ou não, o que é um método não paramétrico, visto que amostragem não especifica condições sobre os parâmetros da população na qual a amostra foi obtida. Assim, o teste U aplicado destina-se a comparar dados de uma determinada amostra retirada em situações diferentes, ou seja, antes e depois, na qual para os autores o teste utilizado na pesquisa é de fato um teste para comparar as médias (BETI; CHANG 2012); (SILVA; BOGONI, 2014).

Abreu (2008) definiu a região crítica como o grupo de valores estatísticos, ou seja, o último valor limite probabilístico que leva a não aceitar a hipótese inicial H_0 , na qual o autor ressalva que o processo de decisão pode levar a conclusões errôneas, onde o nível de significância, geralmente assume valores como 0.05, 0.01 e 0.10 (denominado por alfa α) é definido como a probabilidade de o valor estatístico do teste decorrer os valores pertencentes da área crítica quando a hipótese nula é verdadeira.

Segundo Souza (2008) e Costa (2013), testes de hipótese também conhecidos como regra de decisão, são procedimentos que nos recomendam a aceitar ou não hipóteses, nas quais por ser uma metodologia não probabilística, ao rejeitar ou não uma alternativa pode-se cometer erros, contudo a tolerância caso o erro seja pequeno. Nisto ao utilizar o teste de hipótese bilateral ou bicaudal como também é conhecido: são os que consideram ambas as extremidades da distribuição como zonas de rejeição, ou seja, nesse caso o erro estará dividido na qual é visto nas figuras logo abaixo.

Figura 5: Hipótese Bilateral



Fonte: adaptado de Souza (2008)

Teste unilateral à esquerda: onde é considerada a extremidade esquerda como zona de rejeição. Nesse caso, o erro estará concentrado no lado esquerdo. Em que RR, é visto como a zona de rejeição da hipótese nula (H_0) e RA significa a zona de aceitação da hipótese nula.

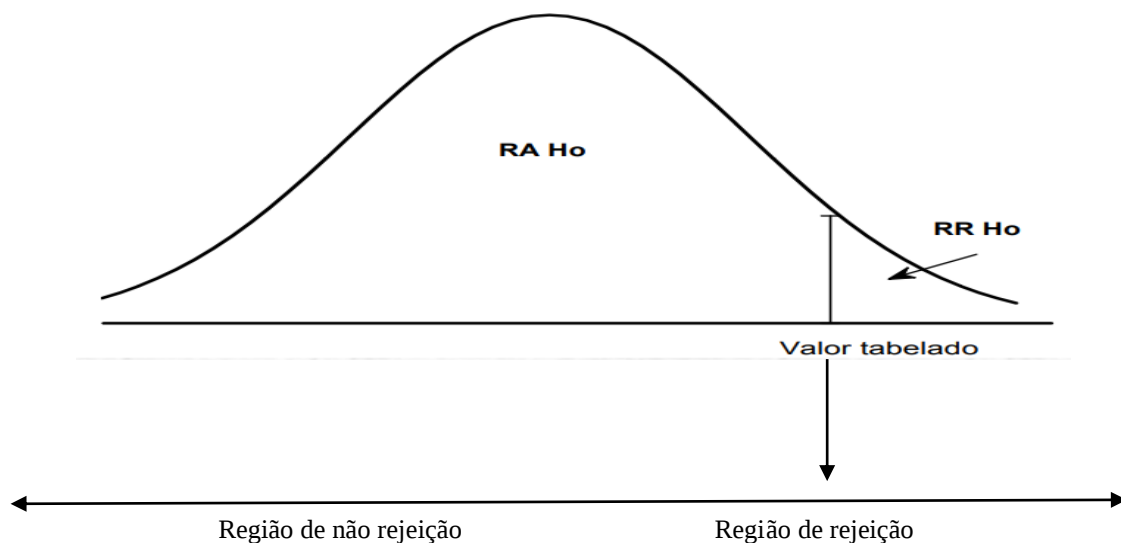
Figura 6 – Hipótese Unilateral a Esquerda



Fonte: adaptado de Souza (2008)

Teste Unilateral à Direita, em que RR é definido como a região de rejeição da hipótese nula (H_0) e RA significa a região de aceitação da hipótese nula (H_0). Nisto, caso aconteça erro, esse estará concentrado ao lado direito.

Figura 7 – Hipótese Unilateral à Direita



Fonte: adaptado de Souza (2008)

4. ANÁLISE DOS DADOS

Em relação à operacionalização da pesquisa, está ocorreu da seguinte maneira: logo após adaptação do questionário o mesmo foi impresso e aplicado pela pesquisadora aos alunos correspondentes, abordando-se as cinco dimensões da qualidade percebida do serviço. O questionário consistiu em 64 (sessenta e quatro) declarações, nas quais as 35 (trinta e cinco) primeiras corresponderam ao conjunto especificado de respostas alternativas com relação à percepção e expectativas dos alunos.

A mesma lógica serviu para a seção dos atributos da qualidade dos cursos bem como para a penúltima seção das variáveis que contribuíram na escolha dos cursos. Os entrevistados foram obrigados a escolher uma alternativa que melhor refletisse sua escolha sobre 7 (sete) pontos de escala do tipo *Likert*. Foram utilizadas cinco amostras por conveniência, correspondendo assim aos cursos escolhidos para o estudo.

Após a validação dos questionários, as respostas recebidas foram tabuladas por meio do software *Excel* e importados para o outro, o *Statistical Package for Social Science* for Windows (**SPSS**) que é um software utilizado para a análise estatística descritiva dos dados, resultando na técnica de pontuação média, desvio padrão e com ajuda técnica do Teste de *Wilcoxon-Mann-Whitney* (teste U) de amostra independente para poder aceitar ou rejeitar a hipótese nula.

As hipóteses (nula e alternativa) foram formuladas e em seguida foi fixado o nível de significância 0,05, bem como foram calculados os valores por meio da amostra obtida com o auxílio do SPSS com 51 observações, gerando assim as tabelas com os valores calculados. Em seguida foi tomada a decisão, ou seja, dependendo da posição onde os valores se encontravam (região crítica) rejeitava-se ou não a hipótese, e por isso, foi aplicado para cada um os 35 (trinta e cinco) pares as declarações (expectativa e percepção) e em seguida foi enunciada a tomada de decisão nas análises.

Ambos os procedimentos foram utilizados para verificar se no gap 5 proposto do modelo de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) havia diferença significativa entre as declarações de serviço esperado e serviço recebido.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

5.1 Análise Descritiva das Médias Globais

De forma geral, como pode ser visto no gráfico 3 abaixo, o serviço educacional do Campus Agreste da UFPE obteve-se uma colocação abaixo do esperado, as declarações de percepções obtiveram a nota 7,48 enquanto as declarações representando as expectativas obtiveram nota 8,18. Ou seja, a qualidade percebida dos serviços educacionais não atende satisfatoriamente as necessidades dos discentes, como foi compartilhando por Macêdo, Paula e Valdivino (2013).

Contudo, se faz necessário analisar quais os atributos que mais contribuíram para a formação de percepção e expectativa em relação à qualidade percebida dos serviços educacionais prestados pelo campus da UFPE, sejam estes quesitos positivos e/ou negativos, nas quais essas análises poderão contribuir para a instituição investir na manutenção dos aspectos considerados positivos e reavaliar os procedimentos em zonas conflitantes, sintetizado assim as falam dos autores Zeithaml, Lemon 2001; Kotler e Keller, 2012 e Oliveira 2013.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

5.2 Análise Descritiva - Demonstrativo das Médias e Gaps

A seguir, para melhor facilidade de entendimento das notas gerais, apresentam-se primeiramente duas tabelas com as médias das 35 (trinta e cinco) declarações presentes na primeira sessão de ambos os questionários com base na escala SERVQUAL. Referente às dimensões da qualidade de serviço educacional, mediante percepção de desempenho dos serviços oferecidos e as expectativas dos alunos (respondentes).

As médias demonstradas nos quadros 2 e 3 logo abaixo corresponderam às declarações relativas à percepção e expectativas. No qual o mutante de ambas justifica o porquê das notas globais, vistas no gráfico 3 acima.

Nesse contexto compartilhando por Toledo e Moretti (2016) antes das instituições investirem em melhorias, devem inicialmente, averiguar a percepção dos alunos a fim de saberem quais os aspectos são relevantes para os mesmos.

Quadro 2- Declarações das Expectativas

Questionário - Parte 01 Expectativa	Média
Professores deveriam ajudar seus alunos com os trabalhos do curso	6,1154
Professores deveriam passar para seus alunos material de estudo sobre as aulas dadas	5,9038
Professores deveriam dar orientações individuais aos alunos que estiverem interessados em pesquisar mais sobre alguma área de estudo.	5,8077
Professores deveriam exigir que seus alunos assistissem às aulas.	5,8077
Professores deveriam responder rapidamente as solicitações dos alunos.	5,9038
Professores deveriam responder com exatidão as perguntas dos alunos no momento em que forem questionados.	5,8788
Professores deveriam avaliar seus alunos com precisão e justiça.	5,8173
As disciplinas deveriam ser bem ensinadas.	5,9423
Os funcionários deveriam assegurar o bom andamento das disciplinas.	5,7115
Professores deveriam ser organizados e preparados para as aulas.	5,6346
Os professores deveriam ser acessíveis possibilitando atender seus alunos fora da sala de aula.	5,5769
Professores deveriam ser experientes em dar aulas ao ingressar na Universidade.	5,4808
Professores deveriam dar atenção individual aos alunos.	5,5385
Professores deveriam ajudar os alunos em seus problemas pessoais e orientar quanto á carreira profissional.	6,1731
Deveria ser permitido aos alunos contatar um professor fora do ambiente da universidade.	5,8846

Quadro 3- Declarações das Percepções

Questionário – Parte 2 Percepção	Média
Professores ajudam seus alunos com os trabalhos do curso	4,6731
Professores passam para seus alunos material de estudo sobre as aulas dadas	5,3654
Professores dão orientações individuais aos alunos que estão interessados em pesquisar mais sobre alguma área de estudo	5,2308
Professores exigem que seus alunos assistam às aula.	4,6538
Professores respondem rapidamente as solicitações dos alunos.	4,0192
Professores respondem com exatidão as perguntas dos alunos no momento em que forem questionados.	5,1154
Professores avaliam seus alunos com precisão e justiça.	4,6346
As disciplinas são bem ensinadas.	5,000
Os funcionários asseguram o bom andamento das disciplinas.	4,9423
Professores são organizados e preparados para as aulas.	5,2692
Os professores são acessíveis possibilitando atender seus alunos fora da sala de aula.	4,5577
Professores são experientes em dar aulas ao ingressar na Universidade.	5,0962
Professores dão atenção individual aos alunos.	4,4615
Professores ajudam os alunos em seus problemas pessoais e orientar quanto á carreira profissional.	3,6923
É permitido aos alunos contatar um professor fora do ambiente da universidade.	4,5192

