



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

Tatiana Gasparotto Nogueira ¹

Alexandre Las Casas ²

RESUMO

A expansão do ensino superior privado e sua profissionalização têm levado as instituições de ensino superior brasileiras a investir em melhores práticas de gestão e a buscar a qualidade de seus serviços para fazer frente à crescente competição no setor. A literatura em serviços aponta a qualidade como uma das chaves para o sucesso no mercado e ressalta que para se estabelecer uma estratégia efetiva de serviços é necessário conhecer as opiniões dos clientes. Neste trabalho, através da aplicação da escala SERVQUAL, avaliou-se a qualidade dos serviços prestados por três setores de apoio de uma grande instituição de ensino superior da grande São Paulo. Avaliou-se também a utilidade da aplicação da ferramenta SERVQUAL nesse tipo de contexto de análises múltiplas. Verificou-se a insatisfação geral dos alunos com os serviços avaliados para os quais foram feitas sugestões de correção. Concluiu-se também que a referida ferramenta é adequada para a avaliação desse tipo de serviço, porém não é recomendada sua utilização em avaliações simultâneas de serviços que possuam características distintas.

Palavras chave: ensino superior, serviços, qualidade em serviços, serviços periféricos, SERVQUAL.

ABSTRACT

The expansion and professionalization of private higher education has led the Brazilian higher education institutions to invest in better management practices and seek the quality of their services to cope with increasing competition in the sector. The literature points to the service quality as one of the key success factors in the market and points out that to establish an effective strategy for services, it is necessary to know the opinions of customers. In this paper, through the application of SERVQUAL, the quality of services provided by three support sectors of a great institution of higher education in greater São Paulo were evaluated. We also evaluated the utility of application of SERVQUAL in the context of multiple analyses. There was a general dissatisfaction of students with the evaluated services for which corrective actions were suggested. It was also concluded that this tool is

¹ Pós graduanda do Programa de Estudos Pós Graduados em Administração da PUCSP. E-mail: tatigasparotto@bol.com.br

² Professor do Programa de Estudos Pós Graduados em Administração da PUCSP. E-mail: alascasas@terra.com.br

suitable for the evaluation of this type of service, but its use is not recommended for simultaneous assessment of services that have distinct characteristics.

Keywords: *higher education, service, quality, service, services, peripherals, SERVQUAL.*

Introdução

O ensino superior privado no Brasil apresentou um acelerado crescimento no período compreendido entre 1995 e 2002. Essa expansão trouxe diversos desafios às instituições privadas atuantes nesse mercado. O surgimento de novas instituições, a entrada de capital estrangeiro no setor e a queda na demanda por vagas, que segundo o censo de 2008, foi de apenas 1,16 candidatos por vaga no ensino privado, fazem com que essas instituições precisem adequar-se a uma nova realidade. Se, no passado, as instituições de ensino superior (IES) creditavam maior ênfase ao seu papel de instituições educacionais, hoje, por operarem num ambiente competitivo e altamente exigente, requerem-se práticas de gestão institucional adequadas às pressões do mercado e da sociedade.

Segundo Kotler (1994), as instituições de ensino têm que se renovar e se adaptar às exigências do mercado visando aumentar os seus níveis de competência e de qualidade. Para isso, devem recorrer às técnicas de marketing objetivando atrair estudantes, além de periodicamente reavaliar o desempenho da instituição e avaliar a qualidade nos aspectos tangíveis e intangíveis do processo e todos aqueles aspectos que permitam mensuração: instalações físicas, professores, alunos e programas.

A percepção por parte dos clientes da qualidade dos serviços prestados por uma IES, não se faz apenas sobre o que chamamos de serviço central. O desempenho dos serviços ocorre ao longo do período em que o consumidor interage diretamente com o prestador. Isso significa que todos os elementos desse encontro de serviço, como instalações físicas, tempos de espera, pessoal de contato, estão envolvidos (WALKER, 1995).

Este estudo tem como objetivos avaliar o nível de satisfação dos alunos para com os serviços complementares prestados, notadamente os serviços de apoio administrativo, como o prestado pelas secretarias de alunos, e os serviços de apoio acadêmico, neste trabalho, biblioteca e laboratórios de informática, bem como testar a aplicabilidade da ferramenta SERVQUAL como instrumento de avaliação em contextos de avaliações simultâneas.

Serviços e qualidade

Bateson (1995) explica que todos os produtos, sejam eles bens ou serviços, entregam um conjunto de benefícios ao consumidor. Compramos produtos na forma de serviços profissionais ao visitar um médico ou advogado. Da mesma forma, os estudantes compram

um produto quando se matriculam em uma faculdade, e esperam receber benefícios em termos de conhecimento, que mais tarde podem ser trocados por um melhor emprego e padrão de vida. Porém, os processos de entrega desses benefícios diferem de maneira importante. Segundo o autor, quando um consumidor compra um serviço, ele está adquirindo uma experiência gerada pela sua entrega, bastante diferente da aquisição de um bem físico. O benefício entregue por um bem físico está normalmente relacionado às características do bem em si, enquanto o benefício entregue na aquisição de um serviço pode vir de diferentes fontes, como sua porção não visível (a cozinha de um restaurante, por exemplo), o ambiente físico, os funcionários de contato e até mesmo de outros consumidores, resultando em um processo interativo.

Dadas às características relacionadas, os serviços apresentam inúmeros desafios a seus administradores. Um dos desafios mais debatidos na literatura é a impossibilidade de se controlar a qualidade de um serviço antes que ele chegue ao consumidor. Como explica Bateson (1995), os encontros de serviços acontecem em tempo real e com o envolvimento direto do consumidor, sendo impossível tomarem-se medidas de controle de qualidade antes que estes ocorram efetivamente.

Segundo a definição da *American Society for Quality Control*, qualidade é a totalidade de aspectos e características de um produto ou serviço com capacidade de satisfazer necessidades explícitas ou implícitas (KOTLER, 2000). Visão essa compartilhada por Las Casas (2006) que afirma que o serviço com qualidade é aquele que tem a capacidade de proporcionar satisfação.

Por serem ricos em “qualidades de experiência”, sua avaliação está sujeita a fatores menos objetivos, como as expectativas do consumidor, que são baseadas em diversos fatores, desde suas próprias experiências anteriores, como clientes, até a comunicação boca-a-boca e, posteriormente, por suas interações pessoais com o ambiente físico da empresa, com os funcionários e até mesmo com outros clientes (LOVELOCK, 2002). Berry (1996) menciona que a qualidade é definida pelo cliente. A conformidade com as especificações da empresa não é qualidade; a conformidade com as especificações do cliente é qualidade. A capacidade de investir para melhorar os serviços provém da aprendizagem contínua sobre as expectativas e percepções dos clientes e não clientes.

Dois trabalhos estudados buscaram identificar os aspectos percebidos pelos alunos de graduação do curso de administração de duas IES, como sendo a qualidade do serviço recebido. O primeiro, de Souza (2005), avaliou as percepções de discentes de uma IES privada, o segundo, de Derísio (2007), avaliou as respostas dadas por discentes de uma IES pública municipal. É interessante notar que, apesar das semelhanças entre os serviços prestados por ambas as instituições, a percepção de que aspectos atribuem qualidade aos serviços foi bastante diferente em cada grupo.

