

APLICAÇÃO DA ESCALA SERVQUAL PARA AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DO SERVIÇO EDUCACIONAL NO UM CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA IES PÚBLICA

Samuel Martins Pires

Universidade Federal do Ceará

Cláudio Bezerra Leopoldino

Universidade Federal do Ceará

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é analisar a percepção de qualidade dos discentes de administração de uma instituição de ensino superior (IES) com base nas dimensões da escala SERVQUAL. Para atender a esse objetivo, foi realizada uma pesquisa quantitativa do tipo *survey*. Como instrumento de coleta de dados, foi utilizado um questionário baseado na escala SERVQUAL, o qual foi utilizado para medir a lacuna entre as expectativas e a percepção da qualidade de serviços. Cento e vinte e oito questionários foram aplicados para medir a percepção dos estudantes concludentes e expectativas dos discentes que ingressavam no curso de administração de uma IES. Os resultados obtidos indicaram que as expectativas dos discentes são elevadas e constatou-se que nenhuma das dimensões da qualidade percebida pelos estudantes concludentes alcançou resultado superior à expectativa gerada nos ingressantes no curso. Por outro lado, ressalta-se que cerca de 75% dos estudantes concludentes estão satisfeitos com os serviços educacionais prestados pela instituição e que 62% afirmaram que suas expectativas foram atingidas. Os resultados obtidos corroboram pesquisas anteriores que indicam a dificuldade de corresponder às expectativas dos discentes, assim como diversas oportunidades de aprimoramento nos serviços.

PALAVRAS-CHAVE: SERVQUAL. Gestão da qualidade. Qualidade em serviços. Instituições de ensino superior.

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the quality perception of students of administration in a higher education institution (HEI) based on the dimensions of the SERVQUAL scale. To meet this objective, a quantitative research of the survey type was conducted. As a data collection instrument, a questionnaire based on the SERVQUAL scale was used to measure the gap between expectations and the perception of quality of services. One hundred and twenty-eight questionnaires were applied to measure the perception of conclusive students and the expectations of students entering the administration course of a HEI. The results obtained indicated that students' expectations are high and it was found that none of the dimensions of quality perceived by the conclusive students achieved results higher than the expectations generated by the entrants to the course. On the other hand, it should be noted that about 75% of the conclusive students are satisfied with the educational services provided by the institution and that 62% stated that their expectations were met. The results obtained corroborate previous surveys that indicate the difficulty of meeting students' expectations, as well as several opportunities for improvement in services.

KEYWORDS: SERVQUAL. Quality management. Service quality. Higher education institutions.

1. Introdução

A qualidade de um serviço apresenta subjetividade inerente, caracterizando-se por sua intangibilidade. Ela pode ser mensurada de acordo com a percepção do cliente no momento do consumo deste serviço ou posteriormente a ele. Almeida et al. (2012, p.2) afirmam que “quando as percepções do serviço prestado excedem as expectativas, o serviço é percebido como de qualidade excepcional”. Contudo, a qualidade do serviço passa a ser entendida como inferior, quando não se atende às expectativas, e não sustenta as exigências mínimas dos clientes (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2008). Dentre os serviços em ue a qualidade é mais exigida, destaca-se o campo dos serviços educacionais (KHODAYARI; KHODAYARI, 2011).

No Brasil, as avaliações da qualidade do ensino oferecido pelas IES são submetidas, periodicamente, pelo Ministério da Educação (MEC), utilizando os critérios do órgão governamental. A má avaliação pode levar a sanções, justificando esforços de ajustamento de condutas e investimentos diversos. Nesta situação, ferramentas de avaliações internas mostram-se fundamentais para qualquer instituição de nível superior (SOUZA; REINERT, 2010; ERGANG et al., 2012), apresentando ainda potencial para a melhoria do serviço e para a redução da retenção e da evasão. O discente, na condição de cliente, ao consumir o serviço educacional, pode constatar os atributos positivos da qualidade, o que lhe desperta um nível de satisfação que, por sua vez, poderá se converter em fidelização (DUARTE et al., 2015; ERGANG et al., 2012; OLIVEIRA et al., 2011).

Segundo Oliveira et al. (2008), SERVQUAL é uma ferramenta estatística que avalia a satisfação do cliente em função da diferença entre a expectativa e o desempenho obtido. De acordo com Zeithaml, Parasuraman e Berry (1990), SERVQUAL é de utilização universal e pode ser aplicado em qualquer setor para avaliar a qualidade dos serviços prestados. No contexto da busca por melhor qualidade de serviços, a escala SERVQUAL foi criada para medir a qualidade baseando-se nas expectativas do cliente em contrapartida com a percepção que o cliente tem em relação ao serviço que recebeu. A abordagem dessa escala é fundamentada pela quantificação das características do serviço, baseadas na percepção e julgamento do cliente (KHORSHIDI; NIKFALAZAR; GUNAWAN, 2016). Este instrumento foi utilizado como ferramenta para avaliar a qualidade de ensino em diversos estudos, o que estimula a sua utilização no contexto universitário brasileiro (ALMEIDA et al., 2012; CHAUDHURI, 2006; DUARTE et al., 2015; KHODAYARI; KHODAYARI, 2011; LOURENÇO, 2011; OLIVEIRA et al., 2008; OLIVEIRA, 2007).

Com base nas informações apresentadas, definiu-se que a questão norteadora da pesquisa: Como os discentes do curso de Administração de Empresas em uma IES pública avaliam a qualidade do serviço educacional, por meio da escala SERVQUAL? O presente texto relata a aplicação de escala SERVQUAL no contexto da IES pesquisada, detalhando os resultados obtidos e as conclusões obtidas.

2. A Escala SERVQUAL

A escala SERVQUAL foi criada para medir a qualidade do serviço baseando-se nas expectativas do cliente em contrapartida com a percepção que o cliente tem em relação ao serviço que recebeu. A abordagem dessa escala é fundamentada pela quantificação das características do serviço, baseadas na percepção e julgamento do cliente (KHORSHIDI; NIKFALAZAR; GUNAWAN, 2016).

A qualidade do serviço segundo ótica do cliente é uma opinião geral de como ela é entregue, ou seja, de como ela é prestada, pois é constituída por uma série de processos, e pode ser bem ou mal avaliada. Diversos autores afirmam que a avaliação da qualidade de serviço tem um ponto em comum com a percepção de qualidade do cliente: são os critérios avaliados (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985).

De acordo com Santos e Santos (2017), gerenciar esses critérios pode oferecer as empresas vantagens competitivas no mercado de serviço, uma vez que se torna um dever para as empresas ter o compromisso com a qualidade prestada. Pois são essas lacunas que os consumidores julgam, mas não somente elas, visto que as organizações podem utilizar as cinco dimensões amplas como critérios de julgamento da qualidade (LOVELOCK; WRIGHT, 2004): confiabilidade, tangibilidade, presteza, segurança e empatia. Estas dimensões estão brevemente comentadas a seguir (LOVELOCK; WRIGHT, 2004):

a) **confiabilidade:** A empresa é confiável no fornecimento de serviço, conforme prometido, no curso do tempo? A confiabilidade reflete a consistência e a certeza do desempenho de uma empresa. Bateson e Hoffman (2001, p.372) afirma que “nada pode ser mais frustrante para os clientes do que os prestadores de serviço não-confiáveis”. Lovelock e Wright (2004) e Bateson e Hoffman (2001) são unânimes em dizer que a confiabilidade é a dimensão mais importante para o consumidor de serviços. Uma empresa que não tem confiabilidade perante seus clientes está fadada ao insucesso;

