

Análise da percepção da qualidade de serviço através da aplicação do método Serv-Qual no ciclo básico de um curso de engenharia.

William Douglas Paes Coelho (FHO - UNIARARAS) william@uniararas.br
Ivana Salvagni Rotta (FHO - UNIARARAS) ivanasr@uniararas.br
Fernando Cesar Mendonça (FHO - UNIARARAS) fernandomendonca@uniararas.br

Resumo:

Este artigo apresenta o resultado de uma pesquisa quantitativa de variáveis qualitativas, que teve como objetivo a análise da qualidade de serviços, identificando e mensurando os fatores e atributos relacionados ao que o cliente considera importante e observa efetivamente no serviço. Esta pesquisa ocorreu em uma Instituição de Ensino Superior privada localizada no interior de São Paulo onde se foi utilizado o método S-Qual para a coleta e análise das opiniões dos alunos, através da aplicação de questionários. Como resultado, constatou-se que o método foi adequado para a análise da percepção dos alunos quanto à qualidade do serviço oferecido pela Instituição estudada revelando que apenas os aspectos tangíveis foram considerados satisfatórios pelos alunos. Essa pesquisa propiciou uma visão científica à Instituição a respeito da percepção dos alunos, com informações relevantes para a análise e redirecionamento do foco de suas ações para a melhoria da qualidade dos serviços prestados, revelando a necessidade de um realinhamento dos investimentos.

Palavras chave: Qualidade de Serviço, Método Serv-Qual, Instituição de ensino superior.

Analysis of the quality perception of service through the application of the Serv-Qual method in basic cycle of an engineering course.

Abstract

This article presents the results of a quantitative research of qualitative variables, which had as its objective the analysis of the quality of services, identifying and measuring the factors and attributes related to the customer considers it important and observes effectively in service. This research took place at a private institution of higher education located in São Paulo where it was used the S-Qual method for the collection and analysis of opinions of students, through the application of questionnaires. As a result, it was found that the method was suitable for the analysis of students' perceptions about the quality of service offered by the institution studied and found that only the tangible aspects were considered satisfactory by the students. This research provided a scientific view to the institution regarding the perception of students with relevant information for the analysis and redirect the focus of their actions for improving the quality of services provided, revealing the need for a realignment of investments.

Key-words: Service Quality, Serv-Qual Method, Higher Education Institute.

1. Introdução

Na perspectiva atual, a enorme e feroz competição nos mercados globais, o aparecimento de produtos com ciclos de vida cada vez mais curtos, e a expectativa e grau de exigência do

cliente cada vez maior, obrigam as instituições de ensino superior que desejam sobreviver nesse cenário de competição a investir e concentrar esforços em estratégias que garantam a sua vantagem competitiva através de um diferencial para seus serviços e dentre as várias metodologias para alcançar a vantagem competitiva é por meio da medição da qualidade percebida pelos clientes que a empresa estabelece esse diferencial.

A iniciativa do Ministério da Educação e Cultura (MEC) visando ampliar as possibilidades de acesso ao ensino superior gerou o aumento do número de estabelecimentos privados, abrindo-se larga competição entre os mesmos, propiciando aos clientes (alunos) a opção de ingressarem onde melhor lhes aprouver para buscar sua qualificação.

Isso trouxe uma nova realidade às instituições de ensino superior, que tiveram de se adaptar à avalanche crescente de novas IES. Paralelamente à essa nova realidade, as IES precisam manter intactas as diretrizes éticas de garantir um ensino de qualidade, que garanta a maturidade acadêmica do discente à fim de capacitá-lo tanto para o mercado de trabalho quanto para uma continuidade acadêmica.

Dentro desse panorama as IES têm enfrentado um crescente aumento da evasão nos primeiros anos dos cursos superiores. A evasão é um dos grandes problemas enfrentados pelas IES e um crescente número de pesquisas e trabalhos acadêmicos educacionais tem-se dedicado à buscar suas causas. Assim, uma vez que a era da qualidade baseada na gestão estratégica da qualidade define a excelência em qualidade como a excelência em satisfazer as necessidades do cliente, deve-se, portanto medir a qualidade do serviço diretamente com o cliente.

Segundo Lobo (2006) são raríssimas as IES brasileiras que possuem um programa institucional de análise da qualidade de seus serviços para o combate à evasão, com planejamento de ações, acompanhamento dos resultados e coleta de experiências bem-sucedidas. Ainda segundo o autor, as causas que levam a esse alto nível de evasão devem ser observadas de forma local em cada IES. Assim, o ciclo básico de um curso de engenharia, que compreende principalmente matemática, física e química apresentam fatores desconhecidos pela instituição que levam o aluno à abandonar o curso, elevando as taxas de evasão para patamares acima dos padrões nacionais.