Os resultados da pesquisa de Derísio (2007) levaram-na a inferir que os alunos da IES municipal avaliada entendem que o ponto mais importante, que devem observar no que se refere à qualidade de uma instituição superior de ensino, é a capacitação do seu corpo docente. Em Souza (2005), por outro lado, esse papel coube à existência de um ambiente acadêmico agradável que permitisse aos alunos da IES privada avaliada receber mais condizentemente seus ensinamentos. Ficou claro que, enquanto os alunos do primeiro tipo de instituição entendiam haver mais qualidade no transmissor do conhecimento, os alunos do segundo grupo reconhecia haver maior qualidade no ambiente propriamente dito.

Froemming (2001) conclui que alunos diferem em termos de que características da escola estão relacionadas à sua satisfação e quanto de cada uma delas eles julgam ser essencial, e lembra que as instituições que respondem totalmente ao mercado fazem levantamentos sobre a satisfação atual de seus consumidores, mesmo sabendo que a satisfação dos alunos pode ser difícil de ser mensurada.

Os serviços complementares

Os serviços compõem-se de um componente central e de componentes periféricos ou complementares. O serviço central é o que o cliente compra efetivamente, e os serviços periféricos têm a característica de não corresponderem ao que o consumidor está adquirindo. Froemming (2001) comenta a pesquisa de Morash e Ozment (1994) realizada junto a companhias aéreas. Nela, os autores constataram que os serviços centrais estão mais propensos a refletir a estratégia de oferta de produto a um dado mercado, o que envolve estratégias de longo prazo, maiores investimentos e maiores riscos para a empresa. Os serviços periféricos, por outro lado, refletem a oferta de serviço em nível tático, que requerem nível de operação de envolvimento dos empregados para as atividades correntes do serviço ao cliente, decisões de curto prazo e menores riscos.

Segundo Walker (1995) a satisfação geral com um serviço, é função de três estágios integrados de desconformação, um de pré-consumo, um de consumo e um de pós-consumo, estando o segundo estágio ligado à avaliação do serviço central. Enquanto os serviços centrais não forem entregues, eles não poderão ser avaliados, porém as expectativas a respeito do desempenho nesse estágio do processo, bem como a avaliação geral do encontro de serviços, serão influenciadas pela avaliação pré-consumo dos serviços complementares. Exemplos de itens avaliados nesse estágio são a aparência do pessoal de contato, o tratamento recebido em um primeiro contato com os funcionários do provedor de serviços e outras evidências físicas, como instalações e equipamentos. A respeito da importância do ambiente físico, Bitner (1992) explica que, mesmo antes da compra, os consumidores procuram por dicas a respeito da capacitação e da qualidade da empresa

prestadora de serviços, e que o ambiente físico é rico nesse tipo de indicadores, podendo ter grande influência na comunicação da imagem e objetivos da empresa a seus consumidores.

Para Froemming (2001), em se tratando de serviços, os periféricos podem ser preponderantes na avaliação por estarem bastante calcados em aspectos tangíveis (mais fáceis de avaliar), o que nem sempre acontece com o serviço central, que costuma ter predominância de aspectos intangíveis. Quanto mais carregado de atributos de crença e ambíguo for o serviço central, mais difícil será sua avaliação para o consumidor. Nesse caso, a avaliação dos periféricos poderá constituir-se na avaliação geral do serviço. Incrementar a performance de qualidade de serviços é incrementar a oferta total do serviço, que inclui tanto os aspectos centrais como os periféricos.

No caso das IES, trabalhar para obter satisfação na gestão de serviços complementares configura-se em uma estratégia de aplicação mais fácil e rápida para a melhoria da satisfação geral com os serviços prestados pela instituição, pois como lembram Nunes et al. (2008, p. 192), no desenvolvimento de um curso, não é considerado o fato de que o insucesso desse produto perdura por no mínimo de quatro a cinco anos, pois um programa mal concebido não pode ser descontinuado antes de formar a turma inicial.

Em uma Universidade, pode-se citar como componente do serviço central o ensino, pesquisa e extensão. No caso de uma Faculdade somente o ensino. Nessas instituições, os serviços complementares podem ser definidos como: secretaria, Xerox, tesouraria, cantina, biblioteca, apoio administrativo, laboratórios, infraestrutura, dentre outros (COUTINHO, 2007).

A escala SERVQUAL

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) explicam seu conceito de qualidade como o nível de discrepância entre as expectativas que o consumidor tem em relação à realização de determinado serviço e as suas percepções a respeito do desempenho do serviço realizado, onde a expectativa pode ser compreendida como aquilo que o cliente acredita que uma empresa prestadora de serviços deve oferecer, enquanto a percepção é a avaliação do serviço oferecido por uma dada empresa.

Normalmente, há uma diferença entre o serviço esperado e o percebido, ou seja, uma lacuna de qualidade do ponto de vista do consumidor. Essa lacuna reflete como o consumidor avalia o serviço e é função de outras lacunas do lado do fornecedor.

Derivado desse modelo de lacunas, Parasuraman, Zeithaml e Berry desenvolveram a escala SERVQUAL. Esse instrumento reflete as cinco dimensões da qualidade dos serviços, que representam o modo como os clientes organizam em sua mente tal informação. Cada

dimensão contém múltiplos itens responsáveis pela captação dos atributos fundamentais do serviço (ZEITHAML & BITNER, 2003). São elas: tangíveis, confiabilidade, presteza (ou responsividade), garantia (ou segurança) e empatia.

O instrumento é composto de um questionário, dividido ainda em dois módulos, sendo um de avaliação das expectativas, e outro, das percepções com relação a um dado serviço. Cada módulo é composto de 22 afirmações às quais os respondentes devem atribuir notas em graus variados, variando de discordo totalmente (1) a concordo totalmente (7). A qualidade percebida é, então, calculada pela diferença entre a pontuação atribuída às percepções e às expectativas (P-E).

A respeito da aplicabilidade da escala, Parasuraman et al. (1991, p. 445 apud Ladhari, 2009) afirmam tratar-se de um instrumento genérico de boa confiabilidade, validade e ampla aplicabilidade, cujo propósito é servir como uma metodologia de diagnóstico capaz de revelar forças e possíveis áreas de melhoria na qualidade dos serviços de uma organização. Segundo os autores, ainda, as dimensões e itens presentes em SERVQUAL, vão além de empresas ou indústrias específicas.

Também na avaliação da qualidade em serviços educacionais, o modelo SERVQUAL tem sido utilizado, tanto no Brasil (CARRIJO, 2007; COUTINHO, 2007; LIMA, 2005; MASTELLA, 2006; PALHARINI, 1996; TURETA et al., 2007;) como no exterior (CUTHBERT, 1996; ENGELLAND et al., 2000; RUBY, 1998; SMITH et al., 2007).

Acreditamos que a simplicidade do modelo que sustenta a escala (modelo de desconfirmação), sua adaptabilidade a diferentes mercados e tipos de serviços e a fácil compreensão do conteúdo dos questionários por parte dos respondentes colaboram para essa popularidade, que cada vez mais tem tido sua aplicação estendida também para a avaliação de serviços internos (MOORES; REYNOSO, 1995), e serviços complementares, como é o caso deste trabalho.

Para a execução desta pesquisa, a ferramenta SERVQUAL foi adaptada para utilização junto a alunos do curso de Administração de Empresas da IES estudada, buscando observar as expectativas e percepções de qualidade dos primeiros a respeito da qualidade dos serviços periféricos avaliados.

A pesquisa

Para a realização deste trabalho, foi conduzida uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo e quantitativo aplicada a apenas uma instituição de ensino superior. A pesquisa levou em consideração somente os aspectos endógenos para a definição dos clientes de uma IES, sendo, portanto, os alunos da IES os clientes objetos do estudo.