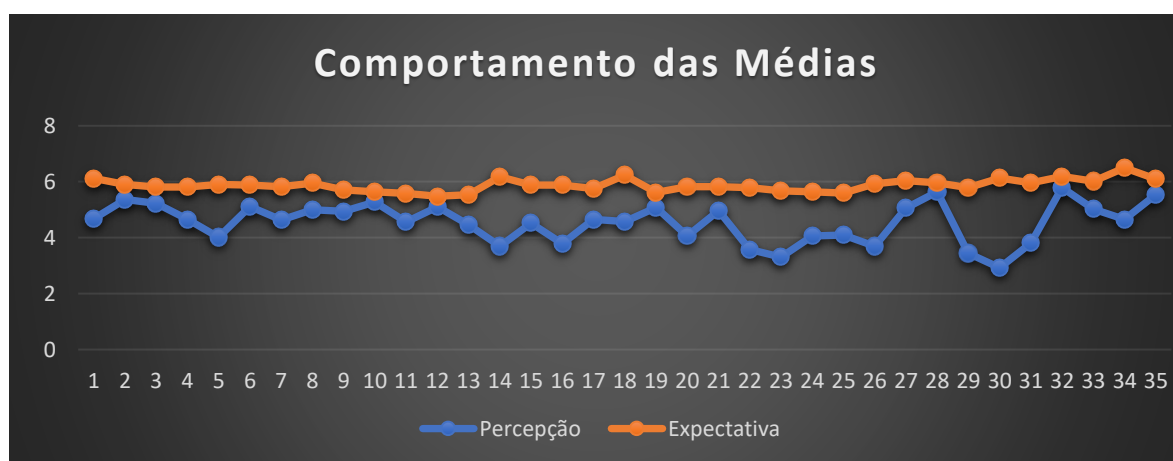
Professores deveriam saber quais são as necessidades dos seus alunos.	5,8788	Professores sabem quais são as necessidades dos seus alunos.	3,7885
Professores deveriam dar o melhor de si aos seus alunos.	5,75	Professores dão o melhor de si aos seus alunos.	4,6538
Os ambientes da Universidade deveriam ser limpos.	6,2308	Os ambientes da Universidade são limpos.	4,5769
Professores deveriam se vestir profissionalmente.	5,6154	Professores se vestem profissionalmente.	5,0769
Os equipamentos utilizados em sala deveriam estar em perfeito estado.	5,8269	Os equipamentos utilizados em sala encontram-se em perfeito estado.	4,0577
Professores deveriam se vestir arrumados e de maneira apropriada para dar aulas.	5,8269	Professores se vestem arrumados e de maneira apropriada para dar aulas.	4,9615
As acomodações da Universidade deveriam ser atrativas.	5,7885	As acomodações da Universidade são atrativas.	3,5769
A temperatura deveria ser sempre agradável em todos os ambientes da Universidade.	5,6731	A temperatura é sempre agradável em todos os ambientes da Universidade.	3,3077
Os materiais utilizados no ensino (ex: retroprojektor, cópias) deveriam ser nítidos, de fácil visualização e não apresentar erros.	5,6346	Os materiais utilizados no ensino (ex: Datashow, cópias) são nítidos, de fácil visualização e não apresentar erros.	4,0577
Professores deveriam organizar suas aulas de tal forma que encorajam a interação entre os alunos.	5,5962	Professores organizam suas aulas de tal forma que encorajam a interação entre os alunos.	4,0962
Professores deveriam dar suas aulas baseando-se no melhor 1/3 dos alunos da turma.	5,9231	Professores dão suas aulas baseando-se no melhor 1/3 dos alunos da turma.	3,6923
Os professores deveriam transmitir suas ideias com clareza e de forma objetiva.	6,0385	Os professores transmitem suas ideias com clareza e de forma objetiva.	5,0577
Professores não deveriam tolerar desonestidade (ex: fila em provas, cópia de trabalhos).	5,9615	Professores não toleram desonestidade (ex: fila em provas, cópia de trabalhos).	5,6346
A Universidade deveria buscar interagir os alunos com executivos do mercado (ex: convidando executivos para ir à universidade, levando os alunos para conhecer empresas).	5,7885	A Universidade busca interagir os alunos com executivos do mercado (ex: convidando executivos para ir à universidade, levando os alunos para conhecer empresas).	3,4423
Professores deveriam ter pelo menos um conferencista convidado por disciplina.	6,1346	Professores têm pelo menos um conferencista convidado por disciplina.	2,9231
Professores deveriam gerar expectativas altas nos alunos.	5,9615	Professores geram expectativas altas nos alunos.	3,8077
Professores deveriam gerar demonstrar respeito aos seus alunos.	6,1923	Professores demonstram respeito aos seus alunos.	5,7885

Os professores mais qualificados deveriam ensinar as principais disciplinas.	6,0192	Os professores mais qualificados ensinam as principais disciplinas.	5,0192
Os professores deveriam apresentar a teoria e aplicação prática dos assuntos abordados em sala.	6,4962	Os professores apresentam a teoria e aplicação prática dos assuntos abordados em sala.	4,6538
Os alunos deveriam ser matriculados para as disciplinas eletivas que os mesmos solicitarem.	6,0923	Os alunos são matriculados para as disciplinas eletivas que os mesmos solicitarem.	5,5385
Total	205,605	Total	159,000

Fonte: Elaborado pela autora (2018).Fonte: Elaborado pela autora (2018).

No gráfico4a seguir,é possível acompanhar o comportamento das diferenças das respectivas médias e por consequentemente pode-se perceber os gaps negativos apresentados nas diferenças.As declarações representando as expectativas obtiveram o certo nivelamento, variando entre uma ou outra média. Já as declarações representando as percepções tiveram-se uma maior, onde todas as declarações ficaram abaixo das expectativas. Apenas algumas, obtiveram médias mais próximas das declarações das expectativas.

Gráfico 4-Demonstrativo das expectativas e percepções dos alunos



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

5.3 Análises Descritivas - Graus de Importância das Médias e Respectivos Gaps

As tabelas 4 e 5 abaixo listam os maiores e menores valores dos gaps, obtidos nas discrepâncias das médias das declarações dos respondentes, ou seja, os dados das respectivas

tabelas demonstram quais são as declarações apresentaram-se maiores e menores ranking. Nelas, a presença dos gaps com valores negativos indica que a expectativa foi maior do que a percepção do desempenho dos serviços oferecidos no campus do agreste da UFPE. Indicando desejável melhorias na qualidade do serviço educacional pelo método SERVQUAL. Uma vez que, a presença de discrepância negativa indica qualidade percebida ruim, pois os alunos recebem menos do que o que esperam, como foi indicado por Macêdo, Paula e Valdivino (2013).

Tabela 4- Grau de Maiores Valores dos Gaps

MÁXIMO	VARIÁVEIS
-3,21154	Professores têm pelo menos um conferencista convidado por disciplina.
-2,48077	Professores ajudam os alunos em seus problemas pessoais e orientar quanto á carreira profissional.
-2,36538	A temperatura é sempre agradável em todos os ambientes da Universidade
-2,34615	A Universidade buscar interagir os alunos com executivos do mercado (ex: convidando executivos para ir à universidade, levando os alunos para conhecer empresas).
-2,23077	Professores dão suas aulas baseando-se no melhor 1/3 dos alunos da turma.
-2,21154	As acomodações da Universidade são atrativas.
-2,15385	Professores geram expectativas altas nos alunos.
-2,09038	Professores sabem quais são as necessidades dos seus alunos.
-1,88462	Professores respondem rapidamente as solicitações dos alunos
-1,84231	Os professores apresentam a teoria e aplicação prática dos assuntos abordados em sala.
-1,76923	Os equipamentos utilizados em sala encontram-se em perfeito estado
-1,65385	Os ambientes da Universidade são limpos.
-1,57692	Os materiais utilizados no ensino (ex: Datashow, cópias) são nítidos, de fácil visualização e não apresentar erros.
-1,5	Professores organizam suas aulas de tal forma que encorajam a interação entre os alunos.
-1,44231	Professores ajudam seus alunos com os trabalhos do curso.
-1,36538	É permitido aos alunos contatar um professor fora do ambiente da universidade
-1,18269	Professores avaliam seus alunos com precisão e justiça.
-1,15385	Professores exigem que seus alunos assistam às aulas.

-1,09615	Professores dão o melhor de si aos seus alunos.
-1,07692	Professores dão atenção individual aos alunos.
-1,01923	Os professores são acessíveis possibilitando atender seus alunos fora da sala de aula.

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Tabela 5- Grau de Menores Valores dos Gaps

MÍNIMO	VARIÁVEIS
-1	Os professores mais qualificados ensinam as principais disciplinas.
-0,98077	Os professores transmitem suas ideias com clareza e de forma objetiva.
-0,94231	As disciplinas são bem ensinadas
-0,86538	Professores se vestem arrumados e de maneira apropriada para dar aulas
-0,76923	Os funcionários asseguram o bom andamento das disciplinas
-0,76346	Professores respondem com exatidão as perguntas dos alunos no momento em que forem questionados
-0,57692	Professores dão orientações individuais aos alunos que estão interessados em pesquisar mais sobre alguma área de estudo
-0,55385	Os alunos são matriculados para as disciplinas eletivas que os mesmos solicitarem.
-0,53846	Professores passam para seus alunos material de estudo sobre as aulas dadas
-0,53846	Professores se vestem profissionalmente
-0,40385	Professores demonstram respeito aos seus alunos.
-0,38462	Professores são experientes em dar aulas ao ingressar na Universidade
-0,36538	Professores são organizados e preparados para as aulas
-0,32692	Professores não toleram desonestidade (ex: fila em provas, cópia de trabalhos).