Dessa forma, o objetivo maior deste trabalho é identificar em uma Instituição de Ensino Superior, a qualidade de seus serviços, de acordo com a percepção dos alunos, utilizando-se como instrumento de avaliação o modelo SERVQUAL. Assim, o estudo está delimitado na investigação dos discentes do primeiro ano de um curso de engenharia de uma universidade privada, com o propósito de analisar qual a percepção desses alunos quanto a qualidade dos serviços prestados pela universidade em suas diferentes abordagens, consistindo assim em informações mais precisas e realistas para tomadas de decisões mais assertiva para analisar as causas relativas aos altos índices de evasão escolar e buscar garantir a percepção de satisfação acima das expectativas dos alunos.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Tendo em vista que o objeto de estudo deste trabalho é a percepção da qualidade dos serviços administrativos prestados na visão dos alunos do curso de graduação pela instituição pesquisada através do método S-Qual, torna-se necessário que a revisão de literatura inicialmente conceitue tanto a Qualidade quanto o conceito de Serviços, caracterizando um suporte rico de contribuição teórica para este trabalho, e então proceder com a fundamentação teórica do método SERVQUAL (S-Qual) que constitui a base metodológica para o desenvolvimento deste trabalho.

2.1. CONCEITO DE QUALIDADE

A busca pela qualidade é bastante antiga onde desde o princípio da história de todas as civilizações, vê-se a humanidade perseguindo um objetivo comum de desenvolver suas atividades com o máximo de perfeição possível. Embora seja um termo antigo observa-se na literatura uma variedade bastante grande de definições na tentativa de melhor explicar o real significado do conceito de qualidade. Garvin (2002) diz que o conceito Qualidade é conhecido há milênios, mas só recentemente tem sido visto como função de gerência formal.

Paladini (2006) diz que no mundo moderno e globalizado, não é mais suficiente atender o cliente; é necessário satisfazer plenamente suas expectativas, com qualidade.

Garvin (2002) em seu trabalho de pesquisa buscou em diversos artigos e livros as principais definições do conceito de qualidade e classificou-as em quatro abordagens distintas, Transcendente, onde a qualidade é sinônima de excelência inata, universalmente reconhecível, Baseada no produto, onde a qualidade é uma variável precisa e mensurável, oriunda dos atributos do produto, baseada no usuário, onde a qualidade é uma variável subjetiva considerando-se a qualidade como atendem aos desejos do consumidor, baseada na produção, onde a qualidade é uma variável precisa e mensurável, oriunda do grau de conformidade do planejado (projeto) com o executado dando ênfase ao controle do processo.

Paladini (2006) por sua vez acrescenta ao trabalho de Garvin mais uma definição para a qualidade que é baseada no valor, destacando a qualidade como um trade-off entre qualidade e preço, segundo uma razão entre o benefício resultante do produto e o esforço para adquiri-lo.

2.2 CONCEITO DE SERVIÇOS

Segundo Kubota (2009), a origem do conceito de serviços é recente e remonta da década de sessenta. Segundo o autor, os esforços em estudar o setor de serviços remontam ao início dos anos 1980, com o Forecasting and Assessment of Science and Technology Programme (FAST), da Comunidade Européia.

De acordo com Juran (1991), um produto pode ser diferenciado de um serviço através da ótica de que produto é o resultado de um processo que acarreta em bens tangíveis como: lápis, televisores, edifícios e que os serviços são trabalhos executados para atender terceiros, como geração de energia, transporte, comunicações, entre outros, caracterizando-se pela sua intangibilidade.

Segundo Machado (2004) diz que serviços são ações de indivíduos que procuram satisfazer as necessidades de outros indivíduos, assim os serviços não têm consistência material, sendo constituídos por bens imateriais, incorpóreos, intangíveis.

Correa e Gianesi (2006) apresentam os serviços como ações, processos ou atuações, onde os serviços não são produzidos apenas por empresas de serviços, mas por qualquer tipo de empresa.

2.3 CONCEITO DE QUALIDADE EM SERVIÇOS

Duarte e Ferreira (2004) mostram que os estudos sobre qualidade passou naturalmente do enfoque exclusivo nas características dos produtos para o foco na qualidade de serviços prestados, devido especialmente ao enorme crescimento do setor de serviços nos anos 80.

Toledo (2006) argumenta que deve-se evitar o emprego genérico e indiscriminado do termo qualidade, o qual deve ser referido sempre com a palavra empregada da forma composta, deixando explícito a abordagem a qual se refere, como qualidade do produto, qualidade do serviço, entre outros, sendo importante analisar o termo sempre de acordo com suas

abordagens específicas.

Os temas relacionados com a competência de uma empresa relacionada com sua prestação de serviços ou resultados de seus processos produtivos têm sido discutidos largamente na literatura baseados em dois focos distintos: foco na organização e foco no indivíduo. No entanto, têm-se observado uma tendência de realizar uma abordagem conjugada dos dois focos, vinculando o desenvolvimento das competências organizacionais e das competências individuais. (FIUZA, 2010).

Gianesi e Correa (2006) revelam que além da característica intangível dos serviços, existe também um aspecto tangível que é importante na definição de qualidade, pois se refere à aparência da evidência física do serviço como os equipamentos, instalações, pessoal, entre outros.

Assim Toledo (2006) mostra a dificuldade de averiguar o nível de qualidade dos serviços, uma vez que nesta dimensão está relacionada a capacidade do indivíduo, dentro de uma dimensão subjetiva, de pensar, sentir e diferenciar com relação aos atributos do bem ou serviço, criando uma dependência do julgamento pessoal em relação às características presentes no serviço.