A instituição estudada, doravante Ômega, conta hoje com seis campi, sendo quatro na cidade de São Paulo, um em Sorocaba, e um no município de Barueri. A instituição é composta, ainda, de nove faculdades, 47 departamentos, 47 cursos de graduação e 27 programas de pós-graduação (27 mestrados acadêmicos, 1 mestrado profissional e 19 doutorados), além de oferecer cerca de 330 cursos em nível de aperfeiçoamento, especialização e extensão a mais de 36.000 alunos. Esta instituição foi escolhida por apresentar as características necessárias para o estudo, além de permitir melhor acesso às informações devido aos vínculos existentes dos pesquisadores.

O instrumento de coleta para este estudo de caso baseia-se na aplicação da escala SERVQUAL aos alunos da instituição avaliada com afirmativas relacionadas em dois módulos: Expectativas e Percepções. Reduzimos a escala original com 22 afirmações, para 20 afirmações, pois se julgou que algumas das afirmações referentes às dimensões Presteza e Empatia tinham traduções muito similares e poderiam causar confusão nos respondentes. A versão adaptada da escala SERVQUAL para este trabalho contém cinco afirmações para a dimensão Confiabilidade, cinco para Tangíveis, três para Presteza, quatro para Garantia e mais três afirmações para a dimensão Empatia.

Outra adaptação realizada à escala SERVQUAL, foi à utilização de uma escala de Likert de cinco pontos, ao invés dos sete pontos da versão original. Buttle (1996) notou que uma das críticas a serem feitas com relação à operacionalização da aplicação dos 22 itens presentes na escala nos dois módulos originais é que ele causa tédio e confusão nos respondentes. Com o objetivo de minimizar esse problema Babakus e Mangold (1992 apud Buttle, 1996) utilizaram uma escala de Likert de 5 pontos, o que permitiu aos autores aumentar a taxa de resposta e a qualidade das mesmas em sua pesquisa.

À escala foi acrescida ainda uma pergunta que nos indicou a frequência de uso pelos alunos dos serviços periféricos avaliados; a saber, a secretaria de atendimento escolar (SAE), o laboratório de informática e a biblioteca.

Da instituição estudada retiramos uma amostra não probabilística intencional composta de alunos do sétimo semestre do curso de administração de empresas de seu campus localizado no bairro de Perdizes em São Paulo. A escolha por alunos que já tenham utilizado durante algum tempo os serviços avaliados visa capturar expectativas baseadas na experiência dos usuários com os serviços, pois, como colocam Iacobucci et al. (1994, apud BUTTLE, 1996) a respeito do referido módulo, as expectativas podem não existir, ou não serem claras o suficiente para servir como padrão de avaliação da experiência com o serviço, como seria o caso de alunos ingressantes nos cursos da instituição avaliada.

O sétimo período do curso de administração de empresas contava à época da pesquisa com aproximadamente 455 alunos distribuídos em dez turmas. Dessas dez turmas, três eram

oferecidas no período da manhã e sete no período da noite, contando com um total de 85 e 370 alunos respectivamente.

A distribuição dos questionários ocorreu durante duas semanas, em horário de aula. 131 alunos concordaram em participar deste estudo, a estes os questionários foram entregues em mãos, e os recipientes instruídos pessoalmente a respeito do conteúdo e forma de preenchimento. Dos 131 questionários distribuídos, obtiveram-se 106 respostas válidas e que compõem esta pesquisa.

Resultados

Para a ordenação dos dados coletados, foi utilizada uma planilha Excel. Com o auxílio da ferramenta de análise estatística Minitab, foram calculados a média e o desvio padrão de cada atributo nos dois módulos. Posteriormente e com o auxílio da mesma ferramenta, foram realizados testes de comparação de médias para avaliar a similaridade entre as respostas de cada departamento. Os procedimentos de análise e resultados observados estão descritos a seguir.

Dos 106 questionários respondidos, 42% foram respondidos por indivíduos do sexo feminino e 58% por indivíduos do sexo masculino. 88% dos respondentes tinham idades entre 21 e 30 anos e apenas 12% tinham 20 anos ou menos. Com relação ao turno de estudo, 81% dos respondentes estavam matriculados no período noturno e 19% no período matutino, obedecendo à mesma distribuição do número total de alunos pelas turmas.

A mensuração da frequência de uso pelos alunos foi realizada com o objetivo de conhecer quão experientes os alunos são com os serviços avaliados, uma vez que a pesquisa visava acessar indivíduos experimentados.

Observou-se que, apesar de o grupo de alunos pesquisado estar próximo de concluir sua graduação, uma alta porcentagem deles tinha pouca experiência com os serviços avaliados. Dentre os serviços, verificou-se a menor frequência de uso para a biblioteca, onde 54% dos alunos declararam que nunca a usaram, ou raramente usam seus serviços, contra apenas 10% que os utilizam frequentemente. Os números encontrados para a biblioteca são seguidos pelo laboratório de informática, que apresenta 48% de alunos na mesma faixa de frequência. No extremo oposto do contínuo, encontra-se o SAE com a maior frequência de uso; 70% dos alunos entrevistados declararam usar ao menos às vezes seus serviços.

Considerando-se apenas os serviços complementares, tal fato pode sugerir a atribuição de maior peso aos serviços de apoio administrativos para a satisfação geral com os serviços prestados pela instituição do que aos serviços de apoio didático.

Módulo de expectativas

A primeira etapa da análise buscou semelhanças entre as expectativas declaradas pelos alunos a respeito de cada um dos serviços avaliados. Para tanto, foram calculadas as médias e desvio padrão de cada atributo nos diferentes departamentos, que foram, então, comparados através de um teste de comparação de médias. As médias dos atributos componentes de cada dimensão foram também agrupados para possibilitar a análise dos resultados por dimensão.

Observa-se que, de maneira geral, as médias das respostas dadas pelos alunos a respeito de suas expectativas para os diferentes itens de qualidade comportaram-se de modo similar, ficando em sua maioria na faixa compreendida entre 4 e 5 da escala Likert (gráfico 6.3). As médias da Biblioteca compreenderam-se no intervalo entre 3,78 e 4,75, as do SAE, entre 3,84 e 4,84 e as do laboratório de informática entre 3,75 e 4,81. Desconsideradas as especificidades de cada item e cada departamento, tal fato indica um alto nível de expectativa geral por parte dos alunos para com os serviços periféricos ofertados.

Para testar a hipótese de as médias dos diferentes departamentos serem iguais, as médias para cada atributo foram comparadas aos pares da seguinte maneira: Biblioteca e SAE, Biblioteca e Laboratório de Informática e SAE e Laboratório de Informática. O teste utilizado para a comparação entre as médias foi o Teste T pareado uni caudal. Esse teste é utilizado para definir o nível de semelhança ou diferença entre dois momentos de uma mesma amostra ou população (COSTA NETO, 2002).

Adotamos o nível de significância de 95% (alfa=5%). Para aceitarmos a Hipótese (H₀) de que as médias são iguais, o valor de P calculado deverá ser maior do que 0,05. As células em negrito na coluna P das tabelas 1, 2 e 3 a seguir indicam os itens que não apresentaram diferenças significativas entre os departamentos.

Rejeitar H₀ se $P < 0,05$ para todos os testes T-pareados a seguir.

