

QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS POR UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR EM EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA: uma adaptação do modelo SERVPERF

QUALITY OF SERVICES PROVIDED BY AN INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION IN DISTANCE EDUCATION: an adaptation of the SERVPERF model

Viviane Santos Fonseca^{1*}, Cíntia Gomes de Jesus¹, Joyce Lopes Santos Parrela¹, Robson Silva Mendes¹

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo descrever e analisar a qualidade do atendimento percebida pelos acadêmicos de uma Instituição de Ensino Superior (IES) em Educação à Distância (EAD), a partir do modelo de avaliação da qualidade em serviços – SERVPERF (CRONIN; TAYLOR, 1992). Trata-se de uma pesquisa descritiva, cujo método adotado foi o *Survey*. Para a coleta dos dados o questionário SERVPERF foi inserido no *Google Docs* e encaminhado através do e-mail institucional dos acadêmicos. A amostra obtida foi considerada como não probabilística por conveniência, totalizando 53 questionários válidos. Utilizou-se o *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) para a análise estatística. Constatou-se que houve concordância em todas as dimensões, visto que os escores foram superiores a 3,99 e que o questionário é confiável, já que o alfa de *Cronbach* foi superior a 0,70.

Palavras-chave: Qualidade. Educação à Distância. SERVPERF.

ABSTRACT

This research aims to describe and analyze the quality of care perceived by students of a Higher Education Institution (HEI) in Distance Education (EAD), based on the service quality evaluation model - SERVPERF (CRONIN; TAYLOR, 1992). This is a descriptive research whose method was the Survey. For data collection the SERVPERF questionnaire was inserted into Google Docs and sent through the institutional email of the scholars. The sample obtained was considered non-probabilistic for convenience, totaling 53 valid questionnaires. Statistical Packing for Social Sciences (SPSS) was used for statistical analysis. It was found that there was concordance in all dimensions, since the scores were higher than 3.99 and the questionnaire was reliable, since Cronbach's alpha was higher than 0.70.

Keywords: Quality. Distance Education. SERVPERF.

INTRODUÇÃO

Segundo Castells (1999), a evolução tecnológica permitiu a criação de softwares e plataformas de ensino cada vez mais estruturadas e capazes de assegurar a transmissão do conhecimento, em velocidade instantânea. Nesse contexto, a EAD emerge como uma

¹ *Universidade Estadual de Montes Claros/UNIMONTES. viviane.fonseca@ifnmg.edu.br.
Recebido em: 01/02/2018. Aceito em: 19/04/2018.

ferramenta cada vez mais presente na educação contemporânea, sendo utilizada nos meios acadêmicos pelas instituições de ensino públicas e particulares em dois formatos, totalmente ou parcialmente à distância (MAIA; MATTAR, 2007).

De acordo com os dados do Ministério da Educação o número de oferta de cursos de graduação no Brasil passou de 12.155 para 24.719 entre 2001 e 2008, um crescimento de 103%. Concomitantemente, o número de matrículas aumentou de 3.030.754 para 5.080.056, o que corresponde a um aumento de 55% no número de alunos matriculados (INEP, 2010). Em 2014, havia cerca de 7,8 milhões de alunos matriculados no ensino superior. Desses, 6,5 milhões em cursos presenciais (83%) e 1,3 milhões em cursos EAD (17%). Além disso, houve um crescimento de 60% no número de alunos matriculados em cursos EAD, de 2009 a 2014 (SEMESP, 2016).

Em função desse número de alunos matriculados na EAD e por se tratar de um método pedagógico em construção, que representa desafios à gestão da qualidade dos serviços, Maia e Mattar (2007) entendem que as instituições de ensino em EAD devem utilizar uma ferramenta de gestão com objetivo de mensurar e acompanhar a qualidade dos serviços prestados por essas instituições. Sendo a pesquisa de opinião, uma forma de mensurar a qualidade dos serviços, tendo em vista que possibilita conhecer a percepção dos alunos em relação à qualidade dos serviços prestados. Zeitham e Bitner (2003) acrescentam que as informações apuradas em pesquisas com alunos podem ser utilizadas pelos gestores de IES como uma ferramenta eficiente de gestão, com intuito de melhorar a qualidade dos serviços ofertados.