Na visão de Kotler e Keler (2006) um serviço de qualidade é aquele que compreende confiabilidade, ou seja, entrega exatamente o que foi prometido, responsividade, que é a capacidade de atender as necessidades dos clientes, segurança, representando a capacidade de transferir confianças nos serviços prestados, empatia, que é conquistar a preferência dos clientes.

2.4 MODELO S-QUAL DE PERCEPÇÃO DA QUALIDADE EM SERVIÇOS

A dificuldade de abstração do conceito de qualidade em serviços devido a sua intangibilidade é ainda mais evidente quando pretende-se analisar se um serviço é de qualidade, de um ponto de vista quantitativo, necessitando para tanto de uma maior atenção metodológica.

Hayes (2001) revela alguns fatores que reforçam a importância da medição da qualidade, como saber como os processos empresariais estão funcionando, saber onde e quando realizar as mudanças para melhoria do desempenho da empresa além de controlar se as mudanças gerarão eficácia.

Zeithaml, Berry e Parasuraman (1990), criadores da metodologia S-Qual, descrevem o conceito de qualidade em serviços como o distanciamento existente entre a percepção de qualidade do cliente no momento de interação como um resultado do que o cliente sente ao experimentar um serviço e a expectativa de satisfação desejada, idealizada pelo cliente sobre um serviço.

Assim, segundo Vieira (2010), os autores Zeithaml, Berry e Parasuraman desenvolveram um modelo para análise e gerenciamento da qualidade de serviços, onde se analisa a lacuna existente, os Gaps, entre a expectativa de qualidade e a real percepção na experiência com o serviço.

Gianesi e Correa (2006) diz que o S-QUAL é um método que evidenciam o nível de qualidade dos serviços dentro das cinco dimensões que permeiam o conceito de qualidade em serviços que são Tangibilidade, Presteza, Confiabilidade, Empatia e Segurança:

- a) Tangibilidade: representa a aparência física do serviço, como equipamentos, funcionários, instalações, etc.
- b) Presteza: representa a disposição para ajudar os clientes e fornecer pronto atendimento,
- c) Confiabilidade: representa a capacidade de realizar o serviço prometido, de forma segura e

correta,

d) Empatia: representa a atenção personalizada dispensada aos clientes

e) Segurança: representa as decisões e conhecimentos corretos que inspiram confiança.

Assim, o método SERVQUAL de Parasunaman et al. (1988), devido a sua natureza puramente quantitativa, permite ao administrador gerenciar os fatores qualitativos e intangíveis característicos dos serviços como Tangibilidade, Presteza, Confiabilidade, Empatia e Segurança segundo uma perspectiva mais racional, além de enfatizar a relação entre o nível de expectativa do cliente e a sua percepção com relação à satisfação das suas necessidades.

3. METODOLOGIA

Essa pesquisa foi embasada na fundamentação teórica abordada anteriormente nesse artigo. Com o propósito de conhecer a visão dos discentes sobre a qualidade de prestação de serviços administrativos, foi desenvolvido um Estudo de caso, em uma Instituição de ensino superior privada, cujo nome será omitido para proteger os interesses da Instituição.

A constatação com os discentes dos altos índices de evasão no ciclo básico de engenharia foi fundamental para justificar este trabalho e precedeu a etapa de concepção do projeto de pesquisa, demonstrando a relevância de um estudo mais profundo sobre a percepção dos discentes a respeito da qualidade de prestação de serviços e a necessidade de aprimorar constantemente a qualidade dos serviços prestados pela Instituição de Ensino Superior.

Segundo Roesch (2006) uma pesquisa pode ser caracterizada como qualitativa e quantitativa onde a pesquisa qualitativa tem o propósito de obter informações sobre determinada população, como contar quantos, ou em que proporção seus membros tem certa opinião ou característica, ou com que frequência certos eventos estão associados entre si tendo como opção utilizar um estudo de caráter descritivo.

Segundo Bryman (1989), a pesquisa qualitativa tem sua ênfase na perspectiva do indivíduo a ser estudado, enquanto que a pesquisa quantitativa baseia-se em um modelo derivado de publicações teóricas ou de leitura sobre determinado assunto.

Quanto aos objetivos, Jung (2009) diz que uma pesquisa pode ser classificada em exploratória, descritiva ou explicativa onde esta pesquisa tem características predominantemente exploratórias uma vez que envolve uma pesquisa bibliográfica, entrevistas para identificar a percepção dos discentes quanto à qualidade do serviço prestado e as demais questões citadas e um estudo de caso, para validar os pressupostos em uma situação real.

Utilizando-se o estudo comparativo exposto por Bryman (1989) e considerando o tipo de problema a ser desenvolvido nesta pesquisa, conclui-se que há necessidade de: ênfase nas interpretações; atenção ao contexto; uma estrutura simples para coleta de dados; proximidade do pesquisador com a organização pesquisada e aplicação de ferramentas estatísticas para a depuração e tabulação dos dados coletados.