Onde,

μ (Bib) = média das respostas dos alunos para as expectativas com os serviços da biblioteca

μ (SAE) = média das respostas dos alunos para as expectativas com os serviços do SAE

μ (Lab) = média das respostas dos alunos para as expectativas com os serviços do laboratório de informática

TESTE H₀: $\mu(\text{Bib}) = \mu(\text{SAE})$ vs. H_A: $\mu(\text{Bib}) > \mu(\text{SAE})$

Tabela 1 - Teste T - pareado para as médias de Expectativas de Biblioteca e SAE

Q	BIBLIOTECA			SAE			Teste-T	P
	MÉDIA	DESVIO	N	MÉDIA	DESVIO	N		
1	4,65	0,50	106	4,74	0,54	106	1,69	0,047
2	4,58	0,57	106	4,76	0,51	106	3,75	0,000

3	4,35	0,70	106	4,55	0,66	106	3,89	0,000
4	4,59	0,60	106	4,78	0,50	106	3,68	0,000
5	4,49	0,74	106	4,65	0,77	106	2,81	0,003
6	4,75	0,58	106	4,75	0,58	106	0,00	0,500
7	4,75	0,53	106	4,70	0,59	106	-2,16	0,983
8	3,88	0,95	106	3,93	0,96	106	1,35	0,090
9	4,45	0,65	106	4,55	0,62	106	2,93	0,002
10	4,70	0,52	106	4,76	0,47	106	1,62	0,054
11	4,53	0,72	106	4,84	0,42	106	5,15	0,000
12	4,69	0,50	106	4,83	0,42	106	3,27	0,001
13	4,54	0,57	106	4,68	0,58	106	3,27	0,001
14	4,31	0,72	106	4,40	0,74	106	2,56	0,006
15	3,76	1,06	106	3,84	1,09	106	1,91	0,029
16	4,50	0,73	106	4,72	0,56	106	3,62	0,000
17	4,46	0,68	106	4,60	0,63	106	3,12	0,001
18	4,55	0,62	106	4,72	0,51	106	4,12	0,000
19	4,38	0,83	106	4,58	0,78	106	4,19	0,000
20	3,85	1,14	106	4,31	0,97	106	4,00	0,000

Fonte: Dados da Pesquisa, 2010.

TESTE H_0 : $\mu(\text{Bib}) = \mu(\text{Lab})$ vs. H_A : $\mu(\text{Bib}) > \mu(\text{Lab})$

Tabela 2 - Teste T-pareado para as médias de expectativas de Biblioteca e Laboratório

Q	BIBLIOTECA			LAB			Teste-T	P
	MÉDIA	DESVIO	N	MÉDIA	DESVIO	N		
1	4,65	0,50	106	4,60	0,56	106	1,15	0,127
2	4,58	0,57	106	4,42	0,83	106	2,67	0,004
3	4,35	0,70	106	4,41	0,67	106	-1,28	0,899
4	4,59	0,60	106	4,38	0,87	106	2,67	0,004
5	4,49	0,74	106	4,46	0,88	106	0,42	0,338
6	4,75	0,58	106	4,81	0,57	106	-0,95	0,827
7	4,75	0,53	106	4,74	0,50	106	0,26	0,399
8	3,88	0,95	106	3,82	0,97	106	1,83	0,035
9	4,45	0,65	106	4,46	0,64	106	-1,35	0,910
10	4,70	0,52	106	4,63	0,64	106	1,71	0,045
11	4,53	0,72	106	4,46	0,83	106	1,15	0,126
12	4,69	0,50	106	4,67	0,55	106	1,41	0,081
13	4,54	0,57	106	4,50	0,67	106	0,94	0,174
14	4,31	0,72	106	4,33	0,72	106	-0,24	0,595
15	3,76	1,06	106	3,86	1,04	106	-1,99	0,975
16	4,50	0,73	106	4,51	0,65	106	-0,26	0,601
17	4,46	0,68	106	4,35	0,80	106	1,73	0,043
18	4,55	0,62	106	4,54	0,60	106	0,23	0,410
19	4,38	0,83	106	4,32	0,97	106	0,93	0,178
20	3,85	1,14	106	3,75	1,11	106	1,45	0,075

Fonte: Dados da Pesquisa, 2010.

TESTE H_0 : $\mu(\text{Lab}) = \mu(\text{SAE})$ vs. H_A : $\mu(\text{Lab}) > \mu(\text{SAE})$

Tabela 3 - Teste T- pareado para as médias de expectativas de SAE e Laboratório

Q	SAE			LAB			Teste-T	P
	MÉDIA	DESVIO	N	MÉDIA	DESVIO	N		
1	4,74	0,54	106	4,60	0,56	106	3,27	0,001
2	4,76	0,51	106	4,42	0,83	106	4,67	0,000
3	4,55	0,66	106	4,41	0,67	106	2,53	0,006
4	4,78	0,50	106	4,38	0,87	106	4,79	0,000
5	4,65	0,77	106	4,46	0,88	106	2,45	0,008
6	4,75	0,58	106	4,81	0,57	106	-0,93	0,822
7	4,70	0,59	106	4,74	0,50	106	-1,22	0,887
8	3,93	0,96	106	3,82	0,97	106	2,67	0,004
9	4,55	0,62	106	4,46	0,64	106	2,80	0,003
10	4,76	0,47	106	4,63	0,64	106	3,10	0,001
11	4,84	0,42	106	4,46	0,83	106	4,95	0,000
12	4,83	0,42	106	4,67	0,55	106	3,32	0,001
13	4,68	0,58	106	4,50	0,67	106	2,86	0,003
14	4,40	0,74	106	4,33	0,72	106	1,58	0,059
15	3,84	1,09	106	3,86	1,04	106	-0,19	0,576
16	4,72	0,56	106	4,51	0,65	106	4,04	0,000
17	4,60	0,63	106	4,35	0,80	106	4,34	0,000
18	4,72	0,51	106	4,54	0,60	106	3,74	0,000
19	4,58	0,78	106	4,32	0,97	106	3,80	0,000
20	4,31	0,97	106	3,75	1,11	106	5,50	0,000

Fonte: Dados da Pesquisa, 2010.

Os testes realizados nos permitiram notar uma grande semelhança entre as expectativas dos alunos para com os serviços da biblioteca e do laboratório de informática. Em um nível de 5%, a hipótese H_0 : $\mu(\text{Bib}) = \mu(\text{Lab})$ (tabela 2) foi confirmada em 15 dos 20 atributos avaliados. Entre esses dois departamentos apenas as médias dos itens 2, 4, 8, 10 e 17 não apresentaram semelhança entre suas médias.

A comparação das médias do SAE com as dos demais departamentos, em contrapartida, demonstrou pouca similaridade entre eles. Na comparação com a biblioteca, a hipótese H_0 : $\mu(\text{Bib}) = \mu(\text{SAE})$ (tabela 1) foi rejeitada em 17 dos itens. Aqui, apenas os itens 6, 7 e 8, todos referentes à dimensão Tangíveis foram similares. A comparação com os serviços do laboratório de informática comportaram-se de modo similar. No teste H_0 : $\mu(\text{Lab}) = \mu(\text{SAE})$ (tabela 3) a hipótese foi rejeitada em 16 dos itens. Apenas os itens 6 e 7, referentes à dimensão Tangíveis, e 14 e 15, referentes à dimensão Garantia mostraram similaridade.

De acordo com os testes realizados, os únicos atributos que mostraram ser estatisticamente similares nas expectativas dos três departamentos foram os contidos nas questões 6 (Este

setor deve ter equipamentos e materiais atualizados) e 7(A aparência das instalações deste setor deve ser limpa e agradável).