Diante desse contexto, este estudo objetiva descrever e analisar a qualidade do atendimento percebida pelos acadêmicos de uma IES em EAD, a partir do modelo de avaliação da qualidade em serviços *Service Performance* – SERVPERF (CRONIN; TAYLOR, 1992). Salienta-se que há diferentes modelos de avaliação da qualidade discutidos na literatura, contudo, para este trabalho, optou-se por esse modelo, por permite mensurar e analisar a percepção dos alunos quanto à prestação de serviços, a partir das cinco dimensões da qualidade dos serviços: Atendimento, Tangibilidade, Confiabilidade, Segurança e Empatia. Além de apresentar vantagens em relação aos outros modelos, como por exemplo, possibilitar a mensuração apenas da percepção do cliente sobre a sua experiência durante a prestação do serviço (LOVELOCK; WIRTZ; HEMZO, 2011).

Fundamentação teórica

Lovelock e Wright (2011) identificam serviço como uma ação estabelecida entre duas partes, onde uma dessas é agente e a outra é a receptora. Essa relação se mostra

completamente intangível, porém pode estar ligado a um bem tangível. Os autores também explicam que os serviços geram valores e benefícios para os usuários, em virtude de uma mudança demandada e realizada.

Hoffman *et al.* (2009) e Zeithaml e Bitner (2003) apontam que os serviços possuem quatro características relevantes, a saber: intangibilidade, inseparabilidade, heterogeneidade e perecibilidade. Ao se tratar da intangibilidade, os autores expõem que não há como comprovar a qualidade a não ser por meio da realização da tarefa e que os benefícios desta tarefa só poderão ser identificados após a prestação do serviço. No tocante à inseparabilidade, estes explicam que a produção e o consumo se dão ao mesmo tempo no caso dos serviços e que a qualidade destes depende tanto de quem está realizando o serviço quanto de quem o está recebendo.

Quando se refere à heterogeneidade, os serviços apresentam dificuldades relacionadas à padronização, visto que o atendente pode ter comportamentos diferentes dependendo de inúmeros fatores que tem influência sobre ele. Quanto à perecibilidade, os autores reconhecem a dificuldade de se adequar a oferta à demanda, uma vez que os serviços não podem ser armazenados, o que força as organizações a buscarem estratégias para equilibrar a variação de demanda (HOFFMAN *et al.*, 2009; ZEITHAML; BITNER, 2003)

Eleutério e Souza (2002) destacam que as organizações tendem a prestar mais atenção aos serviços e como eles estão sendo executados, tendo em vista o aumento da demanda por estes. Miguel e Salomi (2004) destacam que a importância do setor de serviços revela uma necessidade de mensurar a qualidade com que os serviços estão sendo prestados, como forma de identificar os pontos fortes e também aqueles que merecem atenção e podem ser melhorados.

Qualidade em serviços

O termo qualidade foi empregado de diferentes formas em cada intervalo de tempo. Entre 1950 e 1980, nota-se um emprego da qualidade voltada para a administração da produção. Na década de 1960, o produto era o alvo e a qualidade estava associada ao uso do produto. Em 1970, a produção se voltava para os custos de produção das manufaturas e a qualidade estava direcionada ao custo (SHIBA, GRAHAM; WALDEN, 1997).

Somente na década de 1980 buscou-se adotar a qualidade para as necessidades dos consumidores, que passaram a ser vistas como preocupações organizacionais. As atividades organizacionais focaram na gestão de necessidades e expectativas dos clientes, como forma de se manterem ativos no mercado (SHIBA, GRAHAM; WALDEN, 1997).

Nesse contexto, Congram e Friedman (1991) acrescentam que no âmbito organizacional, qualidade é vista como um objetivo vinculado à eficiência e à *performance* organizacional. Diante disso, infere-se que ao oferecer serviços apropriados, evita-se a insatisfação dos clientes e ainda custos financeiros desnecessários. Para Garvin (1992) a qualidade em serviços pode ser definida em cinco aspectos: transcendente - almeja um padrão de qualidade vastamente reconhecido; a qualidade é inerente a um produto - pode ser medida de forma coesa; o usuário está no centro - procura-se alcançar a qualidade respondendo as demandas e as exigências do consumidor, difícil de ser medida devido à subjetividade; qualidade fundamentada na produção - onde os bens devem seguir parâmetros específicos com a finalidade de minimizar custos e a qualidade vista de ângulo que envolve excelência e preço - o que determina o valor do produto.

Fitzsimmons e Fitzsimmons (2010, p. 44) destacam que as características ligadas a tangibilidade dos serviços são “notadas pelo cliente e formam a base para a percepção dos serviços”. Nesse sentido, Tinoco e Ribeiro (2008), as pessoas percebem a qualidade de forma diferente nos serviços se comparados aos bens tangíveis, visto que no primeiro caso há uma abstração e no segundo há relação direta com as características do produto e, além disso, os clientes atribuem qualidade ao serviço apresentando fundamentos basicamente subjetivos.

