

AValiação DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR

Thaynele Rodrigues da Costa

thaynele@gmail.com

Graduanda em Psicologia pelo Centro Universitário de Viçosa – UNIVIÇOSA

Rogério Pinto

zootecnistarpinto@gmail.com

Professor do Centro Universitário de Viçosa - UNIVIÇOSA

RESUMO: Realizou-se uma pesquisa para avaliar a qualidade dos serviços prestados por uma Instituição particular de Ensino Superior, localizada na Zona da Mata de Minas Gerais. Os dados foram coletados por meio da aplicação de um questionário adaptado do SERVQUAL, a 354 alunos. A escala adaptada continha 21 itens, agrupados em cinco dimensões de qualidade: aspectos tangíveis, confiabilidade, presteza, garantia e empatia. Os dados foram analisados por meio de frequências absolutas, frequências relativas e frequências múltiplas, médias e seus respectivos desvios padrões, e também foi aplicada análise de confiabilidade sobre as dimensões da qualidade dos serviços, através do coeficiente alfa de Cronbach. Foram comparadas as percepções dos alunos quanto aos nichos de início, meio e final de curso quanto aos serviços prestados. O coeficiente alfa de Cronbach obtido demonstrou confiabilidade dos dados levantados em todas as dimensões estudadas na pesquisa. Na visão dos alunos, a instituição de ensino presta um ótimo serviço. As dimensões dadas para garantia e prestabilidade foram consideradas mais importantes na percepção dos alunos, se destacando a capacidade em prestar o serviço prometido de forma precisa e confiável, seguido da disposição para ajudar seus clientes.

PALAVRAS CHAVE: Educação Superior, empatia, eficiência, SERVQUAL.

EVALUATION OF THE QUALITY OF SERVICES PROVIDED IN HIGHER EDUCATION INSTITUTION

ABSTRACT: A research was carried out to evaluate the quality of services provided by a private institution of higher education, located in the Zona da Mata of Minas Gerais. Data were collected through the application of a questionnaire adapted from SERVQUAL to 354 students. The adapted scale contained 21 items, grouped into five quality dimensions: tangible aspects, reliability, promptness, assurance and empathy. The data were analyzed by means of absolute frequencies, relative frequencies and multiple frequencies, means and their respective standard deviations, and reliability analysis was also applied on the dimensions of service quality, using cronbach's alpha coefficient. Students' perceptions regarding the niches of the beginning, middle and end of the course regarding the services provided were compared. The Cronbach's alpha coefficient obtained demonstrated reliability of the data collected in all dimensions studied in the research. In the view of the students, the educational institution provides a great service. The dimensions given for guarantee and stability were considered more important in the students' perception, highlighting the ability to provide the promised service accurately and reliably, followed by the willingness to help their clients.

KEY WORDS: Higher education, empathy, efficiency, SERVQUAL

1. INTRODUÇÃO

Um dos grandes desafios das organizações é manter os processos e produtos padronizados, para que se possa chegar ao maior índice de qualidade e produtividade, com a menor perda possível. Portanto, a organização deve se adaptar às várias mudanças de mercado, o que acaba por exigir novas abordagens no seu sistema de gestão (NEVES, 2007). Segundo este mesmo autor devem ser verificados os procedimentos que resultem em sucessos das empresas, para que possam ter melhores entendimentos no sentido de serem aperfeiçoados, e assim difundir sua aplicação na organização, trazendo melhores resultados.

O ensino superior privado no Brasil vem apresentando acelerado crescimento, desde a década de 1990 e os anos 2000, passando por período de consolidação e profissionalização. Neste período, o número de vagas para a universidade cresceu mais de 15% ao ano, e a matrícula inicial, que era ligeiramente inferior a 1/3 da matrícula total em 1999, passou para quase cerca da metade em 2005 (TAFNER et al., 2007). Se, no passado, as instituições de ensino superior creditavam maior ênfase ao seu papel de instituições educacionais, hoje, por operarem em um ambiente competitivo e altamente exigente, requerem práticas de gestão institucional adequadas às pressões da sociedade (MASTELA, 2006). Assim, os cursos de graduação e pós-graduação buscam atingir elevados índices de qualidade no ensino, pois uma melhora na formação profissional resulta em maior empregabilidade de seus egressos, impactando positivamente no marketing da instituição.

Las Casas (2007, p.121) explica que “a prestação de serviços é alicerçada no desempenho humano, e prestar bons serviços depende da qualidade deste desempenho”. Observa-se desta forma que há necessidade de atenção ao pessoal de contato, pois há variação na percepção do cliente sobre a qualidade de serviços prestados.

Grönroos (2003) cita que o sucesso do marketing de relacionamento depende das atitudes, do compromisso e do desempenho dos funcionários. Se não houver comprometimento para o desempenho de seus papéis enquanto verdadeiros funcionários prestadores de serviço e, ainda, se não estiverem motivados para agir de maneira orientada para a satisfação de seu cliente, a estratégia gerencial fracassará.