Com base na revisão bibliográfica e tendo em vista a hipótese nula de que a percepção dos alunos quanto a qualidade do serviço é positiva e portanto a evasão escolar é ocasionada em grande parte por outros fatores não relacionados com o objeto de estudo deste trabalho, foi realizado um estudo de caso único em um curso de engenharia de uma Instituição privada através da aplicação de um questionário como método para a coleta de dados.

De acordo com Yin (2005), será utilizado o método de estudo de caso descritivo, que, de acordo com o autor, é o método que melhor se aplica quando o pesquisador tem pouco controle sobre os acontecimentos e quando os esforços estão direcionados a compreender

porque e como fenômenos contemporâneos intrínsecos a algum contexto da vida real ocorrem.

Zeithaml, Berry, Parasuraman (1990), entenderam a necessidade de desenvolver um instrumento de pesquisa para medir a qualidade de serviços, para mensurar a percepção dos clientes sobre a qualidade de serviço, que denominaram de SERVQUAL (S-Qual). Assim, os autores refinaram e condensaram os fatores que definem a qualidade aplicada a serviços e desenvolveram um instrumento robusto contendo 22 (vinte e dois) itens, com cinco dimensões de qualidade em serviço.

Assim, baseado no modelo S-Qual, foi aplicado um questionário para os discentes do ciclo Básico do curso de Engenharia, a amostra deste estudo. O questionário é estruturado de forma a analisar sob a ótica dos discentes as cinco dimensões que permeiam o conceito de qualidade em serviços que são Tangibilidade, Presteza, Confiabilidade, Empatia e Segurança.

O questionário foi dividido em duas partes, com 22 questões cada, oferecendo aos clientes graus variados para cada questão, em uma escala variável de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente). A primeira parte, com 22 itens, objetiva analisar as expectativas dos respondentes, medindo o nível desejado ou ideal na ótica do cliente. A segunda parte, também com os 22 itens, objetiva analisar a real percepção que os clientes possuem sobre o serviço oferecido pela empresa pesquisada. A qualidade do serviço (Q) é então analisada e mensurada através da diferença entre a qualidade esperada ou expectativa (E) e a qualidade percebida ou percepção (P).

A Tabela 1 a seguir apresenta uma síntese das dimensões do modelo SERVQUAL pesquisadas na instituição e os respectivos itens do questionário aplicado.

DIMENSÕES	ITENS	QUALIDADE DE SERVIÇO	ENUNCIADO
TANGIBILIDADE	1 a 4	Q1 = P1 -E1	Equipamentos e materiais didáticos adequados
		Q2 = P2 -E2	Instalações físicas adequadas
		Q3 = P3 -E3	Aparência adequada dos funcionários
		Q4 = P4 -E4	Materiais de comunicação adequados
CONFIABILIDADE	5 a 9	Q5 = P5 -E5	A Instituição cumpre o prometido
		Q6 = P6 -E6	Interesse em resolver problemas
		Q7 = P7 -E7	Interesse em realizar o serviço certo da primeira vez
		Q8 = P8 -E8	Comprometimento com cumprimento dos serviços combinados
		Q9 = P9 -E9	Persistência na execução das tarefas livres de erros
PRESTEZA	10 a 13	Q10 = P10 -E10	Compromisso com cumprimento de prazos combinados
		Q11 = P11 -E11	Prontidão para atendimento das dúvidas
		Q12 = P12 -E12	Funcionários prestativos para solucionar problemas
		Q13 = P13 -E13	Disponibilidade para esclarecimentos de dúvidas dos clientes
SEGURANÇA	14 a 17	Q14 = P14 -E14	Os funcionários inspiram confiança nos clientes
		Q15 = P15 -E15	Os clientes sentem-se seguros nas interações com a Instituição
		Q16 = P16 -E16	Cortesia e cordialidade dos funcionários
		Q17 = P17 -E17	Domínio do conteúdo gerando confiança nos clientes
EMPATIA	18 a 22	Q18 = P18 -E18	Atenção individualizada aos clientes
		Q19 = P19 -E19	Horários convenientes para os clientes
		Q20 = P20 -E20	Atendimento personalizado aos clientes
		Q21 = P21 -E21	Preocupação para oferecer a melhor formação aos alunos
		Q22 = P22 -E22	Entendimento das necessidades dos alunos pelos professores

Tabela 1 – Síntese das dimensões do método Serv-Qual e os respectivos itens do questionário aplicado.

A coleta de dados foi feita mediante a aplicação de um questionário em sala de aula aos alunos dos primeiros anos dos cursos de engenharia da Instituição de Ensino Superior pesquisada com o propósito de analisar a qualidade do serviço e as possíveis causas da evasão.

Como destacam Cervo e Bervian (2002), o questionário é a forma mais apropriada para a coleta de dados em levantamentos, pois possibilitam melhor exatidão na mensuração desejada. Além disso, revelam que a aplicação de questionários auto-preenchíveis tem a vantagem dos respondentes se sentirem mais confiantes, dado o anonimato, o que possibilita coletar respostas que mais se aproximem da realidade.

A última fase foi a tabulação dos resultados e a posterior análise deles. A Figura 1 representa o esquema de desenvolvimento do trabalho.