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

5.3.1 Análise das Médias das competências atribuídas por meio dos cursos

Ao realizar a análise das médias correspondentes à seção 03 do questionário, encontra-se na tabela 06,a classificação de todos os atributos pesquisados. Contudo, ao comparar as expectativas e percepções quanto à existência dos atributos listados abaixo, foi possível

verificar a presença de gap negativo para todas as declarações entre as variáveis 04 (quatro) apresentaram maior disparidade como:

- A sua empregabilidade (-2,3509);
- Seu padrão de vida (-2,1927);
- Realização dos sonhos (-2,1147)

Esses resultados corroboram com o estudo de Pacheco, Mesquita e Dias (2015) visto que, com o crescimento da procura e o incremento na oferta de vagas de emprego para alunos na educação superior, cresce também a preocupação com a qualidade na prestação dos serviços oferecidos pelas instituições de ensino superior (IES), no qual competência que o mercado exige pode por sua vez não ser abordada na preparação enquanto alunos, o que posteriormente poderá acarretar o baixo índice de empregabilidade nas áreas dos cursos escolhidos, condições financeiras dentre outros.

Esses itens, mais uma vez, reforçam a necessidade de melhor preparo e desempenho dos alunos para exercerem suas profissões, onde os docentes possam se engajar na aplicação de atividades e trabalhos com maior relevância, que possam contribuir para redução dos problemas abordados.

Tabela 6 - Médias das avaliações dos atributos relacionados aos cursos

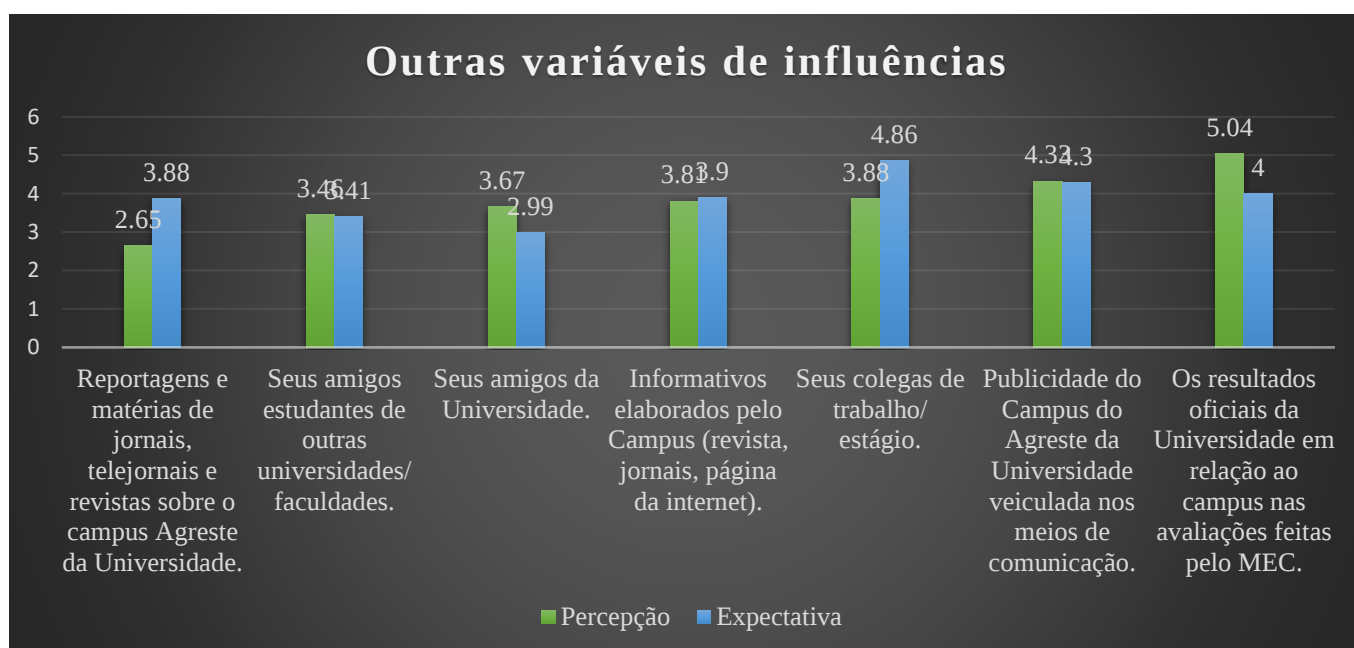
VARIÁVEIS	PERCEPÇÃO	EXPECTATIVA	GAP
A sua empregabilidade	4,0962	6,4471	-2,3509
Seu padrão de vida.	4,2308	6,4235	-2,1927
A realização dos seus sonhos	4,25	6,3647	2,1147
Seu espírito empreendedor	4,4615	6,5176	-2,0561
A sua habilidade de negociação	4,7308	6,3765	-1,6457
A sua imagem perante amigos e familiares.	4,7885	6,2941	-1,5056
A sua autoconfiança	5,0192	6,3176	-1,2984
A sua criatividade e iniciativa	5,0769	6,3176	-1,2407
A sua habilidade para tomar decisões	5,0769	6,1294	-1,0525
A sua visão sistêmica e estratégia	5,1154	6,1412	-1,0258
O seu espírito de liderança.	5,1154	6,3294	-1,214
O seu comportamento	5,1923	5,5765	-0,3842

Fonte: Própria autora (2018).

5.3.2 Médias das Variáveis de Influência nas Escolhas dos Cursos

Para identificar as variáveis mais relevantes na escolha pelos cursos superiores do campus do agreste da UFPE, apresenta-se o gráfico 5 que traz esses resultados conforme as médias fornecidas pelos os alunos que participaram nos questionários nos cinco cursos.

Gráfico 5 – Outras Variáveis de Influência



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

De acordo com o disposto gráfico 06, verifica-se que embora tenha havido praticamente uniformidade nas notas, algumas se destacaram com valores relevantes que contribuíram na avaliação dos cursos superiores e escolhas: 1 resultados oficiais da universidade (MEC), 2 Publicidade do campus e 3 colegas de trabalho/estágio. Essas variáveis ressaltam mais uma vez a importância da experiência: impressões que podem ser usadas na avaliação dos alunos, favorecendo a publicidade da instituição, na diminuição de incerteza e previsões quanto os aspectos da qualidade. Visto que esses itens influenciam corroboram na comunicação boca-a-boca, assim como criação das expectativas e percepções do público alvo assim como para com os membros da instituição. Ou seja, o uso dessas informações sintetiza pela fala de Berry, Wall e Carbone (2006), Grönroos (1984), Leal (2008); Costa et al. (2013).

5.4 Teste não paramétrico para análise das cinco dimensões da qualidade de serviço

Nessa parte da análise dos resultados serão estudadas as expectativas e percepções dos discentes em relação às cinco dimensões da qualidade de serviço educacional. Ou seja, a partir de agora, análise descritiva se dará por meio do teste de hipótese para cada um dos grupos das cinco dimensões da qualidade de serviço. Nas tabelas a seguir é possível verificar a pontuação da média da dimensão, seu desvio padrão, o grau de liberdade, os valores de t (crítico) e os níveis de significância unilateral e bilateral por dimensões separadas.

Assim, pelos valores obtidos no *sig*, se aceita a hipótese de igualdade de médias para os constructos da qualidade percebida dos serviços educacionais H_0 (hipótese nula): não é possível discriminar na qualidade dos serviços prestados pelo CAA nas diferenças significativas entre os níveis de serviço percebido e esperado pelos alunos. Assim, aceita-se H_1 : é possível discriminar na qualidade dos serviços prestados pelo CAA, diferenças significativas entre os níveis de serviço percebido e esperado pelos alunos, na qual foi aplicado o Teste de *Wilcoxon-Mann-Whitney* (teste U), ao nível de significância de 5%.

5.4.1. Dimensão da Tangibilidade

No quadro 5 se pode verificar que o primeiro quesito de qualidade de serviço a ser analisado refere-se à **tangibilidade**, ou seja, as evidências físicas (revelam os equipamentos modernos e suficientes para atender aos alunos, tais como Datashow, equipamentos de informática, livro, localização, ambientes limpos e com higiene, instalações físicas se funcionários como coordenadores, professores, servidores em geral, estando bem vestidos se apresentam profissionalmente, se as instituições), assim como ressaltado no estudo de Baker et al (2002).

Ao se analisar as médias da tangibilidade, é possível verificar que os valores das respectivas expectativas estão acima dos valores atribuídos da percepção, equivalendo-se ao não atendendo as demandas, necessidades dos alunos quanto aos aspectos tangíveis. Ao se aplicar o teste de hipótese, o nível de significância utilizado foi de 0,05. A partir disso, se pode verificar a existência de diferenças estatisticamente significativas, em várias declarações da dimensão de tangibilidade.

Ou seja, as hipóteses rejeitadas pelos concluintes demonstram aspectos frágeis da qualidade de serviços educacionais disponibilizados pelo campus do Agreste. Embora os

ingressantes tenham avaliado com notas positivas aspectos que os mesmos achavam importantes na inclusão da qualidade dos serviços educacionais, estes requisitos não foram vistos como participantes na qualidade percebida. Nisto, poderá a instituição planejar meios que venham a contribuir com a diminuição ou eliminação dos respectivos gaps presentes na qualidade dos serviços prestados pela instituição.

No caso das dimensões tangíveis, apenas dois atributos não apresentaram diferença entre o desempenho percebido e o desempenho esperado, dando a entender que os alunos estão neutros, o que eles esperam é o que eles estão recebendo, sendo esses dois quesitos pertencentes à dimensão da tangibilidade:

- Professores se vestem arrumados e de maneira apropriada para dar aulas – Professores deveriam se vestir arrumados e de maneira apropriada para dar aulas;
- Professores se vestem profissionalmente - Professores deveriam se vestir profissionalmente.

Quadro 4-Teste-U de diferença de médias na dimensão da Tangibilidade

TANGIBILIDADE	Expectativa	DP (E)	Percepção	DP (P)	GAP (P-E)	DP GAP	T	gl	Sig. (bilateral)	Sig.(one-tailed)
Os ambientes da Universidade deveriam ser limpos.	6,2308	3,50135	4,5769	1,75283	-1,6539	3,88504	-3,07	51	0,003	0,0015
Os equipamentos utilizados em sala deveriam estar em perfeito estado.	5,8269	2,63997	4,0577	1,92419	-1,7692	3,15989	-4,038	51	0,000	0,000
As acomodações da Universidade deveriam ser atrativas.	5,7885	2,92613	3,5769	1,56363	-2,2116	3,50538	-4,549	51	0,000	0,000
A temperatura deveria ser sempre agradável em todos os ambientes da Universidade.	5,6731	2,64739	3,3077	1,67494	-2,3654	3,45293	-4,94	51	0,000	0,0000
Os materiais utilizados no ensino (ex: datashow, cópias) deveriam ser nítidos, de fácil visualização e não apresentar erros.	5,6346	3,36084	4,0577	1,61383	-1,5769	3,90247	-2,914	51	0,005	0,025
Professores se vestem arrumados e de maneira apropriada para dar aulas.	5,8269	3,40542	4,9615	1,72594	-0,8654	3,77831	-1,652	51	0,105	0,0525
Professores se vestem profissionalmente.	5,6154	2,91819	5,0769	1,55735	-0,5385	3,2867	-1,181	51	0,243	0,1215
TANGIBILIDADE (TOTALIDADE)	5,2639	2,20923	3,8077	1,2373	-1,52747		-3,706	51	0,001	

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

5.4.2 Dimensão da Responsividade

O próximo item a ser analisado no quadro 06 está relacionado à dimensão de responsividade. Esta se refere à capacidade do corpo docente em ser prestativo, acompanhar os alunos em suas necessidades, mostrar prontidão em ajudar, fornecer informações e outros. A pesquisa realizada com os acadêmicos, novamente aponta para a qualidade percebida inferior, ou seja, há o descontentamento dos discentes para com as declarações que estão sendo avaliadas.

