



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

ELIANE MARIA DA SILVA NASCIMENTO

ESTUDO DA PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NO ENSINO SUPERIOR REMOTO
UTILIZANDO A ESCALA SERVQUAL: VISÃO DOS DISCENTES DE UMA
UNIVERSIDADE PÚBLICA

CARUARU
2022

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

ELIANE MARIA DA SILVA NASCIMENTO

ESTUDO DA PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NO ENSINO SUPERIOR REMOTO
UTILIZANDO A ESCALA SERVQUAL: VISÃO DOS DISCENTES DE UMA
UNIVERSIDADE PÚBLICA

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.

Áreas de concentração: Mecanismos institucionais e graduação em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Auxiliadora do Nascimento Mélo

CARUARU
2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Nascimento, Eliane Maria da Silva.

Estudo da percepção da qualidade no ensino superior remoto utilizando a escala SERVQUAL: visão dos discentes de uma universidade pública / Eliane Maria da Silva Nascimento. - Caruaru, 2022.

107 : il., tab.

Orientador(a): Maria Auxiliadora do Nascimento Mélo

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Administração - Bacharelado, 2022.

Inclui referências, apêndices, anexos.

1. Conceito de Qualidade. 2. Qualidade em Serviços. 3. Escala Servqual. 4. A covid-19 e as Consequências para a Educação no Brasil. 5. Ensino remoto na UFPE. I. Mélo, Maria Auxiliadora do Nascimento. (Orientação). II. Título.

650 CDD (22.ed.)

ELIANE MARIA DA SILVA NASCIMENTO

ESTUDO DA PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NO ENSINO SUPERIOR REMOTO
UTILIZANDO A ESCALA SERVQUAL: VISÃO DOS DISCENTES DE UMA
UNIVERSIDADE PÚBLICA

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 maio de 2022

Prof. Dr^a. Cristiane Salomé Ribeiro Costa
Coordenadora do Curso de Administração

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dr.^a. Maria Auxiliadora do Nascimento Mélo.
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Orientadora

Prof.^a Dr.^a Alane Alves Silva
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Banca

Prof.^a Dr.^a Luciana Cramer
Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste
Banca

Dedico este trabalho a minha família, meu esposo Jaime Nascimento e as minhas filhas Lana Nascimento e Júlia Nascimento, não importa as dificuldades que apareçam no caminho, com esforço e dedicação a vitória é iminente.

Dedico aos meus pais Zoel e José por todos ensinamentos, empenho, esforço e luta.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus que me deu veemência para conquistar a minha graduação em Administração.

Sou grata aos meus pais, a minha mãe Zoel, por ser uma mulher sábia, forte e firme, que sempre nos ensinou a nunca desistir, cultivando valores e princípios que jamais esquecerei, e ao meu pai José Santino, homem dedicado à família que na sua simplicidade, honestidade e luta tornaram esse dia possível.

Agradeço a meu esposo Jaime Nascimento, pela dedicação, companheirismo, paciência e incentivos para seguir nessa jornada, por sempre me apoiar e estar ao meu lado nesses anos de graduação. As minhas filhas Lana Nascimento e Júlia Nascimento, presentes de Deus, são minhas fontes de inspiração e força para realizar esta conquista.

Gostaria de agradecer também aos meus Irmãos: Erivan, Edivania e Edjane, por serem amigos fiéis, com quem compartilho minhas histórias, conquistas e desafios, obrigada por sempre acreditarem em mim.

A todo corpo docente da UFPE do curso de Administração do campus do Agreste por seus ensinamentos, aos professores Myrna Loreto, Mário dos Anjos, Gustavo Aragão, Alane Alves, Luciana Cramer e de modo especial à professora Maria Auxiliadora, que me orientou e ajudou na construção desta pesquisa, auxiliando de todas as formas possíveis para a realização e conclusão deste projeto.

A todos os queridos amigos que conquistei nesses anos na universidade, vocês são muito especiais e fizeram a diferença neste caminho, não poderia citar nomes para não correr o risco de esquecer nenhum, mas saibam que formamos laços de amizades que jamais vou esquecer.

Por fim, sou grata a todos de coração, que fizeram parte da minha trajetória até aqui.

Educação não transforma o mundo. Educação
transforma pessoas. Pessoas transformam o
mundo.
(Paulo Freire, 1979)

RESUMO

Serviços educacionais de qualidade são de extrema importância para a sociedade, a quarentena imposta pelo cenário da pandemia de covid-19, causou o fechamento das instituições de ensino, substituindo as aulas presenciais por aulas remotas emergenciais, impactando drasticamente a forma de consumo do serviço educacional. Frente aos inúmeros desafios, visando diminuir os danos causados à comunidade acadêmica, as IES precisaram criar políticas para enfrentar as inúmeras limitações impostas pela necessidade do isolamento social, além de buscar reduzir a desigualdade digital e garantir acessibilidade de todos ao ensino remoto. Desta forma foi necessário utilizar ferramentas tecnológicas, para conectar professores e alunos de forma síncrona e assíncrona, assim o presente estudo buscou analisar a qualidade do ensino remoto emergencial, utilizando o método SERVQUAL proposto por Parasuraman et al. (1988) que mensura a qualidade através das expectativas e percepções dos respondentes. A pesquisa foi aplicada aos discentes do curso de administração realizado na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), no campus Centro Acadêmico do Agreste (CAA), localizado em Caruaru. Para a abordagem metodológica realizou-se uma pesquisa quantitativa e qualitativa, exploratória e descritiva, através de questionário eletrônico online, a fim de identificar as lacunas existentes entre as expectativas e percepções dos discentes. A análise dos resultados demonstrou que nas cinco dimensões do modelo SERVQUAL (tangibilidade, prestação, confiabilidade, garantia e empatia) são necessárias melhorias. As dimensões de confiabilidade e segurança são as que possuem menores gap's, ficando mais próximos ao neutro, demonstrando um serviço próximo ao satisfatório. As dimensões de tangibilidade e empatia foram avaliadas pelos estudantes com a menor percepção de qualidade da pesquisa. No contexto geral, identificou-se que os discentes criaram um alto nível de expectativas, que não atenderam de forma plena o nível de qualidade do serviço prestado, ou seja, suas percepções ficaram abaixo do esperado.

Palavras-Chave: Ensino superior; SERVQUAL; Qualidade em serviços; Ferramentas da qualidade.

ABSTRACT

Quality educational services are of extreme importance to society, the quarantine imposed by the scenario of the covid-19 pandemic, caused the closure of educational institutions, replacing face-to-face classes with emergency remote classes, drastically impacting the form of consumption of the educational service. Faced with the numerous challenges, in order to reduce the damage caused to the academic community, universities needed to create policies to face the countless limitations imposed by the need for social isolation, in addition to seeking to reduce digital inequality and ensure accessibility for all to remote learning. Thus, it was necessary to use technological tools to connect teachers and students synchronously and asynchronously, so the present study sought to analyze the quality of emergency remote teaching, using the SERVQUAL method proposed by Parasuraman et al. (1988) that measures the quality through the expectations and perceptions of the respondents. The research was applied to students of the administration course held at the Federal University of Pernambuco (UFPE), at the Centro Acadêmico do Agreste (CAA) campus, located in Caruaru. For the methodological approach, a quantitative and qualitative, exploratory and descriptive research was carried out, through an online electronic questionnaire, in order to identify the gaps between the students' expectations and perceptions. The analysis of the results showed that improvements are needed in the five dimensions of the SERVQUAL model (tangibility, promptness, reliability, assurance and empathy). The reliability and safety dimensions are the ones with the smallest gaps, being closer to neutral, demonstrating a service close to satisfactory. The tangibility and empathy dimensions were evaluated by the students with the lowest perception of research quality. In the general context, it was identified that the students created a high level of expectations, which did not fully meet the level of quality of the service provided, that is, their perceptions were below expectations.

Keywords: University education; SERVQUAL; Quality in services; Quality tools.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Ondas da Gestão da Qualidade	26
Figura 2 - Qualidade em Serviços	40
Figura 3 - A avaliação da qualidade do serviço	41
Figura 4 - A relação satisfação/fidelidade de clientes	42
Figura 5 - A avaliação das qualidades de produtos e serviços	43
Figura 6 – Cadeia de valor para serviços.....	44
Figura 7 - Modelo dos “5 GAPS”	45
Figura 8 - Imagem aérea do Centro Acadêmico do Agreste (CAA/UFPE)	58
Figura 9 - Cursos de Graduação do Centro Acadêmico do Agreste (CAA/UFPE).....	58
Figura 10 - Cursos de Pós - Graduação do Centro Acadêmico do Agreste.....	59

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gênero.....	69
Gráfico 2 - Faixa etária.....	69
Gráfico 3 - Estado Civil.....	69
Gráfico 4 - Ocupação Remunerada	70
Gráfico 5 - Renda Familiar	70
Gráfico 6 - Período em que se encontra no curso de Administração	71
Gráfico 7 - Acesso a equipamentos eletrônicos.....	71
Gráfico 8 - Qualidade da internet	72
Gráfico 9 - Desempenho do discente no ensino remoto.....	72
Gráfico 10 - Médias das expectativas/ percepção e gap dos Aspectos Tangíveis.....	75
Gráfico 11 - Médias das expectativas/ percepção e gap de confiabilidade	77
Gráfico 12 - Médias das expectativas/ percepção e gap dos Aspectos de presteza.....	79
Gráfico 13 - Médias das expectativas/ percepção e gap dos Aspectos de Segurança	81
Gráfico 14 - Médias das expectativas/ percepção e gap dos Aspectos de empatia	83
Gráfico 15 - Comparativo expectativas/ percepção e gap das 5 dimensões.....	85

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - O instrumento Servqual.....	47
Tabela 2 - Resultados das expectativas/percepções da dimensão tangibilidade	74
Tabela 3 - Resultados das expectativas/percepções da dimensão confiabilidade	76
Tabela 4 - Resultados das expectativas/percepções da dimensão Presteza	78
Tabela 5 - Resultados das expectativas/percepções da dimensão segurança	80
Tabela 6 - Resultados das expectativas/percepções da dimensão empatia.....	82
Tabela 7 - Resultados das médias expectativas/percepções de qualidade.....	84

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Eras da qualidade.....	24
Quadro 2- Definições de qualidade	28
Quadro 3 - Características dos serviços.....	34
Quadro 4 - Comparativo entre bem material e serviço.....	35
Quadro 5 - Dimensões e fatores da qualidade dos serviços	37
Quadro 6 - Aspectos da Qualidade de Serviços Avaliados pelos Clientes.....	39
Quadro 7 - Concepções sobre Administração	60
Quadro 8 - Distribuição das questões em função das dimensões de qualidade.....	67
Quadro 9 - Interpretação dos resultados do Gap	73

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAA	Centro Acadêmico do Agreste
DNC	Diretrizes Curriculares Nacionais
DNC	Diretrizes Curriculares Nacionais
EAD	Ensino a Distância
ENADE	Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas
IES	Instituições de Ensino Superior
IFES	Instituições Federais de Educação Superior
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesq. Educacionais Anísio Teixeira
MEC	Ministério da Educação
NCV	Núcleo de ciências da Vida
NDC	Núcleo de Design e Comunicação
NICEN	Núcleo Interdisciplinar de Ciências Exatas e da Natureza
NT	Núcleo de Tecnologia
PNE	Plano Nacional de Educação
PPC	Projeto Pedagógico do Curso
PROAES	Pró-Reitoria para Assuntos Estudantis
PROEXC	Pró-Reitoria de Extensão e Cultura
REUNI	Reestruturação e Expansão das Universidades Federais
SIG	Sistemas Integrados de Gestão
SINAES	Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
TEA	Transtorno do Espectro do Autismo

TIC Tecnologia da Informação e Comunicação

UFPE Universidade Federal de Pernambuco

UNESCO Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UR Universidade do Recife

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
1.1	PERGUNTA DE PESQUISA.....	19
1.2	OBJETIVOS	19
1.2.1	Objetivo Geral	19
1.2.2	Objetivos específicos	19
1.3	JUSTIFICATIVA	20
1.4	ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO.....	21
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	23
2.1	QUALIDADE	23
2.1.1	Evolução Histórica da Qualidade	23
2.1.2	Conceito de Qualidade	27
2.1.3	Abordagens de David A. Garvin	29
2.1.4	Dimensões da Qualidade	31
2.2	SERVIÇOS	32
2.2.1	Conceito de Serviços	33
2.2.2	Características dos serviços	34
2.2.3	Dimensões da Qualidade em serviços	36
2.2.4	Qualidade em Serviços	38
2.3	AVALIAÇÃO DA QUALIDADE EM SERVIÇOS	40
2.3.1	Modelo dos cinco gaps	44
2.3.2	Escala Servqual	47
2.3.3	O modelo SERVPERF	49
2.4	INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE ENSINO SUPERIOR.....	50
2.4.1	Breve histórico acerca da criação das universidades no Brasil	50
2.4.2	Democratização e a importância do ensino superior	52
2.4.3	A covid-19 e as consequências para a educação no Brasil	53
3	METODOLOGIA	55
3.1	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	55
3.2	CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO DE CASO.....	56
3.2.1	Curso de Administração UFPE – CAA	59

3.2.2	Ensino remoto na UFPE	62
3.3	PARTICIPANTES DA PESQUISA	64
3.4	PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	65
4	ANÁLISES E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	68
4.1	ANÁLISE DO PERFIL DOS RESPONDENTES	68
4.2	ANÁLISE DAS DIMENSÕES DE QUALIDADE	73
4.2.1	Dimensão: Tangibilidade	73
4.2.2	Dimensão: Confiabilidade	75
4.2.3	Dimensão Presteza	77
4.2.4	Dimensão Segurança	79
4.2.5	Dimensão Empatia	81
4.3	ANÁLISE COMPARATIVA DAS DIMENSÕES	83
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	90
	REFERÊNCIAS	92
	APÊNDICE A - DISCENTES MATRICULADOS NO PERÍODO 2021.2	99
	APÊNDICE B - ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO ELETRÔNICO	100
	APÊNDICE C – AVALIAÇÃO DO GRAU DE EXPECTATIVA	103
	APÊNDICE D – AVALIAÇÃO DO GRAU DE PERCEPÇÃO	106

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a participação do setor de serviços na economia mundial vem aumentando, impactando a sua forma de atuação, gerando riquezas e empregos (CARVALHO e PALADINI, 2012). De acordo com dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), o setor de serviços em 2021 cresceu 10,9% comparado ao ano anterior, esses dados evidenciam a forte presença dos serviços frente aos outros setores (IBGE 2021).

Os serviços educacionais cresceram nos últimos anos, segundo os dados do Censo da Educação Superior 2019 realizado pelo INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira) existem no país 2.608 instituições de educação superior, dessas, 2.306 são privadas e 302 são públicas.

Os serviços educacionais entregues com qualidade são de extrema importância para a visibilidade das Instituições de Ensino Superior (IES). As IES públicas necessitam concorrer entre si e com as universidades privadas, por recursos financeiros, projetos, por estudantes (clientes), por notoriedade, entre outros atributos. Um dos maiores problemas das Instituições de Ensino Superior (IES) é a evasão estudantil, os estudantes que iniciam e não concluem sua graduação ocasionam desperdícios sociais, acadêmicos e econômicos (SILVA FILHO et al., 2007). Os autores ressaltam ainda que um dos principais fatores que desestimula os estudantes são suas expectativas em relação a sua formação e a integração com a instituição.

Dessa forma torna-se essencial uma reflexão sobre a qualidade do serviço educacional ofertados aos discentes, quais são as expectativas e as percepções em relação a este serviço, suas necessidades e desejos.

Para Tormen-Ferreira et al. (2021), lidar com as expectativas, com a satisfação ou insatisfação dos clientes é imprescindível, independente do segmento de atuação, a satisfação do cliente e a qualidade do serviço são elementos essenciais à sobrevivência das empresas e a qualidade percebida pelo cliente tem se tornado um grande diferencial no ganho da concorrência.

O cenário da pandemia da covid-19 e as quarentenas causou o fechamento das instituições de ensino mundialmente (UNESCO, 2020b). Essa medida aliada ao distanciamento social colaborou para a contenção do avanço do vírus, viabilizando o controle da propagação da COVID-19 (BRUIN et al., 2020).

No Brasil o Ministério da Educação (MEC) publicou no Diário Oficial da União a portaria Nº. 343/2020, que dispõe sobre a substituição das aulas presenciais por aulas em meios digitais enquanto durar a situação de pandemia do novo Corona vírus - COVID-19 (BRASIL, 2020).

As IES de diferentes regiões do país tiveram que reinventar sua forma de ensinar, readequando os processos, utilizando ferramentas tecnológicas com o objetivo de ofertar o ensino a distância de qualidade. Essa migração de modalidade de ensino presencial para ensino remoto embora crescente no Brasil, não fazia parte da realidade dos estudantes das Universidades Federal, assim os discentes mudaram a maneira de consumirem os serviços educacionais, os professores também tiveram que se adaptar à nova realidade e juntamente com a gestão das IES, buscaram minimizar os impactos da COVID-19 na comunidade acadêmica.

Frente aos inúmeros desafios gerados por essa nova realidade, as IES precisam elaborar políticas públicas para diminuir a evasão e abranger todos de forma inclusiva, viabilizando novos recursos, a fim de assessorar os estudantes, em especial os socialmente vulneráveis, visando diminuir essa desigualdade digital e garantir acessibilidade de todos ao ensino remoto.

O presente trabalho não tem por objetivo avaliar a qualidade do ensino oferecido ou nortear práticas educacionais, e sim está correlacionada a gestão da educação e dos serviços do modelo atual de ensino remoto. Para avaliar o ensino existem avaliações específicas realizadas pelo MEC através do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), que desde 2005 aplica o Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (ENADE) para avaliar o ensino Superior brasileiro baseado nas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) do respectivo curso de graduação (CORTELAZZO et al., 2021).

Desse modo, este trabalho propõe-se identificar e avaliar o nível de qualidade do serviço educacional do curso de administração de uma Universidade Pública Federal, através da percepção de qualidade do serviço pela ótica dos discentes. Para isso será utilizado o modelo SERVQUAL (*Service quality* – Qualidade do Serviço) que envolve a teoria dos gaps e as cinco dimensões da qualidade, que são confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e tangibilidade (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985).

1.1 PERGUNTA DE PESQUISA

O Cenário de pandemia da covid-19 acelerou drasticamente a necessidade das Universidades de evoluir sua capacidade de resposta aos desafios impostos pelas restrições, migrando para o Ensino Remoto, portanto, este trabalho poderá vir a contribuir no entendimento da qualidade do serviço prestado de forma remota sobre as perspectivas dos discentes.

Com base nas informações apresentadas, a pergunta de pesquisa que embasa este estudo é a seguinte: Qual a percepção de qualidade do ensino superior remoto dos discentes do Curso de Administração da Universidade Pública Federal, orientados pela escala SERVQUAL?

1.2 OBJETIVOS

Apresentam-se a seguir os objetivos geral e específicos do estudo em questão.

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo central desta pesquisa é identificar e analisar a qualidade do serviço educacional superior na modalidade de Ensino Remoto por meio da aplicação do modelo SERVQUAL, aos discentes matriculados no curso de administração de uma IES pública federal, no período 2021.2.

1.2.2 Objetivos específicos

Para maior compreensão do objetivo geral citado, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos:

- Realizar uma Fundamentação Teórica sobre serviços, qualidade e a ferramenta SERVQUAL;
- Desenvolver uma versão modificada da escala SERVQUAL para aplicação e mensuração da qualidade da modalidade de Ensino Remoto;

- Identificar quais são as expectativas dos discentes em relação aos serviços.
- Verificar quais são as percepções dos discentes quanto à qualidade dos serviços.
- Avaliar a qualidade dos serviços percebida pelos usuários dos serviços da IES;
- Propor melhorias aos serviços prestados;

1.3 JUSTIFICATIVA

De acordo com o INEP (2019) entre 2009 e 2019 houve um aumento de 43,7% na matrícula do ensino superior, atingindo cerca de 8,6 milhões de estudantes matriculados, as IES privadas têm uma participação de 75,8% (6.523.678) no total de matrículas de graduação. A rede pública, portanto, participa com 24,2% (2.080.146). Os resultados do Censo da Educação Superior de 2019 mostram que houve uma queda de - 3,1% no número de concluintes entre 2018 e 2019 na rede pública (INEP, 2019).

Considerando as medidas de enfrentamento da COVID-19, com o fechamento das instituições de ensino, as organizações estão enfrentando vários desafios educacionais que impactam diretamente a vida dos estudantes (UNESCO, 2020b).

Do ponto de vista prático, o corrente trabalho de pesquisa busca obter informações sobre a qualidade do ensino remoto ofertado pela IES pública durante o período de pandemia e tem como propósito ser um possível instrumento de orientação para a gestão organizacional, possibilitando gerar planos de ação no intuito de que a IES reorganize suas estratégias diante das mudanças que estão acontecendo, acompanhando de forma rápida às novas demandas, buscando melhorias na estrutura, nos processos, na forma de gerir e de se comunicar, sendo fundamental essa inovação para diminuir a evasão e garantir competitividade e a melhoria da qualidade do curso de administração.

Do ponto de vista acadêmico, a literatura é unânime sobre a importância da qualidade de serviços nas IES, no entanto é desafiador para profissionais e pesquisadores ter um instrumento adequado, por conta da complexidade do ensino superior em relação a outros serviços, sobretudo no entendimento das necessidades dos estudantes, para tanto é de extrema importância utilizar uma Ferramenta adequada para avaliar a qualidade dos serviços, para aumento da eficiência nas IES (BROCHADO, 2009; QUINN et al, 2009; TEEROOVENGADUM; KAMALANABHAN; SEEBALUCK, 2016).

Este estudo pretende usar a escala *Service Quality Gap Analysis* (SERVQUAL),

criada por Zeithaml, Parasuraman e Berry (1985) que após diversas pesquisas, desenvolveram uma ferramenta para avaliação da mensuração da qualidade dos serviços, fundamentada na percepção dos clientes, comparando o que desejavam e o que realmente foi obtido na prestação do serviço. (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988) esta escala é extensamente utilizada e citada em estudos no ambiente das IES (CLEWES, 2003), no intuito de mensurar a percepção da qualidade de serviços dos discentes em relação à Universidade, onde serão questionadas suas expectativas e percepção em relação ao serviço educacional remoto.

A motivação para a pesquisa do tema surgiu devido à necessidade de migrar do sistema presencial para o ensino remoto durante o período de pandemia, de forma abrupta, impactando drasticamente a forma de consumo do serviço educacional.

Portanto decidiu-se realizar este estudo na Universidade Federal de Pernambuco de Ensino Superior, para observar a qualidade do serviço, no intuito de fornecer indicadores que poderão contribuir para possíveis melhorias na gestão acadêmica, proporcionando o fortalecimento das IES, que segundo Abel e Deitz (2011) são de grande importância para a região em que estão inseridas, gerando maiores níveis de capital humano, garantindo a formação de mão de obra qualificada, gerando desenvolvimento na economia e favorecendo maior nível de atividade econômica da região.

A escolha dos discentes do curso de Administração foi feita tendo como critério a ementa da disciplina, que estudam temas relacionados às áreas de gestão de qualidade, dessa forma teriam mais conhecimentos acadêmicos sobre o tema, podendo dar sua opinião de forma criteriosa.

1.4 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

Este estudo está organizado em cinco capítulos:

- Capítulo 1: trata da Introdução, são apresentados o objetivo geral, objetivos específicos e justificativa.
- Capítulo 2: Dedicar-se a uma revisão da literatura, uma fundamentação teórica sobre serviços, serviço de ensino superior, qualidade, qualidade em serviços e o SERVQUAL.
- Capítulo 3: Detalha os procedimentos metodológicos.

- Capítulo 4: Apresenta os resultados e discussões baseados na coleta de Dados.
- Capítulo 5: Detalha as considerações finais, contendo as conclusões, contendo as limitações da investigação e sugestões para futuros estudos semelhantes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo aborda os principais conceitos e o referencial teórico que foi relevante para estruturação da pesquisa, descreve sobre: Qualidade, Evolução Histórica de Qualidade, Conceito de Qualidade, Abordagens de Garvin, Dimensões da Qualidade, Serviços, Características dos Serviços, Qualidade em Serviço, Avaliação da Qualidade em Serviços e Instituições Públicas de Ensino Superior.

2.1 QUALIDADE

Esta seção apresenta uma explanação sobre a importância da qualidade, evolução Histórica de Qualidade, Conceito de Qualidade, abordagens de Garvin e as Dimensões da Qualidade.

Atualmente a qualidade é uma importante arma competitiva para as organizações independente do ramo de atuação, a imagem da organização é estruturada em determinados fatores como: qualidade, confiabilidade, entrega e preço, estrategicamente a qualidade é o aspecto mais importante das organizações (MARTINELLI, 2009).

Assim, pode-se afirmar que a importância da qualidade na contemporaneidade é garantir a busca pela excelência dos serviços ofertados de forma sistêmica. Em linhas gerais, qualidade é atender as necessidades específicas do consumidor, de maneira satisfatória, atendendo as exigências, cumprindo as funções, requisitos e especificações para o qual o produto ou serviço foi criado, desta forma o termo qualidade é subjetivo, vai se modificar de acordo com cada indivíduo (MARTINELLI, 2009).

Segundo Kotler e Armstrong (2003, p. 45)

Para serem bem-sucedidas no atual mercado competitivo, as empresas devem estar voltadas para o cliente – conquistando-o dos concorrentes e mantendo-o por lhe entregar valor superior. Mas, para poder satisfazer os consumidores, a empresa deve antes entender suas necessidades e desejos.