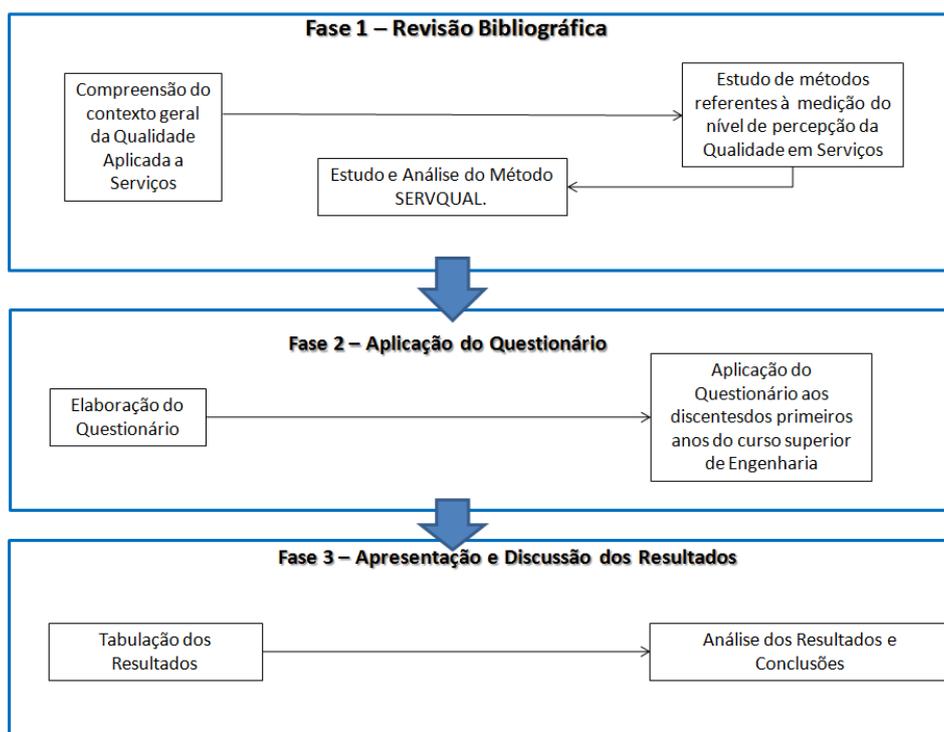


Figura 1 – Esquema de desenvolvimento da pesquisa

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS DADOS

O presente Estudo de Caso foi desenvolvido em uma Instituição de Ensino Superior privada, cujo nome será omitido para proteger os interesses da Instituição. A amostra deste estudo recaiu em discentes, mais precisamente nos alunos dos primeiros anos de um curso de engenharia de uma Instituição de Ensino Superior Privada, perfazendo um total de 52 indivíduos. A amostra apresenta representatividade, na medida em que os sujeitos que a integram são representativos de toda população em estudo.

Com base na hipótese e na fundamentação teórica desse trabalho, serão discutidos os resultados obtidos com a pesquisa de campo através da aplicação de um questionário segundo as dimensões do modelo SERVQUAL conforme revelado na Tabela 1.

Em termos de caracterização geral da amostra, realizada através do levantamento dos dados do entrevistado no primeiro item do questionário, podemos dizer que quarenta e dois (42) são do sexo masculino (80,77%) e dez (10) do sexo feminino (19,23%).

Com relação à idade, os alunos apresentam uma idade média de 19,14 anos (DP=2,39), com

um mínimo de 17 e um máximo de 28 anos. Quanto a já ter estudado em outra universidade, cinco (5) afirmaram que sim (9,61%).

Com relação a aplicação a primeira parte do questionário, relativa aos 22 itens que objetivam analisar as expectativas dos respondentes, medindo o nível desejado ou ideal na ótica do cliente, podemos observar os resultados em ordem decrescente na Tabela 2.

	População N	Valor Mínimo	Valor Máximo	Expectativa Média (E)	Desvio Padrão
E16	52	4	7	6,20	0,94
E22	52	4	7	6,05	0,82
E12	52	4	7	5,95	0,83
E13	52	4	7	5,90	0,87
E2	52	4	7	5,85	0,91
E8	52	4	7	5,85	0,83
E6	52	4	7	5,80	0,92
E10	52	4	7	5,80	0,79
E17	52	4	7	5,80	0,96
E15	52	3	7	5,75	0,79
E14	52	2	7	5,70	0,93
E21	52	4	7	5,70	0,81
E11	52	4	7	5,65	0,91
E18	52	2	7	5,65	0,86
E19	52	4	7	5,55	0,88
E1	52	4	7	5,50	0,97
E5	52	4	7	5,50	0,78
E9	52	3	7	5,25	0,93
E20	52	1	7	5,25	0,91
E4	52	3	7	5,10	0,96
E7	52	3	7	5,05	0,81
E3	52	1	6	4,10	0,93

Tabela 2 – Média das Expectativas (E) em ordem decrescente.