A vantagem competitiva é conferida pela capacidade ou circunstância nas quais uma empresa tem vantagem relativa sobre suas concorrentes (ROBBIS, 2000). Desta forma, a empresa será mais competitiva, quanto maior for sua qualidade dos serviços para um dado nível de custo de serviços, ou quanto mais baixos forem os custos em relação aos seus competidores (POZO, 2016). Assim, a medida que as expectativas dos clientes são atendidas com serviços adequados, a qualidade fica evidente e o conceito de satisfação cresce entre os consumidores. Normalmente, uma instituição deseja criar o máximo de satisfação e, provavelmente, estes alunos não abandonarão o curso, podendo indicar e atrair novos alunos para a instituição.

Castelli (2000) verifica que há necessidade contínua de monitoração das percepções dos clientes e, argumenta ainda que, para a sobrevivência de um empreendimento, é imprescindível a realização de pesquisas junto aos clientes, pois são eles que definem e avaliam a qualidade, sendo necessário ouvi-los e entrar em sintonia com os anseios desse público para obter êxito no mercado.

Um dos trabalhos mais consistentes sobre a qualidade dos serviços foi elaborado por Zeithaml, Parasuraman e Berry (1990), chamado de 5 gaps (GIANESI;CORREA, 1994). Nesta pesquisa, o gap 1 refere-se a diferença entre as expectativas do consumidor e a percepção da gerência; O gap 2 diz respeito à lacuna entre a percepção da empresa e as especificações do serviço; já o Gap 3 é apresentado a discrepância entre as especificações do serviço e a prestação do serviço; o gap 4 trata-se da lacuna entre a prestação do serviço e as comunicações externas aos consumidores; o Gap 5 falha na qualidade percebida do serviço.

Segundo Freitas, Bolsanello e Carneiro (2007) o modelo dos 5 Gaps podem ser analisados individualmente, pois a escala SERVQUAL é uma ferramenta realizada através da aplicação de questionários, junto aos clientes, com objetivo de analisar a diferença entre a qualidade do serviço prestado e o serviço recebido pelo cliente, ou seja, baseia-se no princípio da confirmação e desconfirmação das expectativas.

Aspectos qualitativos, tais como, a estrutura hierárquica da qualidade de serviços e as características culturais que afetam a percepção do cliente têm sido também objeto de estudo, porém, Ladhari (2008) cita que ainda são poucos os esforços realizados para obter evidências que de fato corroborem as propostas alternativas relatadas.

A capacidade com que as empresas possam formular e programar estratégias de concorrência permitem sua ampliação ou conservação de posições que sejam sustentáveis nos mercados. Desta forma, Lall (2001) destaca que empresas competem por mercados e recursos, e medem a competitividade através de participações relativas nos mercados ou lucratividade, e usam estratégias competitivas para melhorar seu desempenho. Por outro lado, Barbosa (2002) cita que outros aspectos podem afetar a competitividade, onde a competição organizacional se dá por meio de fatores econômicos e técnicos, bem como de ordem institucional, além das pressões das exigências de conformidade a padrões técnicos, de outras organizações e da sociedade como um todo, necessitando se adequar a padrões de conduta socialmente aceitos. Face esta exigência será preciso apresentar reputação de eficiência, prestígio e conduta socialmente legitimada (POZO, 2016).

De acordo com o exposto, surge a necessidade de se avaliar a qualidade dos serviços prestados por uma instituição privada de ensino Superior da cidade de Viçosa, Minas Gerais por meio da aplicação de um questionário adaptado do *Service Quality Gap Analysis* (SERVQUAL).

2. MATERIAL E MÉTODOS

A presente pesquisa consistiu em uma análise descritiva da qualidade dos serviços prestados por uma Instituição particular de Ensino Superior, localizada na Zona da Mata de Minas Gerais. Esta Instituição caracteriza-se pela oferta de quinze cursos de graduação (cinco na área de exatas, quatro na área de humanas, seis na área da saúde) e 14 cursos de pós graduação, abrigando cerca de quatro mil estudantes nos cursos de graduação.

A condução desta pesquisa se deu após aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa Com Seres humanos do Centro Universitário de Viçosa, “Sylvio Miguel”, sendo aprovado sob número do CAAE: 09531919.0.0000.8090.

Os dados foram coletados por meio da aplicação de um questionário adaptado do *Service Quality Gap Analysis* (SERVQUAL), constante em Parasuraman et al. (1988), a 354 alunos da Instituição de ensino, matriculados nos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Direito, Enfermagem, Engenharia Ambiental, Engenharia Civil, Engenharia Química, Farmácia, Fisioterapia, Medicina Veterinária, Nutrição e Psicologia, a fim de representar uma fidedignidade de 95% da amostra em relação à população avaliada, segundo metodologia descrita por Barbetta (2007).

Além disso, os questionários foram aplicados aos alunos matriculados nos períodos diurno e noturno, divididos em três nichos (nicho 1: alunos entrantes - primeiro e segundo períodos, nicho 2: alunos de meio de curso - terceiro, quarto, quinto e sexto períodos, nicho 3: alunos que estão terminando o curso - sétimo, oitavo, nono e décimo períodos), a fim de estratificar a amostragem e se conseguir obter possíveis diferenças nas percepções quanto ao tempo de contato com os serviços prestados pelas Instituição.