2.1.1 Evolução Histórica da Qualidade

Ao longo da história o conceito de qualidade foi avançando, as empresas passaram a cultivar uma consciência da importância do tema, pautando suas ações no compromisso com a

qualidade, para melhor compreensão do tema qualidade é necessário compreendermos os momentos históricos, o que nos permite interpretar seu conceito e seu desenvolvimento ao longo da evolução da humanidade (LOBO, 2019).

Desde o início da civilização Humana o homem buscou por qualidade, a exemplo as pirâmides do Egito com cálculos matemáticos precisos, as artes gregas, obras de engenharia Romana, todos demonstram a busca por qualidade. (KALTENECKER, 1995)

Segundo Carvalho e Paladini (2012) uma das classificações em relação à evolução da qualidade no tempo mais aceita é a proposta por David Garvin que classifica a qualidade em quatro eras, Inspeção; Controle Estatístico da Qualidade; Garantia da Qualidade e Gestão da Qualidade. Estão descritas no Quadro 1 as características básicas das quatro eras da qualidade:

Quadro 1 – Eras da qualidade

Características Básicas	Interesse principal	Visão da Qualidade	Ênfase	Métodos	Papel dos profissionais da qualidade	Quem é o responsável pela qualidade
Inspeção	Verificação.	Um problema a ser resolvido.	Uniformidade do produto.	Inspeção, de medição.	Inspeção, classificação, contagem, avaliação e reparo.	O departamento de inspeção.
Controle Estatístico do Processo	Controle.	Um problema a ser resolvido.	Uniformidade do produto com menos inspeção.	Ferramentas e técnicas Estatísticas.	Solução de problemas e a aplicação de métodos estatísticos.	Os departamentos de fabricação e engenharia (o controle de qualidade).
Garantia da Qualidade	Coordenação.	Um problema a ser resolvido, mas que é enfrentado proativamente.	Toda cadeia de fabricação, desde o projeto até o mercado, e a contribuição de todos os grupos funcionais para impedir falhas de qualidade.	Programas e sistemas.	Planejamento, medição da qualidade e desenvolvimento de programas.	Todos os departamentos, com a alta administração se envolvendo superficialmente no planejamento e na execução das diretrizes da qualidade.
Gestão Total da Qualidade	Impacto estratégico.	Uma oportunidade de diferenciação da concorrência.	As necessidades de mercado e do cliente.	Planejamento estratégico, estabelecimento de objetivos e a mobilização da organização.	Estabelecimento de metas, educação e treinamento, consultoria a outros departamentos e desenvolvimento de programas.	Todos na empresa, com a alta administração exercendo forte liderança.

Fonte: Carvalho (2012, p. 8) Adaptado de Garvin, 1992.

Na era da inspeção que ocorreu antes da Revolução Industrial, o foco do controle da qualidade era o produto produzido, o artesão era responsável pela fabricação do produto e inspeção do mesmo a fim de encontrar possíveis defeitos, levando em consideração os padrões da época e que ainda não havia metodologia para fabricação (OLIVEIRA, 2020). O cliente explicava seus desejos e então o artesão procurava atender suas necessidades, desta forma suas vendas dependiam da sua reputação de qualidade que era divulgada boca a boca de acordo com a satisfação do cliente (CARVALHO e PALADINI, 2012).

Após a Revolução Industrial houve a reestruturação das linhas de fabricação, dando início à padronização e a produção em larga escala, abrindo espaço para o modelo de Administração Taylorista ou Administração Científica, surgindo a função do inspetor, com compromisso de zelar pela qualidade dos produtos, as necessidades dos clientes eram direcionadas a concepção do produto, só depois de 1930 com o desenvolvimento das ferramentas de controle estatístico do processo, dos sistemas de medidas e do surgimento de normas específicas, o controle de qualidade evoluiu.(CARVALHO e PALADINI, 2012).

No período da Segunda Guerra Mundial, as conquistas do controle estatístico da qualidade se difundiram, mas foi no período pós-guerra que um novo ciclo surgiu, a Era da Garantia de qualidade, fomentada pelo crescimento e complexidade dos produtos evoluiu de um método de controle para um método de gerenciamento (VERAS, 2009).

Em 1945 surgiu a primeira associação de profissionais da área de qualidade – a *Society of Quality Engineers*, no ano seguinte em 1946 a *American Society for Quality Control (ASQC)*, atualmente *American Society for Quality (ASQ)*, com a participação Joseph M. Juran. Posteriormente na década de 1950, foi criada a associação japonesa de cientistas engenheiros, a JUSE (*Japan Union of Scientists and Engineers*), na mesma época Armand Feigenbaum foi o primeiro a tratar a qualidade de forma sistêmica nas organizações, formulando o sistema de Controle da Qualidade Total (*TQC – Total Quality Control*). Em 1957, Philip B. Crosby lançou os elementos que criaram o programa Zero Defeito, nesse mesmo período também foi criado o modelo japonês, que tinha forte orientação estatística e foco no controle da qualidade (CARVALHO e PALADINI, 2012).

Em meados de 1987 durante o processo de globalização, foi desenvolvido o modelo normativo da ISO (*International Organization for Standardization*) visando a Gestão da Qualidade que é a série 9000, posteriormente em 2000 aconteceu a revisão da série, adotando

uma visão de Gestão da Qualidade e não apenas de garantia, introduzindo elementos da gestão por diretrizes e por processos, focando no cliente. (CARVALHO e PALADINI, 2012).

Carvalho e Paladini (2012) apontam os elementos da Gestão da Qualidade Moderna, que é a gestão integrada dos sistemas de qualidade e das normas de sustentabilidade, através da gestão integrada, composto das normas ISO 9000 e ISO 14000, ISO 26000 de responsabilidade social e da OHSAS 18000 de saúde e segurança ocupacional. Os Sistemas Integrados de Gestão (SIG) integram, portanto, a perspectiva ambiental, a da saúde e da segurança ocupacional, além da responsabilidade social à gestão da qualidade.

Figura 1- Ondas da Gestão da Qualidade



Fonte: CARVALHO e PALADINI, 2012 pag. 7

Atualmente, ocorre a era da qualidade total, houve uma evolução da visão da qualidade, deixando de dar ênfase apenas a uniformidade do produto evoluindo sua gestão de qualidade para as necessidades e expectativas do consumidor, evidenciando a importância da satisfação do cliente, para que a organização se mantenha competitiva e se diferencie frente a concorrência. A gestão de qualidade total impacta o planejamento estratégico das empresas, delineando os objetivos e promovendo o engajamento de todos *Stakeholders*, sendo necessário conduzir a organização de forma sistêmica, considerando todos os níveis da

empresa. (OLIVEIRA, 2020)

2.1.2 Conceito de Qualidade

Na literatura o conceito de qualidade é bastante discutido, não existe uma definição universal para qualidade. Os precursores da qualidade Joseph M. Juran, Philip B. Crosby, Walter A. Shewhart, William Edwards Deming, Armand V. Feigenbaum, Genichi Taguchi, Kaoru Ishikawa, entre outros, são considerados os grandes mestres da gestão da qualidade e descreveram em seus trabalhos alguns princípios fundamentais.

Perez et al. (2016), elaborou uma pesquisa buscando conceituar sobre as definições da qualidade que levou a construção do quadro 2 com as principais definições da qualidade que colaboraram para o entendimento da qualidade nos dias atuais:

Quadro 2- Definições de qualidade

Autor	Definição
Juran (1990, 1992)	É um processo que deve ser aplicado continuamente com uma excelente coordenação para que seja eficaz. O produto ou serviço devem ser apropriado de forma a atender as expectativas do cliente. Sua trilogia (Planejamento; Controle e Melhoria;) possibilita uma excelente qualidade.
Fitzsimmons e Fitzsimmons (2010)	Definida sob três perspectiva: – Qualidade surpreendente: quando excede as expectativas do cliente; – Qualidade satisfatória: as expectativas do cliente são atendidas normalmente; – Qualidade inaceitável: as expectativas do cliente não forem atendidas.
Campos (2004); Abari, <i>et al.</i> , (2011)	É um critério estável que indica um produto ou serviço que atende as necessidades do consumidor de forma segura, confiável e no prazo estabelecido.
Crosby (1979, 1988); Deming (2003); Carpinetti (2012)	É quando o produto é isento de defeitos. Para isso, todos da organização devem estar cientes da necessidade de terem processos isentos de erros e fazer sempre melhorias no processo.
Feigenbaum (1994); Pinto e Alves (2012)	É a exigência do consumidor após ele adquirir conhecimento sobre o produto.
Ishikawa (1993); Alvez e Paulista (2014)	É vista como uma evolução do modo administrativo que exige uma mudança na maneira de pensar e de agir de todos os integrantes do sistema e, principalmente, da alta administração.
Mendonça <i>et al.</i> , (2012)	É a satisfação do cliente ao adquirir um produto ou serviço atraído por suas características determinadas.
Oakland (1994, citado por Gobis e Campanatti, 2012)	É o objetivo de todas as organizações e o melhor modo de vencer competitividade, onde todas precisam da qualidade como meio para ganhar sempre novos clientes.
Lins, Nunes e Lima, (2009)	É o fator decisivo que há no mercado competitivo para determinar a existência, permanência e manutenção de uma organização.
Rothery (1993); Anacleto, Paladini e Campos (2014)	É determinada pela característica que faz com que um produto seja projetado e fabricado para executar a função designada.
Vlănceanu, Grunberg e Parlé (2009)	É o esforço feito para atender as especificações tendo como foco o processo em andamento, considerando-se sempre como objetivo e missão da organização.
Garvin (1992); Mainardes, Lourenço e Tontini (2010)	Definida por meio de cinco formas: – Qualidade transcendental; – Qualidade centrada no produto; – Qualidade com base no valor; – Qualidade considerada pela produção; – Qualidade do ponto de vista do consumidor.
Meredith e Shafer (2002)	Produção com baixo preço, satisfazendo as necessidades do cliente e tornando a empresa cada vez mais competitiva no mercado.
Maianardes, Lourenço e Tontini (2010)	Definida sob duas visões: – Internamente, contribuindo para a redução de desperdício, aumento de produtividade e ausência de defeitos; – Externamente, facilitando a conquista e manutenção de clientes.
Dambrós <i>et al.</i> , (2011); Pelissari <i>et al.</i> , (2011)	Pode ser entendida como um conjunto de valores com intuito de satisfazer seus clientes, porém o esforço da organização para compreender as variáveis que influenciam direta ou indiretamente na satisfação de seu cliente e desenvolver ações voltadas para seu público alvo.

Fonte: Perez et al. (2016, p. 4).

Mesmo existindo diversas definições sobre qualidade é fundamental as organizações compreenderem o conceito de qualidade, para que possa desenvolver o papel estratégico na organização (GARVIN, 2002).

Segundo Silva (2006) definir qualidade requer uma visão sistêmica, a empresa deve

ser visualizada como um conjunto de subsistemas, trabalhando junto, como sistema Global, os funcionários devem estar envolvidos na qualidade do processo não apenas do produto.

A respeito de qualidade, Silva (2006, p. 34) afirma que:

“[...] A ênfase deve ser dada para otimizar o processo completo, e não para o desempenho local de uma única função. Como consequência pode-se afirmar que a abordagem sistêmica consiste em estudar a empresa como um sistema de *inputs* e *outputs*, que concentra sua análise nos processos, focalizam a administração na simplificação dos processos pelos quais os produtos são criados e na eliminação das tarefas que não agregam valor ao produto”.

2.1.3 Abordagens de David A. Garvin

David A. Garvin, professor na *Harvard Business School* da Universidade de Harvard nos Estados Unidos, no seu livro *Managing Quality*, Garvin (1988) considera que a qualidade pode ser definida através de diferentes abordagens. Caracterizou várias definições da qualidade em cinco abordagens, enquadrando quase todos os conceitos em pelo menos uma dessas abordagens que são: transcendental, baseada em manufatura, baseada no usuário, baseada no produto e a baseada no valor. (SILVA, 2006).

Veras (2009) cita em seu estudo as abordagens realizadas por Garvin, conforme descritas abaixo:

- **Abordagem Transcendental:** Esta abordagem dá ênfase aos atributos do produto, são padrões que implicam para que o produto se torne aceitável, não pode ser medida com precisão, é caracterizada pela experiência. Veras cita como exemplo os conceitos:

“... uma condição de excelência que implica em ótima qualidade, distinta de má qualidade... Qualidade é atingir ou buscar o padrão mais alto em vez de se contentar com o mal feito ou fraudulento”. (TUCHMAN, 1980, p. 38, apud VERAS, 2009, p. 6).

"Qualidade não é uma ideia ou uma coisa concreta, mas uma terceira entidade independente das duas... Embora não se possa definir qualidade, sabe-se o que ela é" (PIRSIG, 1974, p. 185, apud VERAS, 2009, p. 6).

- **Abordagem baseada na produção:** Esta abordagem está ligada a produção, produzindo um produto que atenda às suas especificações de projeto, que esteja em um padrão de qualidade planejado, evitando erros e retrabalho. Veras menciona os conceitos como exemplo:

"Qualidade é o grau em que um produto específico está de acordo com o projeto ou especificação" (GILMORE, 1974, p. 16, apud VERAS, 2009, p.6).

"Qualidade é a conformidade do produto às suas especificações." (CROSBY, 1979, p.15 apud VERAS, 2009, p. 6).

• **Abordagem baseada em produto:** Esta abordagem refere-se ao produto, tem características que são requeridas para satisfazer ao cliente. É uma variável precisa e mensurável, a diferença da qualidade está ligada a quantidade de atributos de um produto. Conceitos citados como exemplo pelo autor:

"As diferenças na qualidade correspondem às diferenças na quantidade de alguns ingredientes ou atributos desejados" (ABBOTT, 1955: 126-27, apud VERAS, 2009, p. 7).

"Qualidade refere-se às quantidades de atributos inestimáveis, contidos em cada unidade do atributo estimado" (LEFFLER, 1982: 67, apud VERAS, 2009, p.7).

• **Abordagem baseada em valor:** Esta abordagem trata a relação do preço, em ser aceitável para o cliente e o desempenho do mesmo atende às suas necessidades. Veras (2009) cita como exemplo os seguintes conceitos:

"Qualidade é o grau de excelência a um preço aceitável e o controle da variabilidade é um custo razoável" (BROH, 1982: 3, apud VERAS, 2009, p 7).

"Qualidade quer dizer o melhor para certas condições do cliente. Essas condições são o uso e o preço de venda do produto". (FEIGENBAUM, 1961:1, apud VERAS, 2009, p 7).

• **Abordagem baseada no usuário:** Esta abordagem trata as qualidades como características que satisfazem melhor as necessidades dos clientes, quanto mais satisfeitos, maior o grau de qualidade do produto ou serviço. Para caracterizar esta abordagem o Veras (2009) cita como exemplo os seguintes conceitos:

"A qualidade é o grau com o qual um produto específico atende às necessidades dos consumidores específicos " (GILMORE, 1974: 16, apud VERAS, 2009, p.7).

"Qualidade é adequação ao uso" (JURAN, 1974: 2-2, apud VERAS, 2009, p. 7).

2.1.4 Dimensões da Qualidade

David Garvin (1987) propôs o conceito das oito dimensões da gestão da qualidade do produto, com o objetivo facilitar a compreensão do conceito da qualidade em dimensões gerenciáveis, colaborando para que as organizações possam traçar seu posicionamento de forma estratégica facilitando a gestão da qualidade (LOPES, 2014)

A contribuição de David Garvin para evolução do conceito de qualidade foi substancial, pois seu trabalho possibilita que gestores, trabalhadores e até mesmo os clientes analisem questões de qualidade de forma mais precisa, proporcionando um debate mais amplo sobre qualidade, podendo identificar as dimensões de qualidade prioritárias ao invés de ter um propósito genérico de melhoria da qualidade (GOMES, 2004).

Neste sentido Suarez (2015) ressalta que as “Oito Dimensões da Qualidade” de Garvin são plenamente válidas e aplicáveis e que possuem uma visão multifacetada e abrangente. Suarez (2015) cita em seus estudos uma revisão das oito dimensões de qualidade mantendo o pensamento original de David A. Garvin, conforme descritas abaixo:

- **Desempenho:** São as características funcionais primárias de um produto, seus requisitos técnicos concretos. Inclui a acessibilidade ao produto, disponibilidade e oportunidade, facilidade de uso e contato. Estes atributos são considerados críticos para Cliente, de tal modo que não atendê-los implica em sua rejeição ou devolução imediata.
- **Características:** São atributos secundários, aspectos complementares ao funcionamento básico do produto. Elas agregam valor ao produto mas não são exigências explícitas do cliente. São incluídos os requisitos à Logística, ao Sistema de Produção e Operação, ao Processo de comercialização, bem como apoio e orientação ao uso adequado e seguro.
- **Conformidade:** Trata da capacidade ou grau em que o projeto e produção de um produto atendem a padrões pré-estabelecidos ou conhecidos “a priori”. Padrões abrangem especificações, procedimentos, regras, normas, leis e regulamentos, externos ou próprios ao

fornecedor, aplicáveis ao produto. Isto inclui códigos morais, éticos, ambientais, de segurança, de saúde e quaisquer outros reconhecidos pelo Cliente, sejam formais ou não.

- **Confiabilidade:** Reflete a probabilidade ou nível de interrupções inesperadas, mau funcionamento ou falha do produto. Seria a capacidade de um bem durável para manter suas funcionalidades por certo período de tempo, de continuar a funcionar ou de realizar-se de modo regular e consistente durante sua vida útil prevista.
- **Durabilidade:** É uma medida da duração da vida ou da quantidade de uso possível de um produto. Enfim, o tempo decorrido até a deterioração do produto, momento em que o reparo seria impossível por razões técnicas ou econômicas. A vida do produto pode incluir possíveis reparos, desde que sejam econômicos e tecnicamente viáveis, além de satisfatoriamente aceitáveis somente caso não ocorram múltiplas falhas ou perda de funções essenciais mesmo que por breve período.
- **Atendimento:** É uma avaliação da interface do cliente com o produto, em todos as fases do processo e momentos de contato. Desde as etapas de cotação ou busca de informações, estendendo-se durante o uso e alcançando atividades de pós-venda como assistência técnica e garantia do produto. São aspectos de atendimento tais como a disponibilidade, presteza, escuta, disposição, cortesia, afabilidade, empatia, reatividade, competência, responsabilização, comunicação.
- **Estética:** Abrange os aspectos estéticos, sensoriais e emocionais ligados ao produto e estrutura de entrega. Centrando a questão no Cliente, trata-se da aparência do produto: odor, tato, sabor ou ruídos e do ambiente de entrega do produto: instalações, atmosfera, máquinas, pessoas e meios de comunicação.
- **Qualidade Percebida:** Trata-se da expectativa do Cliente em relação a um produto, construída a partir de sua percepção, estado de espírito e a imagem da marca, do fornecedor, como resultado da propaganda ou de sua experiência pessoal com outro produto da mesma companhia. Certas marcas constroem uma imagem tão forte e positiva que seu impacto alcança todo e qualquer tipo de produto que ele ofereça.

2.2 SERVIÇOS

Esta seção apresenta uma explanação sobre o Conceito de Serviços, Características de Serviços, Qualidade em Serviços e Avaliação da Qualidade em Serviços.

2.2.1 Conceito de Serviços

Definir serviços é uma árdua tarefa para os pesquisadores da área de administração, Johnston e Clark (2002) em seus estudos afirmam que mesmo após anos de pesquisas, os acadêmicos não concordam plenamente sobre o que é serviço. O conceito de serviço ao longo da história foi sofrendo variações sutis, diversos autores conceituaram o termo serviços, de acordo com suas perspectivas, por isso não existe uma única definição, cada uma traz suas limitações e seus benefícios (OLIVEIRA; XAVIER, 2020).

De forma objetiva, para Zeithaml (2014, p. 4) “serviços são atos, processos e atuações oferecidos ou coproduzidos por uma entidade ou pessoa, para outra entidade ou pessoa”.

Na visão de Kotler e Keller (2006, p.397), “serviço é qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta de propriedade de nada, e a execução de um serviço pode ou não estar relacionada a um produto concreto”.

De forma complementar Carvalho e Paladini (2012, p. 328) propõe três definições de serviços, são elas NBR ISO9004-2, seguida por Peter Hill e de Philippe Zarifian:

“Serviço: resultado gerado por atividades na ‘interface entre fornecedor e cliente’ e por atividades internas do fornecedor para atender às necessidades do cliente.”

“Um serviço pode ser definido como uma ‘mudança’ na condição de uma pessoa ou de um bem pertencente a um agente econômico, que vem à baila como resultado da atividade de outro agente econômico, por acordo prévio, ou seja, solicitação da pessoa ou agente econômico anterior.”

“Serviço é uma organização e uma mobilização, a mais eficiente possível, de recursos para interpretar, compreender e gerar a ‘mudança’ nas condições de atividades do destinatário do serviço.”

Baseada nestas definições o autor afirma que as atividades dos clientes na interface com o fornecedor são importantes na prestação de serviços, que a entrega ou uso de produtos tangíveis, tanto quanto a produção está vinculada ao serviço.

Deste modo, verifica-se que não existe um conceito Universal, contudo todas

apresentam as características de intangibilidade e o consumo simultâneo em comum. (FITZSIMMONS & FITZSIMMONS, 2014).

2.2.2 Características dos serviços

Os serviços têm características específicas em relação aos produtos, tendo como características fundamentais: a intangibilidade, sendo avaliados pelo desempenho e experiências do cliente, são heterogêneos sendo avaliados de forma diferente dependendo do fornecedor e do cliente, e a produção do serviço e seu consumo são inseparáveis, dificultado sua avaliação. (PARASURAMAN ET AL., 1988)

Complementarmente pode ser visto no Quadro 3, suas principais características nas perspectivas de alguns autores:

Quadro 3 - Características dos serviços

CARACTERÍSTICAS DE SERVIÇOS	AUTOR	DESCRIÇÃO
Intangibilidade	Zeithaml et al. (2014) Kotler e Keller (2006)	- Principal aspecto de caracterização do serviço. O que diferencia os processos produtivos de bens é a intangibilidade, que é a caracterização do serviço nas gerências de operações. - Ao contrário dos produtos físicos, os serviços não podem ser vistos, sentidos, ouvidos, cheirados ou provados antes de adquiridos.
Variabilidade	Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014) Kotler e Keller (2006)	- Na execução da operação de serviços, onde se propicia atenção pessoal, geram-se oportunidades de variações dos serviços. - Como dependem de por quem, onde e quando são fornecidos, os serviços são altamente variáveis

Percibilidade	Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014) Kotler e Keller (2006)	- A percibilidade é onde os serviços não podem ser mantidos, estocados, revendidos ou devolvidos. - A percibilidade dos serviços não é um problema quando a demanda é estável. Porém, quando a demanda oscila, as empresas prestadoras de serviços têm problemas.
Inseparabilidade	Spiller et al. (2011) Texeira et al. (2006)	- Para que haja habilidades de relacionamentos com os clientes, há a necessidade da assistência do fornecedor durante o processo (inseparabilidade entre serviço e fornecedor). - Há um processo de troca de benefícios entre o fornecedor e cliente. Diferente de um bem físico, nos serviços fica frente a frente os funcionários com o cliente, a produção e o consumo são feitas simultaneamente.

Fonte: MOURA, 2017

Com relação à intangibilidade, Meirelles (2006) reforça que o serviço é essencialmente intangível, sendo fundamental compreender que serviço é diferente de um bem ou de um produto, a natureza específica das atividades de serviço reside no fato de serem essencialmente realização de trabalho, independentemente das características formais do processo produtivo ou do produto resultante deste processo.

Para melhor compreensão o Quadro 4, mostra um comparativo entre bem material e serviço.

Quadro 4 - Comparativo entre bem material e serviço

Bem material	Serviço
Tangível	Intangível
Homogêneo	Heterogêneo

Produção e distribuição separadas do consumo	Processos simultâneos de produção, distribuição e consumo
Um objeto	Um processo ou atividade
Valor central produzido em uma fábrica	Valor central produzido em iterações comprador-vendedor
Os consumidores não participam no processo de produção	Os consumidores participam do processo de produção
Podem ser estocados	Não podem ser estocados
Há transferência de propriedade	Não há transferência de propriedade

Fonte: Carvalho (2005).

Para ser mais bem compreendido o conceito de serviços, Meirelles (2006) defende que serviço é essencialmente intangível, e só pode ser avaliado quando combinado com outros produtos e processos produtivos tangíveis, além de ser intocável, sendo que a prestação de serviço acontece junto ao consumo e de acordo com a demanda. (MEIRELLES, 2006)

2.2.3 Dimensões da Qualidade em serviços

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) nos seus estudos a partir de entrevistas, identificaram inicialmente 10 dimensões da qualidade utilizadas pelos clientes como critérios para julgar a qualidade dos serviços que lhes são prestados, são elas: a tangibilidade, confiança, sensibilidade, competência, cortesia, credibilidade, segurança, acessibilidade, comunicação e compreensão do cliente.

Posteriormente após estudos, Parasuraman et al. (1988) perceberam a correlação entre as dimensões e reduziram o número de dimensões pela metade, três delas continuaram: tangibilidade, confiabilidade e responsividade, as sete dimensões restantes foram inseridas em outras duas: garantia e empatia.

No Quadro 5, Parasuraman et al. (1988) descreve as cinco dimensões da qualidade relacionada aos fatores da qualidade dos serviços.