Tomando-se os quatro itens de maiores médias para cada departamento, nota-se essa semelhança nas expectativas dos alunos para os serviços prestados pela biblioteca e laboratório de informática. Apesar de serem diferentes em valores absolutos, em ambos os casos os itens 6, 7, 10 e 12 alcançaram os valores mais altos. Vale lembrar que 6, 7 e 10 são itens que compõem o atributo Tangíveis, e 12, Presteza.

As mais altas expectativas para os serviços prestados pela Biblioteca foram atribuídos às questões 6 e 7 com a média de 4,75. As mesmas questões obtiveram as maiores médias nas expectativas dos alunos também para com os serviços do laboratório de informática, com médias de 4,81 e 4,74 respectivamente.

As quatro maiores médias para os serviços prestados pelo SAE, contudo, foram diferentes, tendo os itens 2, 4, 11 e 12, obtido as maiores pontuações. Aqui as maiores médias foram obtidas pelos itens componentes do atributo Presteza 11 e 12, com 4,84 e 4,83, respectivamente. Seguidos pelos itens do atributo Confiabilidade 4 e 2, com médias 4,78 e 4,76.

No grupo das maiores médias, apenas o item 12 (Deve haver boa vontade do pessoal deste setor para prestar informações aos alunos.) foi comum para os 3 departamentos.

Percebe-se que, enquanto os alunos voltam sua atenção para a qualidade de equipamentos, instalações e o horário de atendimento quando buscando os serviços de Biblioteca e Laboratório, em se tratando dos serviços prestados pelo SAE, sua expectativa de um bom serviço volta-se para a prestação de um serviço rápido, realizado dentro do prazo estipulado e prestado por um pessoal atencioso e que demonstra boa vontade em ajudar os alunos.

A diferença observada pode ser decorrente das características de cada serviço. Uma das diferenças entre eles, como visto na descrição dos serviços prestados pelos departamentos, é que os fornecidos pela Biblioteca e Laboratório de Informática apresentam um grande componente de autosserviço, enquanto os do SAE sempre demandam algum tipo de resposta do departamento. Os serviços fornecidos pelo SAE, por lidarem com a vida acadêmica dos alunos, tratando de assuntos como matrículas, notas, frequência, entre outros, podem também ser considerados mais críticos pelos alunos, o que justificaria um nível mais alto de expectativas por parte dos clientes.

Em se tratando dos itens de mais baixas expectativas, as respostas foram mais similares. Os itens 8, 14, 15 e 20 obtiveram as menores médias para os três departamentos. Tal fato indica que os alunos atribuem baixas expectativas à aparência dos funcionários (8. Os funcionários deste setor devem ser sempre bem vestidos e asseados) e tampouco esperam que estes sejam simpáticos (14. O pessoal deste setor deve ser agradável, simpático e

fornecer um contato amistoso) ou dominem os serviços sozinhos (15. O pessoal deste setor deve executar e dominar o serviço sozinho, sem ajuda de outros ou do supervisor).

Módulo de percepções

Seguindo o mesmo procedimento aplicado ao módulo de expectativas, buscaram-se semelhanças entre as percepções declaradas pelos alunos a respeito de cada um dos serviços avaliados.

A análise das médias das percepções nos permite observar que, a exemplo do que foi observado no módulo de expectativas, as respostas dos alunos tendem a comportar-se de modo similar para os serviços prestados pela Biblioteca e pelo Laboratório de Informática. As médias foram consideravelmente mais baixas para os serviços prestados pelo SAE, permanecendo na faixa entre 2 e 3 da escala Likert com valores entre 1,85 e 3,45. Os demais departamentos, por outro lado, concentraram-se na faixa entre 3 e 4 da escala, tendo as médias de suas expectativas ficado encerradas no intervalo entre 2,94 e 3,71, para os serviços da Biblioteca, e entre 2,80 e 3,70 para as do laboratório de informática.

O teste T- pareado foi mais uma vez utilizado para a comparação entre as médias dos diferentes departamentos. Sua aplicação comprovou que, no módulo de percepções, as médias dos atributos tenderam a ser mais semelhantes entre os serviços de biblioteca e laboratório, do que entre estes departamentos e o SAE.

O teste da hipótese $H_0: \mu(\text{Bib}) = \mu(\text{SAE})$ (tabela 5), foi confirmada apenas para as questões 6, 7 e 8, a exemplo do que ocorreu com o módulo de expectativas. Para a comparação entre laboratório e SAE, a hipótese $H_0: \mu(\text{SAE}) = \mu(\text{Lab})$ (tabela 7) foi confirmada apenas para os atributos descritos nas questões 7, 8 e 20.

Apesar de mantido o comportamento observado anteriormente, o número de atributos que apresentaram médias semelhantes entre Biblioteca e Laboratório caiu. A um nível de 5%, a hipótese $H_0: \mu(\text{Bib}) = \mu(\text{Lab})$ (tabela 6) foi confirmada em 10 dos 20 atributos avaliados, contra 15 do módulo anterior. Entre estes dois departamentos as semelhanças concentram-se nos atributos 4 e 5 da dimensão Confiabilidade, 6, 7, 8 e 9 de Tangíveis, 15 e 17 de Garantia e 18 e 20 de Empatia.

Sendo,

$\mu(\text{Bib})$ = média das respostas dos alunos para as percepções com os serviços da biblioteca

$\mu(\text{SAE})$ = média das respostas dos alunos para as percepções com os serviços do SAE

$\mu(\text{Lab})$ = média das respostas dos alunos para as percepções com os serviços do laboratório de informática

Rejeitar H_0 se $P < 0,05$ para todos os testes T-pareados a seguir.

TESTE H_0 : $\mu(\text{Bib}) = \mu(\text{SAE})$ vs. H_A : $\mu(\text{Bib}) > \mu(\text{SAE})$

Tabela 5 - Teste T- pareado para as médias de percepções de Biblioteca e SAE

	BIB			SAE			Teste-T	P
	MÉDIA	DESVIO	N	MÉDIA	DESVIO	N		
1	3,66	0,93	106	2,27	1,09	106	10,22	0,000
2	3,33	1,14	106	2,29	1,12	106	7,88	0,000
3	3,64	1,04	106	2,17	1,07	106	11,67	0,000
4	3,70	0,90	106	2,43	1,24	106	8,82	0,000
5	3,29	1,21	106	2,32	1,27	106	7,01	0,000
6	3,03	1,16	106	2,88	1,22	106	1,07	0,144
7	3,59	1,05	106	3,45	1,21	106	1,06	0,145
8	3,41	0,80	106	3,13	1,03	106	-0,25	0,600
9	3,19	0,99	106	2,79	1,13	106	3,24	0,001
10	3,71	1,03	106	2,65	1,25	106	8,25	0,000
11	3,39	1,03	106	1,85	1,06	106	12,57	0,000
12	3,30	1,10	106	2,31	1,29	106	7,36	0,000
13	3,27	1,03	106	2,27	1,27	106	9,22	0,000
14	3,29	1,08	106	2,33	1,28	106	7,15	0,000
15	3,37	1,07	106	2,39	1,20	106	7,43	0,000
16	3,44	1,10	106	2,13	1,14	106	10,04	0,000
17	3,32	1,08	106	2,25	1,17	106	7,85	0,000
18	3,22	1,09	106	2,37	1,22	106	6,90	0,000
19	3,17	1,04	106	2,26	1,25	106	7,25	0,000
20	2,94	1,16	106	2,69	1,40	106	2,15	0,017

Fonte: Dados da Pesquisa, 2010.