Escala SERVQUAL

De acordo com Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) mensurar a qualidade de serviço é uma forma de identificar se a prestação de serviços satisfaz às expectativas dos consumidores ou não. Para isso, eles desenvolveram uma metodologia de mensuração da qualidade dos serviços, um modelo que possibilita mensuração a qualidade dos serviços prestados a partir da diferença entre a expectativa e a percepção/desempenho. A diferença existente entre a expectativa e a percepção de qualidade foi chamada de *Gap*. Com isso, foi desenvolvido o Modelo Gap de Qualidade de Serviço, estruturado em cinco *Gaps*: percepção do cliente; programa e preceitos do serviço; execução do serviço; comunicação e cliente (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1985).

Para esses autores, o primeiro *Gap* mostra uma diferença entre a percepção da empresa e a expectativa do cliente; o segundo, entre a percepção da empresa e as especificidades da qualidade, o terceiro, entre as especificidades da qualidade e a prestação do serviço; o quarto, entre a prestação do serviço e a comunicação com o ambiente externo e o quinto, entre serviços esperados e os percebidos pelo cliente. Os quatro primeiros gaps envolvem a empresa prestadora do serviço e o quinto Gap envolve apenas o consumidor e sua percepção.

A partir do quinto Gap, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) elaboraram um modelo de avaliação da qualidade de serviços intitulado *Service Quality Gap Analysis – SERVQUAL*. Inicialmente esse modelo foi estruturado em 97 pares de assertivas agrupadas em dez dimensões de qualidade. Após a aplicação desse questionário, verificou-se a possibilidade de reduzir a quantidade de assertivas e dimensões.

Assim, com a realização do pré-teste, reduziu-se para 22 os pares de assertivas, correspondentes à expectativa e percepção, agrupadas em cinco dimensões de qualidade: Confiabilidade, que se refere à execução do serviço de forma confiável; Presteza, que se refere à rapidez ao prestá-lo; Segurança, que se refere à inspiração de segurança; Empatia, que refere à atenção individualizada e Tangibilidade ou aspectos tangíveis, que se refere aos equipamentos e instalações. Cada uma dessas assertivas foram mensuradas através da escala Likert de 7 pontos: (1) “discordo fortemente” a (7) “concordo fortemente” (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988).

Escala SERVPERF

O Modelo *Service Performance (SERVPERF)*, proposto por Cronin e Taylor (1992), é considerado um modelo alternativo ao Modelo *SERVQUAL*. Baseado somente na percepção de desempenho de serviços, de forma que a qualidade é conceituada como uma atitude do cliente e ancorada nas cinco dimensões: confiabilidade; atendimento; segurança; empatia e tangibilidade. A principal determinante da qualidade é o desempenho do serviço em si, por isso, a sua avaliação isoladamente permite resultados mais ajustados para mensurar a qualidade de serviço.

Para a sua elaboração, foi realizada uma pesquisa empírica em que apenas 22 assertivas da *SERVQUAL* relacionadas ao desempenho foram testadas. Seguiu-se o mesmo padrão de escala Likert de 7 pontos. Após a fase de pesquisa de campo e a aplicação de técnicas que permitem analisar a confiabilidade e validade do questionário: teste estatístico do qui-quadrado e do coeficiente da regressão linear, Cronin e Taylor (1992) constaram que a escala *SERVPERF* apresenta maior confiabilidade para mensurar a qualidade de serviços do que a *SERVQUAL*. Além de ser mais eficiente no processo de coleta de dados, tendo em vista que as assertivas são reduzidas a metade, sendo assim, os respondentes precisam avaliar itens relacionados apenas a performance, o que permite agilizar o processo de pesquisa de campo e aumentar a credibilidade das respostas.

Nesse sentido, esses autores reafirmam que a qualidade perceptível de serviços deve ser conceituada como uma atitude, sendo a escala *SERVPERF* a mais eficaz para a sua

mensuração. Concluíram também, que a qualidade de serviço leva à satisfação do cliente. Além disso, Brady, Cronin e Brand (2002) reapplicaram essa escala, de forma similar a pesquisa realizada em 1992, com isso eles concluíram a primazia da escala *SERVPERF* em relação à *SERVQUAL*. Nessa direção, Matos e Veiga (2000) corroboram que a qualidade do serviço deve ser mensurada através da medida de desempenho, tendo em vista a redução do tamanho do instrumento da pesquisa como vantagem.