Para tanto, se fez necessária uma atenção tendo em vista que são variáveis de uma dimensão que retrata o relacionamento, preocupação/compreensão dos docentes para com seus discentes, assim como contribui de maneira assertiva para com a percepção da qualidade do serviço educacional oferecido pela instituição (BARBOSA, ET AL. 2014). Nisto, pode-se verificar os valores do teste-U, no qual há rejeição na maioria das declarações apresentadas.

Ao examinar as diferenças negativas apontadas nas médias com aplicação do teste de hipóteses, foi possível verificar que essas diferenças (GAPs) são significativas, uma vez que a percepção dos discentes apresenta-se abaixo do valor esperado com valores menores do que o nível de significância (0,05). Portanto, hipótese alternativa foi aceita quanto as várias declarações da dimensão da responsividade, ou seja, as expectativas foram aceitas como alternativas a serem adotadas e vivenciadas na qualidade do serviço educacional.

Entre as declarações, apenas uma não foi rejeitada, mostrando-se uma igualdade: os professores passam para seus alunos material de estudo sobre as aulas dadas – professores deveriam passar para seus alunos material de estudo sobre as aulas dadas. Nessa interpretação, é possível afirmar, relativamente, que o serviço de repasse de material por parte dos docentes para com os alunos está em o nível de qualidade considerada satisfatória.

Quadro 5 – Teste-U de diferença de médias na dimensão da Responsividade

RESPONSIVIDADE	Expectativa	DP (E)	Percepção	DP (P)	GAP (P-E)	DP GAP	t	Gl	Sig. (bilateral)	Sig(one-tailed)
Os professores são ser acessíveis possibilitando atender seus alunos fora da sala de aula.	5,5769	2,96612	4,5577	1,27439	-1,0192	2,96046	-2,483	51	0,016	0,008
É permitido aos alunos contatar um professor fora do ambiente da universidade.	5,8846	3,01404	4,5192	1,72058	-1,3654	3,95082	-2,492	51	0,016	0,008
Os professores transmitem suas ideias com clareza e de forma objetiva.	6,0385	3,38371	5,0577	1,1617	-0,9808	3,4838	-2,03	51	0,048	0,024
Professores passar para seus alunos material de estudo sobre as aulas dadas.	5,9038	2,62163	5,3654	1,04841	-0,5384	2,71135	-1432	51	0,158	0,079
Professores têm pelo menos um conferencista convidado por disciplina.	6,1346	0,50265	2,9231	0,20522	-3,2115	3,74342	-6,187	51	0,000	0,000
A Universidade buscar interagir os alunos com executivos do mercado (ex: convidando executivos para ir à universidade, levando os alunos para conhecer empresas).	5,7885	3,274	3,4423	1,88298	-2,3462	3,75674	-4,503	51	0,000	0,000
Os funcionários asseguram o bom andamento das disciplina.	5,7115	2,77479	4,9423	1,30479	-0,7692	3,11615	-1,78	51	0,081	0,0405
Professores respondem rapidamente as solicitações dos alunos.	5,9038	3,2855	4,0192	1,05701	-1,8846	3,4678	-3,919	51	0,000	0,0000
RESPONSIVIDADE (TOTALIDADE)	5,2706	2,10811	3,8654	0,7148	-1,51923		-4,059	51	0,000	

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

5.4.3 Dimensão da Empatia

Como demonstrado no quadro 7 (sete) abaixo, a dimensão da empatia decorre-se como uma variável que retrata atenção e respeito, manifestando a maneira de tratamento e de relacionamento entre a instituição e os alunos e o entendimento de suas necessidades. Neste grupo, baseando-se nas médias obtidas, apresentaram-se GAPs negativos, em que, mais uma vez os discentes avaliaram itens pertencentes à dimensão de empatia da qualidade de serviço como abaixo do esperado comparado às notas atribuídas na qualidade esperada dos mesmos.

Ao se usar o teste-U, pode-se verificar que na maioria a declaração pertencente à dimensão da qualidade de serviço apresentou diferenças estatisticamente significativas entre as opiniões dos alunos dos cinco cursos quanto à empatia, onde os alunos dos primeiros períodos fizeram avaliações superiores em relação à avaliação feita pelos alunos concluintes. Assim, os valores de p (valor de significância) são menores do que o nível de significância (0,05), verificando-se no estudo a diferença entre expectativa e percepção nos serviços educacionais.

Em contrapartida, duas declarações não demonstraram diferenças estatísticas de opiniões entre os alunos dos cinco cursos, ou seja, aqui os discentes concluintes avaliaram estes indicadores com notas próximas às atribuídas pelos ingressantes, não havendo rejeições entre eles e sim uma relativa satisfação e igualdade entre o esperado e percebido:

- Professores demonstram respeito aos seus alunos - Professores deveriam gerar demonstrar respeito aos seus alunos.
- Professores dão orientações individuais aos alunos que estão interessados em pesquisar mais sobre alguma área de estudo - Professores deveriam dar orientações individuais aos alunos que estiverem interessados em pesquisar mais sobre alguma área de estudo.

Todavia, como na maioria, foi verificada a presença de diferenças significativas entre as expectativas dos alunos e percepções na qualidade de serviços, fazendo-se necessária adoção de medidas que possam viabilizar a disponibilidade dos serviços.

Quadro 6 – Teste-U de diferença de médias na dimensão da Empatia

EMPATIA	PERCEPÇÃO	DP (P)	EXPECTATIVA	DP (E)	GAP (P-E)	DP GAP	T	GI	Sig. (bilateral)	Sig(one-tailed)
Professores sabem quais são as necessidades dos seus alunos.	3,7885	1,39096	5,8788	3,03421	-2,09038	3,30497	-4,561	51	0	0
Professores demonstram respeito aos seus alunos.	5,7885	1,37679	6,1923	3,16871	-0,40385	3,43716	-0,847	51	0,401	0,2005
Professores ajudam os alunos em seus problemas pessoais e orientar quanto á carreira profissional.	3,6923	1,61535	6,1731	5,17809	-2,48077	5,44308	-3,287	51	0,002	0,001
Professores dão atenção individual aos alunos.	4,4615	1,1076	5,5385	2,71135	-1,07692	2,78544	-2,788	51	0,007	0,0035
Professores dão orientações individuais aos alunos que estiverem interessados em pesquisar mais sobre alguma área de estudo.	5,2308	1,47682	5,8077	3,17489	-0,57692	3,20139	-1,3	51	0,2	0,1
Professores organizam suas aulas de tal forma que encorajam a interação entre os alunos.	4,0962	0,19852	5,5962	0,46625	-1,5	3,5063	-3,085	51	0,003	0,0015
Professores ajudam seus alunos com os trabalhos do curso.	4,6731	1,26369	6,1154	3,11639	-1,44231	3,39211	-3,066	51	0,003	0,0015
EMPATIA (TOTALIDADE)	4,2115	0,8708	5,2857	2,18696	-1,17857	-3,087		51	0,003	

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

5.4.4 Dimensão da Segurança

Dando continuidade ao estudo, encontra-se a dimensão de segurança. Essa dimensão assegura os alunos no repasse de material necessário para o entendimento nos assuntos ministrados, ausência de injustiça quanto ao resultado de avaliações e assegura aos alunos a matrícula em disciplinas necessárias, assim como a exigência da presença dos alunos em sala. Assim como a segurança, ela é vista como a capacidade demonstrada na execução dos serviços.

As estatísticas descritivas em todas as declarações da dimensão de segurança, retrata que os acadêmicos têm expectativas elevadas, estes consideram importante e necessário os itens que englobaram a dimensão da segurança na prestação de serviço educacional. Ao aplicar o teste-U de hipótese não paramétrico, pode se perceber que as diferenças (Gaps) vistas nas médias, em sua maioria os gaps continuaram sendo vistos, apresentando-se diferenças estatisticamente significativas.

Ou seja, é notável um descontentamento grande dos discentes para com a maioria dos itens vistos no quadro abaixo, onde se pode observar que, em maioria, os valores de significância são menores do que o nível de significância. Entre as declarações, duas se mantiveram, visto que estatisticamente não há evidências que comprovem diferenças entre as médias, ou seja, não existe estatisticamente uma diferença entre as opiniões dos alunos dos cinco cursos, nas quais foram:

- Professores não toleram desonestidade (ex: fila em provas, cópia de trabalhos). - Professores não deveriam tolerar desonestidade (ex: fila em provas, cópia de trabalhos);
- Os alunos são matriculados para as disciplinas eletivas que os mesmos solicitarem. - Os alunos deveriam ser matriculados para as disciplinas eletivas que os mesmos solicitarem.