TESTE H_0 : $\mu(\text{Bib}) = \mu(\text{Lab})$ vs. H_A : $\mu(\text{Bib}) > \mu(\text{Lab})$

Tabela 6 - Teste T- pareado para as médias das percepções de biblioteca e laboratório

Q	BIB			LAB			Teste-T	P
	MÉDIA	DESVIO	N	MÉDIA	DESVIO	N		
1	3,66	0,93	106	3,48	0,99	106	2,02	0,023
2	3,33	1,14	106	3,10	1,11	106	2,82	0,003
3	3,64	1,04	106	3,36	1,07	106	2,93	0,002
4	3,70	0,90	106	3,70	0,90	106	0,59	0,278
5	3,29	1,21	106	3,27	1,26	106	0,34	0,367
6	3,03	1,16	106	3,30	1,13	106	-2,21	0,985
7	3,59	1,05	106	3,51	1,07	106	1,29	0,900
8	3,41	0,80	106	3,35	0,84	106	1,28	0,101
9	3,19	0,99	106	3,10	0,97	106	1,10	0,137
10	3,71	1,03	106	3,14	1,17	106	5,22	0,000
11	3,39	1,03	106	3,07	1,17	106	3,39	0,000
12	3,30	1,10	106	3,09	1,11	106	2,17	0,016
13	3,27	1,03	106	3,05	1,14	106	2,75	0,004

14	3,29	1,08	106	3,11	1,11	106	2,10	0,019
15	3,37	1,07	106	3,29	1,04	106	1,03	0,154
16	3,44	1,10	106	3,20	1,09	106	2,36	0,010
17	3,32	1,08	106	3,19	1,04	106	1,58	0,059
18	3,22	1,09	106	3,14	1,13	106	1,04	0,150
19	3,17	1,04	106	2,98	1,10	106	2,33	0,011
20	2,94	1,16	106	2,80	1,21	106	1,55	0,062

Fonte: Dados da Pesquisa, 2010.

TESTE H_0 : $\mu(\text{SAE}) = \mu(\text{Lab})$ vs. H_A : $\mu(\text{SAE}) > \mu(\text{Lab})$

Tabela 7 - Teste T- pareado para as médias das percepções de SAE e laboratório

Q	SAE			LAB			Teste-T	P
	MÉDIA	DESVIO	N	MÉDIA	DESVIO	N		
1	2,27	1,09	106	3,48	0,99	106	8,95	0,000
2	2,29	1,12	106	3,10	1,11	106	0,00	0,000
3	2,17	1,07	106	3,36	1,07	106	8,91	0,000
4	2,43	1,24	106	3,70	0,90	106	8,88	0,000
5	2,32	1,27	106	3,27	1,26	106	7,01	0,000
6	2,88	1,22	106	3,30	1,13	106	3,10	0,001
7	3,45	1,21	106	3,51	1,07	106	0,31	0,379
8	3,13	1,03	106	3,35	0,84	106	-0,40	0,655
9	2,79	1,13	106	3,10	0,97	106	2,84	0,003
10	2,65	1,25	106	3,14	1,17	106	3,64	0,000
11	1,85	1,06	106	3,07	1,17	106	9,73	0,000
12	2,31	1,29	106	3,09	1,11	106	5,97	0,000
13	2,27	1,27	106	3,05	1,14	106	6,79	0,000
14	2,33	1,28	106	3,11	1,11	106	5,76	0,000
15	2,39	1,20	106	3,29	1,04	106	7,01	0,000
16	2,13	1,14	106	3,20	1,09	106	8,03	0,000
17	2,25	1,17	106	3,19	1,04	106	7,26	0,000
18	2,37	1,22	106	3,14	1,13	106	6,21	0,000
19	2,26	1,25	106	2,98	1,10	106	5,61	0,000
20	2,69	1,40	106	2,80	1,21	106	1,07	0,144

Fonte: Dados da Pesquisa, 2010.

Passando-se à observação das quatro maiores médias por departamento, nota-se que há uma concentração em atributos da dimensão Confiabilidade nas avaliações da Biblioteca e do Laboratório de Informática. As questões 1 (Este setor oferece um serviço de acordo com as minhas expectativas, cumprindo aquilo que promete), 3 (Neste setor, executa-se corretamente os serviços desde a primeira vez) e 4 (Os serviços prestados por este setor obedecem aos prazos estipulados) dividiram as primeiras posições para estes departamentos com um atributo da dimensão Tangíveis. Nessa dimensão, os alunos julgam

que a biblioteca é bem localizada e tem um horário de atendimento conveniente (questão 10), enquanto a aparência das instalações do laboratório é limpa e agradável (questão 7). Nas percepções para o SAE, todas as questões avaliadas com as maiores médias compõem o atributo Tangíveis. A maior média foi atribuída à questão 7 (A aparência das instalações deste setor é limpa e agradável), com 3,45, seguida das questões 8, com 3,13 (Os funcionários deste setor estão sempre bem vestidos e asseados.), questão 6 com 2,88 (Este setor tem equipamentos e materiais atualizados) e questão 9, com 2,79 (Os materiais associados aos serviços prestados por este setor (panfletos, cartazes, formulários, website etc.) são bem feitos e fáceis de entender).

No extremo oposto, as quatro afirmações a apresentarem as menores médias para a biblioteca foram as seguintes: Os alunos recebem atenção individualizada neste setor (2,94) Este setor tem equipamentos e materiais atualizados (3,03). O pessoal deste setor reconhece o aluno como indivíduo, identifica suas necessidades e se flexibiliza para atender prontamente os seus interesses. (3,17). Os materiais associados aos serviços prestados por este setor (panfletos, cartazes, formulários, website etc.) são bem feitos e fáceis de entender. (3,19)

Para os serviços do SAE, temos: Há rapidez no atendimento prestado pelos funcionários deste setor (1,85). Você se sente seguro com relação aos serviços prestados por este setor (2,13). Neste setor, executam-se corretamente os serviços desde a primeira vez (2,17). O comportamento dos funcionários deste setor inspira confiança (2,25).

E para os serviços do Laboratório de Informática: Os alunos recebem atenção individualizada neste setor (2,80). Neste setor, executam-se corretamente os serviços desde a primeira vez (2,98). Os funcionários deste setor sempre estão disponíveis para atender às solicitações dos alunos (3,05). O comportamento dos funcionários deste setor inspira confiança. (3,07)

Zeithmal e Bitner (2003) explicam que algumas vezes os clientes usarão todas as dimensões para determinar as percepções de qualidade em serviços, outras vezes não. Por exemplo, em um contato a distância, tal como um contato por caixa eletrônico, a Empatia não terá probabilidade de ser uma dimensão fundamental.

Qualidade percebida: análise de gaps

Conforme estipula o modelo SERVQUAL, a qualidade deve ser medida pela diferença entre percepções (P) e expectativas (E), utilizando, para tanto, as pontuações atribuídas às afirmativas contidas em cada um dos módulos mencionados. Vale lembrar que as médias variam de - 5 a +5 e que, enquanto valores positivos indicam avaliações de qualidade satisfatória, valores negativos indicam o oposto. Percebemos, pelo cálculo da satisfação, que, de modo geral, nenhum dos departamentos teve seus serviços avaliados como sendo

satisfatórios; os alunos mostraram-se apenas menos insatisfeitos com os serviços da Biblioteca e do Laboratório de Informática, e apresentaram um alto grau de insatisfação com os serviços prestados pelo SAE.