Como ponto de corte e escolha dos entrevistados, estes deveriam ser regulares à Instituição e deveriam assinar o termo de consentimento livre e esclarecido.

A escala utilizada (SERVQUAL) levou em consideração as expectativas dos clientes em relação ao serviço recebido frente à percepção de qualidade identificada. A escala adaptada continha 21 itens, agrupados em cinco dimensões de qualidade: aspectos tangíveis (facilidades e aparência física das instalações, equipamentos, pessoal e material de comunicação); confiabilidade/credibilidade (habilidade em fazer o serviço prometido com confiança e precisão); presteza/receptividade (disposição para ajudar o usuário e fornecer um serviço com presteza e rapidez de resposta); segurança/garantia (conhecimento e cortesia do funcionário e sua habilidade em transmitir segurança); empatia (cuidado em oferecer atenção individualizada aos usuários, Quadro 1. O nível de serviço foi avaliado em uma escala variável de 1 a 7 pontos em cada item.

Assim, caso o entrevistado entendesse que a característica avaliada, em algum item, não era de forma alguma essencial para um melhor atendimento da Instituição, deveria assinalar 1(um), e caso o entrevistado verificasse, que a característica era absolutamente essencial para um melhor atendimento, era assinalado 7 (sete). Entretanto, uma opção

intermediária deveria ser marcada caso o seu sentimento estivesse entre essas duas percepções.

Quadro 1 – Dimensões e afirmativas da escala SERVQUAL (adaptado), utilizada na pesquisa.

<p>Aspectos tangíveis</p> <p>1. A Instituição possui equipamentos atualizados e modernos. 2. As instalações da Instituição são fisicamente atraentes. 3. Os funcionários da Instituição se apresentam bem vestidos e asseados. 4. Os materiais de comunicação interna e externa (como comunicados, memorandos ou e-mails, bem como material publicitário) são de fácil compreensão. 5. A Instituição possui horário de atendimento conveniente.</p>
<p>Confiabilidade</p> <p>6. A Instituição cumpre aquilo que promete. 7. Quando tem um problema, a Instituição mostra interesse sincero em resolvê-lo. 8. A Instituição cumpre os prazos prometidos e ou acordados. 9. A Instituição presta seus serviços adequadamente. 10. A Instituição mantém seus clientes informados de quando os serviços serão executados.</p>
<p>Presteza</p> <p>11. Os funcionários da Instituição prestam os serviços prontamente. 12. Os funcionários da Instituição estão sempre dispostos a ajudar os alunos (clientes). 13. Os funcionários da Instituição nunca estão ocupados para atender uma solicitação.</p>
<p>Garantia</p> <p>14. O comportamento dos funcionários da Instituição transmite confiança. 15. Você se sente seguro em suas transações com a Instituição. 16. Os funcionários da Instituição são gentis. 17. Os funcionários da Instituição demonstram conhecimentos necessários para responder às suas perguntas.</p>
<p>Empatia</p> <p>18. A Instituição fornece atendimentos individualizados quando necessário. 19. Você é tratado de maneira atenciosa pelos funcionários da Instituição. 20. Os funcionários da Instituição demonstram interesse em solucionar seus problemas. 21. Os funcionários da Instituição compreendem as dificuldades apresentadas por seus clientes.</p>

Os dados foram tabulados através do programa Microsoft Excel e analisados por meio de frequências absolutas e relativas, valendo-se do pacote estatístico Sistema para Análises Estatísticas - SAEG (2007), versão 9.1.

Para identificar o nível de qualidade dos serviços prestados pela instituição de ensino, foi utilizada a média aritmética das respostas dos clientes, com seus respectivos desvios padrões. Além disso, foi aplicada análise de confiabilidade sobre as dimensões da qualidade dos serviços, através do coeficiente alfa de Cronbach. O modelo para estimação alfa de Cronbach é válido para $\{\alpha \in \mathfrak{R} \mid -\infty < \alpha \leq 1 \wedge \alpha \neq 0\}$, devendo ser interpretado no intervalo entre 0 e 1 (MATTHIENSEN, 2011).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi realizada análise de confiabilidade em cada dimensão, para assegurar a qualidade dos resultados e das teorias utilizadas, valendo-se do coeficiente alfa de Cronbach, e cálculo do valor médio das respostas verificadas, para os indicadores de qualidade utilizados.

A primeira dimensão tratou dos aspectos tangíveis, contendo cinco indicadores, os quais abordavam a existência de equipamentos modernos, a atratividade das instalações e dos materiais associados ao serviço e a apresentação pessoal dos funcionários, Tabela 1.

Tabela 1 – Valor médio dos indicadores de qualidade para aspectos tangíveis e o coeficiente alfa de Cronbach calculado.