Quadro 5 - Dimensões e fatores da qualidade dos serviços

Dimensões	Fatores
Tangíveis	• Equipamento Moderno • Instalações visualmente agradáveis • Funcionários com apresentação agradável e profissional • Materiais associados aos serviços visualmente agradáveis
Confiabilidade	• Serviços oferecidos conforme o prometido • Confiabilidade na resolução de problemas e reclamações • Serviços realizados de forma correta pela primeira vez • Serviços oferecidos nos prazos prometidos • Registros mantidos sem erro
Responsividade (prontidão nas providências e respostas)	• Clientes mantidos informados sobre quando serviços serão realizados • Prontidão na realização dos serviços • Disposição para ajudar os clientes • Prontidão para responder às solicitações dos clientes
Segurança	• Funcionários que transmitem confiança ao cliente • Segurança transmitida ao cliente durante a compra • Funcionários frequentemente cordiais • Funcionários com conhecimento para responder às perguntas dos clientes
Empatia	• Clientes recebendo uma atenção individual • Funcionários que tratam os clientes de forma atenciosa • Interesse genuíno demonstrado em servir o cliente • Funcionários que compreendem as necessidades de seus clientes • Horário de funcionamento conveniente aos clientes

Fonte: Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988)

Dessa forma, visando buscar a excelência no serviço prestado a empresa precisa satisfazer as expectativas dos clientes. Segundo Zenone (2010, p. 2): “Os clientes estão cada vez mais exigentes, e informados, eles esperam que as empresas façam mais do que apenas

informá-los ou satisfazê-los, que possam conquistá-los cada vez mais, excedendo as suas expectativas, atingindo o encantamento.”

Neste cenário, cada vez mais exigente, torna-se imprescindível que todas as empresas façam o uso da qualidade para atender as necessidades dos seus clientes, como fator chave para obter vantagem competitiva. Kotler e Armstrong (2003, p. 45) enfatizam que:

“Para ser bem-sucedidas no atual mercado competitivo, as empresas devem estar voltadas para o cliente – conquistando-o dos concorrentes e mantendo-o por lhe entregar valor superior. Mas, para poder satisfazer os consumidores, a empresa deve antes entender suas necessidades e desejos.”

2.2.4 Qualidade em Serviços

Antigamente, era comum, empresas se desenvolverem sem dar a devida atenção à qualidade dos seus serviços e produtos, atualmente, houve significativa mudança nesta concepção, fazendo com que a qualidade represente uma das maiores vantagens no cenário internacional. Com a globalização, os padrões de qualidade interferem desde as pequenas empresas com atuações regionais, até as de maior porte de abrangência internacional, os consumidores não são limitados por barreiras geográficas, tornando o mercado cada vez mais competitivo (MÉLO, 2007).

As empresas precisam desenvolver um olhar amplo e sistêmico a respeito da qualidade, para isso é necessário entender que qualidade em serviço é diferente de um produto (MARTINS, 2005). Para maior entendimento sobre a qualidade de serviços, três características devem ser consideradas. A primeira característica é a intangibilidade, o fato dos serviços não serem físicos, dificultando sua mensuração, transporte e armazenamento. A segunda é a heterogeneidade, formado por diversos elementos e a dificuldade em garantir as expectativas das pessoas e o desempenho do serviço prestado, o que impede a padronização. A terceira e última característica é a inseparabilidade, trata da complexidade do controle gerencial sobre a qualidade verificada pelo cliente, pois a produção e a prestação de serviços são inseparáveis, sendo produzidas e consumidas simultaneamente (ARAÚJO; BERGIANTE, 2018).

Portanto a qualidade em serviços sofre variações de acordo com as necessidades e expectativas dos clientes, Las Casas (2013) cita que o serviço é capaz de proporcionar satisfação, assim para que se possa entender os serviços, se deve compreender que o mesmo

possui dois elementos de qualidade, o serviço propriamente dito e a forma como que é percebido pelo cliente.

Em relação ao serviço propriamente executado existem critérios que influenciam a qualidade dos serviços. Para os autores Ganesi e Corrêa (1994) a qualidade é dada pela comparação entre a percepção do serviço prestado e a expectativa do cliente, que sofre influência dos seguintes aspectos ligados à qualidade, conforme o quadro 6:

Quadro 6 - Aspectos da Qualidade de Serviços Avaliados pelos Clientes

VARIÁVEIS	DEFINIÇÕES
Consistência	Conformidade com experiência anterior; ausência de variabilidade no resultado ou processo.
Competência	Habilidade e conhecimento para executar o serviço. Relaciona-se com as necessidades “técnicas” dos consumidores.
Velocidade de Atendimento	Prontidão da empresa e seus funcionários sem prestar o serviço. Relaciona-se com o tempo de espera (real e percebido).
Atendimento/Atmosfera	Atenção personalizada ao cliente; boa comunicação; cortesia; ambiente.
Flexibilidade	Ser capaz de mudar e adaptar a operação, devido a mudanças nas necessidades do cliente, no processo ou no suprimento de recursos.
Credibilidade/Segurança	Baixa percepção de risco; habilidade de transmitir confiança.
Acesso	Facilidade de contato e acesso; localização conveniente; horas de operação.
Tangíveis	Qualidade e/ou aparência de qualquer evidência física (bens facilitadores, equipamentos, instalações, pessoal, outros consumidores)
Custo	Fornecer serviços a baixo custo.

Fonte: Ganesi e Corrêa (1994)

Sob a perspectiva da qualidade de serviço percebida pelo cliente forma-se um conjunto de fatores que fogem da capacidade de previsão sobre qualidade dos fornecedores de serviço. Zeithaml et al. (2014), afirmam que:

A qualidade depende de muitos fatores que não podem ser totalmente controlados pelo prestador de serviço, como a capacidade do cliente de expressar suas necessidades, a capacidade e a disposição da equipe de serviços para atender a estas necessidades, a presença (ou ausência) de outros clientes e o nível da demanda do serviço (ZEITHAML et al. 2014 p.22).

A figura 2 é uma representação da qualidade em serviços: a qualidade percebida é o resultado da percepção em relação às expectativas dos clientes, conforme visualizado:

Figura 2 - Qualidade em Serviços



Fonte: Giansesi e Corrêa (1994)

Em seus estudos Khoshraftar e Rozan (2014) cita a importância de serviços de qualidade na atração de novos clientes, além de manter a fidelização dos clientes existentes, reduzir os custos, melhorar a imagem da empresa e aumentar o lucro, expandindo a participação da empresa no mercado.

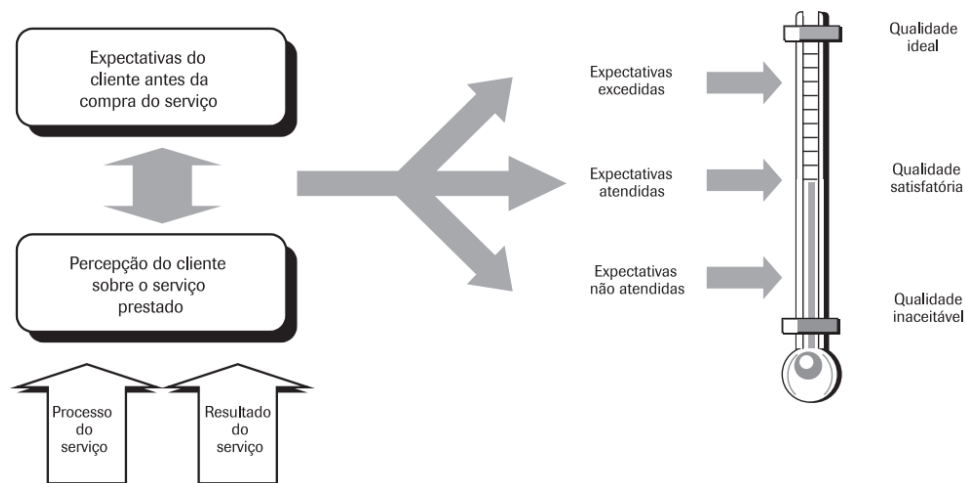
2.3 AVALIAÇÃO DA QUALIDADE EM SERVIÇOS

A avaliação da qualidade em serviços se torna mais complexa em relação ao produto físico, não podendo ser avaliada com antecedência, surge ao longo do processo, sendo difícil de mensurar e replicar além de resultar das atitudes e das percepções do cliente (YUEN; KUM; THAI, 2015).

A qualidade de Serviços está diretamente ligada à satisfação do cliente, a suprir suas necessidades, desejos e expectativas, seu caráter intangível dificulta a mensuração, cada oferta de serviço é única quando comparada a anterior, exigindo mais dos recursos humanos e da organização (OLIVEIRA; LEAL; FENERICH, 2013).

“A diferença entre resultados e expectativas é que vai fazer você ter um sentimento de satisfação ou insatisfação com o que consumiu. Se os serviços igualarem ou superarem as expectativas haverá satisfação. Se forem inferiores, haverá insatisfação. Quando o resultado supera a expectativa, diz-se que a empresa atingiu a excelência em serviços” (LAS CASAS, 2008, p. 6).

Figura 3 - A avaliação da qualidade do serviço



Fonte: Gianesi e Corrêa (1994).

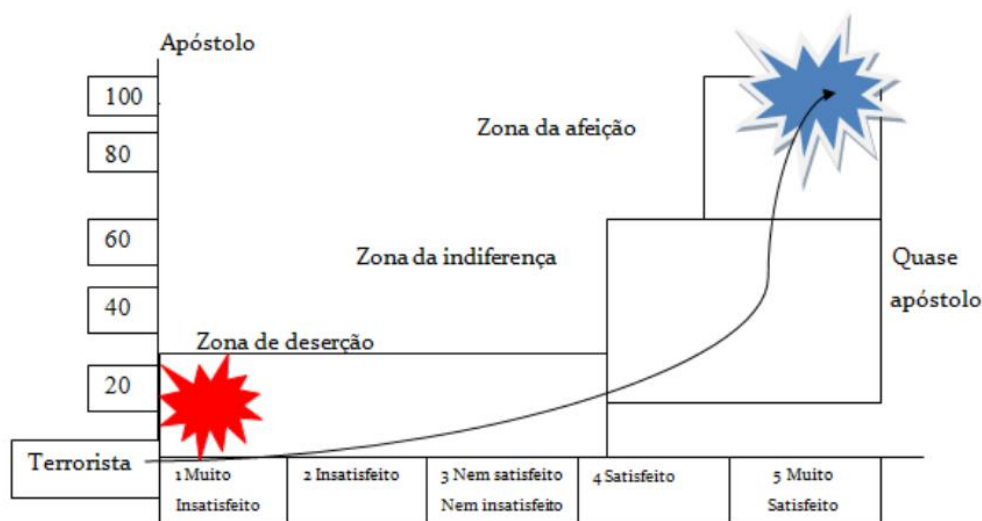
De acordo com Zeithaml et al. (2014), em um mercado altamente competitivo, um equívoco em compreender os desejos dos clientes pode significar o fracasso de um negócio, além de significar despesas e desperdícios de recursos. Assim as expectativas são:

As expectativas dos clientes são crenças acerca da execução do serviço que serve como padrões ou ponto de referência a fim de julgar o desempenho. Como os clientes compraram suas percepções do desempenho com estes pontos de referência ao avaliar a qualidade dos serviços, o conhecimento completo sobre a expectativa dos clientes é essencial aos profissionais do marketing de serviço. Conhecer as expectativas dos clientes é o primeiro e talvez o mais importante passo para execução do serviço de qualidade. (ZEITHAML et al. 2014 p.52).

Estudos mostram que existe uma ligação entre satisfação dos clientes e qualidade do produto/serviços e a lucratividade da empresa, quanto mais elevada a qualidade maior será a satisfação dos clientes, permitindo preços mais elevados e por muitas vezes custos menores aumentando a lucratividade (KOTLER E KELLER, 2006).

Lovelock e Wirtz (2006) afirmam que para criar fidelidade é importante que os níveis de satisfação dos clientes sejam altos, conforme a Figura 4:

Figura 4 - A relação satisfação/fidelidade de clientes



Fonte: Adaptado de LOVELOCK e WIRTZ; 2006 p. 308.

Os autores afirmam que a chave para a verdadeira fidelidade está na satisfação superior dos clientes (ou seja, nos clientes muito satisfeitos), tendo maior probabilidade de se tornarem defensores leais de uma empresa, concentrando suas compras em apenas um fornecedor e fazendo um trabalho de boca a boca positivo, já a insatisfação tende a afastar os clientes e gera desconfiança. Uma experiência positiva entre provedor de serviços e clientes cria valor para os clientes, inspira mais confiança, oferece benefícios sociais e proporciona um tratamento individualizado (LOVELOCK e WIRTZ; 2006).

Paiva (2013) salienta a relevância de conhecer as características e qualidade dos serviços diante de um mercado competitivo, para que possa de forma assertiva escolher a empresa prestadora de serviço que atenda de forma adequada suas necessidades.

Dessa forma é importante o monitoramento e avaliação da qualidade em serviços de modo contínuo utilizando os modelos e ferramentas existentes, para que possa planejar as estratégias de forma mais assertiva, intervindo quando necessário como também monitorando as ações, contribuindo para que a organização seja mais efetiva (PENA et al. 2013).

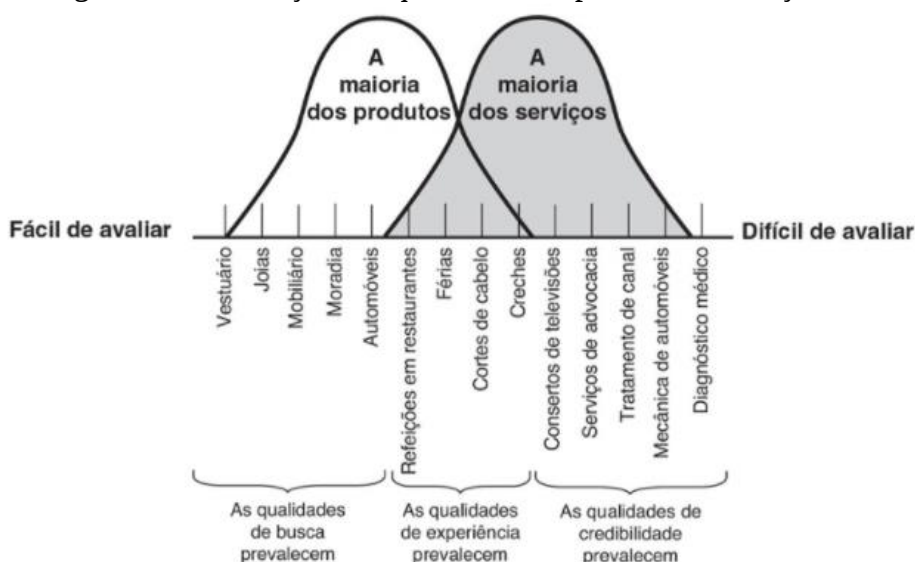
De acordo com Zeithaml et al. (2014), uma forma de estimar as diferenças nos processos de avaliação entre bens e serviços são: as qualidades relativas à busca, relativas à experiência e relativa à credibilidade. Segundo os autores:

- **Relativas à busca:** são características tangíveis, como preço, cores, estilo, tamanho, que são mais fáceis de avaliar.

- **Relativas às experiências:** são características que só podem ser avaliadas após a compra e consumo, que incluem confiabilidade, sabor, ao prazer, são mais difíceis de avaliar.
- **Relativas à credibilidade:** são as mais difíceis de avaliar porque o cliente pode não ter conhecimento técnico suficiente para avaliar a qualidade específicas do serviço mesmo após o uso.

Pode-se observar na figura 5 que a maioria dos bens de consumo fica ao lado esquerdo da escala e a maior parte dos serviços fica do lado direito, reforçando a dificuldade de avaliar os serviços, principalmente antes do consumo (ZEITHAML et al. 2014 p.24).

Figura 5 - A avaliação das qualidades de produtos e serviços



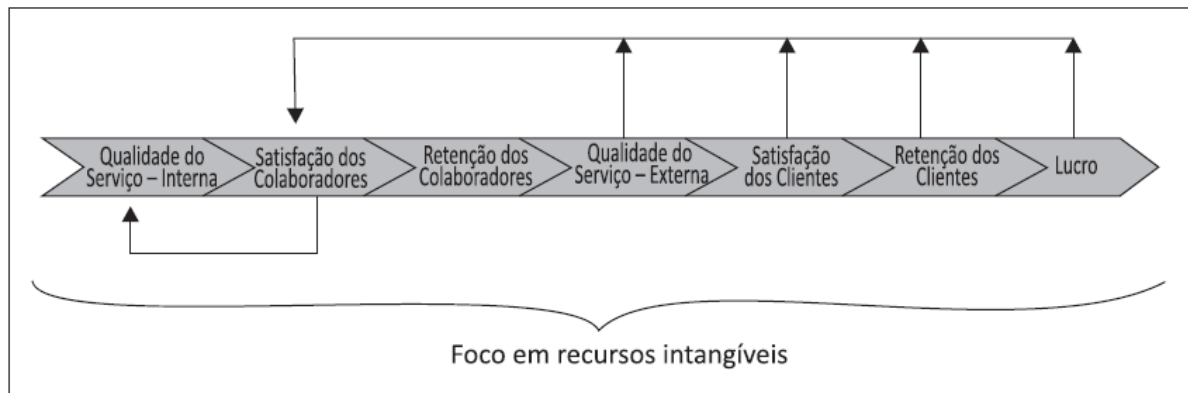
Fonte: (ZEITHAML et al. 2014 p.24).

Para que as prestadoras de serviços atinjam a qualidade desejada, é necessário a busca pela “melhoria contínua da qualidade” que são métodos e procedimentos de mudança organizacional suave e contínua, de longo prazo direcionada nos produtos e serviços que envolvem a colaboração de todos na gestão do processo (CHIAVENATO, 2003)

Partindo dessa premissa é necessário levar em consideração todos os indivíduos da empresa, não só os clientes externos e sim toda cadeia produtiva (OLIVEIRA, 2020).

Os recursos humanos são um ativo-chave em atividades de serviço. Para obter a satisfação e retenção dos clientes, uma empresa de serviços deve se assegurar que tenha também retenção e satisfação de seus colaboradores. É por meio da gestão da cadeia de valor colaborador-cliente que as empresas de serviços obtêm vantagens competitivas (CARVALHO e PALADINI, 2012 pag. 334)

Figura 6 – Cadeia de valor para serviços



Fonte: CARVALHO e PALADINI, 2012 pag. 334 (adaptada de Schlesinger e Heskett, 1991).

2.3.1 Modelo dos cinco *gaps*

Segundo Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988), a qualidade do serviço envolve a percepção do consumidor, seu julgamento, suas experiências e vivências. Os autores propuseram um modelo de avaliação de satisfação do cliente, chamado de “modelo *Gap*”, que tem como referência o modelo de satisfação de Oliver (1980), afirmando que a satisfação do cliente é uma função da diferença entre expectativa e desempenho (MIGUEL; SALOMI, 2004). O conceito de avaliação é demonstrado pela equação abaixo.

$$Q_j = D_j - E_j \quad (1)$$

Onde:

D_j = Medida de percepção de desempenho, para característica j do serviço

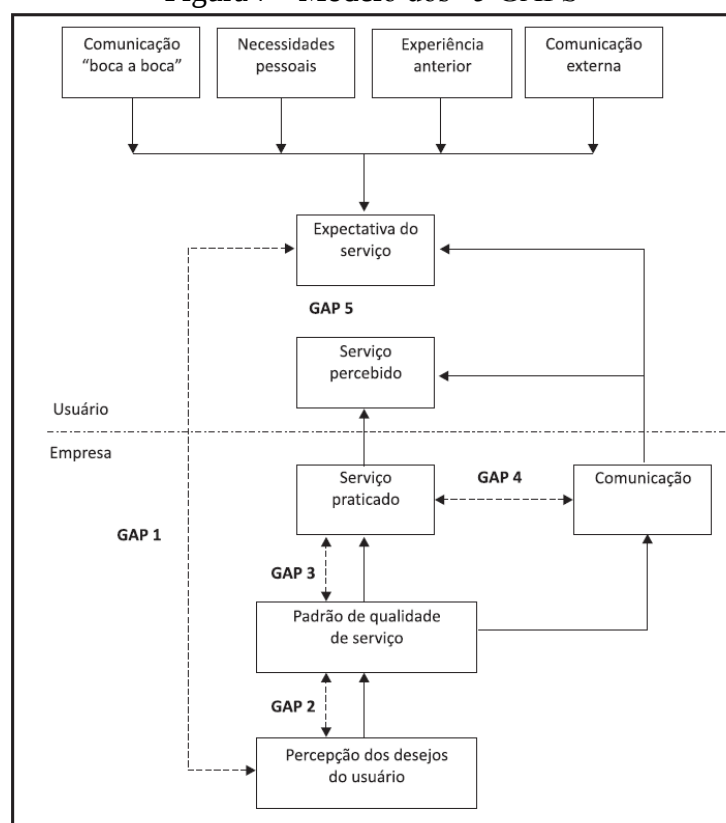
E_j = Medida da expectativa de desempenho para característica j do serviço

Q_j = Avaliação da qualidade do serviço em relação à característica j do serviço

Desta forma a diferença entre a expectativa e a percepção de desempenho é chamada de lacunas (*Gaps*), que serve como parâmetro de medida de satisfação do cliente e também serve para avaliar a qualidade do serviço em relação a uma dimensão de qualidade, que somadas mostram um panorama do serviço como um todo, de acordo com as perspectivas dos clientes (MIGUEL; SALOMI, 2004).

O modelo dos *gaps* pode ser ilustrado na figura 7, que demonstra as influências ocorridas na qualidade de serviços, dividida em dois segmentos, a do usuário e do prestador de serviços.

Figura 7 - Modelo dos “5 GAPS”



Fonte: Carvalho e Paladini (2012, p. 345) Adaptado de Parasuraman, 1990.

Os 5 *gaps* que compõem a diferença entre expectativas e percepções são:

- *Gap 1*: refere-se às expectativas dos consumidores e à percepção da gerência com relação a elas. Os prestadores de serviço nem sempre entendem que requisitos conotam excelência da qualidade para os consumidores;
- *Gap 2*: está nas especificações da qualidade dos serviços definidas pela tradução das percepções que a gerência tem das expectativas dos usuários. Essa discrepância deve-se à falta de especificação da oferta ajustada aos desejos dos consumidores;
- *Gap 3*: diz respeito ao desempenho real da prestação do serviço frente às especificações previamente estabelecidas;
- *Gap 4*: relaciona o serviço realmente fornecido e as comunicações externas (especificações do serviço anunciadas na mídia ou outros canais de comunicação);
- *Gap 5*: foi estabelecida como uma função das quatro lacunas anteriores, isto é, $\text{gap 5} = f[\text{gap 1}, \text{gap 2}, \text{gap 3}, \text{gap 4}]$. (PENA et al., 2013, p. 1237).

Segundo Carvalho e Paladini (2012) a percepção é formada através do contato entre prestador do serviço e o cliente, a cada contato haverá uma comparação entre expectativa e

percepção do desempenho do serviço, configurando um somatório de percepções, para os autores existem fatores chaves que desencadeiam os *Gaps*, são eles:

Fatores-chave – *GAP 1*

1. Falta de orientação para conhecer o cliente.
2. Comunicação ascendente inadequada.
3. Quantidade excessiva de níveis gerenciais.

Fatores-chave – *GAP 2*

1. Compromisso inadequado dos gestores com a qualidade dos serviços.
2. Percepção de inexecutabilidade.
3. Inadequação da padronização das tarefas.
4. Ausência de metas.

Fatores-chave – *GAP 3*

1. Ambiguidade nas atribuições.
2. Conflito entre as atribuições.
3. Problemas de adequação do trabalhador – tarefa.
4. Problemas de adequação da tecnologia.

Fatores-chave – *GAP 4*

1. Falta de correspondência entre as promessas e o serviço prestado.
2. Coordenação entre marketing e operações.
3. Formação de expectativa coerente.
4. Comunicação durante o processo de serviço.

Visando atingir seus objetivos, toda a organização, deve mensurar a qualidade do serviço ofertado, detectando quaisquer fatores chaves que comprometam a eficiência do serviço, deve-se buscar imediatamente a correção e aprimoramento dos serviços, mantendo o nível da qualidade, para suprir as necessidades dos clientes.

O próximo tópico enfatiza um método utilizado para analisar a qualidade dos serviços proposto por Parasuraman et al. (1985), o SERVQUAL, um instrumento de pesquisa capaz de operacionalizar a avaliação da qualidade em serviços.

2.3.2 Escala Servqual

Por meio do modelo *Gap* Parasuraman et al. (1988), após inúmeras pesquisas desenvolveram um questionário nomeado de escala SERVQUAL, uma ferramenta de pesquisa utilizada para mensurar o nível de satisfação dos clientes, levando em consideração a percepção e a expectativa dos clientes em relação aos serviços prestados (SALOMI et al., 2005).

O questionário SERVQUAL está relacionado com cada dimensão da qualidade de serviços, no modelo original essas dimensões são formadas por 22 afirmativas que são divididas em duas fases, inicialmente aplica-se um questionário com 22 afirmativas referentes às expectativas do cliente em relação ao serviço ideal e a segunda etapa com 22 afirmativas relacionadas à satisfação do mesmo cliente diante do serviço prestado. A diferença entre a expectativa e o desempenho é o resultado para a qualidade do serviço percebida pelo cliente (SANTOS et al., 2012).

O cliente deve expressar sua opinião utilizando a escala de Likert de 7 pontos, sendo o número 1 “discordo fortemente” e o número 7 “concordo fortemente”. A qualidade é a diferença entre expectativa e percepção ($\text{Gap} = E - P$). Dessa forma, o método permite obter uma pontuação em uma faixa de valores positivo, negativo ou neutro, dependendo da média obtida pelas respostas dos consumidores para cada dimensão (Barreto et al., 2012).