As notas referentes à satisfação dos alunos para com os serviços da biblioteca ficaram entre - 0,4 (Os funcionários deste setor estão sempre bem vestidos e asseados.) e - 1.7 (Este setor tem equipamentos e materiais atualizados). Mesmo intervalo encontrado para a satisfação com os serviços do laboratório, porém com a menor nota sendo dada ao atributo presente na questão 12 (O pessoal deste setor tem boa vontade para prestar informações). Dentro de um intervalo maior, encontram-se os valores referentes à satisfação com os serviços do SAE, que ficaram entre - 0,3 (Os funcionários deste setor estão sempre bem vestidos e asseados) e -3 (Há rapidez no atendimento prestado pelos funcionários deste setor).

A observação dos menores *gaps* para a biblioteca nos indica que os alunos estão mais satisfeitos com os seguintes aspectos dos serviços: Os funcionários deste setor estão sempre bem vestidos e asseados (-0,4). Você se sente seguro com relação aos serviços prestados por este setor (-0,4). Neste setor, executam-se corretamente os serviços desde a primeira vez (-0,7). Os serviços prestados por este setor são realizados dentro dos prazos estipulados (-0,8).

Para a SAE, os menores *gaps* foram encontrados em: Os funcionários deste setor estão sempre bem vestidos e asseados (-0,3). Os materiais associados aos serviços prestados por este setor (panfletos, cartazes, formulários, website etc.) são bem feitos e fáceis de entender (-1,2). A aparência das instalações deste setor é limpa e agradável (-1,3). O pessoal deste setor executa e domina o serviço sozinho, sem ajuda de outros ou do supervisor, pois conhece o que faz (1,4).

As avaliações do Laboratório de Informática indicaram maior satisfação com os seguintes atributos: Os funcionários deste setor estão sempre bem vestidos e asseados (-0,4). Os serviços prestados por este setor são realizados dentro dos prazos estipulados (-0,4). O pessoal deste setor executa e domina o serviço sozinho, sem ajuda de outros ou do supervisor, pois conhece o que faz (-0,5). Neste setor, executam-se corretamente os serviços desde a primeira vez. (-0,8)

Analisando-se os resultados para os serviços da Biblioteca, encontramos que os alunos estão mais insatisfeitos com os atributos descritos nas questões abaixo: O pessoal deste setor tem boa vontade para prestar informações (- 1,3). Os funcionários deste setor sempre estão disponíveis para atender às solicitações dos alunos (- 1,3). Os funcionários sempre demonstram boa vontade para ajudar aos alunos na suas solicitações (- 1,3). Este setor tem equipamentos e materiais atualizados (- 1,7).

Para os serviços do SAE os atributos mais insatisfatórios foram: Este setor oferece um serviço de acordo com as minhas expectativas, cumprindo aquilo que promete (-2,5). Quando você tem um problema, os funcionários deste setor demonstram um interesse sincero em resolvê-lo (-2,5). Você se sente seguro com relação aos serviços prestados por este setor (-2,5). Há rapidez no atendimento prestado pelos funcionários deste setor (-3,0). Finalmente, com relação aos serviços do Laboratório de Informática encontramos os maiores *gaps* nas seguintes afirmações: Este departamento é bem localizado e tem um horário de atendimento conveniente (- 1,5). Os funcionários deste setor sempre estão disponíveis para atender às solicitações dos alunos (- 1,5). Este setor tem equipamentos e materiais atualizados (- 1,5). O pessoal deste setor tem boa vontade para prestar informações (1,7)

Considerações Finais

O principal objetivo deste trabalho foi o de identificar o nível de satisfação dos alunos de graduação no ensino superior com os serviços periféricos prestados pelas IES. Foram analisados os conceitos e as teorias relativas a serviços, além dos estudos sobre qualidade diretamente relacionados ao tema através de levantamento bibliográfico pertinente. Posteriormente, passou-se ao estudo de caso conduzido na Ômega. Aplicou-se, neste caso, a ferramenta SERVQUAL a uma amostra de 124 indivíduos, sendo 106 alunos do sétimo período do curso de administração de empresas da instituição, que avaliaram os serviços prestados pela biblioteca, pela secretaria de atendimento escolar e pelo laboratório de informática. Para a coleta de dados dos alunos, utilizou-se um formulário único com dois módulos de 20 afirmativas e três colunas, no qual os alunos deveriam colocar suas notas de acordo com cada serviço.

A primeira etapa da análise buscou avaliar as expectativas e percepções dos alunos para cada um dos serviços avaliados, posteriormente, foram calculados os *gaps* que indicam o nível de satisfação dos alunos com os serviços.

As médias das expectativas por departamento foram bastante elevadas, atingindo em sua grande maioria valores acima de 4, com pequenas variações na casa dos decimais. Tal fato pode indicar uma alta expectativa geral com os serviços prestados, ou ainda, como colocado por Babakus e Boller (1992 apud BUTTLE, 1996), pode representar um viés da ferramenta utilizada em que os clientes tenderiam a elevar demasiadamente suas expectativas.

Os valores das percepções, por sua vez, estiveram, sem exceção, abaixo das expectativas. O que permitiu concluir 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 nenhum atributo obteve nota positiva na avaliação de satisfação de nenhum departamento.

Para testar o nível de semelhança entre as médias das respostas dadas a respeito de cada departamento, optou-se pela aplicação do teste T-pareado às expectativas e posteriormente às percepções dos alunos para cada um dos departamentos. Esse teste nos permitiu observar comportamento semelhante para as respostas a respeito dos serviços prestados pela biblioteca e pelo laboratório de informática. Em ambos os testes, as médias dos departamentos demonstraram ser estatisticamente semelhantes em grande número de atributos. Mais especificamente, 15 entre 20 atributos no módulo de expectativas e 10 entre 20 no módulo de percepções.

Tal resultado não foi observado na comparação desses dois serviços com as avaliações recebidas pelo SAE. Em ambos os módulos, e na comparação deste com os demais serviços, o número de atributos de médias semelhantes limitou-se a no máximo quatro, quase sempre em atributos componentes da dimensão Tangíveis.

Isto pode indicar que os alunos percebem os serviços da Biblioteca e do Laboratório como possuindo as mesmas características. Ou ainda, que a presença de um departamento como o SAE no grupo de serviços avaliados possa haver polarizado a avaliação dos alunos em duas.

Pela observação dos questionários preenchidos é possível notar que em ambos os módulos, grande número de respondentes optou por fazer sua avaliação por atributos ou ainda dividindo os serviços entre SAE e demais, o que pode haver ocorrido por falta de compreensão do questionário. Outro fator que possivelmente levou a essa polarização é a questão da relevância dos serviços prestados pelo departamento que, ao lidar com temas de grande impacto para a vida acadêmica dos alunos, como matrículas, alterações de planos de estudos, revisões de notas e frequências, entre outros, perceberia um nível de exigência mais alta por parte dos clientes.

A respeito do objetivo de testar a aplicabilidade da ferramenta SERVQUAL no contexto apresentado, observou-se que, apesar de os serviços periféricos serem tratados como uma categoria única de serviço ao longo deste trabalho, sua avaliação no contexto de uma IES não deve ser generalizada. Cada departamento presta um serviço que será avaliado de acordo com o grau de importância atribuída pelos alunos a ele no momento da avaliação. Outros trabalhos apresentaram avaliações dos serviços periféricos (COUTINHO, 2007; CARRIJO, 2007; FROEMMING, 2001) em que as coletas de dados foram realizadas de modo similar ao utilizado neste trabalho (diversos serviços ou encontros de serviços avaliados ao mesmo tempo), porém consideramos inadequada a aplicação da ferramenta SERVQUAL a uma avaliação que não leve em consideração as características específicas de cada serviço avaliado, sob o risco de os resultados não representarem a realidade.