Indicadores de qualidade dos serviços	Média*	Desvio padrão	Alfa de Cronbach
1. A Instituição possui equipamentos atualizados e modernos.	5,20	1,34	0,7089
2. As instalações da Instituição são fisicamente atraentes.	5,16	1,49	
3. Os funcionários da Instituição se apresentam bem vestidos e asseados.	6,43	0,97	
4. Os materiais de comunicação interna e externa (como comunicados, memorandos ou e-mails, bem como material publicitário) são de fácil compreensão.	5,72	1,46	
5. A Instituição possui horário de atendimento conveniente.	5,87	1,31	
Média Geral	5,68	1,31	

* Os indicadores foram avaliados pelos alunos numa escala variando de 1 até 7, segundo os critérios: Se a característica não é de forma alguma essencial para um melhor atendimento = 1; Caso a característica seja absolutamente essencial para o melhor atendimento = 7; Caso a característica estivesse entre essas duas percepções deveria ser assinalado uma opção intermediária.

Seu conjunto de indicadores apresentou um coeficiente alfa de Cronbach igual a 0,7089, correspondendo a um nível de confiabilidade satisfatório, pois se aproximado valor máximo um. Este dado corrobora aquele apresentado por Matthiensen (2011), que afirma aumentar a confiabilidade do instrumento de medição, quando os dados se aproximam de um.

Quanto à análise dos indicadores de qualidade, para os aspectos tangíveis, observou-se que todos eles receberam avaliação positiva, com os valores médios acima de 5,0, e média geral de $5,68 \pm 1,31$. Desta forma pode-se inferir que estes itens se caracterizam como de importância para o melhor atendimento da instituição. Entretanto, se for observada às médias e os desvios padrões calculados, os indicadores que discutem sobre a atratividade das instalações físicas, e atualização dos equipamentos, apresentaram menores índices, ocorrendo maior índice para o indicador que destaca sobre a aparência dos funcionários da instituição de ensino, que estão sempre bem vestidos e asseados.

O resultado médio observado nesta pesquisa para os aspectos tangíveis esta abaixo daquele apresentado por Galvão (2017), que ao avaliar a qualidade dos serviços educacionais na perspectiva da comunidade acadêmica de um instituto federal, observou pontuação de 6,296 para os alunos.

Foi realizada para os indicadores de tangibilidade uma análise de frequências múltiplas para se verificar o percentual de entrevistados que visavam estes indicadores como fatores de importância para o serviço da IES. Assim, 51,85% dos entrevistados (n=354) consideraram a aparência das instalações, equipamentos, pessoal e material de comunicação como itens de menor importância dentre os avaliados nesta pesquisa.

Ao se comparar os nichos, determinados pelos alunos de início, meio e final de curso, verificou-se que não havia diferenças significativas ($P > 0,05$) quando se avaliou as perguntas relacionadas: a possuir equipamentos atualizados e modernos; se os funcionários se apresentavam bem vestidos e asseados, e se possui horário de atendimento conveniente. Entretanto, para as perguntas sobre as instalações serem fisicamente atraentes e materiais de comunicação interna e externa, observou-se diferença significativa entre os nichos estudados ($P < 0,05$), onde os alunos de início de curso, juntamente aqueles de final de curso apresentaram valor médio superior àqueles observados para os de meio de curso. Respectivamente, os valores médios observados foram: 5,391 para início de curso, 5,252 para o final do curso e 4,896 para os alunos de meio de curso, quanto a pergunta relativa às instalações serem fisicamente atraentes. Já Torres (2011), ao avaliar a qualidade dos serviços prestados por uma instituição de ensino superior federal, na visão dos vestibulandos e universitários, observou que havia uma melhor avaliação por parte dos vestibulandos quando comparados aos acadêmicos. Respectivamente os valores observados foram 6,02 para os vestibulandos e 4,72 para os acadêmicos.

Percebeu-se por meio desta avaliação, que há uma expectativa positiva quanto aos alunos que estão iniciando o curso, onde as novidades iniciais podem interferir diretamente sobre a capacidade de os alunos exercerem uma crítica sobre os aparatos e ou equipamentos

que irão necessitar durante sua permanência na instituição em prol do aprendizado. Uma vez, que o aluno já esteja adaptado e entenda a logística necessária para execução, este passaria de uma certa forma cobrar melhorias em prol de uma facilitação e ou melhor condução de sua formação, caso que pode explicar esta menor nota atribuída pelos alunos deste nicho. Entretanto, esta informação contrasta com o ponto de vista apresentado pelos alunos considerados de final de curso, pois apresentam uma avaliação superior. Pode-se inferir que entre outros fatores, por já estarem em término de curso, não se veem na necessidade de propor modificações, uma vez que dificilmente irão usufruir delas.

Para pergunta relativa sobre materiais de comunicação interna e externa, as médias foram: 6,001 para início de curso, 5,776 para final de curso e 5,519 para alunos de meio de curso.

Quanto ao indicador de qualidade para os aspectos de confiabilidade (habilidade em fazer o serviço prometido com confiança e precisão) na instituição de ensino, verificou-se um coeficiente alfa de Cronbach de 0,8415, o que permite uma confiabilidade elevada nos dados apresentados, Tabela 2.