b) **tangíveis:** Como são as instalações físicas, equipamentos, pessoal e material de comunicação do fornecedor de serviço? Como em serviços não há um produto físico, os clientes muitas vezes confiam na evidência tangível que cerca o serviço ao formar a avaliação. Bateson e Hoffman (2001, p.371) relaciona como itens tangíveis de uma empresa objetos que são utilizados em seu interior, desde decoração até a apresentação e aparência de seu quadro de funcionários;

c) **sensibilidade:** Os funcionários da empresa são prestativos e capazes de fornecer o pronto atendimento? Outros autores como Bateson e Hoffman (2001, p. 373), por exemplo, conceituam esta dimensão como receptividade. Ela é responsável por mensurar a receptividade da empresa e seus funcionários para com seus clientes de maneira e em horários oportunos. Esta dimensão também reflete o preparo de uma empresa para prestar serviços, avalia a preparação de seu quadro funcional, bem como requisitos de sistema como consistência de base de dados;

d) **segurança:** Os funcionários do serviço são bem informados, educados, competentes e dignos de confiança? Esta dimensão abrange a competência, cortesia e certeza da empresa. A competência relaciona-se ao conhecimento, habilidade da empresa em prestar o serviço. A cortesia espelha como os funcionários agem com seus clientes e seus pertences e a certeza é o que o cliente precisa para saber que está, inclusive fisicamente, seguro (BATESON; HOFFMAN, 2001);

e) **empatia:** Empatia significa a capacidade de uma pessoa em vivenciar os sentimentos de outra. A empresa de serviço fornece atenção cuidadosa, personalizada?

BATESON; HOFFMAN (2001, p.374) também sugere que a empresa que possui esta dimensão “nunca perde de vista o que é ser um cliente da sua empresa”.

Oliveira et al. (2008), afirmam que esses elementos têm alto fator subjetivo, dependendo da relação com a pessoa que percebe o serviço, tornando-se relativos. Dessa forma, as prestações de serviço apresentam difícil mensuração da qualidade porque cada serviço pode ter determinantes que são consideradas mais importantes que outros, dependendo muito de como o serviço é aplicado ou do ambiente onde é aplicado (KILBOURNE et al. 2004).

Com diversos estudos e entrevistas com grupos específicos para solucionar este problema, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) desenvolveram e propuseram um modelo teórico que tem como base a identificação de lacunas (gaps), que compara as expectativas e as percepções, de diversas ordens, da qualidade do serviço, nas quais, são as causas dos problemas na prestação de serviço. Esse modelo busca auxiliarem os gestores a compreenderem as fontes dos problemas da qualidade e de que forma podem melhorá-los (COELHO, 2004). As lacunas do modelo de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) compreendem as discrepâncias: entre a expectativa do consumidor e a percepção da organização (gap 1), entre a percepção da organização e as especificações da qualidade do serviço (gap 2), entre as especificações da qualidade do serviço e a sua execução (gap 3), entre a execução do serviço e a comunicação externa (gap 4) e, por fim, entre o serviço percebido e o esperado pelo consumidor (gap 5).

A escala SERVQUAL já foi validada para a medição da qualidade. É uma ferramenta de mensuração da qualidade proveniente deste modelo que trabalha com a diferença de pontuação (gaps), por meio de um questionário aplicado aos clientes (OLIVEIRA et al., 2008). A escala SERVQUAL originária utiliza um questionário de 22 questões baseada no modelo de desconformação de expectativas, para mensurar as cinco dimensões de qualidade de serviços: confiabilidade, tangibilidade, segurança, empatia e prestação (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985).

As questões de 1 a 4 da escala dizem respeito à tangibilidade, as de 5 a 9 se referem à confiabilidade, de 10 a 13 à prestação, de 14, a 17 são relativas à segurança e por último, não menos importante, as questões de 18 a 22 dizem respeito à empatia (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2008). A qualidade percebida é o resultado final da diferença entre as expectativas do cliente e sua percepção da prestação do serviço (DUARTE et al., 2015; OLIVEIRA et al., 2008).

Ao se comparar expectativas e percepções dos clientes relativas ao serviço, dimensão a dimensão, se chega a um parâmetro para cada uma das questões, ou seja, a pontuação final é gerada pela diferença entre elas (Parâmetro = Percepção – Expectativa) (ERLANG et al., 2012; SHARMA; DAS, 2017). Quando o resultado dessa comparação dá negativo indica que as percepções estão abaixo das expectativas, ou que os clientes de determinada amostra podem ser bastante exigentes para determinado serviço, ou também indica quais as falhas do serviço que geram resultado insatisfatório para o cliente (OLIVEIRA et al., 2008). Por outro lado, quando o resultado da comparação se dá por positiva indica que o prestador de serviço está oferecendo um serviço acima do esperado pelo cliente. (COELHO, 2004; DUARTE et al., 2015).

Autores como Badri, Abdulla e Al-Madani (2004) ressaltam que a escala SERVQUAL pode ser aplicada para os serviços de educação superior, objeto de estudo deste projeto. Espera-se que, através da análise dos dados obtidos seja possível analisar o nível de

qualidade apresentado pelo curso investigado, assim como possibilidades de melhoria de aspectos do serviço educacional oferecido.

3. Metodologia

O principal objetivo de uma pesquisa é descobrir respostas para problemas a partir do emprego de procedimentos científicos (GIL, 2008). Com finalidade de alcançar os objetivos, conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista com maior segurança e economia (LAKATOS; MARCONI, 2011).

O presente trabalho se caracteriza como pesquisa de caráter quantitativo, empregando a mensuração na coleta e no tratamento dos dados por meio de ferramentas estatísticas. Buscou-se obter dados para responder, de forma objetiva, a pergunta-problema do estudo com base no uso de cálculos para estabelecer os padrões de comportamento de uma população (FONSECA, 2002).

O método utilizado é o estudo do caso do curso de graduação em administração de uma IES pública, escolhido pela disponibilidade de acesso aos dados e a abertura para a realização da coleta junto aos discentes. Segundo Yin (2010), o estudo de caso consiste em uma investigação empírica e compreende um método abrangente, possuindo a lógica do planejamento, da coleta de dados e análise dos mesmos. Geralmente, esse método pode estudar tanto indivíduos como instituições; neste caso se aplicará neste último (YIN, 2010). Além disso, optou-se por realizar um levantamento do tipo survey, influenciado por Malhotra (2001), que diz que os resultados encontrados são o reflexo do momento em que os dados foram coletados.

A pesquisa teve como instrumento de coleta de dados a aplicação do modelo de questionário SERVQUAL proposto por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985), contudo adaptado para os serviços educacionais (LOURENÇO, 2011). O desenvolvimento deste trabalho de pesquisa foi realizado em cinco etapas, (1) revisão bibliográfica sobre a escala SERVQUAL; (2) pré-testes e adaptação do questionário; (3) coleta de dados; (4) tratamento dos dados; (5) análise dos resultados.

Inicialmente foi feita uma revisão por meio da literatura, e percebeu-se que já existia um questionário derivado da SERVQUAL original, que foi utilizado para verificar a percepção de qualidade dos estudantes do curso de administração em uma instituição privada do Sul de Minas Gerais (LOURENÇO et al., 2011). Tal questionário proposto por Lourenço et al. (2011) teve o objetivo principal avaliar as cinco dimensões da qualidade em serviços educacionais.

Na sequência, a partir da estruturação do questionário de pesquisa foi realizado um pré-teste, ou teste piloto. O instrumento de coleta de dados foi submetido a 12 alunos matriculados, entre o segundo e sexto bimestre, no curso de graduação em uma IES pública. O questionário, após o pré-teste aplicado, passou por alguns pequenos ajustes com o objetivo de melhorar a facilidade de compreensão das perguntas. Esses ajustes consistiram basicamente em incluir alguns exemplos nas afirmações de forma a não gerar dúvidas durante o preenchimento.