Como demonstrado na tabela 1 a seguir, as 22 afirmativas são divididas em 5 dimensões: tangibilidade (questões do 1 ao 4); confiabilidade (questões de 5 a 9); atendimento ou capacidade de resposta (questões de 10 a 13); segurança (questões de 14 a 17); empatia (itens de 18 a 22).

Tabela 1 - O instrumento Servqual

Item	Expectativa (E)	Desempenho (D)
1 Aspectos Tangíveis	Eles deveriam ter equipamentos modernos.	XYZ têm equipamentos modernos.
2	As suas instalações físicas deveriam ser visualmente atrativas.	As instalações físicas de XYZ são visualmente atrativas

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

Fonte: Parasuraman et al., 1988

De acordo com Parasuraman et al. (1988) o método SERVQUAL aplicado de forma periódica apresenta muitas vantagens, que permite: identificar o valor global das percepções dos clientes, avaliar as expectativas e percepções, conhecer a evolução da percepção dos clientes, comparar o desempenho obtido pela prestadora de serviço, segmentar os clientes com base nas diferentes percepções de qualidade; averiguar o nível de padronização do serviço prestado, além de propor melhorias.

Os resultados finais conduzirão a empresa a níveis de excelência na prestação de serviços, se mantendo competitiva no mercado e garantindo um atendimento de qualidade. Desta forma, a escala SERVQUAL é uma das mais confiáveis e difundidas ferramentas para se mensurar a qualidade dos serviços prestados.

2.3.3 O modelo SERVPERF

Cronin e Taylor (1992) criaram um modelo nomeado de SERVPERF, focando apenas na percepção de desempenho dos serviços, argumentando que a qualidade é melhor conceituada como uma atitude do cliente relacionadas às dimensões da qualidade, e que não deve ser medida por meio das diferenças entre expectativa e desempenho, podendo ser representada pela fórmula 2 (SALOMI; CAUCHICK; ABACKERLI, 2005).

$$QJ = Dj \quad (2)$$

Sendo:

QJ: Avaliação da qualidade do serviço em relação à característica j

Dj: Valores de percepção de desempenho para a característica j de serviço

Dessa forma fica evidente que o instrumento SERVPERF é igual ao SERVQUAL, com ressalva que o SERVPERF mantém como base as mesmas 22 questões abordando somente o desempenho real, que são relacionadas à percepção.

De acordo com Salomi, Miguel e Abackerli (2005), os valores resultantes de ambos os instrumentos SERVQUAL e SERVPERF são compatíveis e comparáveis, não existindo limitações quanto aos estimadores de viabilidade e confiabilidade, da mesma ordem de grandeza quando aplicados para avaliação de qualidade de serviços externos.

Portanto, aplicar o SERVPERF é menos complexo do que o SERVQUAL, a vantagem

de adotar a escala SERVPERF é a redução pela metade das questões a serem respondidas pelos entrevistados, o que simplifica a pesquisa e também faz com que os entrevistados não fiquem desmotivados, o que geralmente acontece quando o número de questões é extenso (SALOMI; CAUCHICK; ABACKERLI, 2005).

2.4 INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE ENSINO SUPERIOR

Nesta seção será apresentado um breve histórico acerca da criação das universidades no Brasil, abordando a democratização e a importância do ensino superior, será discutido a covid-19 e as consequências para a educação no Brasil.

2.4.1 Breve histórico acerca da criação das universidades no Brasil

No Brasil colonial não havia nenhuma Instituição de ensino superior, a coroa portuguesa não demonstrava interesse de ter intelectuais nas colônias, apenas em 1808, quando a família real portuguesa veio morar no Brasil, que deu início a história do ensino superior, naquele ano, três escolas foram fundadas. Ao longo do século XIX foram sendo criadas lentamente outras escolas de ensino superior, no intuito de atender às demandas da elite local, que precisavam de advogados, engenheiros e médicos (DURHAM, 2005).

O ensino superior era exclusivo do poder central, com a proclamação da república em 1889, houve uma pequena expansão do ensino superior sendo criadas algumas poucas instituições privadas (SAMPAIO, 2000).

Em meados de 1920, graças à industrialização, houve uma transformação urbana, econômica e cultural, movimento que influenciaram a educação. Os cientistas e educadores sugeriram mudanças na forma como era implementado o ensino superior, propondo a substituição das escolas autônomas da época por universidades, com o objetivo de promover o desenvolvimento da ciência, pesquisa e formação profissional. Essa proposta só conseguiu ser implementada em 1930 com a criação das primeiras universidades do país, marcada pelo governo Vargas (DURHAM, 2005).

O crescimento do ensino superior se manteve lento mesmo após essas inovações, até 1945, apenas três universidades públicas foram criadas, entre os anos de 1946 e 1960 mais 18 universidades públicas e 10 particulares foram criadas, ainda assim, um crescimento

insuficiente para suprir as demandas pelo ensino superior no país. (DURHAM, 2005).

Com o golpe militar de 1964, as universidades sofreram muito com a ingerência direta do governo federal, muitos professores foram afastados, com a pretensão de proibir as atividades de caráter “subversivo” (OLIVEN, 2002).

Após muitos anos sem evoluir, a reforma universitária era discutida de forma restrita aos gabinetes da burocracia estatal, em 1968 novos debates a respeito das universidades ganharam força e tiveram a participação do movimento estudantil, o que resultou na aprovação da Lei da Reforma Universitária pelo congresso nacional (Lei nº 5540/68) responsável por criar departamentos, vestibulares, cursos, etc... (OLIVEN, 2002).

A partir da Constituição de 1988 foram homologadas leis que regulamentaram a educação superior. Houve uma flexibilização do sistema, diminuindo a participação do governo, ampliando e melhorando os processos visando a elevação da qualidade (LAUS e MOROSINI, 2005). O artigo 207 garante a autonomia universitária, como descrito a seguir:

Art. 207. As universidades gozam de autonomia didático-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial, e obedecerão ao princípio de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. (BRASIL, 1988)

É importante ressaltar que a Constituição é elaborada em um momento em que o Brasil estava saindo de uma ditadura civil-militar, neste período as Instituições Federais de Educação Superior (IFES) deixaram de ter autonomia. A Constituição protegeu as IFES, afastando a possibilidade do modelo de gestão adotado na ditadura (OLIVEIRA, 2019).

A legislação brasileira evidencia a importância das IES como demonstrado no artigo 214 referente à elaboração do Plano Nacional de Educação (PNE), reconhecendo sua importância como apontadas no texto abaixo.

Art. 214. A lei estabelecerá o plano nacional de educação, de duração decenal, com o objetivo de articular o sistema nacional de educação em regime de colaboração e definir diretrizes, objetivos, metas e estratégias de implementação para assegurar a manutenção e desenvolvimento do ensino em seus diversos níveis, etapas e modalidades por meio de ações integradas dos poderes públicos das diferentes esferas federativas que conduzam a:

- I - Erradicação do analfabetismo;
- II - Universalização do atendimento escolar;
- III - Melhoria da qualidade do ensino;
- IV - Formação para o trabalho;
- V - Promoção humanística, científica e tecnológica do País.
- VI - Estabelecimento de meta de aplicação de recursos públicos em educação como proporção do produto interno bruto. (Brasil, 1988)

A criação de políticas públicas impulsionou o crescimento da educação superior nas últimas décadas, promovendo modificações em toda a infraestrutura já existente e a

construção de campi novos em áreas mais afastadas das capitais, aumentando a oferta de cursos e programas de Educação superior no Brasil e diminuindo as desigualdades regionais (CARVALHO, 2014).

Dessa maneira, o governo federal criou o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais – REUNI, instituído pelo Decreto nº 6.096, de 24 de abril de 2007, que tem como principal objetivo, possibilitar ampliação da oferta de cursos, aumentando a qualidade e a permanência dos estudantes no ensino superior, respeitando a diversidade e autonomia das universidades (BRASIL, 2007).

2.4.2 Democratização e a importância do ensino superior

No Brasil, ainda é possível perceber que existe muita desigualdade, não só de renda, mas também, no âmbito da educação, que é um dos pilares fundamentais para romper o ciclo das desigualdades (OLIVEIRA, 2019). Segundo a mesma autora:

“Historicamente o acesso à ES no Brasil foi altamente restrito à elite econômica, majoritariamente branca, das Unidades da Federação mais ricas. No entanto, entre 2002 e 2014, período de crescimento econômico e de políticas voltadas para a ampliação das instituições/vagas de educação superior e para a inclusão social, houve importantes mudanças nesse setor” (OLIVEIRA, 2019, pag.1 -2).

Algumas ações importantes do processo de democratização do ensino superior foram a interiorização da universidade e as ações afirmativas, que são a criação de cotas que passou a ser obrigatórias para as IFES com a Lei 12.711/2012, que reserva vagas para cotistas através de critérios socioeconômicos e raciais (OLIVEIRA, 2019).

Senkevics e Mello (2019) ressaltam que houve uma significativa melhora nos números dos grupos historicamente excluídos, no período de 2012 a 2016 a presença de estudantes oriundos de escolas públicas nas IFES aumentou 15% passando de 55,4 para 63,6%, seguido por um aumento de 39% de estudantes pretos, pardos e indígenas de escolas públicas subindo de 27,7 para 38,4%.

As universidades estão associadas ao desenvolvimento econômico, social, cultural e político (NUNES e SILVA, 2011), segundo Mazza (2016), o ensino superior tem o potencial de mudar o dinamismo das cidades, promovendo a circulação de pessoas, conhecimentos e pesquisa.

É válido ressaltar que as IES é o espaço que mais produz domínio técnico do homem sobre a natureza, formando inteligências e personalidades, produzindo técnicas,

desenvolvendo os instrumentos, somando conhecimentos e atividades intelectuais, fundada na noção de Universalidade (DIAS SOBRINHO, 2005) dessa forma:

a Educação Superior deve responder a desafios ou ao menos ajudar a solucionar problemas tão díspares e importantes, muitas vezes contraditórios, como os da produção da alta tecnologia, formação de mão-de-obra de alto nível, treinamento para atendimento de demandas imediatas do mundo do trabalho, formação qualificada para ocupações de tipo novo, formação para a inovação, preservação e desenvolvimento da alta cultura, recuperação da cultura popular, educação continuada, formação para o empreendedorismo, promoção da cidadania e da consciência de nacionalidade, inserção no mundo globalizado e compreensão das transformações transnacionais, capacitação de professores de todos os níveis, formação de novos pesquisadores, ascensão social de grupos desfavorecidos, impulso à grande indústria, apoio a pequenos produtores, pesquisa de ponta, tecnologia de baixo custo e de aplicação direta na agricultura e nos serviços, desenvolvimento local, nacional e regional, atendimento às carências de saúde da população, sucesso individual e tantas outras exigências carregadas de urgências e, em todo caso, de difíceis respostas. (DIAS SOBRINHO, 2002, p. 13-14)

2.4.3 A covid-19 e as consequências para a educação no Brasil

Durante a pandemia de Covid-19 os desafios das IES ganharam maiores dimensões, com os espaços educacionais impossibilitados de atender as demandas presencialmente, no intuito de conter o avanço da Corona vírus, foi criada a política de distanciamento social, responsável pela interrupção de inúmeras atividades, assim, ampliou-se a busca por meios de ensino remoto, a fim de amenizar os prejuízos causados à educação (MAGALHÃES et al., 2020)

O Ensino Remoto Emergencial foi a maneira encontrada para dar continuidade ao ano letivo, desta forma foi necessário utilizar as ferramentas tecnológicas, para conectar professores e alunos de forma síncrona e assíncrona, além de fornecer uma vasta gama de recursos audiovisuais, visando atender a continuidade da demanda curricular. (CAMACHO, 2020)

No entanto, é comum que se relacione de forma equivocada o ensino remoto ao ensino a distância EAD, embora o ensino remoto faça uso do ambiente on-line para o ensino das disciplinas, suas características e possibilidades são diferentes do EAD (GUSSO et al., 2020).

Segundo Sun e Chen (2016) o ensino EaD é desenvolvido de forma planejada e utiliza técnicas de gerenciamento aplicadas, que conta com uma estrutura informacional totalmente dedicada às necessidades dos discentes e docentes, oferecendo suporte técnico, materiais didáticos, tudo em um ambiente virtual de aprendizagem (AVA), apoio pedagógico e capacitação dos professores, para que possam se familiarizar com o ambiente online,

buscando engajamento e participação ativa dos estudantes *on-line*, além de fornecer ferramentas para o manuseio adequado de todo o sistema.

A pandemia impôs mudanças drásticas nas intuições de ensino superior, no que diz respeito à forma de consumir o serviço educacional. É necessário continuar investindo em tecnologia promovendo novas soluções a fim de evitar a interrupção das atividades de ensino, buscando maior clareza para a tomada das decisões nas IES, orientados pelos estudos e aprendizados já produzidos (GUSSO et al., 2020).

3 METODOLOGIA

Este capítulo apresenta os procedimentos metodológicos, o ambiente de aplicação da pesquisa e as estratégias de coletas aplicadas para operacionalização da pesquisa.

3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo visa avaliar o nível de qualidade do ensino remoto emergencial pela ótica dos discentes regularmente matriculados em abril de 2022 no curso de administração da Universidade Federal de Pernambuco no campus CAA (Centro Acadêmico do Agreste), referente aos serviços prestados durante o período de aulas não presenciais. A presente pesquisa é do tipo exploratória e descritiva, quanto à abordagem, utiliza métodos qualitativos e quantitativos e em relação aos procedimentos técnicos se enquadra como estudo de caso.

Para Prodanov e Freitas (2013, p. 14): “A Metodologia é a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade”.

Sendo assim, de acordo com Gil (2008, p. 26) “pode-se definir pesquisa como o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”.

Do ponto de vista da sua natureza esta pesquisa é aplicada, para Prodanov e Freitas (2013, p. 51) “pesquisa aplicada: objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais”.

A pesquisa é do tipo exploratória e descritiva, Gil (2008, p. 27) afirma que: “As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”.

Para Prodanov e Freitas (2013) na pesquisa descritiva os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, como descrito abaixo:

“Tal pesquisa observa, registra, analisa e ordena dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferência do pesquisador. Procura descobrir a frequência com que um fato ocorre, sua natureza, suas características, causas, relações com outros fatos. Assim, para coletar tais

dados, utiliza-se de técnicas específicas, dentre as quais se destacam a entrevista, o formulário, o questionário, o teste e a observação” (PRODANOV e FREITAS, 2013 p. 52).

Quanto à abordagem, a pesquisa utiliza métodos: quantitativo-qualitativo, conforme Lakatos e Marconi (2010) a pesquisa quantitativa é baseada em números, métricas e cálculos que utiliza técnica estatística para classificá-las e analisá-las para mensurar variáveis já conhecidas. Na abordagem qualitativa, a pesquisa tem o ambiente como fonte direta dos dados. O pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo (PRODANOV e FREITAS, 2013)

Quanto aos meios, a pesquisa será um estudo de caso, para Prodanov e Freitas (2013):

“O estudo de caso consiste em coletar e analisar informações sobre determinado indivíduo, uma família, um grupo ou uma comunidade, a fim de estudar aspectos variados de sua vida, de acordo com o assunto da pesquisa. É um tipo de pesquisa qualitativa e/ou quantitativa, entendido como uma categoria de investigação que tem como objeto o estudo de uma unidade de forma aprofundada, podendo tratar-se de um sujeito, de um grupo de pessoas, de uma comunidade etc. São necessários alguns requisitos básicos para sua realização, entre os quais, severidade, objetivação, originalidade e coerência” (PRODANOV e FREITAS, 2013 p. 60).

3.2 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO DE CASO

A Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) foi fundada em 1946, data de criação da Universidade do Recife (UR) por meio do Decreto-Lei da Presidência da República nº 9.388/46, a UR reunia um conjunto de escolas de nível superior, que são as Faculdades e Escolas de Direito, Engenharia, Medicina, Farmácia, Odontologia, Filosofia e Belas-Artes, sendo considerado o primeiro centro universitário do Norte e Nordeste (UFPE - PDI, 2019/2023, p. 9).

Em 1948, iniciou-se a construção do Campus Universitário em um loteamento na Várzea, onde hoje está localizado o Campus Recife. No ano de 1965, a Universidade do Recife passou a integrar o Sistema Federal de Educação do país, com a denominação de Universidade Federal de Pernambuco, na condição de autarquia vinculada ao MEC. Atualmente a UFPE se faz presente em três regiões de Pernambuco nas quais mantém três campi. Um campus está situado na cidade de Caruaru, região do Agreste pernambucano, um campus na Zona da Mata, na cidade de Vitória de Santo Antão e no Recife, região metropolitana (UFPE - PDI, 2019/2023, p. 9).

A Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) é uma das melhores universidades do

País, em ensino (graduação e pós-graduação) e pesquisa. (UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO, 2022). De acordo com seu estatuto e regimento no Art. 3º A Universidade Federal de Pernambuco obedecerá aos princípios:

- Art. 3º I - democratização da educação e da equidade na oportunidade do seu acesso;
- II - Liberdade acadêmica sem discriminação de qualquer natureza;
- III - Cultura de paz, direitos humanos e democracia, como elementos pedagógicos e organizativos da Universidade;
- IV - Respeito à diversidade e combate a todas as formas de intolerância e discriminação decorrentes de diferenças sociais, etárias, raciais, étnicas, religiosas, de gênero e de orientação sexual;
- V - Valorização da cultura e das manifestações artísticas e populares;
- VI - Responsabilidade socioambiental e de desenvolvimento sustentável;
- VII- Laicidade, garantida a liberdade religiosa, de credo e não credo;
- VIII - Indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. (UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO, 2022)

A identidade organizacional da UFPE é definida pelo Plano Estratégico Institucional (PEI), com base nos resultados da análise de conjuntura. Abaixo estão descritas as informações referente a identidade organizacional na UFPE - PDI, (2019/2023):

- Propósito:** “Promover a transformação social através da formação humanizada e produção de conhecimento de excelência”.
- Missão:** “Promover a formação humana, ética e solidária, e a construção de conhecimentos de excelência voltados à transformação da sociedade”.
- Visão:** “Ser uma universidade de referência mundial comprometida com a transformação e desenvolvimento da humanidade”.
- Valores:**
 - “ **Cidadania** – assegurar a liberdade, os direitos e as responsabilidades individuais e comunitárias;
 - Cooperação** – interagir para o bem comum: local, regional, nacional e internacionalmente;
 - Criatividade** – inovar teórica e aplicativamente, na construção interdisciplinar de conhecimentos relevantes à transformação socioambiental;
 - Sustentabilidade** - produzir conhecimento eticamente responsável, consciente de que desenvolvimento econômico e social é perfeitamente compatível com preservação ambiental;
 - Dignidade** – tratar e retratar com respeito toda pessoa e comunidade;
 - Equidade** – promover o justo compartilhar das condições fundamentais ao desenvolvimento humano;
 - Inclusão** -promover a inclusão de pessoas, em todas as dimensões, em função de suas necessidades e/ou diferenças”. (UFPE - PDI, 2019/2023, p. 26 e 27)

O ambiente de estudo de caso desta pesquisa é o campus Centro Acadêmico do Agreste (CAA), localizado no Município de Caruaru – PE, que foi o primeiro campus da UFPE no interior de Pernambuco, inaugurado em março de 2006, com o objetivo de contribuir com o desenvolvimento social, econômico e cultural do Estado (UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO, 2022). A figura 8, a seguir, mostra a vista aérea do CAA/UFPE.

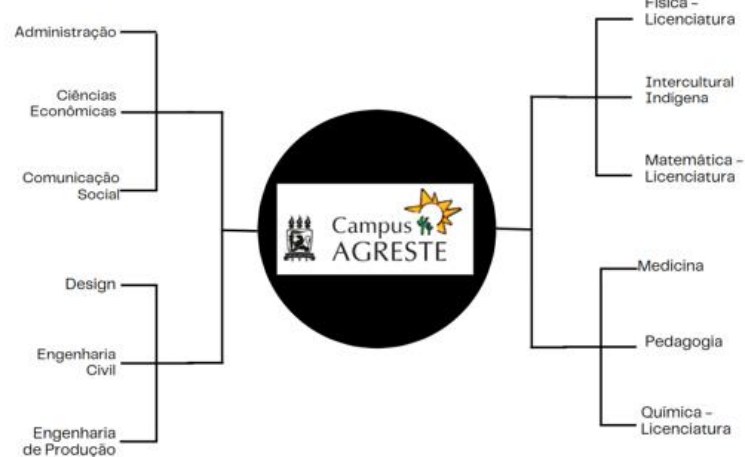
Figura 8 - Imagem aérea do Centro Acadêmico do Agreste (CAA/UFPE)



Fonte: Google Maps 2022

O Campus CAA possui 12 cursos de graduação, como apresentado, na figura 9:

Figura 9 - Cursos de Graduação do Centro Acadêmico do Agreste (CAA/UFPE)



Fonte: elaborada pela autora (2022) com dados do CAA/UFPE.

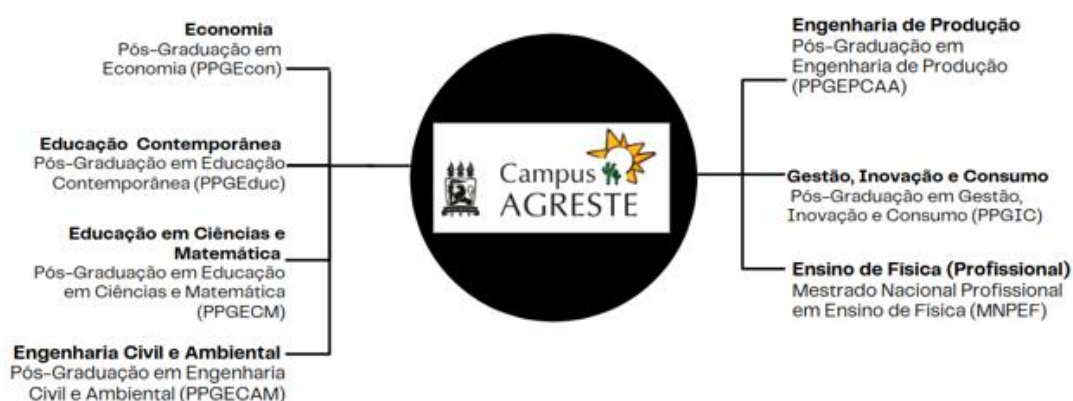
O CAA possui grupos de pesquisas divididas em 6 Núcleos de Ensino: Núcleo de ciências da Vida - NCV, Núcleo de Design e Comunicação - NDC, Núcleo de Formação Docente, Núcleo de Gestão, Núcleo Interdisciplinar de Ciências Exatas e da Natureza -

NICEN, Núcleo de Tecnologia- NT (UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO, 2022).

Além de contar com mais de 50 projetos de extensão, desenvolvidos junto à Pró-reitoria de Extensão e Cultura (Proexc) da UFPE com ou sem apoios de bolsas ou recursos financeiros. Entre os programas está um Pré-acadêmico que prepara alunos de escolas públicas e bolsistas de escolas particulares para o ingresso na Universidade (UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO, 2022).

O Campus CAA possui 7 cursos de pós-graduação, como apresentado, na figura 10:

Figura 10 - Cursos de Pós - Graduação do Centro Acadêmico do Agreste



Fonte: elaborada pela autora (2022) com dados do CAA/UFPE.

3.2.1 Curso de Administração UFPE – CAA

O bacharelado em Administração ocupa a posição de terceiro maior curso de graduação em relação ao número de matriculados no ensino superior brasileiro, com cerca de 626.813 alunos matriculados em instituições públicas e privadas, segundo o Censo da Educação Superior de 2020 (INEP, 2020).

No Brasil o curso superior de Administração é relativamente novo, quando comparado com os Estados Unidos, que tiveram os primeiros cursos na área iniciados no final do século XIX. Apenas em 1952, se iniciou o ensino de Administração no Brasil, nesta época os EUA já formavam em torno de 50 mil bacharéis, 4 mil mestres e cem doutores por ano, em Administração. (CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO, 2022)

Na década de quarenta acentua-se a necessidade de mão-de-obra qualificada e, conseqüentemente, da profissionalização do Ensino de Administração. Assim a profissão foi regulamentada, por meio do Parecer nº 307/66, aprovado em 8 de julho de 1966, o Conselho Federal de Educação fixou o primeiro currículo mínimo do curso de Administração. Dessa forma, foram institucionalizadas, no Brasil, a profissão e a Formação de Técnico em Administração. (CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO, 2022), para Chiavenato (2002, p.53):

A palavra administração pode assumir diferentes significados de acordo com a abordagem que se utiliza. Administração pode significar simplesmente tocar ou gerenciar um negócio ou empreendimento. Pode significar enfrentar ou responder a uma situação ou circunstância interna ou externa que precisam ser confrontadas. Ou ainda, controlar ou dirigir pessoas de maneira a obter sua submissão a ordens ou simplesmente executar tarefas.

No quadro 7, pode-se verificar alguns conceitos sobre administração sob a ótica de alguns autores.

Quadro 7 - Concepções sobre Administração

Autor (ano, p.)	Definição
Chiavenato (2002, p. 11)	“A Administração é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar o uso de recursos a fim de alcançar objetivos organizacionais”.
Jacobsen, Cruz Junior e Moretto Neto (2006, p. 19)	“Administrar uma organização corresponde ao processo de trabalhar com as pessoas e com os recursos que a integram, tornando possível o alcance dos seus objetivos. Administrar implica tomar decisões e realizar ações”.
Sobral e Peci (2008, p. 5)	“Administração é um processo que consiste na coordenação do trabalho dos membros da organização e na alocação dos recursos organizacionais para alcançar os objetivos estabelecidos de uma forma eficaz e eficiente”.
Silva (2008, p. 7)	“Um conjunto de atividades dirigidas à utilização eficiente e eficaz dos recursos, no sentido de alcançar um ou mais objetivos ou metas da organização”.
Maximiano (2009, p.12)	“Significa, em primeiro lugar, ação. A Administração é um processo dinâmico de tomar decisões e realizar ações que compreendem cinco processos principais interligados: planejamento, organização, liderança (e outros processos da gestão de pessoas), execução e controle”.
Oliveira (2011, p. 314)	“O processo interativo de desenvolver e operacionalizar as atividades de planejamento, organização, direção e avaliação dos resultados”.