Quadro 7 – Teste-U de diferença de médias na dimensão da Segurança

SEGURANÇA	PERCEPÇÃO	DP (P)	EXPECTATIVA	DP (E)	GAP (P-E)	DP GAP	T	gl	Sig. (bilateral)	Sig(one-tailed)
Professores exigem que seus alunos assistam às aula	4,6538	1,74766	5,8077	2,92413	- 1,15385	3,35708	-2,478	51	0,017	0,0085
Os alunos são matriculados para as disciplinas eletivas que os mesmos solicitarem.	5,5385	1,53982	6,0923	3,15295	- 0,55385	3,19893	-1,248	51	0,218	0,109
Professores não toleram desonestidade (ex: fila em provas, cópia de trabalhos).	5,6346	1,44207	5,9615	3,42403	- 0,32692	3,59586	-0,656	51	0,515	0,2575
Professores avaliam seus alunos com precisão e justiça	4,6346	1,38661	5,8173	3,29145	- 1,18269	3,5906	-2,375	51	0,021	0,0105
Professores dão suas aulas baseando-se no melhor 1/3 dos alunos da turma.	3,6923	1,30667	5,9231	3,14266	- 2,23077	3,31139	-4,858	51	0	0
SEGURANÇA (TOTALIDADE)	4,4808	0,89641	5,3584	2,17877	- 1,00885		-2,843	51	0,006	

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

5.4.5 Dimensão da Confiabilidade

No quadro 9 (nove) abaixo, foram especificadas as declarações quanto à dimensão de confiabilidade, como já foi relatado e que podem servir como as especificações de precisão, ou seja, oferecer o serviço correto sem erro. Ao aplicar o teste-U, podem-se mais uma vez retificar a presença dos gaps em algumas das declarações, denotando as diferenças estatisticamente com diferenças nas opiniões, visão e percepção dos alunos no campus do agreste. Os resultados sugerem atenção criteriosa quanto aos serviços apresentados.

Visto que, como apresentaram Goulart e Andreoli(2015), essas diferenças podem afetar a satisfação e a permanência dos alunos, assim como a credibilidade dos serviços educacionais do campus, podendo assim os docentes adotarem outras didáticas, elevando a qualidade percebida para com os alunos. Apesar das declarações apresentadas com indicadores abaixo do esperado, houve algumas declarações que se apresentaram não havendo diferença significativa entre a experiência e a realização das expectativas dos acadêmicos, as quais foram:

- As disciplinas são bem ensinadas - As disciplinas deveriam ser bem ensinadas;
- Professores são experientes em dar aulas ao ingressar na Universidade - Professores deveriam ser experientes em dar aulas ao ingressar na Universidade;
- Professores são organizados e preparados para as aulas - Professores deveriam ser organizados e preparados para as aulas.

Quadro 8 – Teste-U de diferença de médias na dimensão da Confiabilidade

CONFIABILIDADE	PERCEPÇÃO	DP (P)	EXPECTATIVA	DP (E)	GAP (P-E)	DP GAP	t	gl	Sig. (bilateral)	Sig(one- tailed)
Os professores apresentam a teoria e aplicação prática dos assuntos abordados em sala.	4,6538	1,64358	6,4962	4,94209	-1,84231	5,19794	-2,556	51	0,014	0,007
Professores geram expectativas altas nos alunos.	3,8077	1,45573	5,9615	3,53671	-2,15385	3,31002	-4,692	51	0	0
As disciplinas são bem ensinadas	5	1,25245	5,9423	4,18407	-0,94231	4,31329	-1,575	51	0,121	0,0605
Os professores mais qualificados ensinam as principais disciplinas.	5,0192	1,56544	6,0192	3,25691	-1	3,65685	-1,972	51	0,054	0,027
Professores são experientes em dar aulas ao ingressar na Universidade	5,0962	1,30248	5,4808	2,84564	-0,038462	3,01079	-0,921	51	0,361	0,1805
Professores respondem com exatidão as perguntas dos alunos no momento em que forem questionados	5,1154	1,27808	5,8788	3,03421	-0,76346	3,08691	-1,783	51	0,08	0,04
Professores são organizados e preparados para as aulas.	5,2692	1,17349	5,6346	2,89712	-0,36538	3,11944	-0,824	51	0,414	0,207
Professores dão o melhor de si aos seus alunos.	4,6538	1,10053	5,75	2,79968	-1,09615	3,04386	-2,597	51	0,012	0,006

CONFIABILIDADE (TOTALIDADE)	4,3849	0,95289	5,324	2,57222	-0,93942		-2,675	51	0,01	

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Como pode ser visto, a qualidade dos serviços educacionais nos cinco cursos do campus do Agreste da UFPE está entrelaçada com a expectativa dos desempenhos vividos e apresentados na instituição. A pesquisa apresentou diferenças estatisticamente significativas apontadas, tanto pelos ingressantes quanto pelos concluintes. Conforme visto nos resultados, as discrepâncias se deram pela inferioridade da qualidade percebida, ou seja, a não experiência do esperado.

Desse modo, a pesquisa pode reafirmar o modelo gap proposto por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985b) o qual apresentava que, para desempenhar com êxito a qualidade nos serviços, é necessário equilibrar a diferença entre as expectativas e as percepções dos acadêmicos. Tendo em vista que as hipóteses nulas (expectativas) foram rejeitadas em relação às várias declarações da dimensão, ao aceitar a hipótese alternativa (percepção), foram perceptíveis a discrepância, onde os valores $-p$ foram rejeitados, uma vez que a expectativa pode permanecer a mesma ao decorrer da qualidade dos serviços, todavia a percepção pode ser transformada.

Os resultados acima confirmam a pesquisa de Meneghelli (2011), onde a autora aborda que a qualidade percebida gerada pelos alunos vai muito além da qualificação dos docentes, sendo este apenas o critério que passa pela relação entre professores e alunos e resultando na confiabilidade, que engloba aplicação da teoria com a prática, tornando-se necessárias inferências e sugestões para melhor gestão da qualidade dos serviços educacionais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou investigar a qualidade percebida dos serviços educacionais concedidos pelo Centro Acadêmico do Agreste (CAA). Para atender ao objetivo geral e específico do estudo, buscou-se além da coleta de dados no referido campi, a compreensão teórica baseada em diversos autores, por exemplo, Kotler, Grönroos, Parasuraman, Berry, Zeithmal entre outros.

Com a análise dos resultados, foi possível identificar sobre a população em estudo que a maior parte dos pesquisadores pertence ao sexo masculino, atingindo 76,92% do total. Os 130 (cento e trinta) alunos que compuseram a amostra estavam na faixa etária entre os 17 e 29 anos. Ainda foi possível diagnosticar, de acordo com dados, os principais motivos das escolhas dos cursos da universidade, que foram: 1 resultados oficiais da universidade (MEC); 2 Publicidade do campus e 3 colegas de trabalho/estágio.

O serviço educacional do Campus do Agreste da UFPE obteve o nível de qualidade percebida abaixo do esperado, as declarações de percepções obtiveram a nota 7,48, enquanto as declarações representando as expectativas obtiveram nota 8,18. Apresentando-se em nível baixo, ou seja, a pesquisa ressalta a atenção da instituição quanto aos aspectos da qualidade presentes no momento da entrega dos serviços.

De acordo com a pesquisa, utilizando a escala SERVQUAL foi possível encontrar as cinco dimensões que determinam a qualidade percebida, bem como identificar o nível da qualidade percebida com relação aos serviços prestados pelo CAA. Com análises estatísticas descritivas apuradas, verificou-se que as declarações referentes às dimensões da qualidade (tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia), em sua maioria, as médias de expectativas não foram alcançadas, quando analisada a percepção dos alunos diante dos serviços recebidos.

Quando empregado o Teste de Wilcoxon-Mann-Whitney (teste U) para confirmar a significância das discrepâncias, concluiu-se que a maioria dos valores das médias apresentam diferenças negativas significativas, ou seja, aceitando-se em maioria a hipótese alternativa H1: é possível discriminar na qualidade dos serviços prestados pelo CAA, diferenças entre os níveis de serviço percebido e esperado pelos alunos, indicando assim a existência de espaço para futuras melhorias, as quais, depois de implantadas, seriam passíveis de percepção em nova pesquisa. Alguns dos poucos pares das declarações revelaram a não existência de diferença estatisticamente significativa entre as dimensões, para o nível de significância de

95%.

A pesquisa teve limitação devido ao uso de uma amostragem por conveniência, baseando-se na disponibilidade dos alunos e bem como de cursos específicos. Por isso, os dados compartilhados não podem ser generalizados. Outra limitação deu-se pela utilização da abordagem transversal, visto que não se permite a análise do crescimento do nível da qualidade percebida com o decorrer do tempo.

O questionário utilizado não representa na íntegra o regimento geral da instituição. Assim, sugere-se que o estudo seja realizado mais vezes, com uma amostragem maior para um melhor mapeamento do nível da qualidade percebida através do questionário SERVQUAL, adaptado a questões que melhor represente a instituição e cursos.

Sintetizado por Lourenço e Knop (2011), o instrumento SERVQUAL possibilita aos alunos medir e analisar a qualidade percebida dos serviços educacionais, assim como avaliar muitas das características (atributos) dos serviços educacionais oferecidos, incluindo-se a metodologia de aula, professores, funcionários da instituição, conteúdo, infraestrutura e o fornecimento do material didático.

Desta forma, a instituição poderá utilizar as informações coletadas, tanto para compreender as percepções de seus alunos bem como utilizar as informações extraídas como sinalizador de prioridades de ações corretivas.

REFERÊNCIAS

ABREU, Ana M. **Testes de Hipóteses Estatísticas**. Capítulo 5. 2007.

ALMEIDA, Cleibson Aparecido de; PSCHERA, Cristina; SELENE, Robson; MÜLLER, Sonia IsoldiMarty Gama Müller; SILVA, Ruy Gomes. **Percepção Da Qualidade No Ensino Superior: Aplicação do Servqual No Curso de Graduação Em Engenharia de Produção da Ufpr: Cobenge**, set. 2012.

ANDRADE, Márcio Silva. **Percepção da Qualidade da Educação de Um Curso Superior do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro:O Emprego da Escala SERVQUAL**. Dissertação de Mestrado Vinculada à Linha De Pesquisa Intitulada “Indivíduo, Organização, Trabalho e Sociedade”, Apresentada Ao Programa De Pós-Graduação Em Gestão Organizacional, Modalidade Mestrado Profissional, da Universidade Federal De Goiás – Campus Catalão, Como Requisito Parcial Para A Obtenção Do Título De Mestre Em Gestão Organizacional, 2015.

ARAÚJO, Jefferson Jesus de.; SILVA, Ana Cristina G. Castro. **Aplicação da Ferramenta SERVQUAL para Mensurar A Satisfação dos Clientes em Uma Academia de Ginástica em Petrolina – PE**. XXXVI Encontro Nacional de Engenharia de Produção. João Pessoa: Out. 2016.

BACHA, M. L.; STREHLAU, V. I.; ROMANO, R. **Percepção; Termo Frequente, Usos Inconseqüentes em Pesquisa?** Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, XXX, 2006, Salvador, Bahia. Anais. Salvador: EnANPAD, 2006.

BAKER, Julie. PARASURAMAN, A. GREWAL, Dhruv.; VOSS, Glenn B. **The Influence of multiple store environment cues on perceived merchandise value and patronage intentions. Journal of Marketing**. Vol. 66 April, 2002.