Visando relacionar as lacunas (gaps) identificadas com as características da instituição avaliada, foram adicionadas, duas questões fechadas seguindo a escala Likert. Tais

questões tiveram o objetivo de medir a satisfação geral e o atendimento às expectativas dos respondentes.

Entretanto, na questão aberta, poderia comentar mais de uma vez sobre os pontos fortes ou fracos dos serviços, e como também alguns comentários não possuíam sentido completo, utilizou-se um comentário inteiro para fazer a análise de dados.

A coleta foi direcionada aos estudantes ingressantes na instituição e aos concludentes, visando a mensuração das diferenças entre as expectativas do primeiro grupo com a avaliação da qualidade do curso por parte do segundo grupo. O processo de coleta de dados foi realizado entre os dias 9 e 13 de março de 2020, por meio da plataforma on-line do Google Formulários, aplicando-se ao todo 136 questionários, mas no final foram 128 questionários validados. Ao todo 60 questionários foram respondidos pelos alunos do primeiro semestre em relação à expectativa do serviço, representando cerca de 75% dos alunos do primeiro semestre, visto que são abertas 80 vagas para o início do curso. Os outros 68 questionários foram respondidos pelos alunos a partir do sétimo semestre em relação ao serviço percebido. O curso investigado apresentava no momento da coleta 425 estudantes no curso diurno e 396 no curso noturno, totalizando 821 matrículas ativas do 1º ao 9º semestres. Os questionários utilizados na pesquisa foram baseados na escala SERVQUAL, utilizando-se de afirmações em cada questionamento. Com isso, os usuários preencheram com pontuação de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente) com base na escala Likert. Todos os questionários receberam números de controle (nome da variável e número da questão), sendo inspecionados um a um, para a digitação dos dados.

Conforme foram sendo aplicados e recolhidos, os questionários foram sendo analisados e processados. Os dados coletados foram tabulados em planilhas do software excel e divididos em cinco categorias que representam cada uma das dimensões da qualidade. Para cada questionário ajustou-se aos dados quatro técnicas estatísticas: média, moda, mediana e desvio-padrão.

Como forma de estimar a confiabilidade dos questionários aplicados na pesquisa, utilizou-se o cálculo para descobrir o coeficiente alfa de Cronbach. Ele mede a correlação entre respostas em um questionário através da análise das respostas dadas pelos respondentes, apresentando uma correlação média entre as perguntas. (MATTHIENSEN, 2011)

Com o banco de dados formatado, realizou-se uma revisão minuciosa e partiu-se para a preparação dos dados e para as análises estatísticas. Em seguida os questionários foram comparados gerando uma diferença entre a expectativa e percepção do cliente. As informações foram agregadas em tabelas e gráficos para melhor compreensão durante as análises.

4. Análise dos Resultados

O objeto de estudo escolhido para esta pesquisa foi o Curso de Administração de uma IES pública que, de acordo com seu projeto pedagógico, foi criado com a finalidade de formar profissionais competentes, com sólida fundamentação humanística, técnica e científica. O Curso de Administração nasceu no ano de 1976 e desde sua fundação buscou proporcionar ao profissional graduado uma formação generalista acrescida de oportunidade de aprofundamento em uma área específica do campo da Administração (PROGRAD, 2020).

Segundo a Folha de São Paulo (2020) o curso ocupa a posição de trigésimo nono lugar entre os melhores cursos de administração no Brasil, com nota cinco na avaliação do

MEC e segundo a avaliação do mercado ocupa a décima segunda colocação no Brasil. A partir de 1996, as vagas passaram a serem distribuídas em dois turnos, sendo metade para o Curso Diurno e metade para o Curso Noturno, tendo o discente que optar por um turno (curso) na ocasião de sua inscrição no processo seletivo instituído pela universidade (PROGRAD, 2020).

4.1 Características da amostra

Foram entrevistados ao todo 128 discentes. Do total de alunos entrevistados, 45% são do sexo masculino e 55% são do sexo feminino, demonstrando um equilíbrio entre o gênero dos respondentes. Outro aspecto analisado foi a faixa etária dos respondentes. Os pontos extremos da faixa etária dos estudantes foram de 17 e 53 anos. A maior parte da faixa etária se concentra entre 17 a 24 anos (74,22%), indicando uma população predominantemente jovem.

Dos 128 entrevistados, 66, ou 52%, estão matriculados no curso no período noturno e 62 estão matriculados no período diurno/integral, correspondendo 48% dos respondentes. Percebe-se que a maioria dos discentes entrevistados se encontra no primeiro semestre (60,47%) do curso, visto que os questionários para avaliar as expectativas dos serviços educacionais foram aplicados exclusivamente aos discentes do primeiro semestre, como descrito na seção da metodologia. O restante da amostra respondeu quanto à avaliação da qualidade atual do curso, e foi composta de estudantes do 7º, 8º e 9º semestres.

Sobre a renda familiar mensal dos respondentes, observou-se que a maior parte está localizada nas classes sociais C e D (61%), segundo a definição e a classificação de classe social do IBGE (2020). São classes compostas por famílias que ganham entre dois e dez salários mínimos. Apenas 14% dos estudantes apresentou faixa de renda superior a dez salários mínimos.

Com base nos dados coletados, evidenciou-se que o perfil dos entrevistados com uma pequena maioria do sexo feminino. A maior parte discentes que estuda à noite (52%). Os respondentes possuem renda predominantemente entre dois a dez salários mínimos (61%) e a faixa etária predominante foi de 17 a 24 anos (74,22%).

4.2 Resultados da avaliação de qualidade

Os resultados das duas etapas, “expectativas” e “percepções”, são comparados dimensão a dimensão para se chegar a um parâmetro para cada uma das questões (SHARMA; DAS, 2017). Ou seja, a pontuação final é gerada pela diferença entre elas (Parâmetro = Percepção – Expectativa).

A partir das análises, caso os valores gerados pela percepção sejam menores que os gerados pelas expectativas, a lacuna 5 (gap 5) será um valor negativo. Indicando que as percepções estão abaixo das expectativas, ou que os clientes de determinada amostra podem ser bastante exigentes para determinado serviço, ou indica quais as falhas do serviço que geram resultado insatisfatório para o cliente (OLIVEIRA et al., 2008). Por outro lado, quando o resultado da comparação se dá por positiva indica que o prestador de serviço está oferecendo um serviço acima do esperado pelo cliente. (COELHO, 2004). E em casos de igualdade, o resultado será zero e demonstra que cliente recebeu o serviço que esperava. Vale

destacar que um resultado negativo deve ser encarado como uma oportunidade de melhoria e não como um simples problema encontrado.

Na tabela 1 são apresentados os resultados tabulados da aplicação do questionário SERVQUAL junto aos alunos do curso de administração da IES. Observou-se que subtraindo a avaliação da qualidade dos veteranos, do valor da expectativa dos novatos, as dimensões apresentaram resultados negativos, sendo o mais crítico relativo à dimensão de confiabilidade. Observou-se que a dimensão de confiabilidade teve a maior discrepância dentre todas as dimensões utilizadas nesta pesquisa, com uma média geral de -1,92. Seguida em ordem decrescente, de classificação quanto as discrepâncias, as dimensões de presteza (-1,32), empatia (-1,27), segurança (-0,96) e tangibilidade (-0,89).

As diferenças entre estudantes do primeiro semestre, cujas expectativas mostraram-se altas, e a percepção da qualidade por parte dos alunos concludentes, corroboram de outros estudos na mesma área (CHAUDHURI, 2006; OLIVEIRA et al., 2008; OLIVEIRA, 2007; LOURENÇO, 2011; ALMEIDA et al., 2012). Para um aluno de primeiro semestre, as expectativas e emoções são mais extremas, pelo ingresso em nova etapa da vida, por meio de um exame vestibular e pelo ingresso na academia, fazendo com que se tenha altas expectativas para o serviço educacional. Por sua vez, a percepção da qualidade de um discente veterano que já cursou diversos semestres e frequentou diversas atividades oferecidas pela instituição, é mais embasada na experiência e apresenta maior grau de exigência, fazendo assim que a sua percepção com os serviços educacionais prestado a ele diminuam.