Em uma avaliação futura, em se optando pela utilização da mesma ferramenta, sugere-se que cada departamento seja avaliado em separado, e que os resultados sejam agrupados em momento posterior de análise. Então, serão respeitadas as características do serviço, bem como a importância relativa deste para o grupo estudado, evitando o viés descrito.

A presente pesquisa pretendeu contribuir, ainda que dentro de suas limitações, para a ampliação do entendimento do assunto focado, a saber: a satisfação dos alunos com os serviços periféricos de uma instituição de ensino superior. Esperamos, assim, haver propiciado uma nova visão do pensamento dos alunos destas que representam a grande maioria das instituições no ensino superior brasileiro.

Como sugestão de estudo, propomos que a escala seja aplicada a um mesmo grupo de alunos em momentos diferentes de sua vida acadêmica, pois como nota Buttle (1996), os consumidores aprendem com a experiência, o que pode representar um aumento das expectativas. Em nenhum dos trabalhos mencionados na revisão bibliográfica deste artigo, encontrou-se uma abordagem dinâmica da avaliação da qualidade e serviços.

Referências:

- BATESON, John. E. G. **Managing services marketing: texts and readings**. 3. ed. Orlando: The Dryden Press, 1995.
- BERRY, Leonard L. **Serviços de satisfação máxima: guia prático de ação**. Rio de Janeiro: Campus, 1996
- BITNER, Mary Jô. Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. **Journal of marketing**, Vol.56, p.57-71, Abril de 1992. 92
- BUTTLE, Francis. SERVQUAL: review, critique, research agenda. **European journal of marketing**, MCB University Press, Vol. 30 No. 1, pp. 8-32., 1996.
- CARRIJO, Maria Colconi. **A participação dos setores organizacionais no atendimento a clientes: estudo de caso de uma instituição de ensino superior**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2007.
- COSTA NETO, Pedro L.O. **Estatística**. 2. ed. São Paulo: Blucher. 2002.
- COUTINHO, Fernando C.C. **Avaliação da qualidade de serviços de uma instituição de ensino superior**. Salvador: Núcleo de Estudos de Pós-graduação em Administração. Dissertação (Mestrado Profissional) - Universidade Federal da Bahia, 2007.
- CUTHBERT, Peter F. Managing service quality in HE: is SERVQUAL the Answer? **Managing service quality**, MCB University Press Vol. 6, n. 3, 1996, p. 31–35.
- DERÍSIO, Diana P. L. **Fatores de qualidade percebidos pelos discentes do curso de administração de IES municipais do Grande ABC**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2007.

ENGELLAND, B.T.; WORKMAN, L. and SINGH, M. Ensuring service quality for campus career services centers: a modified SERVQUAL scale. **Journal of marketing education**, Vol. 22, p. 236-45. Disponível em: <http://jmd.sagepub.com/content/vol22/issue3/> Acesso em 19de outubro de 2009.

FROEMMING, Lurdes Marlene Seide. **Encontros de serviços em uma instituição de ensino superior**. Tese (Doutorado). - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). **Orientações gerais para o roteiro da auto-avaliação das instituições**. 2004.

Disponível em: http://www.inep.gov.br/download/superior/sinaes/orientacoes_sinaes.pdf.

Acesso em 02 de abril de 2010.

_____. **Censo da educação superior 2008/2009**. Disponível em: <http://www.inep.gov.br/superior/censosuperior/sinopse/default.asp> Acesso em 04 de abril de 2010.

KOTLER, Philip & FOX, Karen. **Marketing estratégico para instituições educacionais**. São Paulo: Atlas, 1994.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LADHARI, Riadh. A review of twenty years of SERVQUAL research. **International Journal of Quality and Service Sciences**, Vol. 1, No. 2, p. 172-198, 2009.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**. São Paulo: Atlas, 2006.

LEBLANC, Gaston, NGUYEN, Nha. Searching in business education: an exploratory study of customer impressions of service quality. **International journal of eEducation management**, vol. 11, nº 2, p. 72-79, 1997.

LIMA, Roberta Figueiras. **Estratégia de marketing educacional: o caso da área de computação**. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Fortaleza, 2005.

LOVELOCK, Christopher, WRIGHT, Lauren. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva 2002.

MALHORTA, N.K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MASTELLA, Adriano 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.

MOORES, Brian e REYNOSO, Javier. Towards the measurement of internal service quality. **International journal of service industry management**, MCB University Press, Vol. 6, No. 3 , pp. 64-83, 1995.

MORASH E.A E OZMENT, J., Toward management of transportation service quality. **Logistics and transportation review**, v.30, n.2,1994.

NUNES, Getulio Tadeul. LANZER, Edgar Augusto, SERRA, Fernando Ribeiro, FERREIRA, Manuel Portugal, Emergência do Marketing nas Instituições de Ensino Superior: Um Estudo Exploratório. **Revista análise**, Porto Alegre, v. 19, n. 1, p. 173-198, jan./jun. 2008.

Disponível em

<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/face/article/viewFile/3579/3219> Acesso em: 05 de fevereiro de 2010.

PALHARINI, Desirée Barros. **Diferenças de percepção entre clientes e dirigentes sobre qualidade do serviço**: um estudo empírico aplicado à educação terciária. Dissertação (Mestrado)- COPPEAD/ Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1996.

PARASURAMAN A.; BERRY L. **Marketing services**: competing through quality. New York: The Free Press, 1991.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.; BERRY, L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of marketing**, vol. 49(fall), p. 41-50, 1985.

RUBY, Carl. Assessing satisfaction with selected student services using SERVQUAL, a market-driven model of service quality. **Journal of student affairs, research and practice**, vol.35, no. 4, Summer 1998. Disponível em: http://journals.naspa.org/cgi/viewcontent.cgi?context=jsarp&article=1059&date=&mt=MTI3MTq3NDY3NQ==&access_ok_form=Continue. Acesso em 21 de abril de 2010.

SINDICATO DAS ENTIDADES MANTENEDORAS DE ESTABELECIMENTOS DE ENSINO SUPERIOR DO ESTADO DE SÃO PAULO (SEMESP). **Índice de imagem e reputação 2009**. Disponível em: <http://www.semesp.org.br/portal/index.php>. Acesso em 20 de março de 2010

SMITH, Gareth; SMITH, Alison; CLARKE, Alison. Evaluating service quality in universities: a service department perspective. **Quality assurance in education**, Emerald Group Publishing Limited, Vol. 15, No. 3, pp. 334-351, 2007.

SOUZA, Claudia C. **Fatores de qualidade percebidos pelos discentes de cursos de administração de empresas: um estudo sobre as relações de causalidade através da modelagem de equações estruturais**. Dissertação (Mestrado) – Centro Universitário Álvares Penteado, Unifecap, São Paulo, 2005.

TURETA, C.; ROSA, A.; OLIVEIRA, V.; ANTONIALLI, L. **Avaliação crítica de serviços educacionais**: o emprego do modelo SERVQUAL. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 2, 2006, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.

WALKER, James L. Service encounter satisfaction: conceptualized. **Journal of services marketing**, Emerald Group Publishing Limited, Vol. 9, no. 1, p.5-14., 1995.

ZEITHMAL, Valarie; BITNER, Mary Jô. **Marketing de serviços**: a empresa com foco no cliente. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.