Cronin e Taylor (1992) concluíram que a *SERVPEF* apresenta maior alinhamento aos conceitos teóricos, a qualidade mensurada está mais relacionada à atitude, é mais eficaz quando se considera a operacionalização de qualidade nos serviços e por fim, captura de forma mais adequada à percepção da qualidade pelo cliente.

Metodologia

Esta pesquisa tem como objetivo descrever e analisar a qualidade do atendimento percebida pelos acadêmicos de uma IES em EAD, a partir do modelo *SERVPERF*. Trata-se de uma pesquisa descritiva com intuito de conhecer a percepção dos acadêmicos em relação às dimensões da qualidade de serviços.

A população desta pesquisa é composta pelos acadêmicos matriculados na instituição pesquisada, cursando a partir do segundo período. Ressalta-se que em 2017, constam na instituição 674 acadêmicos matriculados. Essa informação e os e-mails desses acadêmicos estão registrados no banco de dados institucional. Em virtude do acesso aos e-mails desses acadêmicos, primeiramente os pesquisadores optaram por realizar um censo, enviando o questionário a todos eles. No entanto, identificou-se erros em alguns e-mails, com isso, apenas 504 acadêmicos receberam o link para participar da pesquisa. Ressalta-se que nem todos os acadêmicos responderam, apesar dos esforços dos pesquisadores, com isso, a amostra obtida foi considerada como não probabilística por conveniência, totalizando apenas 53 questionários válidos.

O método de pesquisa utilizado para coleta e análise dos dados foi o *survey* ou levantamento. Para Fowler (2009) e Fink (2012), um *survey* caracteriza-se por objetivos claros, questões bem formuladas, planejamento adequado da coleta de dados, seleção de uma amostra representativa, instrumentos de coleta de dados confiáveis e válidos, análise apropriada dos dados, por meio de técnicas estatísticas. O levantamento foi realizado por meio de um questionário eletrônico, construído com o uso da ferramenta *Google Docs*. Todos os acadêmicos receberam o convite para participar da pesquisa por e-mail. Ao abrirem o e-mail institucional constava um link com as perguntas do questionário. Essa etapa ocorreu no período de 10 de fev./2017 a 10 de mar./2017. Foi

preservada a identidade dos acadêmicos, possibilitando maior liberdade para que esses expressassem suas opiniões (RICHARDSON, 1999).

O questionário foi estruturado, a partir de uma adaptação do modelo SERVPERF (CRONIN; TAYLOR, 1992). Para melhor compreensão dos entrevistados, foi estruturado em duas partes. A primeira com seis variáveis relacionadas ao perfil do respondente e a segunda com 22 assertivas relacionadas à percepção dos serviços prestados pela IES em EAD pesquisada. Essas agrupadas em cinco dimensões da qualidade: tangibilidade, atendimento, segurança, confiabilidade e empatia. Além disso, para cada assertiva optou-se pela escala *Likert* de cinco pontos: (1) discordo totalmente; (2) discordo; (3) nem concordo nem discordo; (4) concordo e (5) concordo totalmente.

Após a elaboração do questionário, foi aplicado o pré-teste a vinte alunos, com o mesmo perfil da população pesquisada, com objetivo de verificar se estava compreensível. Com isso, verificou-se que as assertivas do questionário foram escritas de forma adequada, sendo compreendidas pelos respondentes durante o pré-teste, não sendo necessárias adequações. Já para a análise da confiabilidade do questionário, foi utilizado o coeficiente alfa de *Cronbach* (A.C). Esse coeficiente indica o quão estável e consistente é o instrumento de pesquisa. Foi utilizado como valor de referência de A.C superior a 0,7 para indicar confiabilidade adequada, conforme indicação da literatura da área de estatística (HAIR *et al.*, 2005).

A análise dos dados foi realizada mediante a utilização do *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), na versão 23 do Windows. Optou-se pela análise estatística descritiva univariada e a análise bivariada. A análise univariada foi utilizada por permitir descrever as características dos respondentes da pesquisa e sua percepção de qualidade, tendo em vista que possibilita apurar a distribuição da frequência, desvio padrão, a média e a moda (TRIOLA, 2011). Já a análise bivariada foi adotada para o estudo do teste não-paramétrico: Teste de Friedman.

Apresentação e análise dos resultados

Esta seção tem como objetivo descrever os resultados obtidos por meio da aplicação do questionário adaptado do modelo SERVPERF em uma IES em EAD. Em relação ao sexo, percebe-se predominância entre os respondentes do sexo feminino em relação ao sexo masculino, sendo 79,2% (42 acadêmicos) do sexo feminino e 20,8% (11 acadêmicos) do sexo masculino. A maioria dos respondentes, 84,9% (45 acadêmicos) tem entre 18 e 35 anos de idade, sendo que desse total 39,6% (21) dos acadêmicos entrevistados possuem entre 18 e 23

anos de idade; 90,69% (48) provem de famílias com renda até R\$937,00. Sendo 64,2% (34) solteiros e 35,9% (19) casados ou em união estável. Além disso, 90,6% estão cursando a primeira graduação e do total de respondentes, quase a metade 49% estão matriculados no curso de Pedagogia.