A zona de tolerância para a satisfação é determinada pela diferença entre o que o cliente acredita que pode ser (expectativa) e o que, realmente, o fornecedor teria de prestar para ele (percepção), o que realmente foi entregue a ele. A zona de tolerância pode aumentar ou diminuir de acordo com os fatores específicos, e essa variação pode ser relativamente grande, pois um serviço pode ser entregue de uma forma bastante qualificada (RODRIGUES, 2001). Como os serviços educacionais consistem em serviço realizado ao longo do tempo, ocorrendo desde a matrícula do aluno até a conclusão de sua formação acadêmica, essas expectativas podem mudar ao longo dos anos durante a prestação do serviço educacional para o discente. Logo, mudando ou alterando essa zona de tolerância para o consumidor (FARRAPO, 2019). Portanto, um aluno que acabou de ingressar em um curso de IES pode ter suas expectativas elevadas, mas com o passar do tempo, essa expectativa pode mudar, visto que os serviços educacionais é um tipo de serviço ao longo do tempo e não imediato (FARRAPO, 2019). Com base nisso, justifica-se a discrepância observada entre as expectativas e a realidade constatada pelos veteranos. A tabela 1 mostra a frequência absoluta das respostas, sendo 60 respondentes para expectativas e 68 para percepções.

As questões relacionadas de 1 a 22 representam cada um dos itens da escala SERVQUAL. Já na coluna de média, possuímos as médias dos valores obtidos pelos respondentes nos quesitos expectativas e percepções. E por fim, a última coluna representa a lacuna 5 (gap 5) da qualidade (P-E). De modo geral, notou-se que as expectativas dos alunos ingressantes para os serviços educacionais são consideradas bastante altas, chegando a ter uma média geral na expectativa de 6,4 numa escala de 1 a 7.

Tabela 1 – Tabulação dos dados

		Expectativas (E) – Alfa=0,94							Percepções (P) – Alfa=0,93							Lacuna 5 (Gap) (P-E)		
		Frequência das Respostas							Média	Frequência das Respostas							Média	
Escala Likert		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7		
Tangibilidade	Q1	0	0	1	3	2	9	45	6,57	0	0	2	3	7	31	25	6,09	-0,48
	Q2	0	0	0	4	3	5	48	6,62	0	6	4	5	24	22	7	5,07	-1,54
	Q3	1	0	1	1	3	10	44	6,52	2	7	11	8	12	17	11	4,71	-1,81
	Q4	1	0	0	3	0	10	46	6,58	1	3	4	3	15	26	16	5,50	-1,08
	Q5	1	2	3	12	13	16	13	5,23	1	2	2	3	3	20	37	6,13	0,90
	Q6	0	0	0	2	4	13	41	6,55	1	1	4	7	25	24	6	5,21	-1,34
Média de tangibilidade =																-0,89		
Confiabilidade	Q7	0	0	0	2	5	19	34	6,42	0	3	5	6	10	29	15	5,50	-0,92
	Q8	0	0	0	2	5	14	39	6,50	10	15	12	7	10	13	1	3,51	-2,99
	Q9	0	0	2	2	5	11	40	6,42	4	8	8	10	17	18	3	4,38	-2,03
	Q10	0	0	0	2	1	7	50	6,75	0	7	7	4	16	25	9	5,06	-1,69
	Q11	0	0	1	1	2	16	40	6,55	3	3	12	12	23	13	2	4,41	-2,14
	Q12	0	1	0	3	3	14	39	6,43	1	5	11	5	27	12	7	4,71	-1,73
Média de confiabilidade =																-1,92		
Presteza	Q13	1	0	0	2	3	14	40	6,47	3	4	5	6	10	24	16	5,24	-1,23
	Q14	0	0	0	3	2	16	39	6,52	0	4	8	3	18	31	4	5,12	-1,40
Média de presteza =																-1,32		
Segurança	Q15	0	0	0	2	1	15	42	6,62	1	1	5	0	9	30	22	5,84	-0,78
	Q16	0	0	0	2	6	18	34	6,40	0	1	1	5	14	40	7	5,65	-0,75
	Q17	0	0	0	2	0	7	51	6,78	0	1	2	4	9	36	16	5,84	-0,95
	Q18	0	0	1	2	1	14	42	6,57	0	2	5	4	12	35	10	5,51	-1,05
	Q19	0	0	0	2	0	9	49	6,75	0	3	3	9	16	33	4	5,25	-1,50
	Q20	0	0	1	3	11	23	22	6,03	1	2	6	7	12	30	10	5,31	-0,72
Média de segurança =																-0,96		
Empatia	Q21	0	0	1	2	8	18	31	6,27	0	8	8	12	30	9	1	4,40	-1,87
	Q22	0	2	2	13	13	18	12	5,32	3	6	4	12	22	16	5	4,65	-0,67
Média de empatia =																-1,27		
Média geral =																-1,26		

Fonte: Dados da pesquisa

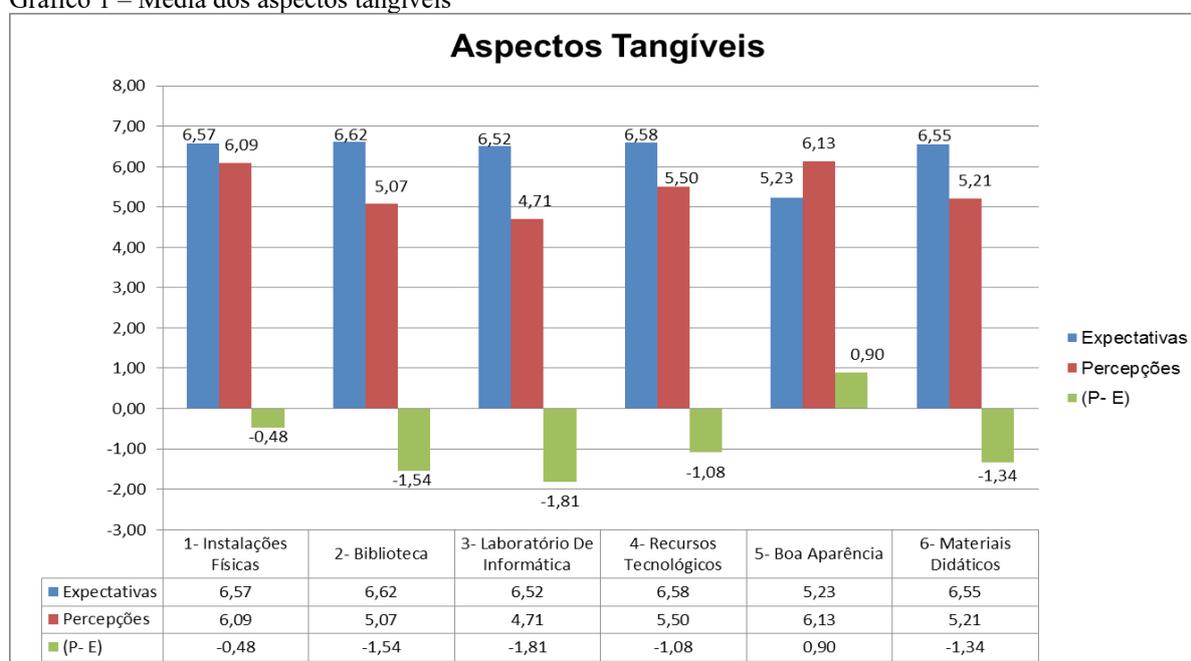
No intuito de verificar a confiabilidade do questionário, o coeficiente Alfa de Cronbach foi calculado para os dois questionários, de expectativas e percepções. Matthiensen (2011) afirma que é possível estimar a confiabilidade de um instrumento de coleta de dados por meio da correlação média entre as respostas, e é nesse princípio que se baseia o cálculo desse coeficiente. Em ambos os casos foi constata alta confiabilidade, com alfa de 0,94 para expectativas e de 0,93 para percepções. Freitas e Rodrigues (2016) afirmam que o coeficiente

pode ser considerado satisfatório quando assume um valor igual ou superior a 0,7 (70%). Dessa forma, pode-se confirmar a confiabilidade das avaliações dos questionários, resultado já era esperado, por se utilizar escala amplamente testada e validada.