BARBOSA, Flávia Lorene Sampaio; NETO, Alexandre Rabelo; MOREIRA, Roseilda Nunes e BIZARRIA, Fabiana Pinto de Almeida **As Dimensões da Escala Servqual na Qualidade Percebida por Clientes de Postos de Combustível: um estudo em Teresina-PI**. Rev. Capital Científico- Eletrônica. Vol. 14 n.3 set.2016.

BASSO, Kenny; ANTONI, Verner Luis. **Intangibilidade no Serviço Educacional: Estudo em um Curso Bacharelado em Administração**. Pretexto: Belo Horizonte. Vol. 10 n.2. 2009.

BAPTISTA, Francisco. **Estudos Transversais, Seccionais ou de Prevalência**, 2012.

BETI; CHANG. **Testes não-Paramétricos**(para mediana/média) MAE212: Introdução à Probabilidade e à Estatística II, 2012.

BERLEZZI, Zilber. **Aplicação do Modelo SERVQUAL em Restaurantes Fast - Food de São Paulo**: Um Estudo da Qualidade de Serviço 2011.

BERNANDI, Flávia Camargo; DONADELLO, Graciane; CAMARGO, Maria Emilia; CRUZ, Marcia Rohr da. **Um Estudo sobre a Satisfação de Clientes (Alunos)**: Estudo de Caso em uma Escola de Idiomas. VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 2012.

BERRY, Leonard L.; PARASURAMAN, A. e ZEITHAML, Valarie A. **Improving service quality in America**: Lessons Learned. Academy Management Executive, Vol. 8 n. 2 1994.

_____. **Relationship Marketing of Services** — Growing Interest, Emerging Perspectives. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol 23 n. 4. 1995, pp. 236-2465.

_____, SEIDERS, Kathleen; GREWAL, Dhruv. **Understanding Service Convenience** Journal of Marketing Vol.66 2002, p. 3.

_____; Wall, E. A., & Carbone, L. P. **Service clues and Customer Assessment of the Service Experience**: lessons from marketing. Academy of Management Perspectives, 2006.

BORTOLOTTI, Silvana Ligia Vincenzi; JUNIOR MOREIRA, Fernando Jesus de; BORNIA, Antonio Cezar; JÚNIOR SOUSA, Afonso Farias de; ANDRADE, Dalton Francisco de. **Avaliação do Nível de Satisfação de Alunos de Uma Instituição de Ensino Superior**: Uma Aplicação da Teoria da Resposta ao Item. Gest. Prod., São Carlos, v. 19, n. 2, p. 287-302, 2012.

BRASIL. **Saiba como Funciona o Sistema de Ensino no Brasil**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/educacao-e-ciencia/2009/11/ensino-superior>>. Acesso em: 29 de set. 2018.

_____. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Disponível em: <http://www.cp2.g12.br/alunos/leis/lei_diretrizes_bases.htm>. Acesso em: 03 de agosto de 2018.

_____. **Plano Estratégico Institucional**. UFPE, 2013. Disponível em: <https://www.ufpe.br/documents/38954/713399/pei13_27_.pdf/02b4e655-63e3-40fe-b285-90bf01186a5d>. Acesso em: 13 de dez. 2017.

_____. **A Democratização e Expansão da Educação Superior no País 2003 – 2014.** Ministério da Educação. Disponível em:
<http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=16762-balanco-social-sesu-2003-2014&Itemid=30192>. Acesso em 14 de out. de 2018.

BUTTLE, Francis **SERVQUAL**: review, critique, research agenda. European Journal of Marketing. Vol. 30 n.1 1995, pp.8-32.

CALARGE, Felipe Araújo. Et al. **Análise e Avaliação da Qualidade de Serviços Internos Com Foco Na Manutenção de Utilidades Emuma Empresa De Manufatura.** PRODUCTION, 2015.

CAMPOS, DomingosFernandes; NETO, Manoel Lopes; MARTINS, Leonardo Dias de Souza. **Qualidade dos Serviços na Educação Superior**: Uma Visão Comparativa entre Dois Cursos de Graduação. Contabilidade Vista:Minas Gerais, v. 24, 2013.

CAMPUS UFPE. **Nossa História**. Disponível em
<<https://www.facebook.com/pg/CampusDoAgresteUFPE/about/>>. Acesso em 15 de nov. 2018.

CARVALHO, Francisco João de Deus;LIMA, Livia Gabriela Damião de; COSTA, Francisco Daniel Ferreira da; JÚNIOR SANTOS, Alcides Leão. **Educação superior pública no Rio Grande do Norte**:Expansão e Interiorização. R. bras. Planej. Desenv. Curitiba, v. 7, n. 2, p. 241-263, 2018.

CHIZZOTTI, Antonio. **Educação Superior e o Mercado de Serviços Educacionais**.E-Curriculum, São Paulo, v. 12, 2014.

COSTA, Débora Grassetti Martins da; BORRÁS, Miguel Ángel Aires; FONTES, Andréa Regina Martins; SILVA, João Eduardo Azevedo Ramos da. **Avaliação da Qualidade da Infraestrutura e Serviços em Aeroportos do Estado de São Paulo**, Brasil. Iberoamerican Journal of Industrial Engineering. Vol. 5 n.9 Florianópolis 2013, pp. 89-112.

COSTA, Sérgio Francisco. **Introdução Ilustrada á Estatística; Ilustrações de Maria Paula Santo, Kika e Kanton**. 5ª ed. São Paulo: Harbra, 2013.

CRONIC Jr, J. Joseph; TAYLOR, Steven A. **Measuring Service Quality**: A Reexamination and Extension. Journalof Marketing Vol. 56 n.3 jul. 1992, pp.55-68.

DAMIAN, Ieda Pedógia Martins e MERLO, Edgard Monforte. **O Papel da Qualidade do**

Serviço e da Imagem da Loja na Experiência de Consumo de Serviços Automotivos. Rege; vol. 21 n. 2 São Paulo, 2013, pp. 269-282.

DARONCO, Edimara. **Marketing de Serviços e Relacionamentos.** Coleção Educação a Distância Série Livro-Texto: Rio Grande do Sul, Brasil 2008.

DUARTE, Daniel Teran. **Expectativa do Cliente Administração de Serviços**, 2017. Disponível em: <<http://linksinergia.com.br/category/categoria/gerenciamento-de-servicos-de-ti/>>. Acesso em: 29 de set. 2018.

DUTRA, H. F. O. **Serviço educacional:** a percepção de qualidade do aluno de Administração da Universidade Federal de Pernambuco. In: XX ENEGEP - Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2000, São Paulo. Anais do XX ENEGEP - Encontro Nacional de Engenharia de Produção. São Paulo, 2000.

FACÓ Marcos Henrique. **A Essência do Marketing Educacional.** 2005.

FAZIZADEH, Alireza.; Bagherzadeh, Fatemeh.; Mohamadi, Pegah. **How After-Sales Service Quality Dimensions Affect Customer Satisfaction.** African Journal of Business Management, v.5(17) 2011.

FITZSIMMONS James A.; FITZSIMMONS Mona J. **Administração de Serviços - 7.ed.:** Operações, Estratégia e Tecnologia da Informação 2014.

FONTOURA S.; GUERREIRO K. **Medir a percepção da qualidade dos serviços prestados pela empresa Cabidário Indústria de Móveis para Lojas.** 2015.

FONTELLES, Mauro José; SIMÕES, Marilda Garcia; FARIAS, Samantha Hasegawa; FONTELLES, Renata Garcia Simões. **Metodologia Da Pesquisa Científica:** Diretrizes Para A Elaboração De Um Protocolo De Pesquisa. UNAMA, 2009.

GALVÃO, Laila Lidiane da Costa. **Avaliação da Qualidade dos Serviços Educacionais na Perspectiva da Comunidade Acadêmica de Um Instituto Federal: O Emprego da Escala SERVQUAL.** Dissertação de Mestrado vinculada à linha de pesquisa intitulada “Indivíduo, Organização, Trabalho e Sociedade”, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional, modalidade Mestrado Profissional, da Universidade Federal de Goiás – Regional Catalão, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Gestão Organizacional, 2017.

GRAÇA, Raquel Maria Noivo da. **Avaliação da Percepção da Qualidade de um Serviço de**

Apoio no Ensino Superior: O caso do Serviço de Informática. Dissertação de Mestrado em Gestão de Serviços, da Faculdade de Economia do Porto, 2013.

GIMENEZ, Douglas R. **Modelo de Gestão Estratégica da Qualidade para Avaliar o Impacto da Imagem da Marca na Qualidade Percebida pelo Consumidor em Empresas Prestadoras de Serviços.** Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção aprovada pelo PPGE/UFSC. Florianópolis, 05 de março de 2012.

GRÖNROOS, Christian. **A Service Quality Model and Its Marketing Implications- A Service Quality Model and Its Marketing Implications.** European Journal of Marketing. Vol. 18 n. 4, 1984.

_____; Marketing: Gerenciamento e Serviços. Rio de Janeiro: Elsevier, 2ed.2003.

GUIDO; João, **User-generated content em serviços:** Uma análise do Aeroporto Internacional de Guarulhos (GRU), 2016.

IBDAIWI, Thiago KaderRajeh; GARCIA, Fabiane Tubino; LOPES, Luis Felipe. **Comportamento Do Consumidor:** Características de Preferência Dos Vestibulandos Da Cidade De Santa Maria – RS. IX Convibra Administração – Congresso Virtual Brasileiro de Administração, 2012.

JOHNSTON, Robert. **The determinants of service quality:** satisfiers and dissatisfiers. International Journal of Service Industry Management. Vol. 6 n 5 pp. 53-71 1995.

KOTLER, Philip e KELLER, K. Lane. **Administração de Marketing** – 14. Ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil. 2012.

_____; **Administração de Marketing** – 12. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LEAL. Ambrozini Viviane. **Análise da Satisfação dos Clientes do Colégio Visão – Unidade Pedra Branca.** Trabalho de Conclusão de Estágio apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Administração da Universidade do Vale do Itajaí: São José 2008.

LOURENÇO, C.D.S.; Knop, M.F.T. **Ensino Superior em Administração e Percepção da**

Qualidade de Serviços: uma aplicação da escala SERVQUAL 2011, p. 225.

MACÊDO, Paula e Valdivino. **Emprego da Escala SERVQUAL na avaliação da Qualidade de Serviços de Hospedagem durante uma romaria em Juazeiro do Norte (CE)** 2013, p. 155 e 158.