Tabela 2 – Valor médio dos indicadores de qualidade para os aspectos de confiabilidade e o coeficiente alfa de Cronbach calculado.

Indicadores de qualidade dos serviços	Média*	Desvio padrão	Alfa de Cronbach
6. A Instituição cumpre aquilo que promete.	5,25	1,28	0,8415
7. Quando tem um problema, a Instituição mostra interesse sincero em resolvê-lo	5,16	1,56	
8. A Instituição cumpre os prazos prometidos e ou acordados.	5,63	1,46	
9. A Instituição presta seus serviços adequadamente.	5,80	1,27	
10. A Instituição mantém seus clientes informados de quando os serviços serão executados.	5,54	1,43	
Média Geral	5,48	1,4	

* Os indicadores foram avaliados pelos alunos numa escala variando de 1 até 7, segundo os critérios: Se a característica não é de forma alguma essencial para um melhor atendimento = 1; Caso a característica seja absolutamente essencial para o melhor atendimento = 7; Caso a característica estivesse entre essas duas percepções deveria ser assinalado uma opção intermediária.

Percebeu-se que os estudantes confiam no trabalho executado pela instituição de ensino, seja pelo tempo de execução ou qualidade do serviço prestado. Este resultado contrasta positivamente ao apresentado por Gomes e Dadoyama (2019), que afirmaram que em prestações de serviços, o recurso fundamental é decisivamente o humano, e desta forma, a confiabilidade, presteza, segurança e empatia são áreas importantes a serem trabalhadas, no sentido de desenvolver uma cultura que priorize a qualidade dos serviços, favorecendo a administração dos recursos disponíveis, principalmente os recursos humanos.

Ao serem estudados os indicadores de qualidade, quanto aos aspectos de confiabilidade dentro dos nichos, determinados pelos alunos de início, meio e final de curso, verificou-se que houve efeito significativo ($P < 0,05$) quando se avaliou todas as perguntas relacionadas a essa dimensão. Em todas as perguntas observadas, as notas foram superiores para os alunos considerados de início de curso em relação aos de meio e final de curso, não havendo diferença significativa entre estes dois últimos nichos ($P > 0,05$).

Resultados que corroboram este achado, são apresentados por Torres (2011), que ao avaliar as percepções e expectativas dos vestibulandos e acadêmicos, constatou divergências nas percepções entre esses dois nichos, onde pode constatar que esse fato se deveu ao maior grau de conhecimento do aluno acadêmico em relação ao vestibulando, uma vez que este estaria conhecendo a instituição, enquanto o primeiro já possuía experiência sobre a maior parte da realidade existente.

Quanto à análise de frequências múltiplas para os indicadores de qualidade dos serviços, verificou-se que 33,33% ($n=354$) dos entrevistados classificaram a capacidade em prestar o serviço prometido de forma precisa e confiável, como a característica de maior importância em relação aos serviços oferecidos pela instituição de ensino. Entretanto, Nogueira e Las Casas (2015), ao avaliarem a qualidade na prestação de serviços em uma instituição de ensino superior, concluíram que os serviços complementares prestados pela instituição estudada, de forma geral, não são satisfatórios do ponto de vista de seus clientes-alunos, uma vez que não foram verificadas notas positivas na avaliação de satisfação de nenhum departamento.

Para os indicadores de qualidade, quanto aos aspectos de prestabilidade, responsividade, verificou-se um coeficiente alfa de Cronbach igual a 0,7176, demonstrando uma boa confiabilidade nas informações obtidas, Tabela 3. Entretanto, este valor está abaixo daquele obtido por Silva et al. (2019), que ao avaliarem a qualidade em serviços de uma instituição de ensino superior por meio da percepção dos discentes obtiveram índices acima de 0,8.

Tabela 3 – Valor médio dos indicadores de qualidade para os aspectos de prestabilidade, responsividade e o coeficiente alfa de Cronbach calculado.

Indicadores de qualidade dos serviços	Média*	Desvio padrão	Alfa de Cronbach
11.Os funcionários da Instituição prestam os serviços prontamente.	5,78	1,36	0,7176
12.Os funcionários da Instituição estão sempre dispostos a ajudar os alunos.	5,60	1,48	
13.Os funcionários da Instituição nunca estão ocupados para atender uma solicitação.	4,63	1,51	
Média Geral	5,34	1,45	

* Os indicadores foram avaliados pelos alunos numa escala variando de 1 até 7, segundo os critérios: Se a característica não é de forma alguma essencial para um melhor atendimento = 1; Caso a característica seja absolutamente essencial para o melhor atendimento = 7; Caso a característica estivesse entre essas duas percepções deveria ser assinalado uma opção intermediária.