4.3 Análise das dimensões da escala SERVQUAL

Com relação à **Tangibilidade**, esta dimensão busca compreender como o cliente percebe a qualidade em instalações físicas, recursos tecnológicos dos equipamentos, aparência dos funcionários e itens tangíveis ligados ao serviço (FARRAPO, 2019). Esta dimensão compreende os itens: instalações físicas, biblioteca, laboratórios de informática, recursos tecnológicos, boa aparência e materiais didáticos. O gráfico 1 apresenta os valores de cada item desta dimensão.

Gráfico 1 – Média dos aspectos tangíveis



Fonte: Dados da pesquisa

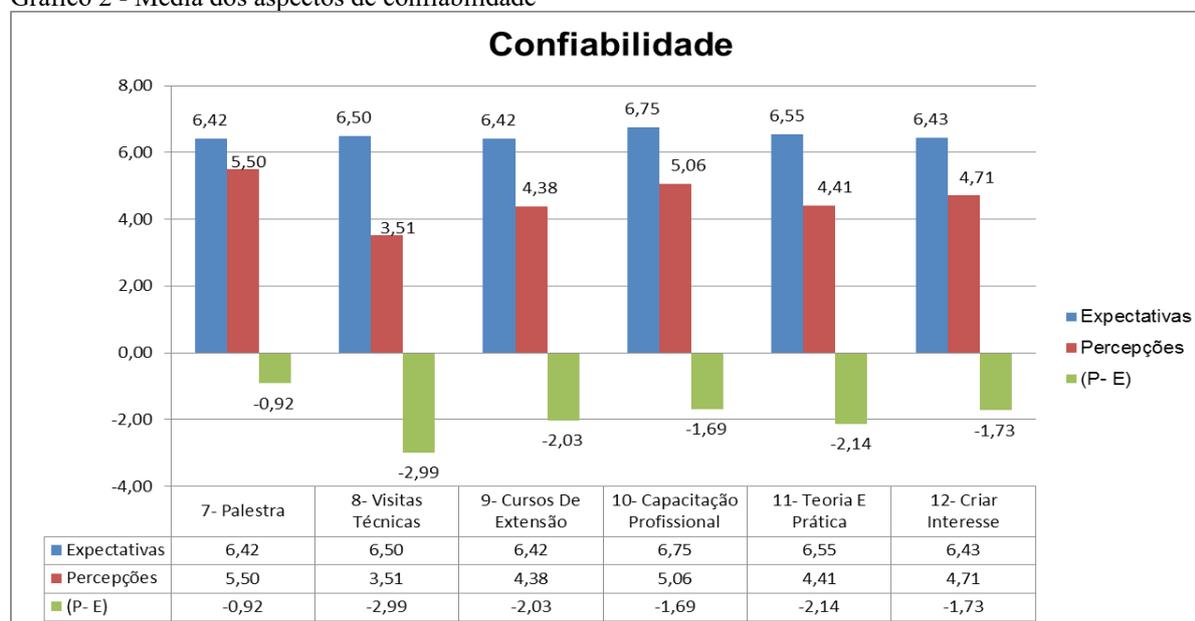
A dimensão **tangibilidade** apresentou -0,89 como média geral. Os resultados mostram que os discentes estão em sua maioria satisfeitos com os serviços dentro dessa dimensão da qualidade, visto que a discrepância não passa acima de um ponto. Porém, alguns dos itens dessa dimensão aponta que esta dimensão necessita de pequenas ações de melhorias para gerar uma plena satisfação dos discentes. Destaca-se que a dimensão de tangibilidade foi a menor média de diferenças dentre todas as dimensões apresentadas, indicando que é o ponto forte do curso, não demonstrando uma carência relevante para essa dimensão, principalmente as suas instalações físicas, seus recursos tecnológicos utilizados em sala de aula e a boa vestimenta dos funcionários.

Vale ressaltar que o item 1 e 5, instalações físicas e boa aparência, foram os únicos com percepção acima da pontuação 6 e o item 5 é a única dentre todas dimensões que tem a diferença positiva entre percepções e expectativas. Ao contrário das questões 2 e 3, biblioteca e laboratório de informática, que apresentaram as maiores discrepâncias em relação

ao que os clientes esperavam. Seus resultados evidenciam que a instituição deve investir em ações de melhoria nos equipamentos e softwares dos laboratórios de informática e/ou atualização no acervo de obras das bibliotecas. Tais resultados alinham-se com o estudo de caso no curso de Engenharia de Produção da Universidade Estadual Paulista que teve por objetivo analisar a qualidade dos serviços educacionais, na qual indicaram resultados semelhantes (OLIVEIRA, 2007).

Para a dimensão da **confiabilidade**, também chamada de confiança, a lacuna 5 apresentou uma média geral negativa de 1,92, sendo a de maior discrepância dentre todas as dimensões, demonstrando na sua média geral a dimensão como ponto fraco da qualidade, corroborando com o estudo de Martins et al. (2018). O resultado era esperado visto que é a dimensão que os clientes dão maior importância para o consumo do serviço, principalmente nos serviços educacionais (MARTINS et al., 2018). O gráfico 2 apresenta as médias por itens da confiabilidade.