Percebe-se que as três maiores médias, representando o fatos que os clientes mais valorizam em termos de expectativa, foram E16 = 6,20 (Os funcionários de excelentes instituições de ensino superior serão corteses e educados com seus clientes); E22 = 6,05 (Excelentes instituições de ensino superior entenderão as necessidades específicas de seus clientes.) e E12 = 5,95 (Os funcionários, em excelentes instituições de ensino superior, terão sempre boa vontade em solucionar problemas e ajudar seus clientes.)

Por outro lado, observou-se que as três menores médias, representando os fatores que os clientes menos valorizam em termos de expectativa, foram E03 = 4,10 (Os funcionários de excelentes instituições de ensino superior terão boa aparência); E07 = 5,05 (Excelentes instituições de ensino superior farão o serviço certo da primeira vez.) e E04 = 5,10 (Os materiais associados ao serviço prestado nas excelentes instituições de ensino superior, tais como faturas, impressos, apostilas, ou panfletos, terão uma boa aparência visual e facilidade de compreensão)

Com relação a aplicação da segunda parte do questionário, relativa aos 22 itens que objetivam analisar a real percepção que os clientes possuem sobre o serviço oferecido pela empresa pesquisada, podemos observar os resultados em ordem decrescente na Tabela 3.

	População N	Valor Mínimo	Valor Máximo	Percepção Média (P)	Desvio Padrão
P16	52	4	7	5,95	1,09
P17	52	4	7	5,90	1,01
P19	52	4	7	5,80	0,97
P2	52	3	7	5,60	0,86
P21	52	3	7	5,6	0,93
P1	52	4	7	5,55	0,81
P11	52	4	7	5,50	0,94
P13	52	4	7	5,50	0,81
P15	52	1	7	5,50	0,93
P6	52	3	7	5,45	1,12
P10	52	4	7	5,45	0,91
P12	52	3	7	5,40	1,03
P9	52	3	7	5,35	0,87
P22	52	2	7	5,35	0,87
P4	52	3	7	5,30	1,05
P8	52	4	7	5,30	0,83
P18	52	2	7	5,30	0,91
P5	52	4	7	5,25	0,93
P7	52	4	7	5,20	0,92
P14	52	4	7	5,15	0,88
P20	52	1	7	4,70	0,82
P3	52	1	7	4,60	1,08

Tabela 3 – Média das Percepções (P) em ordem decrescente.

Pode-se observar que as três maiores médias, representando os fatores que os clientes mais perceberam em termos da qualidade do serviço oferecido, foram P16 = 5,95 (Os empregados são corteses e educados com você.); P17 = 5,90 (Os empregados possuem os conhecimentos necessários) e P19 = 5,80 (A Universidade tem horários de funcionamento convenientes.)

No entanto, observou-se que as três menores médias, representando os fatores que os clientes menos percebiam como presentes em termos da qualidade de serviço oferecidos, foram P03 = 4,60 (Os empregados têm boa aparência.); P20 = 4,70 (A Universidade tem empregados que dão a você um atendimento personalizado.) e P14 = 5,15 (O comportamento dos empregados lhe inspira confiança.)

Finalmente, com relação a qualidade do serviço, a Tabela 4 mostra em ordem decrescente as médias obtidas com o método SERVQUAL, que mensura a qualidade dos serviços através da equação $Q = P - E$, onde:

E = Expectativa: O que o aluno espera da qualidade de serviço (Tabela 2)

P=Percepção: O que o aluno percebe como oferecido pela Instituição (Tabela3)

Q=Qualidade: Qualidade do serviço.

DIMENSÕES	ITENS	EQUAÇÃO	QUALIDADE DE SERVIÇO (Q)
TANGIBILIDADE	3	$Q3 = P3 - E3$	0,50
EMPATIA	19	$Q19 = P19 - E19$	0,25
TANGIBILIDADE	4	$Q4 = P4 - E4$	0,20
CONFIABILIDADE	7	$Q7 = P7 - E7$	0,15
SEGURANÇA	17	$Q17 = P17 - E17$	0,10

CONFIABILIDADE	9	Q9 = P9 -E9	0,10
TANGIBILIDADE	1	Q1 = P1 -E1	0,05
EMPATIA	21	Q21 = P21 -E21	-0,10
PRESTEZA	11	Q11 = P11 -E11	-0,15
TANGIBILIDADE	2	Q2 = P2 -E2	-0,25
CONFIABILIDADE	5	Q5 = P5 -E5	-0,25
SEGURANÇA	15	Q15 = P15 -E15	-0,25
SEGURANÇA	16	Q16 = P16 -E16	-0,25
CONFIABILIDADE	6	Q6 = P6 -E6	-0,35
PRESTEZA	10	Q10 = P10 -E10	-0,35
EMPATIA	18	Q18 = P18 -E18	-0,35
PRESTEZA	13	Q13 = P13 -E13	-0,40
CONFIABILIDADE	8	Q8 = P8 -E8	-0,55
PRESTEZA	12	Q12 = P12 -E12	-0,55
SEGURANÇA	14	Q14 = P14 -E14	-0,55
EMPATIA	20	Q20 = P20 -E20	-0,55
EMPATIA	22	Q22 = P22 -E22	-0,70

Tabela 4 Qualidade do Serviço nas dimensões S-Qual (Q = P - E) em ordem decrescente..