No aspecto de prestabilidade, (disposição para ajudar o usuário e fornecer um serviço com presteza e rapidez de resposta), verificou-se que a menor média foi apresentada pelo item relativo ao funcionário estar ocupado e não poder atender ao usuário (média = $4,63 \pm 1,51$). Entretanto, as médias obtidas para os indicadores permitem inferir que há uma boa qualidade nos serviços prestados quanto a prestabilidade. Resultado semelhante foi apresentado por Galvão (2017), onde ao avaliar a qualidade dos serviços educacionais na perspectiva da comunidade acadêmica de um instituto federal, verificou, que a dimensão “presteza” foi pior avaliada, levando em consideração também a média dos campi avaliados.

Pode-se inferir que esta menor avaliação obtida pela percepção dos alunos se dá pela característica de alguns setores, que requerem um atendimento individualizado e com disponibilidade de tempo para discussões entre funcionário e cliente. Isto pode gerar uma aparente demora no atendimento, por parte daqueles que estão aguardando ao atendimento, causando um descontentamento. Também, Lima et al. (2013) ao avaliarem a qualidade em serviços do setor financeiro de uma instituição particular de ensino superior obtiveram resultados semelhantes quanto este aspecto.

Verificou-se que 29,63% (n= 354) dos entrevistados julgaram a disposição da instituição de ensino em ajudar seus clientes e realizar os serviços com presteza como o segundo item mais importante, em relação aos serviços prestados por ela.

Ao serem estudados os indicadores quanto aspecto de prestabilidade, dentro dos nichos, determinados pelos alunos de início, meio e final de curso, verificou-se que houve efeito significativo ($P < 0,05$) quando se avaliou as perguntas relacionadas aos funcionários prestarem os serviços prontamente e os funcionários estarem sempre dispostos a ajudar os

alunos. Para estas duas afirmativas, verificou-se que os alunos de início de curso apresentaram as maiores médias, diferindo daqueles que eram de meio e final de curso, que não apresentaram diferenças entre si. Já para afirmativa, os funcionários nunca estão ocupados para atender uma solicitação, não foram observadas diferenças significativas ($P > 0,05$) entre os alunos de início, meio e final de curso.

Observou-se, que embora as avaliações sejam todas positivas, os alunos de início de curso se sentem melhor atendidos em relação aqueles que estão a mais tempo na Instituição, de meio e final de curso, fator de importância quanto a fidelização pela qualidade dos serviços prestados, mas que aparenta não ser mantido durante o tempo de permanência dos alunos, durante os anos de curso na Instituição. Entretanto, verifica-se que todos os nichos apresentaram resposta positiva quanto a prestabilidade com que os funcionários atendem as suas demandas. Este fato pode apresentar algum viés nas respostas apresentadas nas demais perguntas desta dimensão.

Quando foram analisados os aspectos de garantia (conhecimento e cortesia do funcionário e sua habilidade em transmitir segurança), Tabela 4, foi observado um valor do coeficiente alfa de Cronbach igual a 0,8228.

Este valor dá confiabilidade na análise dos dados coletados por meio do questionário, sendo este resultado semelhante aquele apresentado por Silva et al. (2019), que também obtiveram índice acima de 0,8 para o alfa de Cronbach calculado, ao avaliarem a qualidade em serviços de uma instituição de ensino superior. As médias observadas foram elevadas, apresentando média geral igual a $5,93 \pm 1,25$ e para as perguntas, você se sente seguro em suas transações, e os funcionários são gentis, respectivamente $6,02 \pm 1,23$ e $6,13 \pm 1,18$.

Ao serem estudados os indicadores de qualidade para os aspectos de garantia, dentro dos nichos, determinados pelos alunos de início, meio e final de curso, observou-se efeito significativo ($P < 0,05$) quando se avaliou as perguntas relacionadas ao comportamento dos funcionários em transmitir confiança, se sentir seguro em suas transações com a instituição e os funcionários demonstrarem conhecimentos necessários para responder suas perguntas. Assim, as maiores médias para estas perguntas foram observadas para os alunos de início de período, não ocorrendo diferenças entre os alunos de meio e final de curso quanto a avaliação realizada por eles. Entretanto, para pergunta relacionada aos funcionários serem gentis, todos os nichos, ou seja, alunos de início, meio e final de curso apresentaram-se alinhados em uma resposta positiva, não ocorrendo diferença estatística entre elas ($P > 0,05$).

Pode-se inferir, por meio da análise desta dimensão, que há um bom treinamento dos funcionários, pois apresentam gentileza no desempenho de suas funções no atendimento, sendo este comportamento notado pelos alunos tanto nos períodos iniciais, medianos e de final de curso.

Tabela 4 – Valor médio dos indicadores de qualidade para os aspectos de garantia e o coeficiente alfa de Cronbach calculado.

Indicadores de qualidade dos serviços	Média*	Desvio padrão	Alfa de Cronbach
14. O comportamento dos funcionários da Instituição transmite confiança.	5,81	1,27	0,8228
15. Você se sente seguro em suas transações com a Instituição.	6,02	1,23	
16. Os funcionários da Instituição são gentis.	6,13	1,18	
17. Os funcionários da Instituição demonstram conhecimentos necessários para responder às suas perguntas.	5,77	1,32	
Média Geral	5,93	1,25	

* Os indicadores foram avaliados pelos alunos numa escala variando de 1 até 7, segundo os critérios: Se a característica não é de forma alguma essencial para um melhor atendimento = 1; Caso a característica seja absolutamente essencial para o melhor atendimento = 7; Caso a característica estivesse entre essas duas percepções deveria ser assinalado uma opção intermediária.