Gráfico 2 - Média dos aspectos de confiabilidade



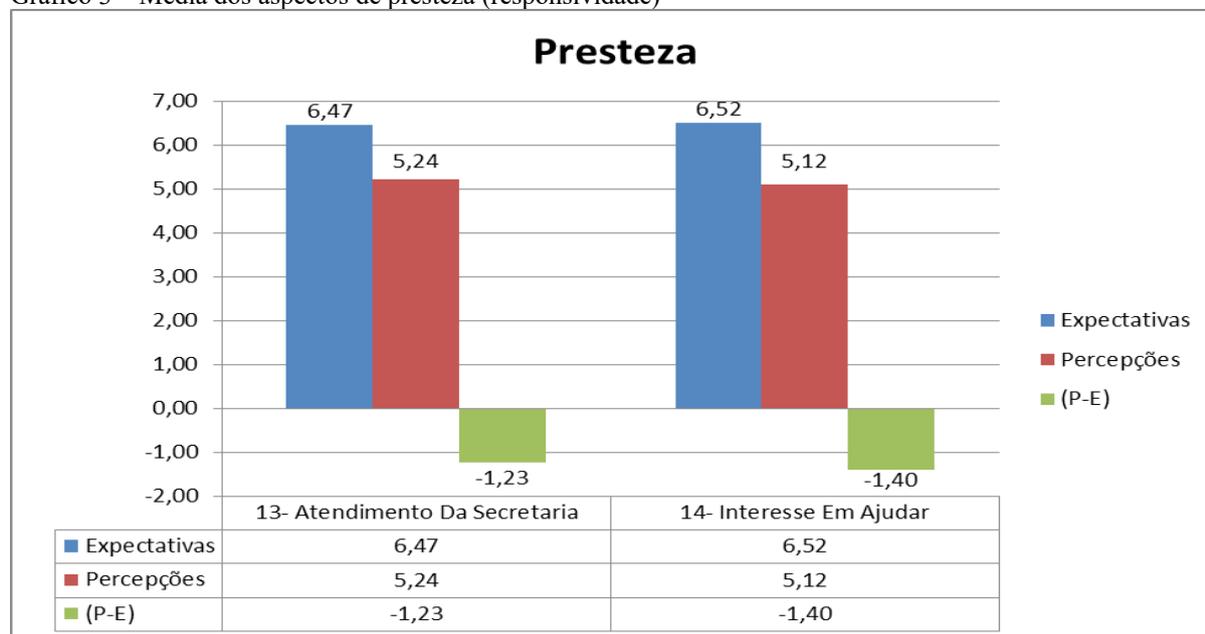
Fonte: Dados da pesquisa

A dimensão confiabilidade apresenta os itens: palestra, visitas técnicas, cursos de extensão, capacitação profissional, teoria e prática e criar interesse analisada, correspondendo aos itens de 7 a 12, respectivamente. A diferença entre percepções e expectativas (P-E) para todas as questões desta dimensão foi relativamente alta, mostrando que existem consideráveis lacunas no serviço, as quais estão prejudicando a qualidade do ensino oferecido. Como ponto forte dessa dimensão, vale o destaque para o item de palestra, que visa a realização de apresentações acadêmicas e profissionais realizadas no curso. A dimensão de confiabilidade foi a dimensão que revelou as maiores discrepâncias, principalmente nos itens 8, 9 e 11, na qual ultrapassou uma margem de dois pontos de diferença. Tais itens referem-se às visitas técnicas nas empresas, promoção de cursos de extensões e o equilíbrio da teoria com a prática. Portanto, com base nas maiores discrepâncias, a instituição deve considerar a possibilidade de investir em treinamento dos professores para alinhar a prática do mercado de trabalho com a teoria abordada em sala de aula. Ademais, promover cursos de extensão em parcerias com os

programas e bolsas da faculdade para suprir tais necessidades apresentadas e realizar com mais frequência visitas técnicas as empresas locais. Deve-se ter atenção especial com este aspecto, pois a confiabilidade é a dimensão mais importante para o consumidor de serviços (BATESON; HOFFMAN, 2001; LOVELOCK; WRIGHT, 2004).

Pode-se afirmar que a dimensão da **presteza** pode ser definida como o nível de assertividade de informações, disponibilidade de funcionários para auxiliar no atendimento e a necessidade de uma central de atendimento, demonstrando a receptividade e prontidão atrelada ao serviço (OLIVEIRA, 2007). Neste âmbito a dimensão, comporta pelos itens “atendimento da secretaria” e “presteza em ajudar”, teve como resultado uma média geral negativa de 1,32. Tal resultado revela a necessidade de aprimoramento do atendimento da secretaria do curso de administração. O gráfico 3 apresenta as médias desta dimensão.

Gráfico 3 – Média dos aspectos de presteza (responsividade)

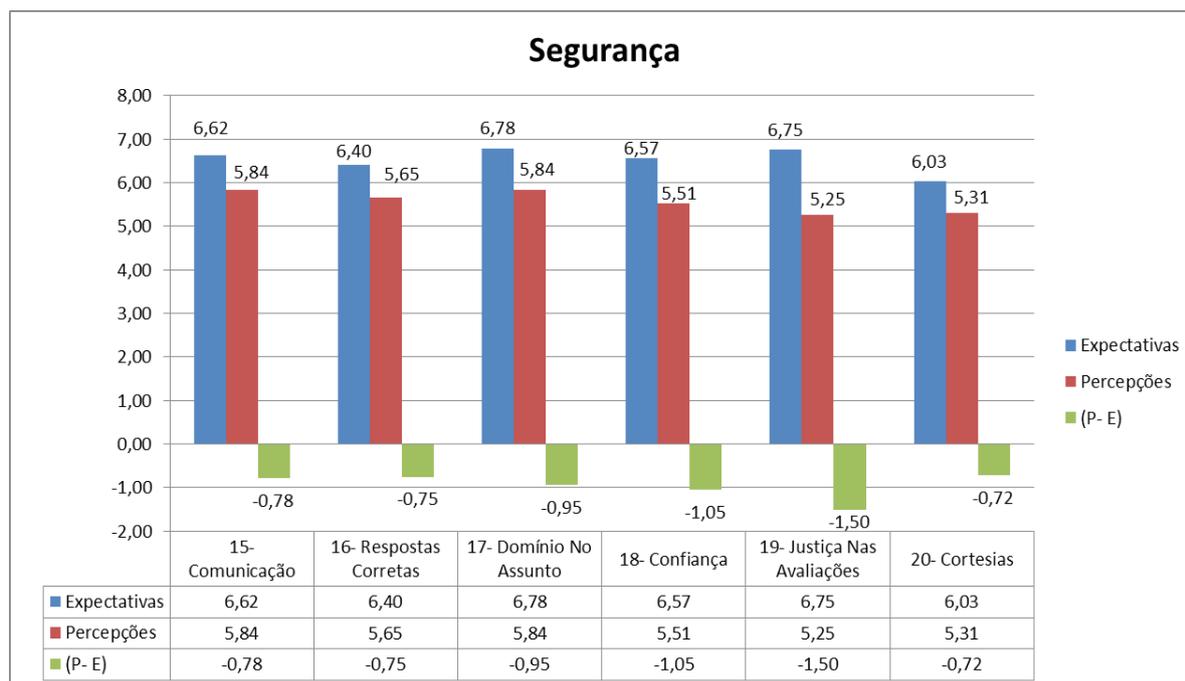


Fonte: Dados da pesquisa

A minimização destes problemas na presteza está diretamente relacionada com os atendimentos prestados pelos funcionários da secretaria e pelo sincero interesse deles e do professor em ajudar os alunos (MARTINS et al., 2018). Deve-se buscar atender o público com funcionários prestativos, atenciosos, precisos e prontos para resolver os problemas administrativos dos alunos, como propõe Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988).

A **segurança** é manifestada no serviço prestado, tanto na segurança que os professores e funcionários inspiram aos discentes, quanto na segurança do local onde é efetuado o serviço (FARRAPO, 2019). A média por questão é apresentada no gráfico 4 e demonstra a lacuna 5 (gap 5) geral com um valor negativo de 0,96. Sendo a segunda menor diferença entre a expectativa e percepção, indicando outro ponto forte ao lado da dimensão da tangibilidade. Esta dimensão é composta pelos itens: comunicação, respostas corretas, domínio no assunto, confiança, justiça nas avaliações e cortesias.