A Tabela 1 apresenta os resultados do Teste de Friedman. Esse teste foi aplicado a todas as dimensões da qualidade, com isso possibilitou a comparação conjunta dessas dimensões a partir das respostas dos acadêmicos quanto à percepção do atendimento prestado por uma IES em EAD. Ao equiparar pode-se declarar que todas as dimensões apresentam pontuação em estado de concordância, já que o valor encontrado para as cinco dimensões é superior a 3,99. De acordo com o Teste de Friedman, com 5% de significância, têm-se razões estatísticas para concluir que a avaliação dos usuários é significativa, tendo em vista que todas as dimensões da percepção apresentaram um valor-p de 0,000**.

Tabela 1– Teste de Friedman para comparação entre as dimensões – Expectativa

Dimensões	Média	P-valor	Conclusões
Tangibilidade (5°)	3,9925		
Confiabilidade (4°)	4,3698		
Atendimento (1°)	4,5472	0,000***	1°>2°>3°>4°>5°
Segurança (2°)	4,4340		
Empatia (3°)	4,3849		

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Nota: Resultados do teste de *Friedman* para $p\text{-valor} < 0.05$ (Nível de Confiança de 95,0%).

Cada assertiva da SERVPERF foi construída tendo como possibilidade de resposta uma escala *Likert* de cinco pontos extremos: “discordo totalmente” a “concordo totalmente” (TAB. 2). Nessa direção, compreende-se que ao apresentar score maior do que 3,99, a dimensão aponta um quadro de concordância e menor do que 3,0 de discordância. Analisou-se também, a média e a mediana, como medidas de tendência central, e o desvio padrão e o intervalo (P25 e p75) como medidas de dispersão.

Os resultados da pesquisa indicam resultados favoráveis em todas as dimensões no que tange à qualidade dos serviços prestados, visto que nenhuma das variáveis apresentou score menor do que 3,99. Ressalta-se que a dimensão “Atendimento” apresentou a maior média (4,55). Além disso, as análises estatísticas descritivas indicam que a média das dimensões está variando entre 3,99 e 4,55, gerando uma amplitude de 0,56 entre as mesmas. Observa-se também que todas as dimensões: Tangibilidade, Confiabilidade, Atendimento, Segurança e Empatia apresentaram situação de concordância (TAB. 2).

Tabela 2– Dimensões da qualidade na percepção dos acadêmicos

Dimensões	Média	Desvio-Padrão	Mínimo	Máximo	Medidas Descritivas		
					P25	Mediana	P75

Tangibilidade	3,99	0,759	2	5	3,20	4,00	4,70
Confiabilidade	4,37	0,714	2	5	4,00	4,60	5,00
Atendimento	4,55	0,607	3	5	4,00	5,00	5,00
Segurança	4,43	0,589	3	5	4,00	4,75	5,00
Empatia	4,38	0,633	3	5	4,00	4,40	5,00

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Conforme resumo do A.C apresentado na Tabela 3, constata-se que as cinco dimensões do questionário SERVPERF, adaptado, apresentaram resultados satisfatórios, já que o A.C aparece acima de 0,70, provando assim a confiabilidade da escala e a consistência interna do questionário. Com base nos dados, é possível observar que o Alfa de *Cronbach* Geral (A.C. G) apresentou-se satisfatório, já que aparece próximo a 1. Vale destacar que apesar de todas as dimensões terem indicado resultados aceitáveis no que diz respeito à confiabilidade da escala, a dimensão “Atendimento” apresentou menor valor de A.C. Cabe realçar ainda, que a variável que apontou melhor resultado, dentre as cinco dimensões, foi a “Confiabilidade”, cujo resultado será analisado com mais detalhes nas Tabelas 9-13.

Tabela 3 – Resumo do A.C das cinco dimensões da SERVPERF

	Dimensões	Itens	A.C.	A.C.G	Dim.
Percepção	Tangibilidade	4	0,815		1
	Confiabilidade	5	0,843		1
	Atendimento	4	0,744	0,924	1
	Segurança	4	0,752		1
	Empatia	5	0,808		1

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A dimensão “Tangibilidade” foi a primeira a ser analisada. Ela contém quatro assertivas e apresenta A.C igual a 0,815 (TAB. 4). Sendo as assertivas “Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda se apresentam de forma adequada (uniformes, crachás, etc.)” e “A aparência das instalações da instituição EAD em que você estuda é conservada de acordo com o serviço oferecido”, as que apresentaram as maiores médias (4,26 e 3,91) e moda (5,0 e 5,0) respectivamente.