Fonte: ROMANINI, 2017.

O trabalho do administrador é atingir determinadas metas, buscando os melhores resultados, coordenando pessoas e empresas de forma eficiente e eficaz, a administração provou -se vital e indispensável na sociedade moderna (CHIAVENATO, 2003)

O colegiado do curso de Administração da UFPE/CAA através do Projeto Pedagógico do Curso (PPC, 2010), definiu as linhas gerais de atuação política e pedagógica, apontando

sua filosofia, materializadas em suas diretrizes educacionais (PPC, 2010). Tendo como missão do curso:

O Curso de Administração do Campus do Agreste objetiva formar cidadãos conscientes de sua capacidade de renovação do conhecimento em Administração, construindo e reconstruindo sua visão sobre o ambiente dinâmico das organizações, de modo a transformar sua realidade de trabalho, resolvendo problemas gerenciais e desenvolvendo processos de gestão visando à sustentabilidade organizacional (PPC, 2010, p.15).

O curso de Administração da UFPE/CAA conta com o Corpo Docente de 35 Professores. Semestralmente, são oferecidas, no total, 80 vagas para o Corpo Discente, divididas em turno diurno e noturno. A formação dura em média nove períodos, são ofertadas um total de 45 disciplinas, sendo 41 obrigatórias, incluindo nestas o componente curricular de Estágio Supervisionado e o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), além de serem ofertadas disciplinas eletivas ou optativas (PPC, 2010).

A Resolução nº 4, de 13 de julho de 2005, estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) do Curso de Graduação em Administração, que serve como base para organização curricular deste curso, abrangendo:

[...] seu projeto pedagógico, abrangendo o perfil do formando, as competências e habilidades, os componentes curriculares, o estágio curricular supervisionado, as atividades complementares, o sistema de avaliação, o projeto de iniciação científica ou o projeto de atividade, como Trabalho de Curso, componente opcional da instituição, além do regime acadêmico de oferta e de outros aspectos que tornem consistente o referido projeto pedagógico (BRASIL, 2005, p.2).

A mesma Resolução Nº 4, de 13 de julho de 2005, também apresenta as aptidões necessárias para que os discentes desenvolvam a formação profissional que atenda as seguintes competências e habilidades:

- I - Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
- II - Desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- III - Refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;
- IV - Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- V - Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;
- VI - Desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;

VII - Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações;

VIII - Desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais (BRASIL, 2005).

Dessa forma pode-se observar que a administração agrega valor à sociedade por elucidar as melhores práticas para atingir os objetivos organizacionais de forma efetiva. Masiero (2017) compreende a administração como ciência e arte, sendo um conjunto integrado de diversos conhecimentos que podem ser utilizados nas organizações garantindo sua sobrevivência de forma eficiente e eficaz.

3.2.2 Ensino remoto na UFPE

Devido ao estado de emergência pública decorrente da pandemia de COVID-19, o ensino remoto na UFPE iniciou-se em agosto de 2020, o calendário acadêmico suplementar 2020.3 foi aprovado após amplo debate da comunidade acadêmica, permitindo que os discentes pudessem voltar aos estudos. No Art. 3º do 64º Boletim Oficial da UFPE, trazem para os estudos continuados emergenciais, as seguintes premissas:

I - os danos causados pelo isolamento social à aprendizagem e à continuidade nos estudos, ocasionando desmotivação e aumento das taxas de evasão;

II - a relação docente/estudante constitui fator relevante no sucesso da aprendizagem;

III - a continuidade de um ambiente de aprendizagem em período específico, temporário e emergencial, mediante adequação e adaptação dos conteúdos para o formato do ensino remoto;

IV - a integralização do curso pelos concluintes e a continuidade dos estudos pelos demais estudantes;

V - empreender esforços para a participação dos estudantes em situação de vulnerabilidade matriculados em 2020.3 em relação à inclusão digital (UFPE, 2020).

Foram utilizados recursos de mídia digital e ferramentas tecnológicas. As aulas remotas ocorreram através da ferramenta Google Meet, que é um serviço de comunicação por vídeo chamadas com tecnologia da Google, também foi utilizado o Google Classroom que é um sistema de gerenciamento de conteúdo para escolas que procuram simplificar a criação, a distribuição e a avaliação de trabalhos. A universidade forneceu o e-mail institucional, as disciplinas foram ministradas no formato síncronas e assíncronas e os alunos acessaram as aulas através do computador, *tablet* ou celular pessoal (RESOLUÇÃO Nº 23/2020). Conforme o Art. 3:

§ 2º As atividades remotas serão organizadas para contemplar momento síncrono e assíncrono, por meio da utilização de ferramentas de tecnologias de informação e comunicação (TIC), preferencialmente pela(s) plataforma(s) adotada(s) pela UFPE:

I - Atividades síncronas são aquelas que demandam a participação dos/as estudantes e docentes, no mesmo ambiente virtual, conectados simultaneamente por meio de web conferências, chats, grupo de discussão e ferramentas de reuniões virtuais.

II - Atividades assíncronas são aquelas que dispensam a conexão simultânea entre docentes e estudantes, por meio de espaços como fóruns, estudos individualizados, construção de resenhas ou resumos, leituras de textos, artigos, livros, resolução de lista de exercícios ou lista de discussão, vídeo aulas, *podcast*, entre outras (RESOLUÇÃO Nº 23/2020).

Coube aos docentes disponibilizar materiais de estudos, semanalmente, como lista de exercícios, textos, vídeos, entre outros, sendo compatível com a carga horária assíncrona do componente curricular (RESOLUÇÃO Nº 23/2020).

Em relação às condições para oferta das disciplinas, o Art. 13 tratou do plano de ensino, especificando o funcionamento das atividades e dos componentes curriculares/disciplinas que devem observar os seguintes itens:

I - O plano de ensino de componente curricular/disciplina ofertada de forma remota deverá destinar entre 20% a 70% da carga horária às atividades síncronas, conforme aprovação pelo Colegiado do Curso;

II - O limite de atividades síncronas dos discentes, por turno, é de até 180 minutos, cabendo à Coordenação do Curso realizar o acompanhamento da distribuição da carga horária;

III - As atividades síncronas serão oferecidas no mesmo turno de matrícula dos componentes curriculares aprovados no sistema eletrônico vigente;

IV - Deverá ser concedido o prazo de, no mínimo, 72 horas aos estudantes para a realização e entrega das atividades de ensino no formato assíncrono.

V - A ementa e a carga horária dos componentes curriculares não poderão ser alteradas no momento do cadastro no sistema eletrônico vigente;

VI - O horário no sistema eletrônico vigente deve contemplar a carga horária total da disciplina distribuída ao longo da semana (RESOLUÇÃO Nº 23/2020).

A Pró-Reitoria para Assuntos Estudantis - PROAES da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, que dispõe sobre o Programa Nacional de Assistência Estudantil – PNAES, lançou um edital para seleção dos/as estudantes dos cursos de graduação presencial, em situação de vulnerabilidade socioeconômica. Foram disponibilizados nesta ação *tablets e chips* com planos de dados, provendo a inclusão digital. (UFPE, 2020).

Nessa perspectiva a UFPE, criou um conjunto de medidas para enfrentar a pandemia de Covid-19, fazendo o possível para que houvesse o menor prejuízo ao calendário acadêmico e a comunidade, a universidade através da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (Proexc) criou uma série ações para o enfrentamento à Covid-19 em diferentes áreas (UFPE, 2020). Como podemos ver nos quatros eixos temáticos abaixo:

- **Assessoria técnica e fabricação de produtos:** Serviços assistenciais à população e aos profissionais de saúde envolvidos no combate da pandemia, visando reduzir a escassez de insumos essenciais, como antissépticos e equipamentos de proteção individual.
- **Telessaúde e orientação profissional:** Capacitação de profissionais de saúde no combate à Covid-19, atendimento fonoaudiológico a distância para pessoas transgênero e crianças com Transtorno do Espectro do Autismo (TEA) e o acompanhamento odontológico e fisioterapêutico a distância para pessoas portadoras da doença de *Parkinson*.
- **Qualidade de Vida e Assistência Social:** Aborda conteúdos referentes a educação em saúde, realização de atividades físicas, cuidados com a saúde mental de adultos e crianças, papel dos movimentos sociais no combate à pandemia.
- **Comunicação Pública e Divulgação Científica:** aborda ações em comunicação como programas de rádio, *podcast*, *posts* em redes sociais, radionovelas e *lives*, essas atividades realizaram a divulgação de informações confiáveis sobre o novo corona vírus, profilaxia, vacina e tópicos relacionados.

As ações públicas desenvolvidas pela UFPE minimizam o impacto da pandemia de covid-19. No meio de tantas incertezas com aulas remotas e distanciamento social, diante de narrativas diferentes, surgem complexos desafios que demandam resiliência e readaptação da forma de ensinar, assim:

Educar em tempos tão controversos requer inteireza, pesquisa, diálogo, coerência para compreender criticamente o que acontece e só então pensar como se posicionar ante ao ato pedagógico, pois a atitude formativa é sobretudo de análise aprofundada da realidade. (FERREIRA; BARBOSA, 2020, p. 20).

3.3 PARTICIPANTES DA PESQUISA

Em relação à população, Prodanov e Freitas (2013, p. 98) declaram que: “População (ou universo da pesquisa) é a totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características definidas para um determinado estudo”.

Ainda segundo o autor a amostra é uma fração da população, selecionada de acordo com uma regra, formando um subconjunto do universo amostral, permitindo estabelecer ou estimar as características dessa população, podendo ser uma amostra probabilística ou não probabilística.

A pesquisa foi realizada por meio de amostra probabilística de conveniência, sendo a amostra formada por discentes voluntários que se dispuseram a responder o questionário

eletrônico.

A população dessa pesquisa é formada pelo total de discentes da UFPE, campus CAA, matriculados no curso de administração no semestre 2021.2, que tem um total de 645 discentes, distribuídos do 1º ao 9º período. Foram computadas 131 respostas, o que representa 20,31% do total de discentes e constitui a Amostra por Conveniência utilizada neste trabalho de pesquisa. (APÊNDICE A – TOTAL DE DISCENTES MATRICULADOS NO PERÍODO DE 2021.2),

Os dados primários foram levantados através de 132 questionários sendo que 1 deles foi descartado, porque o discente não estuda no curso de administração, o mesmo é aluno do mestrado de engenharia de produção, não podendo fazer parte deste estudo, sendo considerados os 131 restantes. Os questionários foram aplicados de forma virtual, através do Formulário Google, no mês de abril de 2022.

3.4 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Este estudo iniciou-se com a pesquisa de dados secundários, através de livros, periódicos, teses, dissertações e etc. filtrando temas relevantes acerca da qualidade, serviço, avaliação de qualidade, IES, UFPE, CAA e ensino remoto emergencial.

Prodanov e Freitas (2013, p. 102) reitera: "Os dados, em uma pesquisa, referem-se a todas as informações das quais o pesquisador pode se servir nas diferentes etapas do trabalho".

Existem aqueles já disponíveis, acessíveis mediante pesquisa bibliográfica e/ou documental. São chamados dados secundários por se tratarem de “dados de segunda-mão”. Cumpre ressaltar que essa expressão não tem caráter pejorativo, apenas indica que são dados disponíveis e que não foram coletados especificamente para o nosso trabalho em particular (PRODANOV e FREITAS, 2013 p. 102).

Após levantamento dos dados secundários, foi realizada a pesquisa de dados primários. Para Prodanov e Freitas (2013, p. 103) os dados primários são:

Os dados que devem ser extraídos da realidade, pelo trabalho do próprio pesquisador, são chamados de dados primários. Recebem essa designação por se tratarem de informações em “primeira-mão”, ou seja, por não se encontrarem registrados em nenhum outro documento.

Foi elaborado um questionário baseado no modelo de escala SERVQUAL, desenvolvido por Parasuraman et al (1988), com o intuito de avaliar as expectativas dos

discentes em relação à percepção da qualidade recebida pelos serviços de ensino remoto emergencial prestados pela UFPE/CAA. Foram aplicados os questionários eletrônicos através da plataforma Google Forms o que viabilizou a realização de toda a pesquisa considerando o contexto atual de pandemia do Corona vírus.

O questionário eletrônico foi divulgado em redes sociais através dos grupos *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*, com o objetivo de atingir o maior número de discentes do curso de administração.

Os questionários foram estruturados no Google Forms, sendo composto por questões objetivas, a pesquisa foi dividida em três etapas, conforme o modelo disponível no Apêndice B, C e E organizados da seguinte maneira:

A primeira etapa (Apêndice B) é composta por um questionário de 10 questões, há uma pequena introdução no questionário explicando o objetivo principal da pesquisa e em seguida foram listadas as questões relativas aos dados sociodemográficos dos discentes com perguntas são relacionadas ao gênero, faixa etária, estado civil, renda familiar, se possui equipamentos eletrônicos tais como computador, tablet ou celular, o período do curso e sobre o rendimento escolar.

A segunda etapa (Apêndice C) foi um questionário composto por 22 questões relativas ao grau de expectativa, ou seja, o que o discente espera do ensino remoto do curso de administração da UFPE/CAA.

Por último, a terceira etapa (Apêndice E) foi um questionário composto de 22 questões relativas à percepção: como foi sua experiência no ensino remoto do curso de administração da UFPE/CAA.

As 44 questões da segunda e terceira etapa, são compostas pela escala de avaliação do tipo *Likert* de 5 pontos, onde a pontuação mínima é “discordo totalmente” e a máxima “concordo totalmente”, avaliando o grau de expectativa e o grau de percepção do discente, de acordo com a escala de importância:

1. Discordo totalmente;
2. Discordo parcialmente;
3. Indiferente;
4. Concordo parcialmente;
5. Concordo totalmente;

As questões foram elaboradas, considerando as dimensões de qualidade, sendo

distribuídas da seguinte forma como se pode observar no quadro 8

Quadro 8 - Distribuição das questões em função das dimensões de qualidade

Perguntas correspondentes às dimensões	Dimensões da Qualidade
Perguntas 1 a 5	Tangibilidade
Perguntas 6 a 9	Confiabilidade
Perguntas 10 a 13	Presteza
Perguntas 14 a 17	Segurança
Perguntas 18 a 22	Empatia

Fonte: Elaboração própria (2022).

Após a compilação dos dados dos entrevistados, foi feita a análise e comparação dos resultados no próximo capítulo.

4 ANÁLISES E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

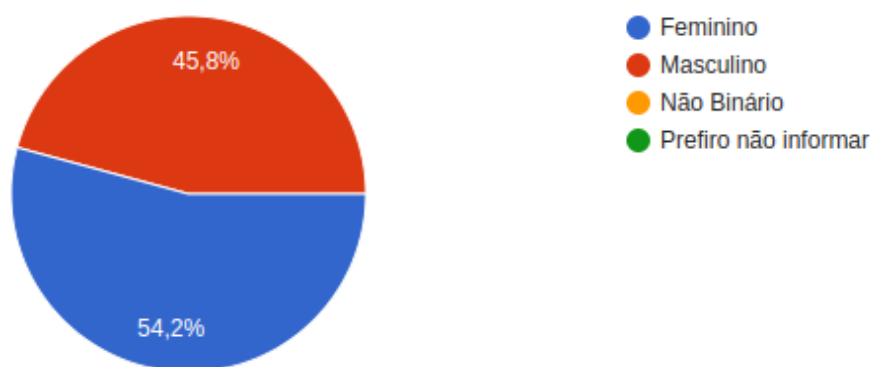
Este capítulo apresenta os resultados provenientes da pesquisa realizada com os discentes do curso de administração da UFPE/CAA, no período de 2021.2, os resultados foram divididos em quatro seções para melhor compreensão. Primeiramente foi feita a análise do perfil dos discentes, seguida da análise das dimensões de qualidade utilizando a Escala SERVQUAL e também uma compilação dos resultados das dimensões, que permitiu medir as lacunas (*Gaps*) existentes entre a qualidade do serviço de ensino remoto desejado e o percebido pelos discentes. E por último com base nos resultados serão abordadas as propostas de melhorias.

4.1 ANÁLISE DO PERFIL DOS RESPONDENTES

O perfil dos discentes do curso de administração da UFPE/CAA foi traçado a partir das variáveis: gênero, faixa etária, estado civil, situação ocupacional, renda familiar, período do curso em que estão matriculados, os equipamentos eletrônicos utilizados para assistir às aulas remotas, a qualidade da internet que o discente utiliza e como avalia seu desempenho no contexto de ensino remoto em relação ao ensino presencial, realizado através da análise do questionário sócio demográfico.

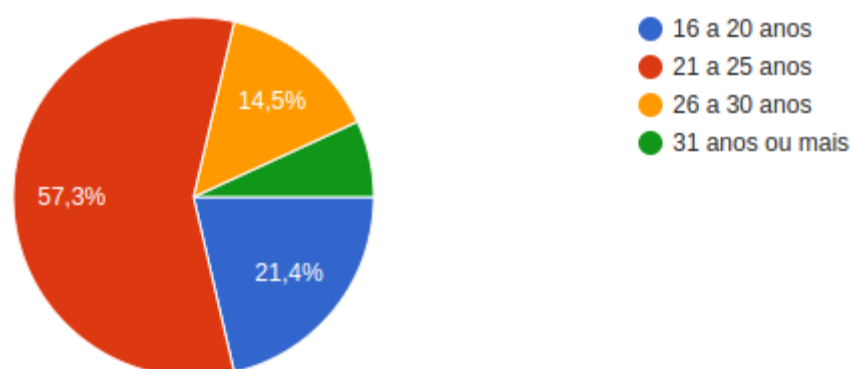
De acordo com os dados obtidos dos 131 entrevistados, o perfil dos respondentes quanto ao gênero consiste em 54,2% feminino e 45,8% masculino (GRÁFICO 1). A faixa etária se traduz em 21,4% dos discentes entre 16 e 20 anos, 57,3% entre 21 e 25 anos, 14,5% entre 26 e 30 anos e 6,9 % com mais de 31 anos (GRÁFICO 2). Em relação ao estado civil dos participantes os dados apresentam que 86,3% solteiro, 9,2% casado, 0,8% divorciado e 3,8% em união estável (GRÁFICO 3).

Gráfico 1 - Gênero



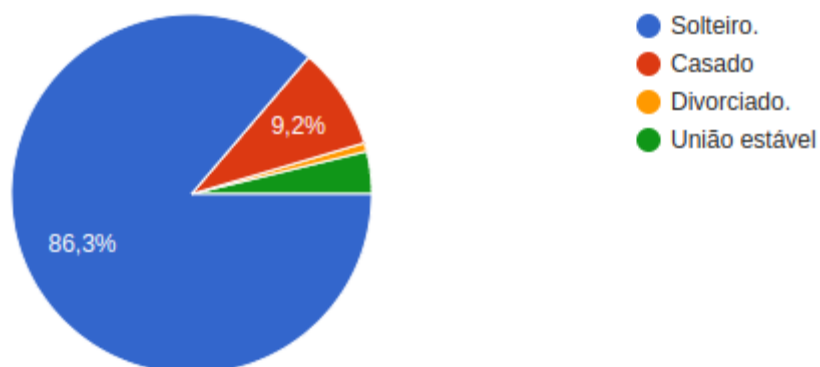
Fonte: Elaboração própria (2022).

Gráfico 2 - Faixa etária



Fonte: Elaboração própria (2022).

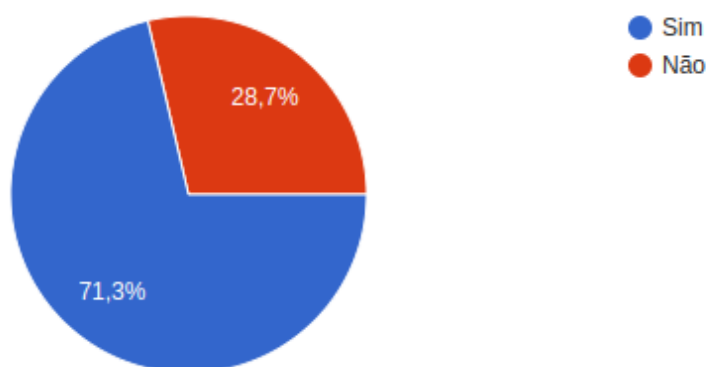
Gráfico 3 - Estado Civil



Fonte: Elaboração própria (2022).

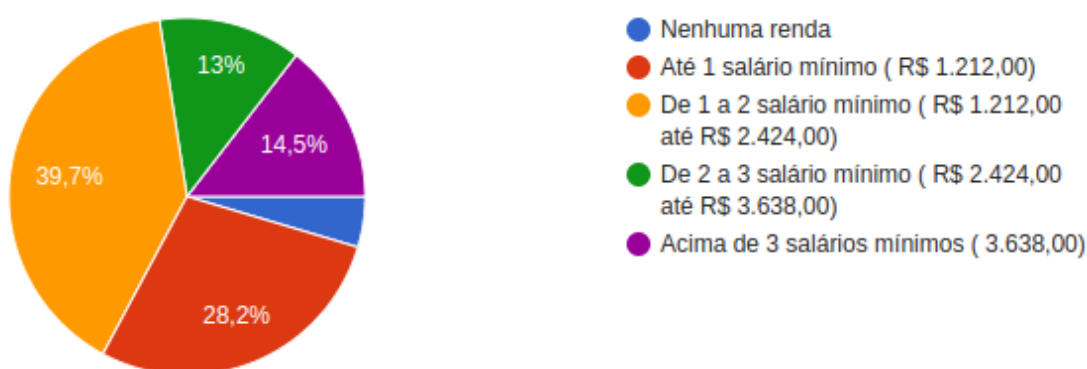
A respeito da situação ocupacional dos discentes, 71,3% tem ocupação remunerada e 28,7% não tem ocupação remunerada (GRÁFICO 4). Em relação à renda familiar 14,5% relatam dispor acima de 3 salários mínimos (R\$ 3.638,00), 13% afirmam ter renda de 2 a 3 salário mínimo (R\$ 2.424,00 até R\$ 3.638,00), 39,7% de 1 a 2 salário mínimo (R\$ 1.212,00 até R\$ 2.424,00), enquanto 28,2% até 1 salário mínimo (R\$ 1.212,00) e 4,6% afirmam não ter nenhuma renda (Gráfico 5).

Gráfico 4 - Ocupação Remunerada



Fonte: Elaboração própria (2022).

Gráfico 5 - Renda Familiar

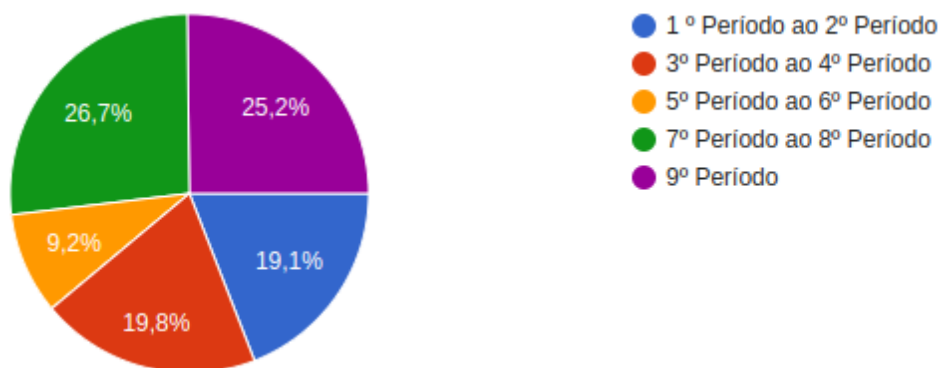


Fonte: Elaboração própria (2022).

Quanto ao período em que os discentes estão matriculados no curso de Administração o gráfico 6 apresenta que, na reta final do curso, ou seja, no 9º período corresponde a 25,2% dos respondentes, seguida de 26,7% dos discentes que se encontram entre o 7º Período ao 8º

Período, 9,2% entre o 5º Período ao 6º Período, 19,8% 3º Período ao 4º Período e 19,1% que se encontram nos períodos iniciais 1º Período ao 2º Período (GRÁFICO 6).

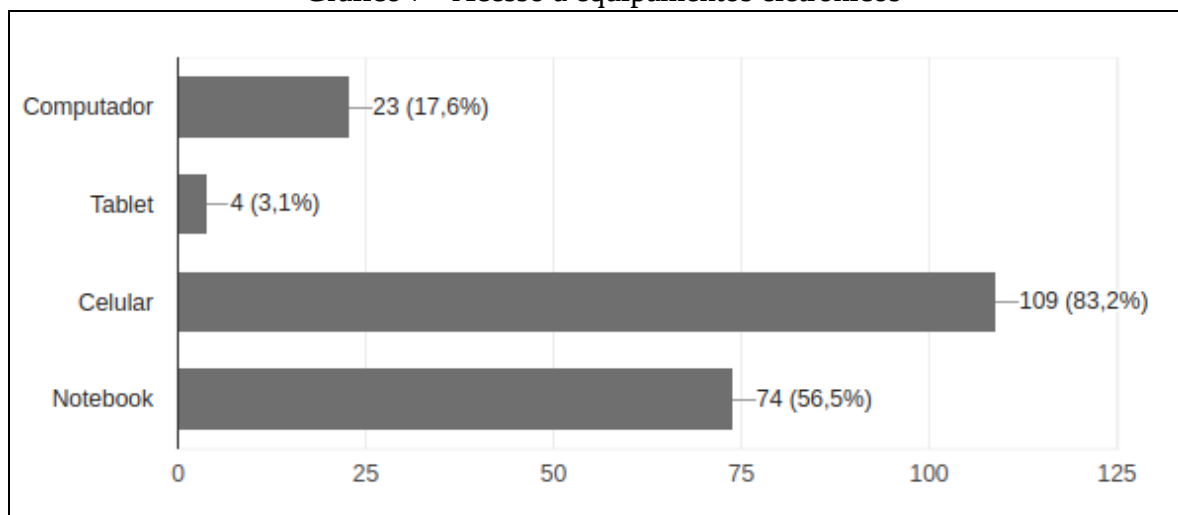
Gráfico 6 - Período em que se encontra no curso de Administração



Fonte: Elaboração própria (2022).