Gráfico 4 – Média dos aspectos de segurança



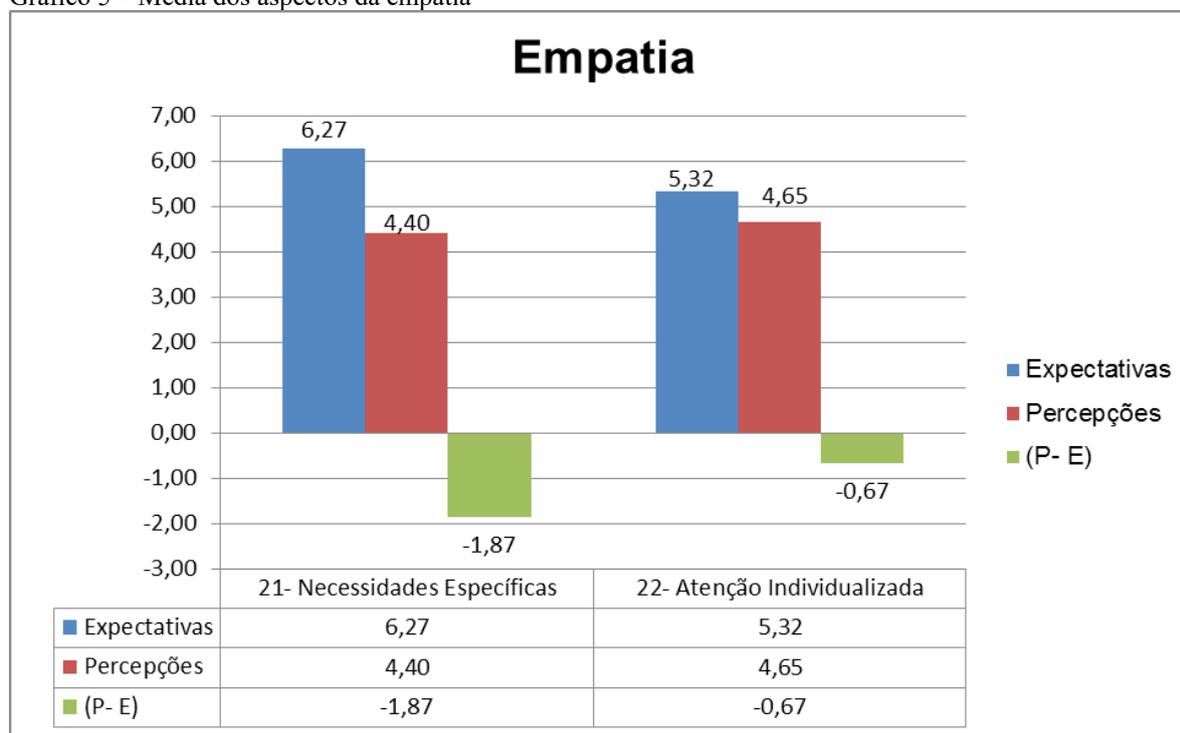
Fonte: Dados da pesquisa

Os itens de 15 a 20 na escala adaptada SERVQUAL referem-se à dimensão segurança. O item 17 (versão expectativas), relativo ao domínio do conteúdo, foi o que obteve maior média da dimensão segurança (6,78), sendo que 51 alunos dos 60 entrevistados assinalaram 7 para a escala de avaliação. Salientando como a dimensão segurança é importante para os estudantes que estão começando a graduação, Zanella, Lima e Lopes (2006) que consideram esta dimensão como uma das mais importantes junto com a confiabilidade. As respostas aos itens 15, 16, 17 e 20 demonstram que os usuários sentem segurança nos elementos de comunicação, nas respostas dos professores quanto às dúvidas e no domínio que o professor tem sobre o assunto, visto que a diferença de *gap* não passou de um ponto. Porém o item 19 que visa analisar equilíbrio entre as avaliações em sala de aula com o conteúdo que professor ensinou, destaca o receio que os discentes possuem na hora de realizar uma avaliação parcial de nota.

A **empatia** diz respeito à compreensão do curso em perceber as necessidades específicas dos discentes e da disponibilidade e disposição dos professores para ajudar o aluno (OLIVEIRA, 2007). Sua lacuna 5 é representada por um valor negativo de 1,27 e as médias por item são demonstradas no gráfico 5.

Os dois últimos itens, 21 e 22, referentes à dimensão de empatia, revelam a preocupação em entender e atender as necessidades específicas dos alunos. No caso do item 21, que trata do atendimento das necessidades específicas dos estudantes, houve discrepância relevante entre o grau de empatia percebido e a expectativa dos discentes, o que poderia ser minorado com a sensibilização de docentes e técnicos administrativos da instituição. O item 22 que se refere a atenção individualizada foi considerada como um ponto forte dentro da dimensão de empatia, apresentando alinhamento entre a expectativa e a realidade do serviço prestado.

Gráfico 5 – Média dos aspectos da empatia



Fonte: Dados da pesquisa

A avaliação das diversas dimensões da qualidade de serviço revelaram pontos de maior convergência entre as expectativas dos estudantes e a avaliação do serviço efetivamente oferecido, assim como pontos de divergência, que correspondem a oportunidades de melhoria. A próxima seção aborda a satisfação dos concludentes com a qualidade do curso e questiona se os mesmos tiveram suas expectativas atendidas.

4.4 Nível de satisfação geral e atendimento de expectativas por parte do curso

Nesta seção é analisada a amostra dos 68 entrevistados do sétimo ao nono semestre em administração, em relação ao nível de satisfação geral do cliente com serviço educacional prestado pela IES, e se suas expectativas foram satisfeitas com o curso.

Constatou-se que os níveis de satisfação com os serviços educacionais prestados pela universidade para os discentes em administração foram elevados. Em uma escala Likert de 1 a 7, sendo 1, variando entre totalmente insatisfeito e 7 totalmente satisfeito, encontrou-se uma média de 5,74, para uma amostra de 68 pessoas. Os dados da tabela 2 mostram que a maioria dos respondentes (75%) indicou que estava satisfeita ou totalmente satisfeita com os serviços educacionais prestados.

Em relação ao item que avaliou se as expectativas foram atingidas para os alunos do sétimo ao nono semestre, obteve-se uma média de 5,53 numa escala Likert de 1 a 7 para uma amostra de 68 discentes em administração. Cerca de 61,8% consideraram que as expectativas foram atingidas ou totalmente atingidas com os serviços educacionais prestados pelo curso, como demonstra a tabela 2.

Apesar de boa parte dos alunos estarem satisfeitos de forma geral com os serviços prestados pela IES, nota-se que existem ajustes a serem feitos para aprimorar a qualidade.

Porém, para alcançar esse objetivo é necessário esforço nos seguintes itens: treinamento dos colaboradores em relação às questões comportamentais; revisão na forma do conteúdo dos professores para alinhar a prática do mercado de trabalho com a teoria abordada em sala de aula; promover cursos de extensão em parcerias com os programas e bolsas da faculdade; atualização e modernização nos equipamentos de informática e nos programas utilizados nos computadores, além da atualização do acervo da biblioteca.

Tabela 2 - Nível de satisfação geral e das expectativas alcançadas

Nível de satisfação		
Escala Likert	Frequência	%
Totalmente satisfeito	9	13,24%
Satisfeito	42	61,76%
Pouco satisfeito	12	17,65%
Nem satisfeito, nem insatisfeito	1	1,47%
Pouco insatisfeito	3	4,41%
Insatisfeito	1	1,47%
Totalmente insatisfeito	0	0,00%
Satisfizeram minhas expectativas?		
Escala Likert	Frequência	%
Concordo completamente	7	10,29%
Concordo	35	51,47%
Concordo pouco	20	29,41%
Nem discordo, nem concordo	1	1,47%
Discordo pouco	4	5,88%
Discordo	0	0,00%
Discordo completamente	1	1,47%

Fonte: Dados da pesquisa

A aplicação da escala SERVQUAL atingiu seus objetivos, permitindo a mensuração da qualidade dos serviços oferecidos e a descoberta de formas de aprimorá-los. No entanto, a utilização desse instrumento apresentou algumas limitações técnicas, tais como o fato de não levar em consideração os aspectos qualitativos. Acredita-se que a escala possa atuar de forma complementar aos mecanismos de avaliação já utilizados.

5. Conclusão

Após a análise de resultados, constatou-se que a percepção de qualidade dos discentes de Administração da universidade analisada, quanto às dimensões da escala SERVQUAL, foi positiva, ainda que não superasse as expectativas dos estudantes.