Tabela 4 – Indicador de confiabilidade dos aspectos tangíveis

Assertiva	Média	Desvio Padrão	Moda	A.C
A instituição EAD que você estuda oferece equipamentos modernos.	3,60	1,098	4,0	0,843
As instalações físicas da instituição EAD em que você estuda são visualmente atrativas.	3,62	1,130	4,0	
Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda se apresentam de forma adequada (uniformes, crachás, etc.).	4,26	1,022	5,0	
A aparência das instalações da instituição EAD em que você estuda é conservada de acordo com o serviço	3,91	1,181	5,0	

oferecido.

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A “Confiabilidade”, segunda dimensão, nessa constam cinco assertivas. O A.C apresentou o valor correspondente a 0,843, isso indica um alto grau de consistência interna do questionário (TAB. 5). Nessa dimensão, o aspecto mais relevante que os acadêmicos esperam de uma IES em EAD, com média 4,23 e moda 5,0 é “A instituição EAD em que você estuda mantém o banco de dados atualizados (e-mail, telefone, endereço)”, e o segundo item mais importante foi “O serviço oferecido pela instituição EAD em que você estuda é confiável”, com média de 4,57 e moda 5,0.

Tabela 5 – Indicador de confiabilidade dos aspectos de confiabilidade

Assertiva	Média	Desvio Padrão	Moda	A.C
A instituição EAD em que você estuda tem comprometimento no que se refere ao calendário pré-estabelecido.	4,15	1,081	5,0	0,843
A gestão pedagógica da instituição EAD em que você estuda atende às demandas (reclamações, sugestões e necessidades) dos acadêmicos.	4,15	1,081	5,0	
O serviço oferecido pela instituição EAD em que você estuda é confiável.	4,57	0,694	5,0	
Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda são pontuais quanto às demandas acadêmicas (solicitações de serviços).	4,23	0,954	5,0	
A instituição EAD em que você estuda mantém o banco de dados atualizados (e-mail, telefone, endereço).	4,75	0,648	5,0	

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A terceira dimensão da qualidade de serviços analisada é o “Atendimento”. Essa dimensão é constituída por quatro assertivas (TAB. 6). Sendo o A.C proveniente dessas assertivas igual a 0,744. Com relação a essa dimensão, a maior média encontrada foi referente à assertiva “Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda estão sempre dispostos a esclarecer dúvidas acadêmicas”, com média de 4,66. Nessa dimensão, o segundo item mais importante foi referente aos funcionários, “A equipe de trabalho da instituição EAD em que você estuda, é cordial e educada”, com média de 4,57. Ressalta-se que a moda foi 5,0 para todas as assertivas dessa dimensão.

Tabela 6 – Indicador de confiabilidade dos aspectos do atendimento

Assertiva	Média	Desvio Padrão	Moda	A.C
Os acadêmicos da instituição EAD em que você estuda, são informados sobre as atividades acadêmicas (agenda de atividades).	4,45	0,932	5,0	
A equipe de trabalho da instituição EAD em que você estuda, é cordial e educada.	4,57	0,821	5,0	
Os acadêmicos da instituição EAD em que você estuda sempre encontram colaboradores dispostos em auxiliá-los.	4,51	0,800	5,0	0,744
Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda estão sempre dispostos a esclarecer dúvidas acadêmicas.	4,66	0,649	5,0	

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A quarta dimensão investigada é a “Segurança”, formada por quatro assertivas (TAB.7). Nessa o A.C foi igual a 0,752. Essa dimensão apresentou como assertiva mais importante para os acadêmicos que participaram da pesquisa: “Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda estão preparados para responder aos questionamentos sobre a instituição”, que teve média de 4,51 e moda 5,0.

Tabela 7 – Indicador de confiabilidade dos aspectos relacionados à segurança

Assertiva	Média	Desvio Padrão	Moda	A.C
Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda transmitem todas as informações necessárias.	4,43	0,821	5,0	
Os acadêmicos da instituição EAD em que você estuda, se sentem seguros com o atendimento a eles oferecido.	4,40	0,793	5,0	
Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda agem com cortesia no atendimento aos acadêmicos.	4,40	0,793	5,0	0,752
Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda estão preparados para responder aos questionamentos sobre a instituição.	4,51	0,697	5,0	

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Destaca-se também, Tabela 7, a assertiva “Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda transmitem todas as informações necessárias”, com média de 4,43 e moda 5,0. Salienta-se que a moda de todas as assertivas dessa dimensão foi igual a 5,0.