O último indicador, avaliado quanto à qualidade dos serviços prestados pela instituição de ensino superior, foi quanto aos aspectos de empatia (cuidado em oferecer atendimentos individualizados quando necessário, tratamento de maneira atenciosa pelos funcionários, funcionários demonstrarem interesse em solucionar seus problemas e compreensão pelos funcionários das dificuldades apresentadas por seus clientes), Tabela 5. Neste indicador, o coeficiente alfa de Cronbach verificado foi de 0,8658, também demonstrando a confiabilidade dos dados levantados por meio da pesquisa.

Nesta dimensão, as médias observadas foram elevadas, apresentando média geral de $5,64 \pm 1,34$, o que pode ser interpretado como um bom indicativo da relação instituição/aluno.

O indicador que discute sobre o tratamento de forma atenciosa pelos funcionários da instituição, foi o que apresentou um maior índice, $5,88 \pm 1,29$, ocorrendo o menor índice para o indicador que destaca a compreensão das dificuldades apresentadas pelos clientes, $5,33 \pm 1,40$.

Esta resposta indica a necessidade de se estabelecer uma melhor convivência, funcionário/aluno, onde as relações interpessoais devem ser estabelecidas de forma a desenvolver a empatia. Corroborando esta informação, Kuhn e Scortegagna (2016) verificaram que as relações interpessoais que se estabelecem entre as equipes de trabalho

requerem competências comportamentais que sejam capazes de melhorar a comunicação, potencializando soluções e uma melhor convivência.

Ao serem avaliados os nichos, quanto aos indicadores de qualidade para os aspectos de empatia, observou-se efeito significativo ($P < 0,05$) quando se avaliou as perguntas relacionadas ao cuidado em oferecer atendimentos individualizados quando necessário, os funcionários demonstrarem interesse em solucionar seus problemas e, compreensão pelos funcionários das dificuldades apresentadas por seus clientes.

Tabela 5 – Valor médio dos indicadores de qualidade para os aspectos de empatia e o coeficiente alfa de Cronbach calculado.

Indicadores de qualidade dos serviços	Média*	Desvio padrão	Alfa de Cronbach
18. A Instituição fornece atendimentos individualizados quando necessário.	5,71	1,34	0,8658
19. Você é tratado de maneira atenciosa pelos funcionários.	5,88	1,29	
20. Os funcionários demonstram interesse em solucionar seus problemas.	5,63	1,32	
21. Os funcionários compreendem as dificuldades apresentadas por seus clientes.	5,33	1,40	
Média Geral	5,64	1,34	

* Os indicadores foram avaliados pelos alunos numa escala variando de 1 até 7, segundo os critérios: Se a característica não é de forma alguma essencial para um melhor atendimento = 1; Caso a característica seja absolutamente essencial para o melhor atendimento = 7; Caso a característica estivesse entre essas duas percepções deveria ser assinalado uma opção intermediária.

Para estas perguntas, verificou-se que as maiores médias foram observadas para os alunos de início de curso, não diferindo as respostas dadas pelos nichos dos alunos de meio de curso e final de curso. Entretanto, para pergunta relativa ao tratamento dado de maneira atenciosa pelos funcionários, não se verificou efeito significativo ($P > 0,05$) entre os nichos.

Observa-se que há um aparente direcionamento dos serviços em prol dos alunos iniciantes, se contrapondo aqueles de maior permanência na Instituição. Embora a captação de alunos seja importante, a fidelização dos mesmos se faz necessária. Esta situação realça a necessidade da realização constante de treinamentos para que os funcionários da

instituição de ensino possam desenvolver competências e habilidades para escutar e agir com tratamento humanizado aos seus alunos.

Sobre esta informação, Wagner e Hollenbeck (2020) citam que as instituições de ensino enfrentam desafios organizacionais, onde a solução desses problemas é imprescindível para a permanência e progresso da instituição num mercado cada vez mais competitivo.

4. CONCLUSÕES

O coeficiente alfa de Cronbach obtido demonstrou confiabilidade dos dados levantados em todas as dimensões estudadas na pesquisa.

Na visão dos alunos, a instituição de ensino presta um ótimo serviço.

As dimensões dadas para garantia e prestabilidade foram consideradas mais importantes na percepção dos alunos, se destacando a capacidade em prestar o serviço prometido de forma precisa e confiável, seguido da disposição para ajudar seus clientes.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLI, G. **Excelência em hotelaria: uma abordagem prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

FREITAS, A. L. P.; BOLSANELLO, F. M. C.; CARNEIRO, L. S. Emprego do SERVQUAL na avaliação da qualidade de serviços de uma biblioteca universitária. A energia que move a produção: um diálogo sobre integração, projeto e sustentabilidade. **Anais...** Foz do Iguaçu, PR, Brasil, outubro de 2007.