As dimensões da escala apresentaram valores que mostraram que a percepção da qualidade dos veteranos foi menor que a expectativa dos estudantes ingressantes na instituição de ensino. Verificou-se que a dimensão de confiabilidade teve a maior discrepância dentre todas as dimensões utilizadas nesta pesquisa, com uma média geral de -1,92. Seguida em ordem decrescente, de classificação quanto as discrepâncias, as dimensões de presteza (-1,32),

empatia (-1,27), segurança (-0,96) e tangibilidade (-0,89). Porém, destaca-se que apesar do resultado da média geral da lacuna cinco ser negativa (-1,26), os níveis de satisfação com os serviços educacionais prestados pela IES para os discentes em administração, na maior parte é considerada satisfatória. Cerca de 75% relataram estar satisfeitos ou totalmente satisfeitos com os serviços educacionais prestados. Com os resultados obtidos, nota-se a possibilidade dos serviços educacionais sofrerem aprimoramentos nos itens de cada dimensão da qualidade.

O presente trabalho ainda demonstrou a necessidade de serem realizados novos estudos quanto ao tema da análise. Sugere-se, estudos qualitativos para se entender com mais profundidade e clareza quais são os fatores e motivos determinantes para que as expectativas sejam atendidas para os discentes, com o objetivo de melhorar os serviços prestados pela instituição. Adicionalmente, evidencia-se que abordagens comparativas e longitudinais podem trazer novos ângulos sobre a avaliação da qualidade em IES.

O estudo apresentou algumas limitações, entre elas evidencia-se o tamanho reduzido da coleta de dados para avaliar as percepções dos discentes, que poderia ser maior para se ter uma representatividade maior dos resultados. Outro fator foi o fato de ser uma observação transversal, e não ao longo do tempo.

É possível vislumbrar resultados positivos oriundos da utilização dos instrumentos da qualidade para análise e geração de planos de ação para melhoria dos processos de serviço do curso estudado. Uma nova coleta de dados na mesma instituição em um momento futuro pode revelar estagnação, estabilidade ou progresso nos indicadores de qualidade, e este é um possível futuro desdobramento da presente pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA C. A. et al. Percepção da Qualidade no Ensino Superior: Aplicação do Servqual no Curso de Graduação em Engenharia de Produção da Ufpr. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE EDUCAÇÃO EM ENGENHARIA, 4., 2012, Belém. **Anais eletrônicos...** Disponível em:< <http://www.abenge.org.br/cobenge/arquivos/7/artigos/104382.pdf>>
- BADRI, M. A.; ABDULLA, M.; AL-MADANI, A. Information technology center service quality. **International Journal of Quality & Reliability Management**, v. 22 n. 8, 2005, p. 819-848.
- BATESON, J. E.G.; HOFFMAN, K. D. **Marketing de serviços**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- CHAUDHURI, A. **Emotion and Reason in Consumer Behavior**. USA: Elsevier, 2006.
- COELHO, C. D. A. Avaliação da qualidade percebida em serviços: aplicação em um colégio privado de ensino fundamental e médio. Florianópolis, 2004, 178 f. **Dissertação** (Mestrado em Engenharia de Produção) Programa de Pós- graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2004.
- DUARTE N. O. et al. Avaliação das expectativas relacionadas aos serviços de uma instituição de ensino superior segundo o modelo SERVQUAL. **Revista Alcance**. 2015, v. 22, n. 3, p. 410-424.
- ERGANG, S. et al. Qualidade dos serviços em uma rede educacional: relação entre expectativa e percepção. **Engevista**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 3, p. 243-256, dez. 2012.
- FARRAPO, A. C. J. Avaliação da qualidade dos serviços de suporte em tecnologia da informação em uma Instituição Federal de Ensino Superior. 2019. 88 f. **Dissertação**

- (Mestrado em Engenharia de Produção) - Centro de Ciências em Gestão e Tecnologia, Universidade Federal De São Carlos, Sorocaba, 2019.
- FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de Serviços**. 6ª Edição. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- FOLHA DE SÃO PAULO. **Ranking Universitário Folha 2019**. Disponível em: <https://ruf.folha.uol.com.br/2019/ranking-de-cursos/administracao-de-empresas/>. Acesso em: 25 jun. 2020.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da Pesquisa Científica**. 2002.
- FREITAS, A. L. P.; RODRIGUES, S. G.. A avaliação da confiabilidade de questionários: uma análise utilizando o coeficiente de alfa de Cronbach. [online]. Bauru: nov. 2016. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 23., 2016. **Anais...** Disponível em: http://www.simpep.feb.unesp.br/anais_simpep_aux.php?e=12.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- IBGE (2020). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Síntese de Indicadores Sociais – SIS**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9221-sintese-de-indicadores-sociais.html?edicao=25875&t=o-que-e>>. Acesso em: 25 jun. 2020.
- KHODAYARI, F.; KHODAYARI, B. Service quality in higher education. **Interdisciplinary Journal of Research in Business**, v. 1, n. 9, p. 38-46, 2011.
- KHORSHIDI, H. A.; NIKFALAZAR, S.; GUNAWAN, I. Statistical process control application on service quality using SERVQUAL and QFD with a case study in trains' services. **The TQM Journal**, v. 28, n. 2, p. 195-215, 2016.
- KILBOURNE, W. E. The applicability of SERVQUAL in crossnational measurements of health-care quality. **Journal of Services Marketing**, v. 18, n. 7, 2004, p. 524-533.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. de. **Metodologia Científica**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- LOURENÇO, C. D. S. et al. Ensino Superior em Administração e Percepção da Qualidade de Serviços: uma aplicação da escala SERVQUAL. **Rev. bras. gest. neg.**, São Paulo, v. 13, n. 39, p. 219-233, 2011.
- LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MATTHIENSEN A. Uso do Coeficiente Alfa de Cronbach em Avaliações por Questionários. **Documentos 2011**, Boa vista, v.1, n.1, 2011.
- OLIVEIRA O. J. et al. Adaptação e aplicação da escala SERVQUAL na educação superior. **GEPROS**. Gestão da Produção, Operações e Sistemas – v. 3, nº 3, p. 133-146, 2008.
- OLIVEIRA, O. J. et al. **Gestão da qualidade: tópicos avançados**. São Paulo: Cengage Learning, 2011. 243p.
- OLIVEIRA T. M. V. et al. Servqual em Instituições Educacionais: Um Estudo Comparativo. **Revista Alcance**. v. 14, n. 2, p. 189-206, 2007.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. & BERRY, L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, v. 49, p. 41-50, 1985.

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

PROGRAD. **Projeto pedagógico do Curso de Administração**. Disponível em: <https://prograd.ufc.br/cursos-de-graduacao/administracao-noturno-fortaleza/>. Acesso em: 25 jun. 2020.

RODRIGUES, A. C. M. Uma escala de mensuração da zona de tolerância de consumidores de serviço. **RAC Revista de Administração Contemporânea**, v.5, n.2, p.113-134, maio/ago. 2001.

SANTOS, S. O.; SANTOS, R. B. Aplicação Da Escala SERVQUAL Na Gestão Da Qualidade De Serviços Em Uma Empresa Do Segmento Literário. **A Barriguda: Revista Científica**, Campina Grande, v.7, n. 2, p. 318-333, 2017.

SHARMA, K.; DAS, S. Service Quality and Customer Satisfaction-With Special focus on the Online Cab Industry in India. **International Journal of Business and Management**, v. 12, n.7, p. 192-200, 2017.

SOUZA, S. A.; REINERT, J. N. **Avaliação de um curso de ensino superior através da satisfação/ insatisfação discente**. Avaliação (Campinas), Sorocaba, v. 15, n. 1, p. 159-176, mar. 2010.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZANELLA, A.; LIMA, L. S.; LOPES, L. F. D. Identificação de fatores que influenciam na satisfação dos clientes de um clube recreativo por meio de análise fatorial. **Revista GEPROS**, v. 1, n. 2, Bauru, jan-abr, 2006.

ZEITHAML, V. A.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L. L. **Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations**. London: Macmillan, 1990.