A última dimensão da SERVPERF a ser analisada é a Empatia. Essa apresenta A.C igual a 0,808 (TAB.8). Sendo as duas assertivas como maiores médias: “Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda, demonstram interesse em satisfazer as necessidades dos acadêmicos” e “Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda se preocupam com as necessidades individuais dos acadêmicos”, com média 4,43 e 4,42 respectivamente e moda 5,0.

Tabela 8 – Indicador de confiabilidade dos aspectos relacionados à empatia

Assertiva	Média	Desvio Padrão	Moda	A.C
Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda se preocupam com as necessidades individuais dos acadêmicos.	4,42	0,770	5	0,808
O horário de atendimento da instituição EAD em que você estuda é conveniente e atende a toda a demanda acadêmica.	4,36	0,922	5	
Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda demonstram interesse em atender os acadêmicos dando a eles atenção necessária de acordo com a necessidade de cada um.	4,38	0,925	5	
Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda demonstram interesse em satisfazer as necessidades dos acadêmicos.	4,43	0,844	5	
A instituição EAD em que você estuda procura conciliar o horário de atendimento de acordo com as necessidades dos acadêmicos.	4,34	0,732	5	

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Além de se analisar as assertivas de cada dimensão da SERVPERF, empreendeu-se uma análise comparativa entre essas dimensões. Esse estudo demonstra que a dimensão “Atendimento” obteve média de 4,5472, sendo a mais importante na opinião dos entrevistados. Em segundo lugar foi a “Segurança” e em terceiro lugar a “Empatia”, com médias respectivas de 4,434 e 4,3849. A quarta dimensão em importância foi a “Confiabilidade”, com média de 4,3698, a dimensão de menor importância, na opinião dos entrevistados, foi a “Tangibilidade”, com média igual a 3,9925.

A dimensão “Confiabilidade” foi a que apresentou o maior valor do A.C, por isso será analisada em maior profundidade, Tabela 9 - 13. Essa é composta por cinco assertivas, sendo a primeira assertiva a ser analisada: “A instituição tem comprometimento no que tange ao calendário pré-estabelecido”. Conforme os resultados (TAB. 9), 81,2% dos respondentes concordaram que de fato a instituição esta comprometida em seguir o calendário pré-estabelecido, sendo que 49,1% dos acadêmicos que participaram da pesquisa concordam totalmente.

Tabela 9 - A instituição EAD em que você estuda tem comprometimento no que se refere ao calendário pré-estabelecido

	Frequência	Percentual	Validade do percentual
Discordo totalmente	1	1,9	1,9
Mais discordo que concordo	6	11,3	11,3
Nem concordo nem discordo	3	5,7	5,7

Mais concordo que discordo	17	32,1	32,1
Concordo totalmente	26	49,1	49,1
Total	53	100,0	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Um grande percentual dos acadêmicos que responderam a pesquisa considera que “A gestão pedagógica da instituição atende às demandas acadêmicas”, já que 43 do total de 53 afirmaram que concordam de alguma maneira, o que equivale a 81,2 %, desses 49,1% concordam totalmente com essa afirmativa (TAB.10).

Tabela 10 - A gestão pedagógica da instituição EAD em que você estuda atende às demandas dos acadêmicos

	Frequência	Percentual	Validade do percentual
Discordo totalmente	1	1,9	1,9
Mais discordo que concordo	6	11,3	11,3
Nem concordo nem discordo	3	5,7	5,7
Mais concordo que discordo	17	32,1	32,1
Concordo totalmente	26	49,1	49,1
Total	53	100,0	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Dentre os 53 acadêmicos que participaram da pesquisa, 47 julgaram “Confiável os serviços prestados pela instituição estudada”, totalizando 88,7% da amostra. Salienta-se que desse total 67,9% concordam totalmente quando se trata da confiança em relação aos serviços oferecidos (TAB.11).

Tabela 11 – O serviço oferecido pela instituição EAD em que você estuda é confiável

	Frequência	Percentual	Validade do percentual
Nem concordo nem discordo	6	11,3	11,3
Mais concordo que discordo	11	20,8	20,8
Concordo totalmente	36	67,9	67,9
Total	53	100,0	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Entre os acadêmicos que aderiram à pesquisa, 83,1%, ou seja, 44 discentes consideraram que “os colaboradores são pontuais no que se refere às demandas acadêmicas”. Esse resultado é relevante, visto que apenas 7,5% não concordam nem discordam e 9,4% mais discordam que concordam (TAB.12).