Pode-se observar na Tabela 4 três cenários distintos. O primeiro diz respeito a situação do cliente encontrar-se insatisfeito com a prestação de serviços, revelados pelos números de “Q” negativos, obtidos da relação $P < E$, ou seja, a real percepção de qualidade é menor do que a sua expectativa inicial. Um segundo cenário é a situação onde os resultados revelam “Q” = 0 (zero), obtidos da relação $P = E$, ou seja, a percepção de qualidade é idêntica a expectativa, indicando que o cliente encontra-se satisfeito. Um terceiro cenário diz respeito aos resultados “Q” foram positivos, onde o cliente tem uma percepção de qualidade que supera sua expectativa inicial, encontrando-se nesse caso “maravilhado” com o mesmo.

Os resultados da Tabela 4 quando confrontados com o enunciado de cada item evidenciado pela Tabela 1 revelam que seis (6) itens alcançam resultados positivos (27,28%), um (1) item apresentou resultado próximo de zero (4,54%), enquanto que quinze (15) itens apresentaram resultados negativos (68,18%).

Assim, os três maiores índices S-Qual, representando os fatores que representam a melhor qualidade do serviço oferecido pela Instituição, foram respectivamente a Questão 03 (Aparência adequada dos funcionários) = 0,50, cuja dimensão é Tangibilidade, Questão 19 (Horários convenientes para os clientes) = 0,25, cuja dimensão é Empatia e a Questão 04 (Materiais de comunicação adequados) = 0,20, cuja dimensão também é Tangibilidade, revelam junto com outros três itens que os alunos estão maravilhados com a superação de suas expectativas.

A Questão 01 (Equipamentos e materiais didáticos adequados) = 0,05, cuja dimensão é Tangibilidade, revela que a mesma expectativa que os alunos possuem são percebidas como presentes no serviço oferecido pela Universidade.

No entanto, os três piores índices S-Qual, representando os fatores mais relevantes para representar os piores aspectos da qualidade do serviço oferecido pela Universidade, foram respectivamente a Questão 22 (Entendimento das necessidades dos alunos pelos professores) = -0,70, cuja dimensão é Empatia, a Questão 20 (Atendimento personalizado aos clientes) = -0,55, cuja dimensão também é Empatia e a Questão 14 (Os funcionários inspiram confiança nos clientes) = -0,55, cuja dimensão é Segurança, além de outros treze itens.

A Figura 2 nos revela a média de cada uma das dimensões do método SERVQUAL. Dessa forma, podemos observar que as piores dimensões avaliadas pelos alunos foram respectivamente: Presteza, Empatia, Segurança e Confiabilidade. Na verdade, é extremamente relevante observar que apenas a dimensão Tangibilidade demonstrou valores positivos.

Dessa forma, os resultados demonstrados tanto pela Tabela 4 quanto pela Figura 2, refutam a hipótese nula de que a percepção dos alunos quanto a qualidade do serviço oferecido pela Universidade é positiva. Assim, a evasão escolar pode sim ser ocasionada também por problemas na prestação dos serviços. Assim, no que tange o atual trabalho, fica evidenciado a necessidade de maiores investimentos por parte da Instituição na melhoria dos aspectos identificados como negativos pelos discentes.

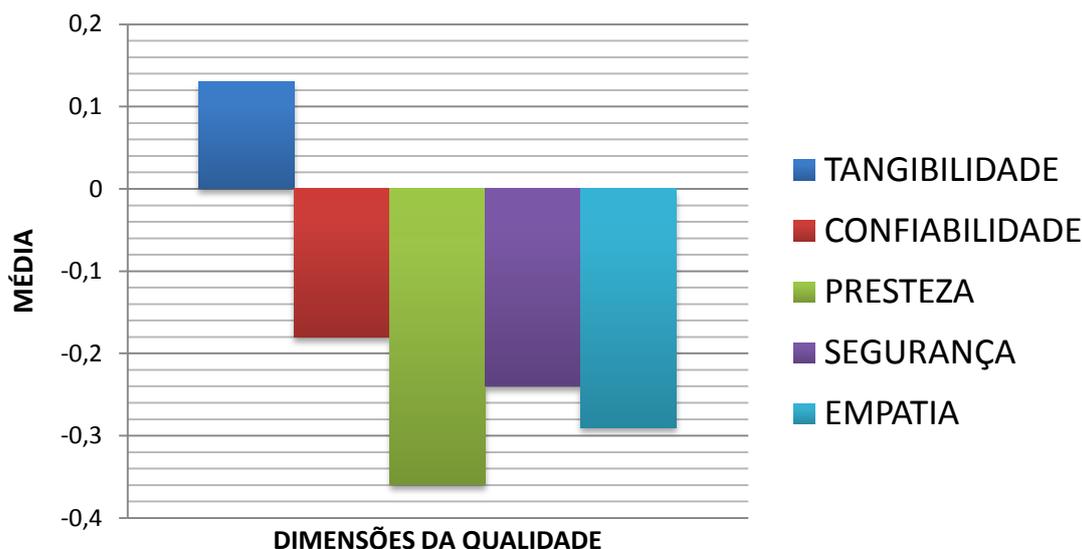


Figura 2 – Média das dimensões da Qualidade do Método S-Qual

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho foi elaborado com o propósito de analisar criticamente como os alunos de um curso universitário de engenharia encaram a qualidade do serviço oferecido pela Instituição de ensino em estudo. Sendo assim, este trabalho procurou revelar uma dúvida frequente na Instituição referente ao alto índice de evasão dos alunos do primeiro ano do curso de engenharia mesmo com os contínuos investimentos realizados na Instituição para a melhoria da qualidade do serviço prestado.