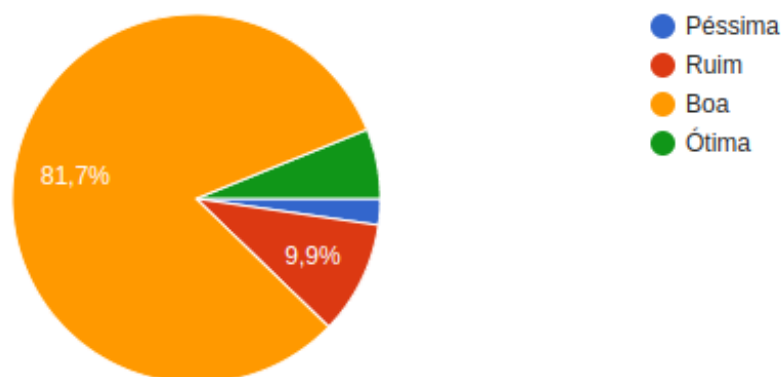
O gráfico 7 exibe as informações sobre a forma de acesso às aulas, os discentes puderam escolher mais de uma opção de equipamento eletrônico, 83,2% utilizam celulares para assistirem as aulas remotas, 56,5% os notebooks, 17,6% os computadores e 3,1% contam com os *tablets* para assistir às aulas remotas. Quanto à qualidade da internet, 6,1% avaliam como ótima, 81,7% como boa, 9,9% como ruim e apenas 2,3% como péssima (GRÁFICO 8).

Gráfico 7 - Acesso a equipamentos eletrônicos



Fonte: Elaboração própria (2022).

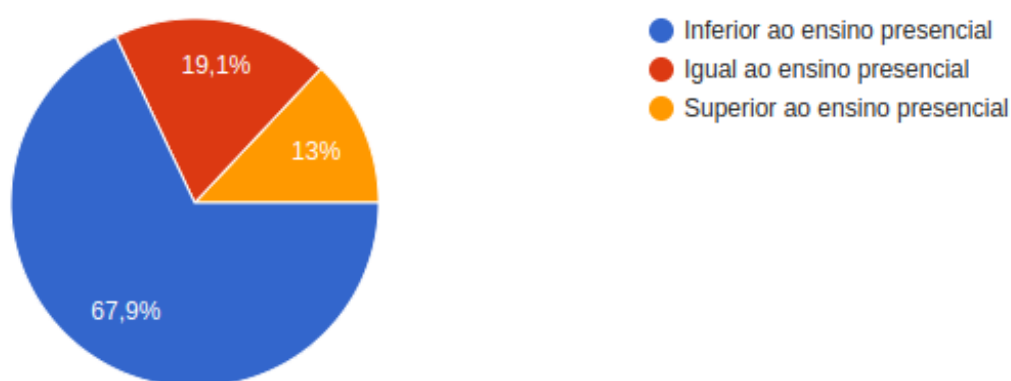
Gráfico 8 - Qualidade da internet



Fonte: Elaboração própria (2022).

A seguir o gráfico 9 traz um panorama em relação ao desempenho do discente no contexto de ensino remoto em comparação ao ensino presencial, demonstrando que 67,9% consideram seu desempenho inferior ao ensino presencial, 19,1 % igual ao ensino presencial e apenas 13% superior ao ensino presencial.

Gráfico 9 - Desempenho do discente no ensino remoto



Fonte: Elaboração própria (2022).

Mediante a análise dos dados sócios demográficos coletados pode-se identificar algumas limitações e dificuldades. 85,5% dos discentes respondentes afirmam que possuem renda familiar de até 3 salários mínimos, podendo dificultar o acesso aos equipamentos eletrônicos adequados para o acompanhamento das aulas de forma remota, os dados também

apontam que 83% dos discentes declararam utilizar o *smartphone* para acompanhar as aulas, o que pode prejudicar o rendimento, além de ser uma potencial fonte de distrações, sem falar nos problemas de ergonomia quando utilizado por longos períodos, o que poderia justificar o fato de 67% dos respondentes considerarem seu desempenho inferior ao presencial.

4.2 ANÁLISE DAS DIMENSÕES DE QUALIDADE

A análise dos dados foi realizada utilizando a ferramenta escala SERVQUAL, permitindo aferir as expectativas dos discentes e suas perspectivas em relação ao ensino remoto, no período de 2021.2, baseada nas cinco dimensões da qualidade de serviços: tangibilidade, confiabilidade, presteza, segurança e empatia.

Os discentes expressaram sua opinião utilizando a escala Likert de 5 pontos, onde 1 representa “discordo totalmente” e o número 5 representa “concordo plenamente”, possibilitando calcular as médias das expectativas e das percepções acerca das afirmativas, além do seu desvio padrão e a lacuna (*Gap*).

É relevante ressaltar que o *Gap* é mensurado através da diferença entre expectativa e percepção ($\text{Gap} = E - P$), podendo ser positiva, negativa ou neutra, desta forma a quadro 9 exemplifica a relação entre expectativas e percepção:

Quadro 9 - Interpretação dos resultados do Gap

Gap	Resultado	Análise
$E < P$	Negativo	Serviço excepcional
$E = P$	Neutro	Satisfatório
$E > P$	Positivo	Inaceitável

Fonte: Adaptado de (ZEITHAMI, PARASURAMAN E BERRY, 1990).

4.2.1 Dimensão: Tangibilidade

Para Giancesi e Corrêa (1994) a dimensão tangibilidade refere-se a tudo aquilo que está ligado a bens facilitadores, como: equipamentos, apresentação externa, aparência, pessoal

e materiais de comunicação. As cinco primeiras afirmativas do questionário buscam compreender como o discente percebe a qualidade dos recursos necessários para a prestação do serviço nessa dimensão.

Na tabela 2, são apresentadas as variáveis atribuídas para a dimensão dos aspectos tangíveis, em seguida são calculadas as médias e o desvio padrão das expectativas assim como das percepções, os gaps e por fim a média geral.

Tabela 2 - Resultados das expectativas/percepções da dimensão tangibilidade

Dimensão de Tangibilidade	Variáveis	Expectativas		Percepção		Gap [E-P]
		Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	
1. A UFPE/CAA utiliza recursos tecnológicos modernos na elaboração das aulas.	Recursos tecnológicos	4,44	0,81	3,69	0,95	0,76
2. A UFPE/CAA disponibiliza o conteúdo de apoio como vídeos aulas, slides e PDFs.	Acesso conteúdo virtual	4,97	0,17	3,82	1,03	1,15
3. A UFPE/ CAA disponibiliza acesso à biblioteca de forma online.	Acesso à biblioteca	4,79	0,55	2,92	1,28	1,87
4. As aulas da sua instituição são realizadas em estruturas e ambientes adequados.	Ambiente adequado	4,66	0,67	3,84	1,09	0,82
5. Os docentes estão treinados para utilizar os equipamentos eletrônicos e recursos tecnológicos.	Suporte qualificado	4,83	0,41	3,82	1,08	1,01
	Média Geral	4,74	0,53	3,62	1,09	1,12

Fonte: Autora (2022).

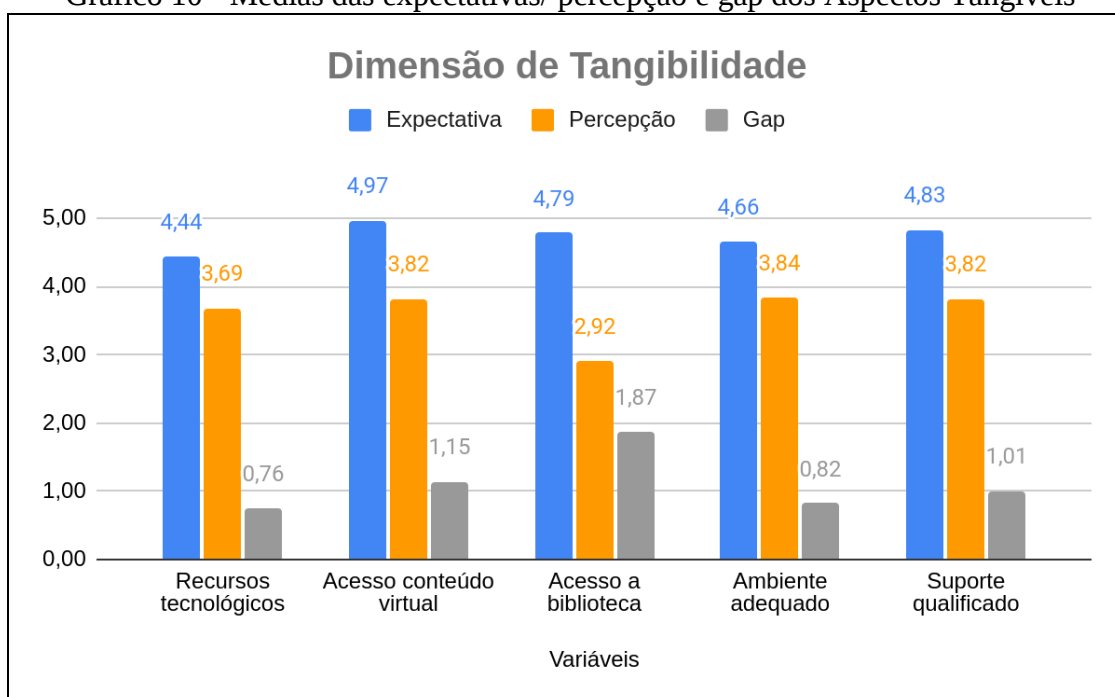
As variáveis que apresentaram maiores discrepâncias entre expectativa e percepção foram: a afirmativa 3 referente ao “Acesso à biblioteca” com expectativa média de 4,79 e percepção média de 2,92 gerando um gap de 1,87, seguida pela afirmativa 2 “Acesso ao conteúdo virtual” com a expectativa média de 4,97 e percepção média de 3,82 gerando um gap de 1,15, ambas variáveis demonstram insatisfação dos discentes, apontando que a instituição deve trabalhar melhorias nesses pontos.

Quanto a afirmativa 1 relativa a variável “recursos tecnológicos” o valor médio para expectativa foi 4,44 e a média de percepção é 3,69, produzindo um gap de 0,76, apontando que é necessária melhoria dos recursos tecnológicos na elaboração das aulas. Em relação à afirmativa 4, a variável “Ambiente adequado” atingiu o valor médio de expectativas de 4,66 e

a média de percepção foi 3,84, gerando um gap de 0,82. Ambas variáveis tiveram os menores *gap's* dentre todas as afirmativas da dimensão, mostrando um nível aceitável, mas que deve ser melhorado.

O gráfico 10 traz o resultado da pesquisa na dimensão tangibilidade, na barra azul temos as expectativas, a barra laranja é a percepção e a barra cinza, o *gap*.

Gráfico 10 - Médias das expectativas/ percepção e gap dos Aspectos Tangíveis



Fonte: Autora (2022).

Pode-se concluir que os resultados obtidos pelos aspectos de tangibilidade mostram que o serviço não atingiu as expectativas dos discentes nas cinco variáveis analisadas, apontando insatisfação, desta forma esta dimensão necessita de ações de melhorias para gerar maior satisfação aos discentes.

4.2.2 Dimensão: Confiabilidade

Parasuraman et al. (1988) descreve a dimensão de confiabilidade, como a capacidade de realizar conforme o prometido, de forma assertiva, dentro do prazo e mantendo a capacidade de resolução dos problemas.

Na tabela 3, são apresentadas as variáveis atribuídas para a dimensão dos aspectos de confiabilidade, composta por 4 afirmativas, em seguida são calculadas as médias e o desvio padrão das expectativas assim como das percepções, os gaps e por fim a média geral.

Tabela 3 - Resultados das expectativas/percepções da dimensão confiabilidade

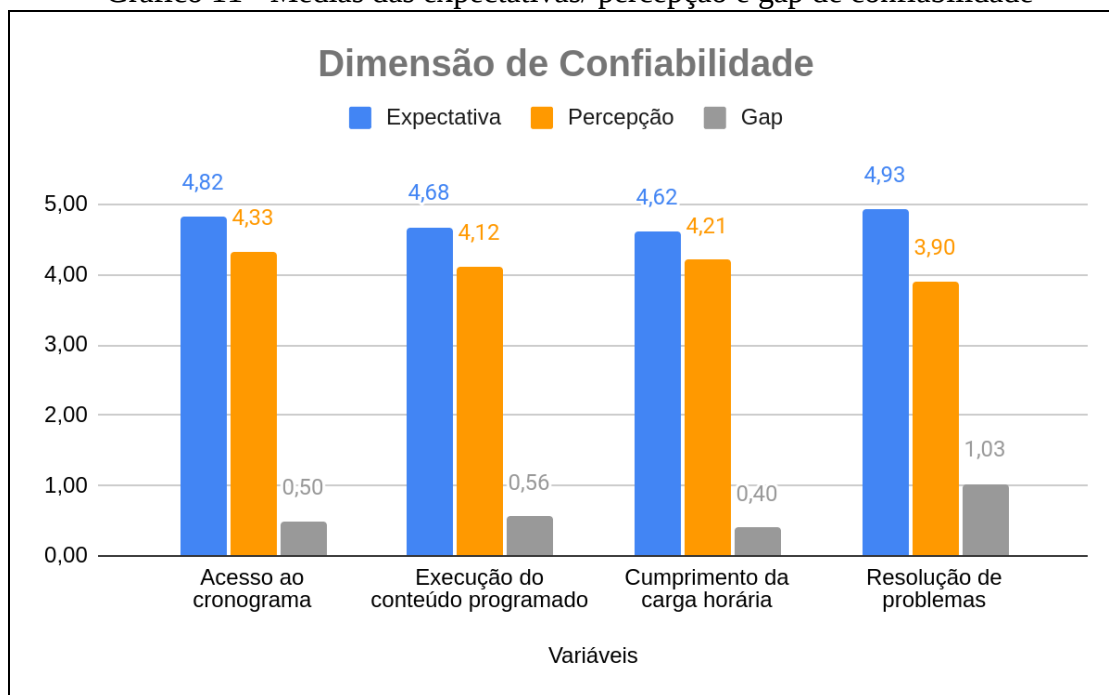
Dimensão Confiabilidade	Variáveis	Expectativas		Percepção		Gap [E-P]
		Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	
6. A UFPE/CAA disponibiliza um plano de ensino, contendo as datas das aulas e quais conteúdos serão ministrados.	Acesso ao cronograma	4,82	0,46	4,33	0,78	0,50
7. A UFPE/CAA cumpre o conteúdo da ementa da disciplina do curso de administração.	Execução do conteúdo programado	4,68	0,57	4,12	0,82	0,56
8. As cargas horárias das disciplinas do curso de Administração são cumpridas.	Cumprimento da carga horária	4,62	0,71	4,21	0,91	0,40
9. A coordenação do curso está disponível para resolução de problemas.	Resolução de problemas	4,93	0,28	3,90	0,98	1,03
Média Geral		4,76	0,50	4,14	0,87	0,62

Fonte: Autora (2022).

O primeiro ponto crítico foi com relação à afirmativa 9, referente à variável “Resolução de problemas” onde a expectativa média foi de 4,93 e a percepção média ficou em 3,90, gerando um gap de 1,03, esta afirmativa está com o gap bem acima da média geral para essa dimensão que foi de 0,62, demonstram insatisfação dos discentes, dando ênfase a necessidade de maior disponibilidade na resolução dos problemas.

O segundo ponto de destaque são as afirmativas 6, 7 e 8 com as variáveis “Acesso ao cronograma” com expectativa média de 4,82 e percepção média de 4,33, “Execução do conteúdo programado” com expectativa média de 4,68 e percepção média de 4,12 e “cumprimento da carga horária” com expectativa média de 4,62 e percepção média de 4,21, além dos respectivos gaps 0,50; 0,56 e 0,40, evidenciando a insatisfação dos discentes, no entanto, todas essas variáveis demonstram um nível aceitável muito próximo a um serviço satisfatório como se pode observar nos baixos valores dos gaps apresentados no gráfico 11.

Gráfico 11 - Médias das expectativas/ percepção e gap de confiabilidade



Fonte: Autora (2022).

Entre todas as dimensões a Confiabilidade foi a que obteve a menor diferenças entre expectativa e percepção, com média geral do gap 0,62, mais próximos ao neutro, embora demonstre insatisfação, as afirmativas ficam muito próximo a um serviço satisfatório, assim, é necessário que haja uma melhoria nos processos de confiabilidade, focando na resolução de problemas.

4.2.3 Dimensão Presteza

Nesta dimensão os discentes avaliam os aspectos relacionados a presteza, Parasuraman et al. (1988) descreve presteza como a rapidez de prestar o serviço e sua disposição em solucionar dúvidas, mantendo as informações sobre quando os serviços serão realizados, prontidão nas providências e respostas.

Na tabela 4, são apresentadas as variáveis atribuídas para a dimensão dos aspectos de presteza, composta por 4 afirmativas, em seguida são calculadas as médias e o desvio padrão das expectativas assim como das percepções, os gaps e por fim a média geral.

Tabela 4 - Resultados das expectativas/percepções da dimensão Presteza

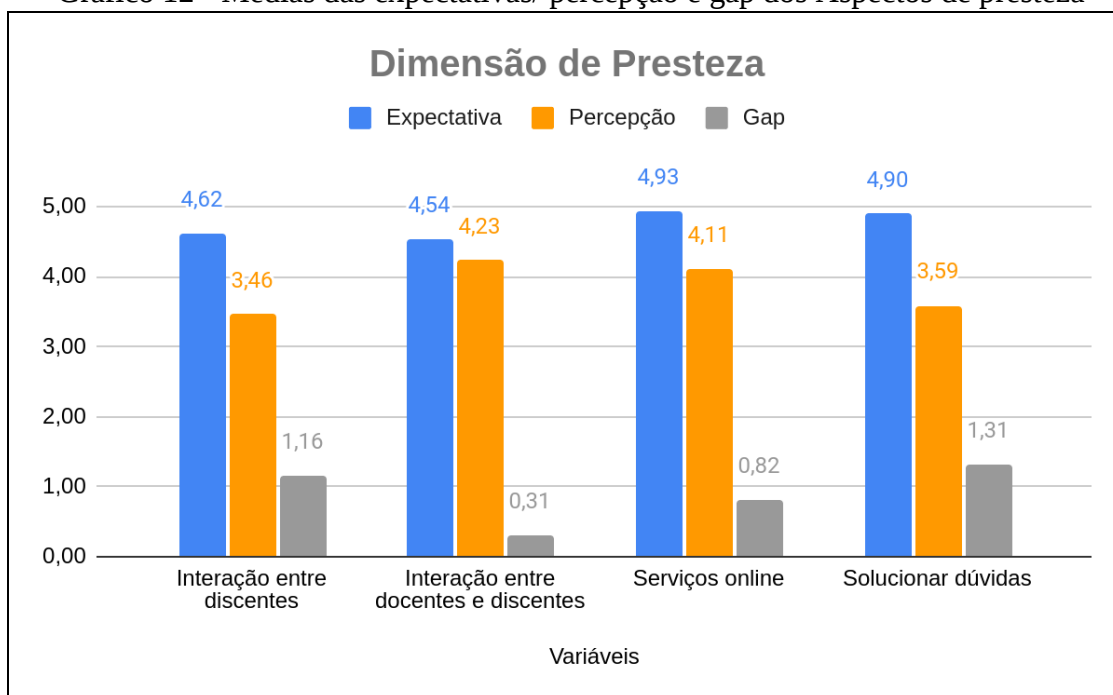
Dimensão Presteza	Variáveis	Expectativas		Percepção		Gap [E-P]
		Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	
10. A UFPE/CAA fornece meios de interação entre os discentes.	Interação entre discentes	4,62	0,79	3,46	1,24	1,16
11. Os docentes interagem com os discentes durante as aulas remotas.	Interação entre docentes e discentes	4,54	0,73	4,23	0,84	0,31
12. A UFPE/CAA disponibiliza de forma online os serviços de escolaridade.	Serviços online	4,93	0,25	4,11	1,01	0,82
13. A UFPE/CAA fornece os meios necessários para esclarecer as dúvidas dos alunos com relação ao conteúdo ou a utilização de alguma plataforma.	Solucionar dúvidas	4,90	0,30	3,59	1,09	1,31
Média Geral		4,75	0,52	3,85	1,05	0,90

Fonte: Autora (2022).

Na dimensão presteza, pode-se destacar a afirmativa 13, que diz respeito a variável “Solucionar dúvidas” com expectativa média de 4,90 e percepção média de 3,59 resultando um gap de 1,31, seguida pela afirmativa 10 relacionada a variável “Interação entre discentes” com expectativa média de 4,62 e percepção média de 3,46 resultando um gap de 1,16, as duas afirmativas geraram os maiores *gap*’s, assumindo a posição de pontos mais críticos em relação a insatisfação dos discentes nesta dimensão.

A afirmativa 11 que se refere a variável “Interação entre docentes e discentes” com expectativa média de 4,54 e percepção média de 4,23 resultou em um gap de 0,31, ficando próximo a zero, o que seria um nível próximo ao satisfatório, como se pode visualizar no 4.12.

Gráfico 12 - Médias das expectativas/ percepção e gap dos Aspectos de presteza



Fonte: Autora (2022).

Os dados coletados da dimensão de presteza demonstram um grau de insatisfação e a necessidade de melhorias nas variáveis analisadas, para que haja o aumento da qualidade do serviço.

4.2.4 Dimensão Segurança

A dimensão de Segurança para Parasuraman et al. (1988) diz respeito à capacidade dos funcionários em transmitir confiança, segurança e cordialidade. Nesta dimensão os discentes avaliam os aspectos acima citados além da competência que os servidores têm em transmitir conhecimento.

Na tabela 5, são apresentadas as variáveis atribuídas para a dimensão dos aspectos de segurança, composta por 4 afirmativas, em seguida são calculadas as médias e o desvio padrão das expectativas assim como das percepções, os gaps e por fim a média geral.

Tabela 5 - Resultados das expectativas/percepções da dimensão segurança

Dimensão Segurança	Variáveis	Expectativas		Percepção		Gap [E-P]
		Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	
14. Os aplicativos e plataformas usados a UFPE/CAA garantem sua segurança e privacidade.	Privacidade e segurança	4,92	0,32	4,12	0,97	0,80
15. Os servidores da UFPE/CAA demonstram sempre cortesia com o discente.	Cortesia com discentes	4,82	0,46	3,73	1,05	1,09
16. A UFPE/CAA proporciona diversas atividades extracurriculares virtuais	Atividades extracurriculares	4,07	0,99	3,42	1,15	0,65
17. O ensino UFPE/CAA é ministrado por professores, com pós-graduação, experiência de trabalho e atualização profissional.	Formação dos docentes	4,39	0,74	4,24	0,84	0,15
Média Geral		4,55	0,63	3,88	1,00	0,67

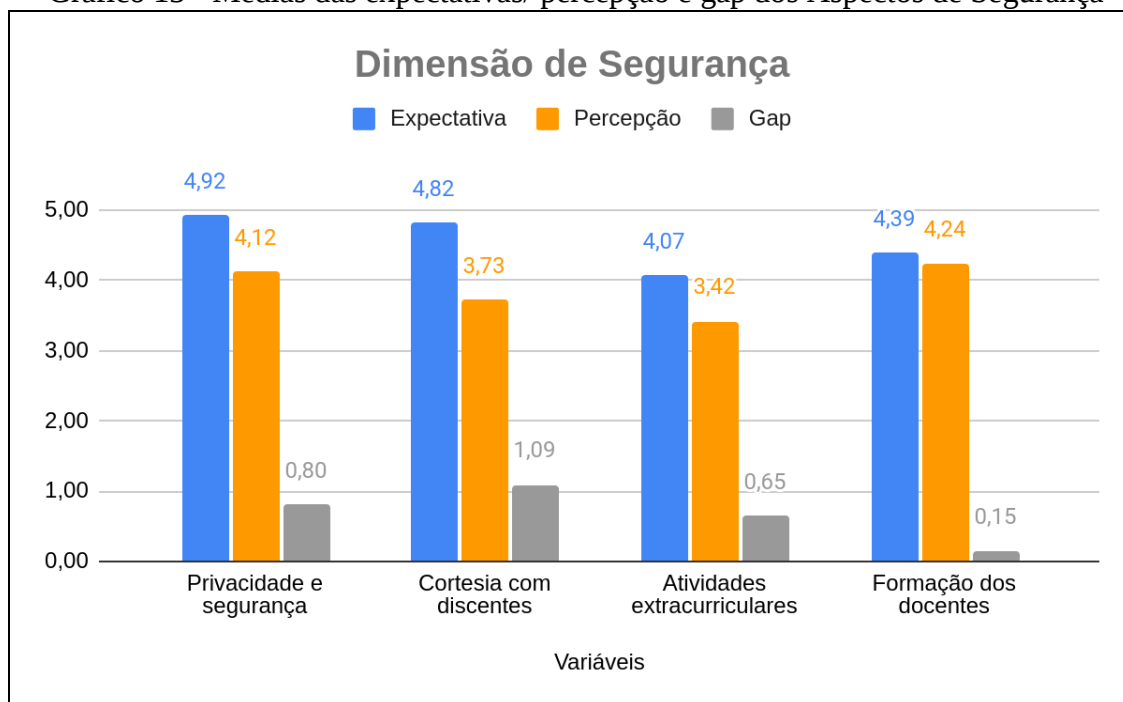
Fonte: Autora (2022).