MAINARDES, Emerson Wagner; DOMNGUES, Maria José Carvalho de Souza. **SATISFAÇÃO DE ESTUDANTES EM ADMINISTRAÇÃO DE JOINVILLE/SC.** Pensamento Contemporâneo em Administração: Rio de Janeiro vol. 4 n.2, 2010.

MANZATO, A. J; SANTOS, A. B. **A Elaboração de Questionários na Pesquisa Quantitativa.** IBILCE – UNESP, 2012.

MARSON, Gutierrez. **Uso do Método Servqual e da matriz importância e desempenho na análise da qualidade de serviços.** XI Congresso Nacional de excelência em Gestão. 2015. p. 3.

MARTINS, Vitor Batista.; TRINDADE, Sandro Roberto Santos.; MACÊDO, Alcebíades Negrão.; NEVES, Renato Martins. **Utilização do Modelo SERVQUAL em uma Rede de Supermercados Como Instrumento de Avaliação da Qualidade.** Ibero Americana Journal of Industrial Engineering. Vol.4, n.7 pg. 279-296, Florianópolis 2012.

MATIAS, Joana Isabel Salsinha. **Avaliação da Qualidade Percebida pelos Utentes nos Cuidados de Saúde Primários em análise clínica:** um estudo nos centros de saúde do ACES Central – Algarve. Mestrado em Gestão e Aliação de Tecnologia em Saúde: Lisboa, 2017

MENEGHELLI, Priscila Janes Mondini. **Atributos de Atração para Cursos Superiores:** Um estudo com alunos ingressantes. Trabalho de Conclusão de Curso (Programa de Pós-Graduação em Administração). Universidade Regional de Blumenau – Centro de Ciência Sociais Aplicadas. Blumenau, 2011.

MILIAN, Eberle. et al. **A Qualidade em Serviços e a Satisfação dos Clientes:** Comparação entre a Percepção de Alunos de Graduação e de Pós-Graduação de Uma IES. Santa Maria: UFSM, 2014.

MONDO, T. Savi; FIATES, G. Gonçalves Silveira. **Os Modelos de Qualidade em Serviços:** Mapeamento da Produção Científica de Alto Impacto para a Área de Administração no Brasil Até 2012, motivo de preocupação para os pesquisadores de Marketing? XXX11 Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, Set. 2013.

MORALES, M. CALDERÓN, L. F. **Assessing service quality in schools of business: dimensions of service in continuing professional education (CPE).** Balaslatinamarica's new millennium Proceedings, 1999.

NASCIMENTO, Renan Fernandes. **MARKETING EDUCACIONAL:** uma ferramenta essencial para as Instituições de Ensino. Monografia apresentada à Banca Examinadora do centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, como requisito parcial para obtenção do título de especialista em Gestão Empresarial sob a orientação das professoras M. Sc. Máris de Cássia Ribeiro Vendrame e M. Sc. Heloisa Helena Rovey da Silva. Lins- SP. 2011.

NASCIMENTO, Daiane de Oliveira. **Como a Qualidade dos Serviços Educacionais é Percebida pelos Discentes de uma IES em Fortaleza.** Monografia submetida à aprovação da Coordenação do Curso de Administração do Centro Superior do Ceará, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração, 2014.

NETO, Sauer. et al. **Método SERVQUAL:** um estudo de satisfação em uma escola de idiomas. XIII SIMPEP - Bauru, 2006.

NOGUEIRA, Tatiana Gasparotto; LAS CASAS, Alexandre. **Avaliação da Qualidade na Prestação de Serviços em Uma Instituição de Ensino Superior:** um estudo sobre os serviços complementares através do uso da escala SERVQUAL. Pensamento & Realidade v. 30, n. 1, 2015.

OLIVEIRA, E. A; LAPASINI, G. C; FENERICH, F.C **Análise da Qualidade dos Serviços em uma Escola Pública Utilizando a Ferramenta SERVPERF.** Rev. Industrial v. 09, n. 01; 2013 p. 165-179.

PACHECO, Iram José Duarte; MESQUITA, José Marcos Carvalho de; DIAS, Alexandre Teixeira. **Análise de Satisfação dos Alunos da Faculdade de Estudos Sociais da Universidade Federal do Amazonas.** Gestão & Tecnologia. Vol. 15 n.2, 2015.

PARASURAMAN A.; ZEITHAML V. A.; BERRY, L.L **A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research.** Journal of Marketing, Vol. 49 Fall, pp. 40-50, pg41- 45 e 47 1985b.

_____. **Servqual:** A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing Vol 64. N.1 1988.

_____. **Problems and Strategies in Service Marketing** – Jornal of Marketing, 49(2), 33-46 abr. 1985a.

_____. **Perceived Service Quality as a Customer-Based Performance Measure: An Empirical Examination of Organizational Barriers Using an Extended Service Quality Model** vol30, 1991.

PEIXOTO, Marcus Fabio Rodrigues; AGUIAR, Edvan Cruz. **O impacto do Tamanho da Classe na Percepção de Qualidade dos alunos de uma Instituição de Ensino Superior Privada Brasileira**. 3º Símpósio Avaliação da Educação Superior. Avalies: Florianópolis, 2017.

PINTO, Nelson Guilherme; QUADROS, Michel Ricard Costa de; CRUZ, Fernando Viera da; CONRAD, Carla Cristina. **Satisfação Acadêmica no Ensino Superior Brasileiro: Uma Análise das evidências empíricas**. Brasileira de Ensino Superior, v. 3, n. 2017.

PISONI, Andressa Boligon. et al. **Metodologia SERVQUAL: Uma ferramenta para avaliação da qualidade de serviços em uma empresa de comercialização de máquinas agrícolas**. Revista Gestão Industrial, v. 09, n. 03. 2013, p.594.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. D. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2ª. ed. Novo Hamburgo: UniversiadeFreevale, 2013.

RAMPAZZO, Lino **Metodologia Científica: Para alunos de Graduação e Pós-Graduação** 4. ed São Paulo: Loyola, 2009.

REICHELDT, Frederick F; e Jr. Sasser, W. E. **Zero defections: Quality comes to services** - Harvard Business Review 1990, p. 105-106.

RIBEIRO, José Marcos Gomes; FERREIRA, Marlette Cassia Oliveira. **A Qualidade do Serviço Percebido pelos Clientes: Estudo de Caso de Hotéis da Praia de Barequeçaba**, em São Sebastião-SP. São Sebastião, 2013.

RODRIGUES, A. C. **Orquestrando os Sinais da Qualidade: Compreendendo a busca pela qualidade em uma organização de saúde**. São Paulo: FGV, 2013, p.12.

SILVA, Giovâni Pedro da; BOGONI; Juliano André. **Introdução à Estatística Básica**. Aula 04: Florianópolis, 2014.

SILVA, GleikaKarolly. **Qualidade no Serviço como Fator Relevante para a Satisfação do Cliente:** uma análise servqual da empresa rede unilar de eletrodomésticos ltda em lagoa nova – RN. Projeto de estágio apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Administração: CURRAIS NOVOS/RN 2015.

SILVA, Pedro Giovâni da; BOGONI, Juliano André. **Introdução à Estatística Básica:** Florianópolis, 2015.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do Consumidor:** Comprando, Possuindo e Sendo; trad. EneBelon Ribeiro. 5ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SOUZA, Adriano Mendonça. **Teste de Hipóteses.** Departamento de Estatística – PPGEMQ/PPGEP-UFSM, 2008.

SUAREZ, Gregório. **SERVQUAL:** Medindo a Qualidade em Serviços. LinkedIn 2016.

TEAS, R. Kenneth. **Expectations, Performance Evaluation and Consumer's Perceptions of Quality.** Journal of Marketing, v. 57, n. 4, Oct. pp. 18-34 1993.

TOLEDO, Geraldo Luciano; MORETTI, Sérgio Luiz do Amaral. **Valor para o Cliente e Valor do Cliente -** Conceitos e Implicações para o Processo de Marketing. Unijuri. Vol. 14 n.35, 2016.

VASCONCELOS, Claudio RuyPortela de; PONTES, Arthur M. de; SILVA, Joao Paulo da; ALVES, Wellington. **Determinantes da Qualidade Percebida Por Alunos de Engenharia de Produção da Universidade Federal da Paraíba. XXXV Encontro Nacional De Engenharia De Producao** Perspectivas Globais para a Engenharia de Produção: Fortaleza, 2015.

WALPOLE, R. E.; MYERS, R. H.; MYERS, S. L.; YE K.: Probabilidade & Estatística para engenharia e ciências. 8. ed. Rio de Janeiro: Pearson, 2009.

XAVIER, Filipe André; ARAÚJO, Débora E.; SABATINI, Izabella; LIMA, Otávio. Conhecimento Livre: **A Democratização do Saber.** UEADSL, 2014.

ZABALZA, Miguel A. **O Ensino Universitário:** Seu Cenário e Seus Protagonistas / Miguel A. Zabalza; tradução Ernani Rosa. – Porto Alegre: Artmed, 2004.

ZEITHAML, Valarie A. **Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence** -Journal of Marketing Vol. 52 Journal of Marketing Vol. 52 pp 2-22 1988, p. 3-13.

_____; LEMON, Katherine N. “**The Customer Pyramid: Creating and Serving Profitable customers**”. California Management. Review Vol.43, n.4, 2001.

_____; PARASURAMAN, A.; BERRY, Leonard L. **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations**. 1990.

_____. **Marketing de Serviços - A empresa com foco no cliente** 6º ed. 2014 p. 25.

_____. **Service Quality, Profitability, and the Economic Worth of Customers: What We Know and What We Need to Learn**. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol. 28 n. 1 pp. 67-85 2000.

_____. **How Consumer Evaluation Processes Differ Between Goods and Services** Marketing of Services - American Marketing Association. Chicago, IL, p. 186-90, 1981.

_____; PARASURAMAN, A. **The Behavioral Consequences of Service Quality**- Journal of marketing, vol.60, 1996, p. 32-33.

_____; BITNER, Mary Jo; GREMLER, Dwayne D. **Marketing de serviços: A Empresa com Foco no Cliente**. Tradução de Félix José Nonnemacher. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

APÊNDICE

Questionário aplicado com os alunos dos cursos de Administração, Engenharia Civil, Pedagogia, Economia e Design do Campus Acadêmico do Agreste.

Questionário para coleta de dados

Parte 1- EXPECTATIVAS

As afirmativas abaixo relacionam-se às suas expectativas quanto ao serviço educacional oferecido pela Universidade Federal de Pernambuco campus do Agreste. Em cada sentença, mostre, marcando com um “X”, a intensidade com que você acredita que as características descritas nas afirmativas deveriam estar presentes no serviço educacional para que o mesmo possa ser considerado um serviço de qualidade.