Tendo em vista os resultados obtidos com a aplicação do método SERVQUAL fica evidenciado a necessidade da Instituição de investir na melhoria da performance dos fatores mais críticos, ou seja, dos fatores que apresentaram os menores resultados. Isso é possível, pois o método S-Qual não apenas revela o item em que o aluno está mais insatisfeito, mas também qual é o grau de importância que ele dá para o respectivo item.

Os resultados apresentaram de acordo com a percepção dos alunos, pontos fortes, que a Instituição pode utilizar para estabelecer uma vantagem competitiva e aspectos que precisam de melhorias, em cada uma das dimensões pesquisadas. Porém, em termos gerais, o estudo revelou, como pode ser observado na Figura 2, que os alunos da Instituição estão insatisfeitos em quase todas as dimensões, com exceção para a tangibilidade.

Faz-se necessário ressaltar que a Instituição em estudo já realiza ações de melhoria contínua da qualidade de prestação de seus serviços. No entanto, os resultados do presente estudo

revelando a insatisfação dos clientes em diversas dimensões indica que existe uma importante discrepância entre os investimentos institucionais e o valor que os alunos atribuem aos mesmos.

Dessa forma, o estudo permite à Instituição um realinhamento de seus investimentos a partir das reais necessidades dos alunos permitindo uma redução da insatisfação e conseqüente evasão. Assim, a Instituição apoiando a iniciativa do atual estudo pretende adotar a metodologia para analisar com maior profundidade suas reais necessidades, para então direcionar os investimentos com prioridades relevantes para a satisfação dos clientes. O atual estudo não esgota as possibilidades de aplicação da metodologia, pelo contrário, amplia as possibilidades de trabalhos futuros com um estudo global de percepção de todos os alunos da Instituição.

A análise da percepção da qualidade na perspectiva dos clientes possibilita a Instituição uma investigação mais holística e profunda de suas iniciativas estratégicas, com o propósito de garantir a eficiência e a eficácia de suas atividades educacionais. Assim, o presente estudo também contribui para apresentar a relevância da pesquisa da qualidade em termos de ciência, onde se faz necessário a adoção de métodos no lugar de conclusões de natureza meramente especulativas para a interpretação da realidade.

Referências

- BRYMAN, A.** *Research method and organization studies*. London: Unwin Hyman, 1989.
- CERVO, A.L.; BERVIAN, P.A.** *Metodologia Científica*. 5ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002
- FERREIRA, L.; DUARTE, L.** *Qualidade dos Serviços na Web e Satisfação dos Utilizadores: Uma Aplicação às Instituições de Ensino Superior*. Ayala Calvo y Grupo de Investigación FEDRA. Lisboa, 2004.
- FIUZA, P. R.** *Competências gerenciais dos empresários de micro e pequenas mineiras*. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração), Faculdades Integradas de Pedro Leopoldo. Pedro Leopoldo, MG, 2010.
- GARVIN, D. A.** *Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- HAYES, B. E.** *Medindo a Satisfação do Cliente: desenvolvimento e uso de questionários*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- JUNG, C. F.** *Metodologia Científica e Tecnológica*, 2 ed. Taquara, 2009.
- JURAN, J. M.** *Planejamento da Qualidade*. 4 ed. São Paulo: Makron Books, 1991.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L.** *Administração de Marketing: A bíblia do marketing*. 12. ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- KUBOTA, L. C.** *As Kibs e a inovação tecnológica das firmas de serviços*. Economia e Sociedade, Campinas, v. 18, n. 2 (36), p. 349-369, ago. 2009.
- MACHADO, H. de B. O** *Conceito de serviço e algumas modalidades listadas no Anexo da LC 116/2003*. Disponível em: <<http://bdjur.stj.gov.br>> 25/06/2004. Acesso em: 13/07/2011.
- PALADINI, E. P.** *Gestão da qualidade: teoria e casos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006
- ROESCH, S. M. A.** *Projetos de estágio e de pesquisa em administração*. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- TOLEDO, J. C.** *Conceitos Básicos de Qualidade de Produto*. GEPEQ – Grupo de Estudos e Pesquisa em Qualidade, 2006. Disponível em: <<http://www.gepeq.dep.ufscar.br/arquivos/>> Acesso em 23/07/2011.
- VIEIRA, V. A.** *Mensuração da qualidade de serviço no varejo eletrônico e seu impacto sobre as intenções comportamentais*. RAE. São Paulo. v. 50. n. 2. abr./jun. 2010. pp. 199-214.
- YIN, R. K.** *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- ZEITHAML, PARASURAMAN, BERRY.** *Delivering Quality Service – Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press, 1990. 226p.