Na dimensão de segurança a afirmativa 15 que se refere a variável “Cortesia com discentes” obteve expectativa média de 4,82 e percepção média de 3,73 gerando um gap de 1,09, obtendo maior gap da dimensão, dessa forma verifica-se que a qualidade desse atributo está abaixo da desejada, necessitando de melhorias.

Em relação a afirmativa 14 referente a variável “Privacidade e segurança” com expectativa média de 4,92 e percepção média 4,12 e a afirmativa 16 que se refere “Atividades extracurriculares” com expectativa média de 4,07 e percepção média 3,42, as duas estão em uma zona razoavelmente próxima do aceitável ao alcançar respectivamente os gaps 0,80 e 0,65.

É importante destacar que “A formação dos docentes” com afirmativa 17 “O ensino UFPE/CAA é ministrado por professores, com pós-graduação, experiência de trabalho e atualização profissional” obteve expectativa média de 4,39 e percepção média de 4,24 gerando um gap de 0,15, o que demonstra que na visão dos discentes esta variável encontra-se bem próxima do ideal, se mantendo próximo a zero, o que seria o nível satisfatório. Pode-se verificar no gráfico 13 os dados citados acima:

Gráfico 13 - Médias das expectativas/ percepção e gap dos Aspectos de Segurança



Fonte: Autora (2022).

Na dimensão de segurança os resultados mostram que o serviço não atingiu a expectativa dos discentes ficando com o gap médio geral de 0,67 nos quatros itens analisados, apontando insatisfação, necessitando de ações corretivas para melhorar a prestação de serviço.

4.2.5 Dimensão Empatia

A dimensão de empatia segundo Parasuraman et al. (1988) diz respeito ao atendimento individualizado ao cliente, interesse genuíno demonstrado em servir e que compreenda suas necessidades. Os discentes puderam avaliar o nível de empatia dos servidores, se suas necessidades são compreendidas, além dos horários de funcionamento que devem ser convenientes às suas demandas.

Na tabela 6, são apresentadas as variáveis atribuídas para a dimensão dos aspectos de empatia, composta por 5 afirmativas, em seguida são calculadas as médias e o desvio padrão das expectativas assim como das percepções, os gaps e por fim a média geral.

Tabela 6 - Resultados das expectativas/percepções da dimensão empatia

Dimensão Empatia	Variáveis	Expectativas		Percepção		Gap [E-P]
		Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	
18. A UFPE/CAA dispõe de suporte técnico que possa ser facilmente acionada	Suporte técnico aos discentes	4,81	0,41	3,30	1,09	1,51
19. A UFPE/CAA realiza as aulas síncronas no turno em que o discente está matriculado.	Aulas síncronas conforme turno da matrícula	4,58	0,77	4,53	0,76	0,05
20.. A UFPE/CAA leva em consideração sugestões dos alunos.	Ouvir sugestões dos discentes	4,80	0,44	3,40	1,04	1,40
21. Na UFPE/CAA as atividades na sala virtual são orientadas de forma clara e objetiva.	Atividades claras e objetivas	4,95	0,21	3,87	0,94	1,08
22. Os docentes da UFPE/CAA dedicam algum tempo para atendimento individual.	Atendimento individualizado	4,23	0,88	3,29	1,13	0,94
Média Geral		4,79	0,46	3,78	0,95	1,01

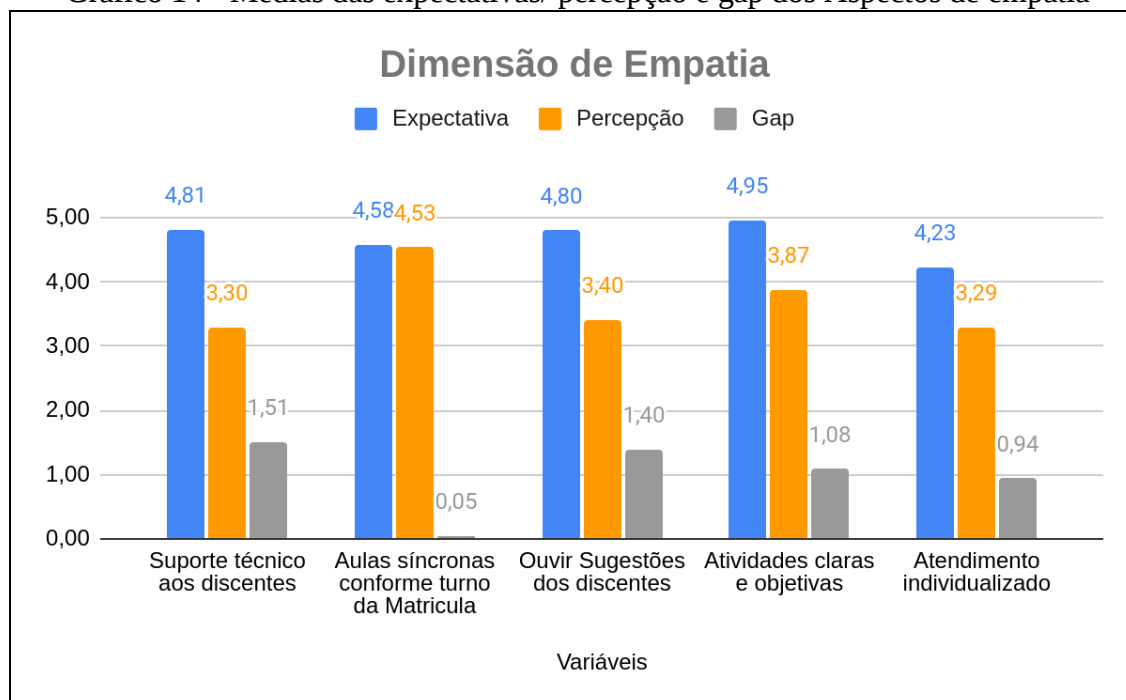
Fonte: Autora (2022).

Pode-se destacar como pontos críticos na dimensão empatia a afirmativa 18 que se refere a variável “Suporte técnico aos discentes” que obteve expectativa média de 4,81 e percepção média de 3,30 gerando um gap de 1,51, como também a afirmativa 20, referente à variável “Ouvir sugestões dos discentes” que obteve expectativa média de 4,80 e percepção média de 3,40, com gap 1,40. Assim, a análise demonstra que a qualidade dessas variáveis são insatisfatórias pelos respondentes.

Em relação a afirmativa 21, variável “Atividades claras e objetiva” obteve a expectativa mais alta, com média de 4,95 e percepção média de 3,87, o gap foi de 1,08, verifica-se que a variável está abaixo das expectativas dos usuários, demonstrando insatisfação.

Em relação à afirmativa 19, referente à variável “Aulas síncronas conforme turno da matrícula” obteve uma expectativa média de 4,58 e percepção média de 4,53, o gap foi de 0,05, dessa forma verifica-se que a qualidade dessa variável está muito próxima do nível satisfatória, o gráfico 14 exibe os valores citados acima:

Gráfico 14 - Médias das expectativas/ percepção e gap dos Aspectos de empatia



Fonte: Autora (2022).

Com gap médio geral de 1,01, verificou-se que as variáveis da dimensão empatia apontam uma acentuada insatisfação dos discentes, necessitando de melhorias na qualidade do serviço prestado.

4.3 ANÁLISE COMPARATIVA DAS DIMENSÕES

Analisando os resultados gerais das cinco dimensões, observa-se que há uma alta expectativa em relação ao ensino remoto com média geral de 4,72, no entanto a percepção aferida foi de apenas 3,85, criando uma lacuna de 0,86, embora o valor do gap não seja tão distante de zero, demonstra insatisfação, fica evidente que será necessário implementar ações que elevem a qualidade do serviço para melhor atender as expectativas dos discentes.

Na tabela 7 são apresentados os valores médios gerais das expectativas e percepções, o desvio padrão e os gap's dos discentes respondentes da pesquisa para todas as dimensões de qualidade.

Tabela 7 - Resultados das médias expectativas/percepções de qualidade

DIMENSÃO	Expectativas		Percepção		Gap [E-P]
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	
Confiabilidade	4,76	0,50	4,14	0,87	0,62
Segurança	4,55	0,63	3,88	1,00	0,67
Presteza	4,75	0,52	3,85	1,05	0,90
Empatia	4,79	0,46	3,78	0,95	1,01
Tangibilidade	4,74	0,53	3,62	1,09	1,12
Média Geral	4,72	0,53	3,85	0,99	0,86

Fonte: Autora (2022).

A dimensão de tangibilidade apresentou o gap mais crítico, com valor médio de 1,12, seguida da dimensão empatia com valor médio 1,01 ambas demonstram insatisfação.

Na dimensão de tangibilidade a afirmativa 3, que se refere à disponibilidade de acesso à biblioteca de forma online, obteve a maior insatisfação dos discentes com gap de 1,87 e a de afirmativa 2, relacionada ao acesso ao conteúdo de forma virtual com gap 1,15. Evidenciando claramente os pontos que necessitam de melhorias.

Na dimensão empatia a afirmativa 5, relacionada a disponibilidade do suporte técnico, obteve a maior insatisfação dos discentes com gap de 1,51, seguida pela afirmativa 20 relacionada a considerar as sugestões dos alunos com gap 1,40, explicitando as falhas de comunicação presente neste pilar.

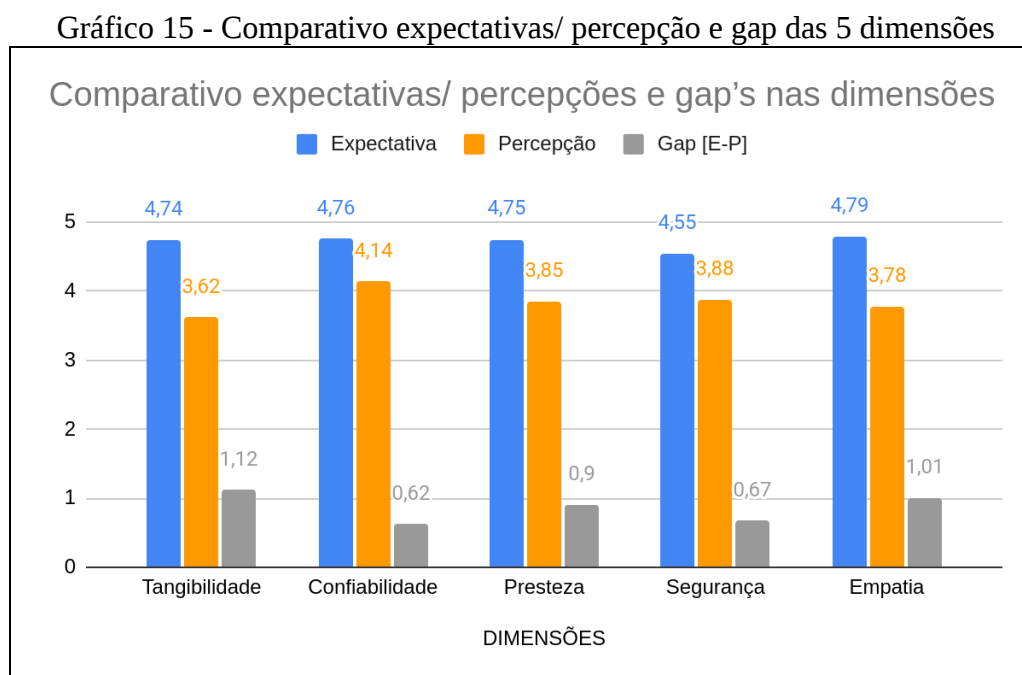
Analisando a média geral da dimensão de presteza observa-se que existe um gap de 0,90, embora não tenha atingido um valor satisfatório, ou seja, $\text{gap} < 0$ ou $\text{gap} = 0$, pode-se entender como uma qualidade próxima de satisfatória, sendo os pontos mais críticos a afirmativa 13 relacionada às dúvidas dos alunos com relação ao conteúdo ou a utilização de alguma plataforma, obtendo um gap de 1,31, e a afirmativa 10 referente aos meios fornecidos pela instituição para interação entre os discentes que obteve um gap de 1,16, salientando que a qualidade da prestação do serviço demonstra insatisfação e não atendeu de forma plena as expectativas dos discentes.

Embora demonstrem insatisfação tivemos duas dimensões melhores avaliadas, ou seja, com valores de gap's mais próximos de zero, foram as dimensões de confiabilidade com

média geral de gap em 0,62 e a dimensão de segurança com média geral de gap em 0,67.

Na dimensão de confiabilidade a afirmativa 8 que refere-se ao cumprimento da carga horária do curso obteve um gap de 0,40, seguida da afirmativa 6 relacionada à disponibilidade de acesso ao cronograma obteve um gap de 0,50, e a afirmativa 8 referente ao cumprimento da carga horária do curso com gap de 0,56, necessitam de pequenas ações de melhorias para gerar uma plena satisfação dos discentes.

No que diz respeito à dimensão de segurança foram melhores avaliadas as afirmativas 17 sobre a formação dos docentes com gap de 0,15, e a afirmativa 16 que se refere às atividades extracurriculares com gap de 0,65, ambas as afirmativas ficaram próximas do nível satisfatório. O gráfico 15 mostra o comparativo entre todas as dimensões de qualidade.



Fonte: Autora (2022).

Conforme discutido na fundamentação deste trabalho, a qualidade em serviços segundo Las Casas (2013) está relacionada à capacidade de proporcionar satisfação, sofrendo variações de acordo com as necessidades e expectativas dos clientes. Nesta pesquisa foi observada uma alta expectativa dos discentes em relação ao ensino remoto com média geral de 4,72, para melhor análise do resultado, deve-se compreender que os serviços possuem dois elementos de qualidade, o serviço propriamente dito e a forma como ele é percebido pelo

cliente.

Os autores GIANESI e CORRÊA (1994) ponderam que em relação ao serviço propriamente executado, a qualidade é dada pela comparação entre a percepção do serviço prestado e a expectativa do cliente, que sofre influência dos seguintes aspectos ligados à qualidade, pode-se destacar alguns aspectos que influenciaram nos resultados desta pesquisa:

- **Consistência** é a conformidade com experiência anterior (GIANESI e CORRÊA, 1994). Neste aspecto os discentes compararam a experiência de aulas presenciais com a modalidade de aulas remotas, vale salientar que a mudança do presencial para remoto não foi uma escolha dos discentes, mas foi uma imposição devida o contexto pandêmico, que se viram obrigados a se adequar a este novo modelo, mesmo não tendo perfil, o que gera insatisfação.
- **Competência** é a habilidade e a necessidade “técnica” para a execução do serviço dos consumidores (GIANESI e CORRÊA, 1994). Neste aspecto, entende-se que houve dificuldades técnicas por parte dos estudantes em acessar as plataformas digitais.
- **Velocidade de atendimento** é a prontidão da empresa e seus servidores em prestar o serviço em tempo hábil (GIANESI e CORRÊA, 1994). Verificou-se que devido ao tempo de adaptação às legislações e mecanismos tecnológicos, as universidades se viram impossibilitadas de fazer o atendimento presencial, além de não estar preparada para as demandas de atendimento *online*.
- **Credibilidade / segurança** é a baixa percepção de risco e habilidade de transmitir confiança (GIANESI e CORRÊA, 1994). Neste aspecto, o cenário de pandemia aumenta a percepção de riscos e incertezas, relacionadas à retomada das aulas presenciais ou continuidade das aulas remotas, também afetando as decisões relacionadas à moradia dos estudantes, aos auxílios, entre outras.
- **Tangíveis** é a qualidade dos bens facilitadores, equipamentos e instalações (GIANESI e CORRÊA, 1994). Verificou-se que a maior parte dos discentes estudou através do celular, que não é o mais adequado para acompanhar as demandas remotas, o que acaba influenciando a qualidade do serviço avaliado pelos discentes.

Em relação ao serviço percebido, Zeithaml et al. (2014), reitera que a qualidade depende de diversos fatores que não são totalmente controlados pela organização, como por exemplo a capacidade do cliente de expressar suas necessidades, a prontidão da equipe de

serviços para atender as necessidades dos clientes e o volume da demanda do serviço.

Dessa forma, percebe-se que a universidade não está alheia a estes fatores externos dos quais não exerce nenhum controle, como os fatores psicológicos: estresse, frustração, medo, luto, entre outros vivenciados no contexto pandêmico, que influenciaram diretamente a percepção dos discentes em relação ao ensino remoto, o que pode ter gerado insatisfação em todas as dimensões estudadas.

4.4 MELHORIAS SUGERIDAS

Através da análise dos dados coletados com base no modelo SERVQUAL, foram identificados os pontos críticos e o critério adotado para sugestão de melhorias foram os valores de gap acima de 1 ponto, demandando maior atenção para medidas de melhorias. Abaixo, serão propostas dez sugestões de melhorias divididas por suas respectivas dimensões da qualidade.

- **Dimensão Tangibilidade**

Afirmativa 3: A UFPE/ CAA disponibiliza acesso à biblioteca de forma online (Gap: 1,87)

Sugestão de melhorias: Capacitar os servidores para que possam incentivar o uso da plataforma *EBSCOhost* e sanar as dúvidas dos discentes referente ao acesso do acervo de títulos digitais, além de facilitar o processo de criação da conta de usuário para acesso da plataforma.

Afirmativa 2: A UFPE/CAA disponibiliza o conteúdo de apoio como vídeos aulas, slides e PDFs (Gap: 1,15)

Sugestão de melhorias: Disponibilizar o conteúdo de apoio como vídeos aulas, slides e PDFs dos assuntos abordados em sala de aula, conforme ementa do curso, facilitando a leitura de modo assíncrono.

Afirmativa 5: Os docentes estão treinados para utilizar os equipamentos eletrônicos e recursos tecnológicos (Gap= 1,01)

Sugestão de melhorias: Promover treinamentos que propicie capacitação dos servidores para manusear os equipamentos eletrônicos e recursos tecnológicos, utilizando das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) no auxílio das práticas pedagógicas com eficiência.

- **Dimensão Confiabilidade**

Afirmativa 5: A coordenação do curso está disponível para resolução de problemas (Gap = 1,03)

Sugestão de melhorias: Adotar uma gestão descentralizada, facilitando o acesso às informações e resoluções de problemas através dos secretários. Disponibilizar guia ou aplicativo com as principais dúvidas e informações relacionadas ao curso, aumentando a eficácia do setor.

- **Dimensão Presteza**

Afirmativa 13: A UFPE/CAA fornece os meios necessários para esclarecer as dúvidas dos alunos com relação ao conteúdo ou a utilização de alguma plataforma (Gap = 1,31)

Sugestão de melhorias: Ampliar os canais para tele atendimento, fazendo uso de aplicativos que facilitem a comunicação e troca de informações entre a comunidade acadêmica.

Afirmativa 10: A UFPE/CAA fornece meios de interação entre os discentes (gap =1,16)

Sugestão de melhorias: Fornecer meios de interação entre os discentes tais como Fórum virtual para postagem de dúvidas gerais referentes ao curso, gamificação que utiliza jogos digitais para aplicar conteúdos de forma didática e interativa.

- **Dimensão Segurança**

Afirmativa 15: Os servidores da UFPE/CAA demonstram sempre cortesia com o discente (Gap = 1,09)

Sugestão de melhorias: Promover treinamento com os servidores para melhorar a excelência e qualidade do atendimento no serviço público, buscando esclarecer as dúvidas com rapidez, cortesia e eficiência.

- **Dimensão Empatia**

Afirmativa 18: A UFPE/CAA dispõe de suporte técnico que possa ser facilmente acionada (Gap = 1,51)

Sugestão de melhorias: Equipar e Treinar a equipe de TI para que o suporte técnico atenda as demandas dos discentes em tempo hábil, levando em consideração a importância dos

processos de serviços: protocolos de atendimento, prioridades e prazos.

Afirmativa 20: A UFPE/CAA leva em consideração sugestões dos alunos (Gap = 1,40)

Sugestão de melhorias: Criar canais de comunicação para coleta de sugestões dos discentes, fazendo levantamentos de forma regular, para auxiliar na melhoria da qualidade do serviço prestado.

Afirmativa 21: Na UFPE/CAA as atividades na sala virtual são orientadas de forma clara e objetiva (Gap = 1,08)

Sugestão de melhorias: Investir em Capacitação dos docentes e plataformas digitais especializada em atender serviços de ensino remoto, melhorando o uso das ferramentas disponíveis tais como, *Teams (Microsoft)*, *Google Class*, *Google Meet*, *Zoom*. Investindo em práticas de ensino inovadoras.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo geral identificar e analisar a qualidade do serviço educacional superior na modalidade de ensino remoto, por meio da aplicação da ferramenta SERVQUAL aos discentes matriculados no curso de administração da UFPE do campus CAA, mensurando as expectativas e percepções dos mesmos, possibilitando visualizar as dificuldades dos participantes em atingir com êxito seu desenvolvimento acadêmico.

Vale ressaltar que a pesquisa foi desenvolvida durante a pandemia de covid-19, onde as IES precisaram se mobilizar para ofertar o ensino remoto emergencial aos discentes, a fim de amenizar os prejuízos causados à comunidade acadêmica.

Ao longo deste trabalho foram atingidos os objetivos específicos ao realizar o levantamento bibliográfico abordando os conhecimentos ligados à qualidade, serviços, avaliação de qualidade em serviços, ferramenta SERVQUAL e instituições públicas de ensino superior.

Desta forma verificou-se na literatura a importância da qualidade em serviços e a relevância da universidade na sociedade, Nunes e Silva (2011) destaca a forte influência das IES nos aspectos econômico, social, cultural e político, Oliveira (2019) cita que no Brasil existe muita desigualdade no âmbito da educação, que as IES é um dos pilares fundamentais para romper o ciclo das desigualdades.

A partir da aplicação do questionário utilizando o modelo SERVQUAL, foi possível mensurar a qualidade do ensino remoto emergencial na visão dos 131 discentes respondentes da pesquisa. Os demais objetivos específicos foram atendidos pelo capítulo 4, que compreende, identificar quais são as expectativas e verificar suas percepções em relação aos serviços prestados, avaliar a qualidade dos serviços percebida pelos usuários dos serviços e por fim propor melhorias aos serviços prestados.

Dessa forma, os resultados deste trabalho apontam a necessidade de melhorias no ensino remoto em todas as dimensões da qualidade, verificando as respostas, ficou clara a insatisfação dos discentes em relação à qualidade do ensino remoto.

No que diz respeito aos procedimentos técnicos, o questionário SERVQUAL elaborado mostrou-se eficiente para a coleta dos dados, alcançando o objetivo. A ferramenta foi adaptada com afirmativas direcionadas ao ensino remoto, buscando clareza e objetividade

nas questões propostas.

Pode-se considerar como limitações da presente pesquisa, a aplicação do questionário que foi realizado de forma online, impossibilitando o contato direto e presencial com a população da pesquisa, o que dificultou a adesão de mais respondentes e a possibilidade de sanar dúvidas referentes às afirmativas, também configura-se limitação o fato de apenas alunos do curso de administração participarem da pesquisa, reduzindo a quantidade de amostra da população de estudantes.

Como continuação desta pesquisa, sugere-se a utilização de outras ferramentas de qualidade similares ao SERVQUAL como, por exemplo, o instrumento SERVPERF que se baseia apenas nas percepções dos clientes.

Para futuros desdobramentos, verifica-se a importância de continuar a mensurar com regularidade a qualidade do ensino, aplicando o modelo SERVQUAL a qualquer curso que seja oferecido pelo CAA/UFPE.

As análises dos dados apontam que a qualidade do ensino remoto no curso de administração da UFPE/CAA precisa de melhorias e aprofundamento dos estudos sobre a percepção da qualidade, possibilitando a identificação de pontos fortes e pontos fracos, além das oportunidades de melhorias, permitindo planejar estratégias de forma mais assertiva e eficientes.

REFERÊNCIAS

ABEL, J. R.; DEITZ, R. **The Role of Colleges and Universities in Building Local Human Capital**. Rochester, NY: Social Science Research Network, 1 maio 2011. Disponível em: <<https://papers.ssrn.com/abstract=1952100>>. Acesso em: 8 maio. 2022.

ARAÚJO, F. L.; BERGIANTE, N. C. R. Adaptação do instrumento servqual para avaliação da percepção da qualidade na prestação de serviços administrativos: Um estudo de caso em uma instituição federal de ensino. In: XXVI Simpósio de Engenharia de Produção (SIMPEP 2019), 2019, Bauru. XXVI Simpósio de Engenharia de Produção (SIMPEP 2019), 2019.

BARRETO, E. G. L. et al. APLICAÇÃO DO MÉTODO SERVQUAL NA AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DE CLIENTES DE UMA ACADEMIA DE GINÁSTICA. **Revista Gestão Industrial**, v. 8, n. 3, 6 nov. 2012.