Discordo totalmente							concordo totalmente		
1	2	3	4	5	6	7			

1. Professores deveriam ajudar seus alunos com os trabalhos do curso.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

2. Professores deveriam passar para seus alunos material de estudo sobre as aulas dadas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

3. Professores deveriam dar orientações individuais aos alunos que estiverem interessados em pesquisar mais sobre alguma área de estudo.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

4. Professores deveriam exigir que seus alunos assistissem às aulas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

5. Professores deveriam responder rapidamente as solicitações dos alunos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

6. Professores deveriam responder com exatidão as perguntas dos alunos no momento em que forem questionados.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

7. Professores deveriam avaliar seus alunos com precisão e justiça

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

8. As disciplinas deveriam ser bem ensinadas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

9. Os funcionários deveriam assegurar o bom andamento das disciplinas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

10. Professores deveriam ser organizados e preparados para as aulas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

11. Os professores deveriam ser acessíveis possibilitando atender seus alunos fora da sala de aula.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
12. Professores deveriam ser experientes em dar aulas ao ingressar na Universidade.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
13. Professores deveriam dar atenção individual aos alunos.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
14. Professores deveriam ajudar os alunos em seus problemas pessoais e orientar quanto á carreira profissional.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
15. Deveria ser permitido aos alunos contatar um professor fora do ambiente da universidade.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
16. Professores deveriam saber quais são as necessidades dos seus alunos.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
17. Professores deveriam dar o melhor de si aos seus alunos.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
18. Os ambientes da Universidade deveriam ser limpos.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
19. Professores deveriam se vestir profissionalmente.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
20. Os equipamentos utilizados em sala deveriam estar em perfeito estado.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
21. Professores deveriam se vestir arrumados e de maneira apropriada para dar aulas.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
22. As acomodações da Universidade deveriam ser atrativas.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente
23. A temperatura deveria ser sempre agradável em todos os ambientes da Universidade.
- Discordo Totalmente**

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

24. Os materiais utilizados no ensino (ex: retroprojektor, cópias) deveriam ser nítidos, de fácil visualização e não apresentar erros.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

25. Professores deveriam organizar suas aulas de tal forma que encorajam a interação entre os alunos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

26. Professores deveriam dar suas aulas baseando-se no melhor 1/3 dos alunos da turma.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

27. Os professores deveriam transmitir suas ideias com clareza e de forma objetiva.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

28. Professores não deveriam tolerar desonestidade (ex: fila em provas, cópia de trabalhos).

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

29. A Universidade deveria buscar interagir os alunos com executivos do mercado (ex: convidando executivos para ir à universidade, levando os alunos para conhecer empresas).

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

30. Professores deveriam ter pelo menos um conferencista convidado por disciplina.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

31. Professores deveriam gerar expectativas altas nos alunos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

32. Professores deveriam gerar demonstrar respeito aos seus alunos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

33. Os professores mais qualificados deveriam ensinar as principais disciplinas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

34. Os professores deveriam apresentar a teoria e aplicação prática dos assuntos abordados em sala.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

35. Os alunos deveriam ser matriculados para as disciplinas eletivas que os mesmos solicitarem.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

Parte 2-B

O curso da Universidade Federal de Pernambuco campus do Agreste deveria contribuir para aprimorar:

1. A sua visão sistêmica e estratégia

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

2. A sua criatividade e iniciativa.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

3. A sua habilidade de negociação.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

4. A sua habilidade para tomar decisões.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

5. O seu espírito de liderança.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

6. A sua comunicação e expressão.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

7. O seu raciocínio lógico, crítico e analítico.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

8. A sua habilidade de comunicação.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

9. O seu interesse de adquirir novos conhecimentos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

10. A sua empregabilidade.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

11. Seu espírito empreendedor.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

12. O seu comportamento.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

13. A sua competência.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

14. A sua autoconfiança.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

4. Motivo que levou a estudar na Universidade Federal de Pernambuco Campus do Agreste.

1. Localização ☐

4. Propaganda ☐

2. Horário ☐

5. Fazer curso superior ☐

3. Indicação de aluno/ex-aluno. ☐

6. Cursinho/colégio ☐

5. Você trabalha/ estagia?

Sim ☐

Não ☐

Parte 2 – PERCEPÇÕES

As afirmativas abaixo relacionam-se às suas percepções sobre o serviço educacional oferecido pela Universidade Federal de Pernambuco campus do Agreste. Em cada sentença, mostre, marcando com um “X”, a intensidade com que você percebeu as características descritas nas afirmativas no referido serviço educacional.

Discordo totalmente				concordo totalmente				
↑	1	2	3	4	5	6	7	↓

1. Professores ajudam seus alunos com os trabalhos do curso.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

2. Professores passam para seus alunos material de estudo sobre as aulas dadas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

3. Professores dão orientações individuais aos alunos que estão interessados em pesquisar mais sobre alguma área de estudo.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

4. Professores exigem que seus alunos assistam às aulas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

5. Professores respondem rapidamente as solicitações dos alunos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

6. Professores respondem com exatidão as perguntas dos alunos no momento em que forem questionados.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

7. Professores avaliam seus alunos com precisão e justiça

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

8. As disciplinas são bem ensinadas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

9. Os funcionários asseguram o bom andamento das disciplinas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

10. Professores são organizados e preparados para as aulas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

11. Os professores são acessíveis possibilitando atender seus alunos fora da sala de aula.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

12. Professores são experientes em dar aulas ao ingressar na Universidade.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

13. Professores dão atenção individual aos alunos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

14. Professores ajudam os alunos em seus problemas pessoais e orientar quanto á carreira profissional.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

15. É permitido aos alunos contatar um professor fora do ambiente da universidade.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

16. Professores sabem quais são as necessidades dos seus alunos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

17. Professores dão o melhor de si aos seus alunos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

18. Os ambientes da Universidade são limpos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

19. Professores se vestem profissionalmente.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

20. Os equipamentos utilizados em sala encontram-se em perfeito estado.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

21. Professores se vestem arrumados e de maneira apropriada para dar aulas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

22. As acomodações da Universidade são atrativas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

23. A temperatura é sempre agradável em todos os ambientes da Universidade.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

24. Os materiais utilizados no ensino (ex: retroprojctor, cópias) são nítidos, de fácil visualização e não apresentar erros.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

25. Professores organizam suas aulas de tal forma que encorajam a interação entre os alunos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

26. Professores dão suas aulas baseando-se no melhor 1/3 dos alunos da turma.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

27. Os professores transmitem suas ideias com clareza e de forma objetiva.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

28. Professores não toleram desonestidade (ex: fila em provas, cópia de trabalhos).

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

29. A Universidade buscar interagir os alunos com executivos do mercado (ex: convidando executivos para ir à universidade, levando os alunos para conhecer empresas).

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

30. Professores têm pelo menos um conferencista convidado por disciplina.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

31. Professores geram expectativas altas nos alunos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

32. Professores demonstram respeito aos seus alunos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

33. Os professores mais qualificados ensinam as principais disciplinas.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

34. Os professores apresentam a teoria e aplicação prática dos assuntos abordados em sala.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

35. Os alunos são matriculados para as disciplinas eletivas que os mesmos solicitarem.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

Parte 2-B

O curso da Universidade Federal de Pernambuco campus do Agreste contribui para aprimorar:

1. A sua visão sistêmica e estratégia

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

2. A sua criatividade e iniciativa.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

3. A sua habilidade de negociação.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

4. A sua habilidade para tomar decisões.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

5. O seu espírito de liderança.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

6. A sua comunicação e expressão.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

7. O seu raciocínio lógico, crítico e analítico.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

8. A sua habilidade de comunicação.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

9. O seu interesse de adquirir novos conhecimentos.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

10. A sua empregabilidade.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

11. Seu espírito empreendedor.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

12. O seu comportamento.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

13. A sua competência.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

14. A sua autoconfiança.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

15. A sua imagem perante amigos e familiares.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

16. Seu padrão de vida.

Discordo Totalmente

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Concordo Totalmente

17. A realização dos seus sonhos.

15. A sua imagem perante amigos e familiares.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

16. Seu padrão de vida.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

17. A realização dos seus sonhos.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

Parte 2-C

Quando você avalia o curso da Universidade Federal campus do Agreste, você se considera influenciado por:

1. Seus amigos da Universidade.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

2. Seus amigos estudantes de outras universidades/ faculdades.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

3. Seus colegas de trabalho/ estágio (se não exerce atividade profissional, favor deixar em branco).

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

4. Reportagens e matérias de jornais, telejornais e revistas sobre o campus Agreste da Universidade.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

5. Os resultados oficiais da Universidade em relação ao campus nas avaliações feitas pelo MEC.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

6. Publicidade do Campus do Agreste da Universidade veiculada nos meios de comunicação.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

7. Informativos elaborados pelo Campus (revista, jornais, página da internet).

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

Qual nota de 0a 10 você daria ao curso do Campus do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco?.....

PARTE 3- INFORMAÇÕES PESSOAIS

1. Idade 2. Sexo M/ F
3. Você estudou em outra Universidade/ Faculdade. Sim Não

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

Parte 2-C

Quando você avalia o curso da Universidade Federal campus do Agreste, você se considera influenciado por:

1. Seus amigos da Universidade.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

2. Seus amigos estudantes de outras universidades/ faculdades.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

3. Seus colegas de trabalho/ estágio (se não exerce atividade profissional, favor deixar em branco).

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

4. Reportagens e matérias de jornais, telejornais e revistas sobre o campus Agreste da Universidade.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

5. Os resultados oficiais da Universidade em relação ao campus nas avaliações feitas pelo MEC.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

6. Publicidade do Campus do Agreste da Universidade veiculada nos meios de comunicação.

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

7. Informativos elaborados pelo Campus (revista, jornais, página da internet).

Discordo Totalmente 1 2 3 4 5 6 7 **Concordo Totalmente**

Qual nota de 0a 10 você daria ao curso do Campus do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco?.....

PARTE 3- INFORMAÇÕES PESSOAIS

1. Idade 2. Sexo M/ F
3. Você estudou em outra Universidade/ Faculdade. Sim Não
4. Motivo que levou a estudar na Universidade Federal de Pernambuco Campus do Agreste.
- 1.Localização 4. Propaganda
- 2.Horário 5. Fazer curso superior
- 3.Indicação de aluno/ex-aluno. 6. Cursinho/colégio
5. Você trabalha/ estagia? Sim Não