GALVÃO, L. L. C. **Avaliação Da Qualidade Dos Serviços Educacionais Na Perspectiva Da Comunidade Acadêmica De Um Instituto Federal: O Emprego Da Escala Servqual**. 105. 2017. Dissertação. (Mestrado Profissional Em Gestão Organizacional) Universidade Federal De Goiás – Regional Catalão. Disponível em: <<https://repositorio.bc.ufg.br/tede/bitstream/tede/7263/5/Disserta%20-%20Laila%20Lidiane%20da%20Costa%20Galv%20-%202017.pdf>> Acessado em: 10/10/2020.

GOMES, M. A. S.; SADOYAMA, A. S. P. Avaliação da qualidade dos serviços prestados em escolas públicas de ensino fundamental II e médio de Paracatu/MG. **Humanidades e Tecnologia (finom)**, v. 1, n. 16, p. 279-296, 2019.

GRONROOS, C. Marketing: gerenciamento e serviços. 2. ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

KUHN, M. C.; SCORTEGAGNA, S. Al. A relevância da empatia no desenvolvimento inter-relacional em equipes de trabalho. **Egepe-encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**, v. 9, 2016.

LADHARI, R. Alternative measures of service quality: a review. *Managing Service Quality*. V.8, n. 1. p. 65-86. 2008.

LALL, S. Competitiveness Indices and Developing Countries: An Economic Evaluation of the Global Competitiveness. Report World Development, 2001.

LAS CASAS, A. L. Qualidade total em serviços. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LIMA, R. M. S.; ONÉSIMO, G. G.; PINTO, R. , OLIVEIRA PINTO, E. S.; FREITAS, D. Avaliação Da Qualidade Em Serviços Do Setor Financeiro De Uma Instituição Particular De Ensino Superior.

In: V SIMPÓSIO DE PRODUÇÃO ACADÊMICA. **ANAIS... UNIVIÇOSA: SIMPAC** - Volume 5 - n. 1 - Viçosa-MG - jan. - dez. 2013 - p. 81-86

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; BARBOSA, S. L. Estratégia, fatores de competitividade e contexto de referência das organizações: uma análise arquetípica. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba , v. 6, n. 3, p. 7-32, Dec. 2002 .

MASTELLA, A. S. **Avaliação da qualidade percebida em instituições de ensino superior:** um estudo empírico na região de Campinas-SP. Dissertação (Mestrado Profissionalizante) – Faculdades IBMEC, Rio de Janeiro, 2006.

MATTHIENSEN, A. Uso do Coeficiente Alfa de Cronbach em Avaliações por Questionários. **Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA**. Centro de Pesquisa Agroflorestal de Roraima Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Boa Vista, Dezembro, 2011. 31p. Documentos 48.

NEVES, M.F. Planejamento e gestão estratégica de marketing. São Paulo: Atlas, 2007.

NOGUEIRA, T. G.; LAS CASAS, A. Avaliação da qualidade na prestação de serviços em uma instituição de ensino superior: um estudo sobre os serviços complementares através do uso da escala SERVQUAL. **Revista Pensamento & Realidade**, v. 30, n. 1. 2015.

POZO, H. Hotéis quatro estrelas de Campos do Jordão: análise do nível de lacunas nos serviços. **Anais do Seminário da ANPTUR – 2016**.

ROBBIS, S. **Administração: Mudanças e Perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000. SAEG. **Sistema para Análises Estatísticas**, Versão 9.1: Fundação Arthur Bernardes - UFV - Viçosa, 2007.

SILVA S. M.; NEVES, S. M.; CARVALHO, H. D.; OLIVEIRA, C. H. Avaliação Da Qualidade Em Serviços: Uma Análise Com Relação À Percepção Dos Discentes De Uma Instituição De Ensino Superior. **Revista Produção Online**. Florianópolis, SC, v.19, n. 2, p. 722-758, 2019.

TAFNER, P.; MENDONÇA, R.; FRANCO, S.; CARVALHO, M.; BARROS, R. Confusões em torno da noção de público: o caso da educação superior. **Sinais Sociais**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 5, p. 76-99, set./dez. 2007.

TORRES, R. D. **Qualidade Dos Serviços Prestados Por Uma Instituição De Ensino Superior Federal Na Visão Dos Vestibulandos E Universitários**. 92p. 2011. Dissertação. (Mestrado Profissional Em Administração) Fundação Pedro Leopoldo. Disponível em: <https://fpl.edu.br/2018/media/pdfs/mestrado/dissertacoes_2011/dissertacao_rogerio_duarte_torres_2011.pdf> Acessado em: 10/10/2020.

WAGNER, J. A.; HOLLENBECK, J. R; tradução de Silvio Floreal Antunha. **Comportamento Organizacional**. 4ª edição. São Paulo. Saraiva Educação, 2020.

ZEITHAM, V.; PARASURAMAN, A. **Service Quality**. Cambridge: Marketing Science Institute; 1990.