BRASIL. Constituição Federal 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm. Acesso em: 22/03/2022

BRASIL. Diretrizes Curriculares dos Cursos de Administração: Resolução nº 4, de 13 de julho de 2005, 2005. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces004_05.pdf> Acesso em: 04 abr. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. Gabinete do Ministro. Portaria nº 343, de 17 de março de 2020. Dispõe sobre a substituição das aulas presenciais por aulas em meios digitais enquanto durar a situação de pandemia do Novo Coronavírus - COVID-19. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, ed. 53, 18 mar. 2020. Seção 01, p. 39.

BRASIL. Ministério da educação. Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais Reuni. Diretrizes Gerais. 2007, p. 10. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/diretrizesreuni.pdf>>. Acesso em: 2 mar. 2022.

BROCHADO, A. Comparing alternative instruments to measure service quality in higher education. **Quality Assurance in Education**, v. 17, n. 2, p. 174–190, 1 jan. 2009.

BRUIN, Y. B. et al. Initial impacts of global risk mitigation measures taken during the combatting of the COVID-19 pandemic. **Safety Science**, v. 128, p. 104773, 1 ago. 2020.

CAMACHO, A. C. L. F. (2020). Ensino remoto em tempos de pandemia da COVID-19: novas experiências e desafios. **Online Brazilian Journal of Nursing**. 19(4). <https://doi.org/10.17665/1676-4285>.

CARVALHO, M. M. et al. **Gestão da Qualidade: teorias e casos**. 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CARVALHO, C. H. A. de. Política para a educação superior no governo Lula expansão e financiamento. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, [S. l.], n. 58, p. 209-244, 2014.

DOI: 10.11606/issn.2316-901X.v0i58p209-244. Disponível em:
<https://www.revistas.usp.br/rieb/article/view/82397>. Acesso em: 9 maio. 2022.

CARVALHO, Marly Monteiro de; PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da Qualidade: Teoria e Casos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria geral da administração**. Elsevier Brasil, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. Elsevier Brasil, 2003.

CLEWES, Debbie. A student-centred conceptual model of service quality in higher education. **Quality in Higher Education**, v. 9, n. 1, p. 69-85, 2003.

GUSSO, Hélder Lima et al. Ensino superior em tempos de pandemia: diretrizes à gestão universitária. **Educação & Sociedade**, v. 41, 2020.

CORRÊA, Luíz Henrique; GIANESI, Irineu G.M. Qualidade e Melhoria dos Sistemas de Serviços. In: **Administração Estratégica de Serviço, São Paulo: Atlas**. 1994 – p.195-207

CORTELAZZO, Angelo Luiz; JÚNIOR, Dilermando Piva; RODRIGUES, Maria Rafaela Junqueira Bruno. Resultados do exame nacional do desempenho de estudantes–ENADE: quantitativos históricos na área da computação e qualidade dos cursos. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 1, p. 865-886, 2021.

DE OLIVEIRA, Eunice Alves; LEAL, Gislaine Camila Lapasini; FENERICH, Francielle Cristina. Análise da qualidade dos serviços em uma escola pública utilizando a ferramenta Servperf. **Revista Gestão Industrial**, v. 9, n. 1, 2013.

DIAS SOBRINHO, J. Dilemas da educação superior no mundo globalizado: sociedade do conhecimento ou economia do conhecimento? São Paulo: Casa do Psicólogo, 2005.

DURHAM, Eunice. Educação superior, pública e privada (1808-2000). **Os desafios da educação no Brasil. Rio de Janeiro: Nova Fronteira**, p. 197-240, 2005.

FERREIRA, Luciana Haddad; BARBOSA, Andreza. Lições de quarentena: limites e possibilidades da atuação docente em época de isolamento social. **Práxis Educativa**, Ponta Grossa, v. 15, e2015483, p. 1-24, 2020. Disponível em:
<https://revistas2.uepg.br/index.php/praxiseducativa/article/view/15483/209209213434>. Acesso em: 01 abr. 2022.

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

Maps, Google. Foto Aerea do campus da UFPE/CAA em Caruaru. 2022. Disponível em:
<https://www.google.com/maps/@-8.2248616,-35.9837544,409m/data=!3m1!1e3> Acesso em: 01 abr. 2022

GARVIN, David A. Gerenciando a Qualidade: A Visão Estratégica e Competitiva, tradução de João Ferreira Bezerra de Souza. **Qualitymark Ed., RJ**, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GOMES, Paulo JP. A evolução do conceito de qualidade: dos bens manufacturados aos serviços de informação. **Cadernos Bad**, v. 2004, n. 2, p. 6-18, 2004.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Volume dos serviços cresce 1,4 % em dezembro e fecha 2021 com alta d 10,9%**. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: < <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/32952-volume-dos-servicos-cresce-1-4-em-dezembro-e-fecha-2021-com-alta-de-10-9https://tinyurl.com/yx9re6wc>>. Acesso em: 10 fev. 2022.

INEP. (2019). **Divulgação dos principais resultados pelo senso de educação superior 2019**. Disponível em:<<http://portal.mec.gov.br/docman/setembro-2018-pdf/97041-apresentacao-o-censo-superior-u-ltimo/file>> Acesso em: 01 fev. 2022.

INEP. (2020). Sinopse Estatística da Educação Superior 2020. https://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/documentos/2020/tabelas_de_divulgacao_censo_da_educacao_superior_2020.pdf

JOHNSTON, R. e CLARK, G. **Administração das Operações e Natureza do Serviço**. In:Administração de Operações de Serviço. São Paulo, Editora Atlas, 2002. Capítulo 1, pp. 26-7.

KALTENECKER, Evodio. **Qualidade Segundo Garvin**. Annablume, 1995.

KHOSHRAFTAR, A.; ROZAN, M. A review of ten years of research in services quality. **Journal of Information Systems Research and Innovation**, v. 7, n. 1, p. 1-9, 2014.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo:Prentice Hall, 2003.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing**. Prentice Hall Brasil, 12ª edição. p. 397-401. 2006.

LAKATOS, E. M. ; MARCONI, M. A. Fundamentos de metodologia científica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAS CASAS, A. **Qualidade total em serviços, conceitos, exercícios, casos práticos**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, p. 6, 2008.

LAS CASAS, Alexandre L. Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. 1. ed. 7 reimpr. São Paulo: Atlas, 2013.

LAUS, Sonia; MOROSINI, Marília Costa, Internacionalización de la educación superior em Brasil Colômbia: Banco Mundial em coedición com Mayol Ediciones,, 2005.

LOBO, Renato Nogueirol. **Gestão da qualidade**. Saraiva Educação SA, 2019.

LOPES, J. C. Gestão da qualidade: decisão ou constrangimento estratégico. **Universidade Europeia Laureate Internacional Univercities**, p. 1-94, 2014.

LOVELOCK, C.; WIRTZ, J. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006

MAGALHÃES, Amanda Júlia de Arruda et al. O Ensino da anamnese assistido por tecnologias digitais durante a pandemia da Covid-19 no Brasil. **Revista Brasileira de Educação Médica**, v. 44, 2020.

MARTINELLI, Fernando Baracho. Gestão da qualidade total. **Curitiba: Iesde**, 2009.

MARTINS, Petrônio G.; LAUGENI, Fernando P. Administração da Produção. São Paulo:

MASIERO, Gilmar. Administração de empresas. São Paulo: Saraiva, 2017.

MAZZA, Débora. Educação, trabalho e concentração urbana no Parque Tecnológico de Campinas, estado de São Paulo. **Cadernos CERU**, v. 27, n. 1, p. 79-94, 2016.

MEIRELLES, D. S. **O conceito de serviço**. Revista Economia Política, v. 26, n. 1, jan-mar, 2006, p. 119-136.

MÉLO, Maria Auxiliadora do Nascimento; Qualidade e inteligência competitiva no setor de saúde suplementar: proposição de um modelo para a análise da estratégia competitiva. Disponível em <<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/5248>> acesso em 01 abri. 2022.

MIGUEL, P.A.C.; SALOMI, G.E. Uma revisão dos modelos para medição da qualidade em serviços. **Revista Produção**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 12-30, 2004.

MOURA, Rosane de Souza. Avaliação da qualidade em serviços utilizando a escala servqual com clientes internos: O caso dos correios DR/PB. 2017.

NUNES, Ana Lucia de Paula Ferreira; DA CRUZ SILVA, Maria Batista. A extensão universitária no ensino superior e a sociedade. **Mal-Estar e Sociedade**, v. 4, n. 7, p. 119-133, 2011.

DE OLIVEIRA, Ana Luíza Matos; POCHMANN, Marcio. Educação Superior brasileira no início do século XXI: inclusão interrompida?. 2019.

OLIVEIRA, Matheus Sales; XAVIER, Thiago Padovani. ANÁLISE DA FERRAMENTA SERVQUAL—UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO: SERVQUAL TOOL ANALYSIS—A BIBLIOMETRIC STUDY. **Brazilian Journal of Production Engineering-BJPE**, p. 51-76, 2020.

OLIVEIRA, Otávio J. **Gestão da qualidade: tópicos avançados**. Cengage Learning, 2020.

OLIVEN, A. C. Histórico da educação superior no Brasil. In: SOARES, M. S. A. (Org.). **A educação superior no Brasil**. Porto Alegre: Unesco, 2002. p. 31-42.

Paiva, G. A. S. (2013). **Avaliação da qualidade dos serviços no setor bancário português-banca a retalho**. Dissertação de mestrado, Faculdade de Economia do Porto, Universidade do Porto, Porto, Portugal, 2013.

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

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, v. 64, n. 1, p. 12-40, 1988.

PENA, M. M.; SILVA, E. M. S.; TRONCHIN, D. M. R.; MELLEIRO, M. M. O emprego do modelo de qualidade de Parasuraman, Zeithaml e Berry em serviços de saúde. **Rev Esc Enferm USP**, São Paulo, v. 47, n. 5, p. 1235-40, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/reeusp/v47n5/pt_0080-6234-reeusp-47-05-1227.pdf> Acesso em: 20 jan. 2022.

PEREZ, V. V.; BATISTA, M. R. P.; SANTOS, W.; DIAS, E. D.; SILVA, A. S. B. **Qualidade e gestão da qualidade: a percepção de discentes formandos da FEPI**. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO. 36. João Pessoa, PB. 2016. [Anais...]. João Pessoa: Abepro, 2016. 25 p. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_235_368_30150.pdf> Acesso em: 15 fev. 2022.

PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas de Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. / Cleber Cristiano Prodanov, Ernani Cesar de Freitas. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013

QUINN, Anita et al. Service quality in higher education. **Total Quality Management**, v. 20, n. 2, p. 139-152, 2009.

ROMANINI, Moises; GUARESCHI, Pedrinho Arcides; ROSO, Adriane. O conceito de acolhimento em ato: reflexões a partir dos encontros com usuários e profissionais da rede. **Saúde em Debate**, v. 41, p. 486-499, 2017.

SALOMI, G. G. E.; MIGUEL, P. A. C.; ABACKERLI, A. J. SERVQUAL X SERVPERF: Comparação entre instrumentos para avaliação da qualidade de serviços internos. **Revista Gestão & Produção**, v. 12, n. 2, p. 279-293, 2005.

SAMPAIO, Helena. Ensino superior no Brasil: o setor privado. **Cadernos de Pesquisa**, p. 213-213, 2000.

SANTOS, S. et al. Qualidade dos serviços em indústria têxtil: avaliação de clientes varejistas. **Revista Eletrônica Estratégia e Negócios**, v. 5, n. 1, p. 200-223, jan./abr. 2012.

SENKEVICS, A. S. ; MELLO, U. M. O perfil discente das universidades federais mudou pós-Lei de Cotas? **Cadernos de Pesquisa**, v. 49, n. 117, p. 184-208, 2019.

SILVA FILHO, Roberto Leal Lobo e et al. A evasão no ensino superior brasileiro. **Cadernos de Pesquisa**, v. 37, n. 132, p. 641-659, dez. 2007. Disponível em http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742007000300007&lng=pt&nrm=iso. Acesso em 10 jan. 2022.

SILVA, Jose Romilton AR. Gestão da qualidade: estudo conceitual. 2006.

SUAREZ, Gregório. **David A. Garvin e as Novas Dimensões da Qualidade por Gregório Suarez - Parte 2. Quality Way**, 2015. Disponível em: <https://qualityway.wordpress.com/2015/08/18/david-a-garvin-e-as-oito-dimensoes-daqualidade-por-gregorio-suarez-parte-2/>. Acesso em 15 mar. 2022.

SUN, Anna; CHEN, Xiufang. Online education and its effective practice: A research review. **Journal of Information Technology Education**, v. 15, 2016.

TEEROOVENGADUM, Viraiyan; KAMALANABHAN, T. J.; SEEBALUCK, Ashley Keshwar. Measuring service quality in higher education: Development of a hierarchical model (HESQUAL). **Quality Assurance in Education**, v. 24, n. 2, p. 244-258, 2016.

TORMEN-FERREIRA, J. A.; LUCATELLI, F.; BEHLING, H. P.; ANDRADE, M. A. R. Qualidade percebida nos serviços do Parque Unipraias – SC: a percepção dos clientes nacionais. **Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, abr. 2021. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/raoit/article/view/6270/3391> Acesso em: 01 jan. 2022.

UFPE- Universidade Federal de Pernambuco. Disponível em: <https://www.ufpe.br/institucional/a-instituicao>. Acesso em: 27 de março de 2022

UFPE- Universidade Federal de Pernambuco. Disponível em: <https://www.ufpe.br/proexc>. Acesso em: 27 de março de 2022

UFPE- Universidade Federal de Pernambuco. Disponível em: <https://cfa.org.br/administracao-administracao/administracao-historia-da-profissao/>. Acesso em: 27 de março de 2022

UFPE. CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO RESOLUÇÃO Nº 23/2020. Disponível em: <https://www.ufpe.br/documents/38970/3193733/Res+2020+23+CEPE+%28Fixa+Calend%C3%A9rio+ano+civil+2021%29.pdf/958498a4-02d9-4f80-86b0-5ed57cb4d18d>. Acesso em 05 de abr. de 2022.

UFPE. Edital de Cadastro e Seleção de Estudantes para Inclusão Digital na UFPE, 2020. Disponível em: <https://www.ufpe.br/documents/38962/2571920/bo64.pdf/5928c0dc-7027-43ca-b31d-63c486feeec1>. Acesso em: 04 de abr. de 2022.

UFPE. Edital de Cadastro e Seleção de Estudantes para Inclusão Digital na UFPE, 2020. Disponível em: <https://www.ufpe.br/documents/38962/2571920/bo64.pdf/5928c0dc-7027-43ca-b31d-63c486feec1>. Acesso em: 04 de abr. de 2022.

UFPE. Universidade Federal de Pernambuco. A Instituição. Pernambuco, 2021. Disponível em: <https://www.ufpe.br/institucional/a-instituicao>. Acesso em: 10 abr. de 2022.

UFPE. Projeto Pedagógico do Curso (PPC). 2010. Pernambuco, 2010. Disponível em: <https://www.ufpe.br/documents/39146/0/PPC+Administra%C3%A7%C3%A3o+-+CAA/3dc31014-bc77-4c5e-be0b-eb6b3a93a2f1>. Acesso em: 09 maio. 2022

UFPE. Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI 2019/2023. Pernambuco, 2019. Disponível em: <<https://www.ufpe.br/pdi>>. Acesso em: 10 maio. 2022

UNESCO. (2020b). **Suspensão das aulas e resposta à COVID-19**. United Nations Organization. Disponível em < <https://pt.unesco.org/covid19/educationresponse>> Acesso em: 01 fev. 2022.

VERAS, C. M. dos A. **Gestão da Qualidade**. São Luis: IFMA, 2009. Disponível em <<https://www.yumpu.com/pt/document/read/14483831/gestao-da-qualidade-ifma>> Acesso em: 01 fev. 2022.

YUEN, Kum Fai; VAN THAI, Vinh. Service quality and customer satisfaction in liner shipping. **International Journal of Quality and Service Sciences**, 2015.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. ; GREMLER, D.D.; **Marketing de serviços: A empresa com foco no cliente**. 6ª ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2014

ZENONE, Luiz Claudio. Marketing de relacionamento: tecnologia, processos e pessoas. São Paulo: Atlas, 2010

APÊNDICE A - DISCENTES MATRICULADOS NO PERÍODO 2021.2

**Escolaridade Agreste**
para mim ▾
Boa Noite!

Matriculados neste semestre são 645.

Curso	Disciplinas Vagas	Matriculados em Disciplinas	%	Matriculados Vagas	%	Trancamento %	%	Não Matriculados	%
ADMINISTRAÇÃO - CAA	678	645	95,14	0	0,00	30	4,44	0	0,00

Atenciosamente,
Aline Tabosa

Em seg., 25 de abr. de 2022 às 14:32, ELIANE MARIA DA SILVA NASCIMENTO <eliane.silvanascimento@ufpe.br> escreveu:
Boa tarde,

Estou fazendo meu TCC e preciso saber a quantidade de alunos matriculados neste semestre no curso de administração. Vocês podem me ajudar com essa informação ?

Obrigada
Eliane Nascimento

APÊNDICE B - ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO ELETRÔNICO

ESTUDO DA PERCEPÇÃO DA QUALIDADE NO ENSINO SUPERIOR REMOTO UTILIZANDO A ESCALA SERVQUAL: UMA VISÃO DOS DISCENTES DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA

Esta pesquisa busca obter informações sobre a qualidade do ensino remoto emergencial ofertado pela UFPE/ CAA no curso de administração na visão dos discentes, o principal objetivo é coletar feedbacks que possibilitem identificar pontos de melhora no ensino remoto, através de perguntas fechadas e objetivos.

Caso queira maiores informações sobre a pesquisa estou à disposição: eliane.silvanascimento@ufpe.br, obrigada por sua participação!

Questionário Sociodemográficos dos Discentes

1- Gênero:

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Não Binário
- ☐ Prefiro não informar
- ☐ Outro _____

2- Faixa Etária:

- ☐ 16 a 20 anos
- ☐ 21 a 25 anos
- ☐ 26 a 30 anos
- ☐ 31 anos ou mais

3- Estado Civil:

- ☐ Solteiro.

- ☐ Casado
- ☐ Divorciado.
- ☐ União estável

4- Tem ocupação remunerada:

- ☐ Sim
- ☐ Não

5. Qual sua renda familiar?

- ☐ Nenhuma renda
- ☐ Até 1 salário mínimo (R\$ 1.212,00)
- ☐ De 1 a 2 salário mínimo (R\$ 1.212,00 até R\$ 2.424,00)
- ☐ De 2 a 3 salário mínimo (R\$ 2.424,00 até R\$ 3.638,00)
- ☐ Acima de 3 salários mínimos (3.638,00)

6- Quais equipamentos eletrônicos você utiliza para assistir às aulas remotas?

- ☐ Computador
- ☐ Tablet
- ☐ Celular
- ☐ Notebook

7- Como você avalia a qualidade da sua internet?

- ☐ Péssima
- ☐ Ruim
- ☐ Boa
- ☐ Ótima

8. Qual seu curso?

- ☐ Administração
- ☐ Outro_____

9. Período em que se encontra no curso de Administração?

- ☐ 1º Período ao 2º Período
- ☐ 3º Período ao 4º Período
- ☐ 5º Período ao 6º Período
- ☐ 7º Período ao 8º Período
- ☐ 9º Período

10. Como você avalia seu desempenho no contexto de ensino remoto em relação ao ensino presencial?

- ☐ Inferior ao ensino presencial
- ☐ Igual ao ensino presencial
- ☐ Superior ao ensino presencial

APÊNDICE C – AVALIAÇÃO DO GRAU DE EXPECTATIVA

Agora vamos avaliar o seu grau de expectativa, ou seja, o que você julga que é importante para que as aulas remotas aconteçam com níveis de qualidade satisfatórias. Responda às questões abaixo atribuindo Grau de Importância, de 1 a 5.

	1	2	3	4	5
Grau de Expectativas	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente

Quadro do questionário SERVQUAL adaptado aos serviços de ensino

Dimensão de Tangibilidade		
Grau de Expectativas	Grau de Importância	Variáveis
1. Para um Ensino Remoto de qualidade é necessário que a universidade utilize recursos tecnológicos modernos na elaboração das aulas.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Recursos Tecnológicos
2. É importante que o conteúdo de apoio como vídeos aulas, slides e PDFs sejam disponibilizados.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Acesso conteúdo Virtual
3. É importante ter acesso ao acervo da biblioteca de forma online.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Acesso a Biblioteca
4. É importante ministrar as aulas remotas em um ambiente e estrutura adequados.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Ambiente adequado
5. É importante que os docentes estejam treinados para utilizar equipamentos e os recursos tecnológicos.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Suporte qualificado
Dimensão de Confiabilidade		
6. É importante que seja disponibilizado um plano de ensino, contendo as datas das aulas e quais conteúdos serão ministrados.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Acesso ao cronograma

7. É importante que o conteúdo da ementa da disciplina seja cumprido.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Execução do Conteúdo programado
8. É importante que seja cumprida a carga horária das disciplinas.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Cumprimento da carga horária
9. É importante que a coordenação do curso esteja disponível para resolução de problemas.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Resolução de problemas
Dimensão de Presteza		
10. É importante que a instituição ofereça meios para interação entre os discentes.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Interação entre discentes
11. É importante a interação dos discentes e docentes durante as aulas remotas.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Interação entre docentes e discentes
12. É importante que os serviços de escolaridade estejam disponíveis de forma online.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Serviços Online
13. É importante esclarecer as dúvidas dos alunos, com relação ao conteúdo ou a utilização de alguma plataforma.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Solucionar dúvidas
Dimensão de Segurança		
14. É essencial que as plataformas e os aplicativos usados garantam sua privacidade e segurança.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Privacidade e segurança
15. É importante que os servidores da universidade demonstrem sempre cortesia com o discente.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Cortesia com discentes
16. É de suma importância proporcionar diversas atividades extracurriculares virtuais	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Atividades extracurriculares
17. É fundamental que o ensino seja ministrado por docentes, com pós-graduação, experiência de trabalho e atualização profissional.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Formação dos Docentes
Dimensão de Empatia		
18. É necessário que a universidade disponha suporte técnico que possa ser facilmente acionada.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Suporte Técnico aos discentes

19. É importante que as aulas síncronas sejam realizadas no turno que o discente está matriculado.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5	Aulas síncronas conforme turno da matrícula
20. É importante que a instituição leve em consideração sugestões dos alunos.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5	Ouvir Sugestões dos Alunos
21. É necessário que as atividades na sala virtual sejam orientadas de forma clara e objetiva	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5	Atividades Objetivas
22. Que os docentes dediquem algum tempo para atendimento individuais.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5	Atendimento Individualizado

APÊNDICE D – AVALIAÇÃO DO GRAU DE PERCEPÇÃO

Neste questionário vamos avaliar o grau de percepção, ou seja, sua experiência, como são ministradas as aulas remotas no curso de administração da UFPE/CAA. Responda às questões abaixo atribuindo Grau de Importância, de 1 a 5.

	1	2	3	4	5
Grau de Percepção	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Indiferente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente

Grau de Percepção	Grau de importância	Variável
Dimensão Tangibilidade		
1. A UFPE/CAA utiliza recursos tecnológicos modernos na elaboração das aulas.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Recursos Tecnológicos
2. A UFPE/CAA disponibiliza o conteúdo de apoio como vídeos aulas, slides e PDFs	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Acesso conteúdo Virtual
3. A UFPE/ CAA disponibiliza acesso à biblioteca de forma online.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Acesso a Biblioteca
4. As aulas da sua instituição são realizadas em estruturas e ambientes adequados.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Ambiente adequado
5. Os docentes estão treinados para utilizar os equipamentos eletrônicos e recursos tecnológicos.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Suporte qualificado
Dimensão Confiabilidade		
6. A UFPE/CAA disponibiliza um plano de ensino, contendo as datas das aulas e quais conteúdos serão ministrados	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Acesso ao cronograma
7. A UFPE/CAA cumpre o conteúdo da ementa da disciplina do curso de administração	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Execução do Conteúdo programado
8. A carga horária das disciplinas do curso de Administração é cumprida	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Cumprimento da carga horária
9. A coordenação do curso está disponível para resolução de problemas	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Resolução de problemas
Dimensão Presteza		
10. A UFPE/CAA fornece meios de interação entre os discentes	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Interação entre discentes
11. Os docentes interagem com os discentes durante as	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Interação entre docentes e

aulas remotas.		discentes
12. A UFPE/CAA disponibiliza de forma online os serviços de escolaridade	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Serviços Online
13. A UFPE/CAA fornece os meios necessários para esclarecer as dúvidas dos alunos com relação ao conteúdo ou a utilização de alguma plataforma.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Solucionar dúvidas
Dimensão Segurança		
14. Os aplicativos e plataformas usados na UFPE/CAA garantem sua segurança e privacidade	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Privacidade e segurança
15. Os servidores da UFPE/CAA demonstram sempre cortesia com o discente.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Cortesia com discentes
16. A UFPE/CAA proporciona diversas atividades extracurriculares virtuais	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Atividades extracurriculares
17. O ensino UFPE/CAA é ministrado por professores, com pós-graduação, experiência de trabalho e atualização profissional	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Formação dos Docentes
Dimensão Empatia		
18. A UFPE/CAA dispõe de suporte técnico que possa ser facilmente acionada	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Suporte Técnico aos discentes
19. A UFPE/CAA realiza as aulas síncronas no turno que o discente está matriculado.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Aulas síncronas conforme turno da matrícula
20. A UFPE/CAA leva em consideração sugestões dos alunos	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Ouvir Sugestões dos Alunos
21. Na UFPE/CAA as atividades na sala virtual são orientadas de forma clara e objetiva	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Atividades Objetivas
22. Os docentes da UFPE/CAA dedicam algum tempo para atendimento individual	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5	Atendimento Individualizado

Muito obrigado por sua colaboração!