Tabela 12 – Os colaboradores da instituição EAD em que você estuda são pontuais quanto às demandas acadêmicas

	Frequência	Percentual	Validade do percentual
Mais discordo que concordo	5	9,4	9,4

Nem concordo nem discordo	4	7,5	7,5
Mais concordo que discordo	18	34,0	34,0
Concordo totalmente	26	49,1	49,1
Total	53	100,0	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

A instituição mantém o banco de dados atualizado, 98,1% dos respondentes concordam. Sendo que desse total 81,1% concordam totalmente. Por se tratar de uma IES em EAD isso é fundamental, tendo em vista que o banco de dados da instituição é que possibilita a comunicação da instituição com seus alunos (TAB.13).

Tabela 13 - A instituição EAD em que você estuda mantém o banco de dados atualizado (e-mail, telefone, endereço)

	Frequência	Percentual	Validade do percentual
Discordo totalmente	1	1,9	1,9
Mais concordo que discordo	9	17,0	17,0
Concordo totalmente	43	81,1	81,1
Total	53	100	100

Fonte: Dados da pesquisa

Infere-se, através dessas análises, que existe qualidade nos serviços prestados aos acadêmicos pela IES em EAD pesquisada, dado que todas as análises referentes à percepção deles foram positivas: tangibilidade, confiabilidade, atendimento, segurança e empatia.

Considerações finais

Com vistas a descrever e analisar a qualidade do atendimento percebida pelos alunos de uma IES em EAD, a partir do modelo de avaliação da qualidade em serviços – SERVPERF-, a pesquisa possibilitou identificar que as cinco dimensões da qualidade, Atendimento, Tangibilidade, Segurança e Empatia são percebidas de forma satisfatória pelos acadêmicos. Foi possível realizar essa análise, visto que o valor-P encontrado para essas dimensões a partir do Teste de Friedman foi estatisticamente significativo e as médias foram superiores a 3,99, implicando que há concordância em todas elas.

Verifica-se com os resultados da pesquisa que a dimensão “Atendimento” é a melhor avaliada, isso implica que a IES em EAD estudada esta atendendo de forma eficiente a demanda de seus acadêmicos. Por outro lado, por se tratar de IES em EAD, a dimensão “Tangibilidade” deve ser melhorada. Para isso, entende-se que a instituição deve investir em infraestrutura e demais aspectos tangíveis que envolvem esse tipo de prestação de serviços.

Constatou-se também que todas as dimensões da SERVPEF, apresentaram resultados satisfatórios, uma vez que o A.C se mostrou maior que 0,7, assegurando a confiabilidade da

escala, indicando com isso que há consistência interna. Nessa direção, destacam-se as dimensões “Confiança” e “Atendimento” que apresentaram o maior e o menor valor de A.C, 0,843 e 0,744 respectivamente. Nesse sentido, este estudo possibilitou além de responder seu objetivo, a análise de uma escala que avalia a qualidade de um serviço, nesse caso a SERVPERF. Com isso, a pesquisa confirma a aplicabilidade dessa escala para um campo específico dos serviços – IES em EAD.

Evidenciou-se nesta pesquisa, que as IES em EAD devem monitorar a qualidade no atendimento a partir de canais de comunicação com seus acadêmicos e pesquisas de satisfação, uma vez que se trata de um mercado altamente competitivo conforme dados apresentados pelo Ministério da Educação em 2017.

Em relação às limitações do presente estudo. Primeiro limite, o retorno dos questionários respondidos pelos acadêmicos não correspondeu a 30% dos questionários enviados, portanto não foi possível se ter uma amostra representativa. Segundo, a amostra limitou-se a uma única IES em EAD, com destaque ao curso de Pedagogia, já que a maioria dos respondentes é matriculada nesse curso. Esclarece-se que a escolha dessa instituição foi em função da facilidade de acesso dos pesquisadores a ela. Sugerem-se para estudos futuros, estudos comparativos com outras instituições ou mesmo estudo focado no curso de Pedagogia, visto que a maioria dos questionários retornados forma desse curso, representando quase a metade (49%).

Referências

CASTELL, M. A. *Sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CONGRAM, C.; FRIEDMAN, M. *The AMA Handbook of Marketing for the Services Industries*. New York: American Marketing Association, 1991.

CRONIM, J. J.; TAYLOR, S. A. Measuring Service Quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, v. 56, n.3, p. 55-68, 1992.

ELEUTÉRIO, S. A. V.; SOUZA, M. C. A. F. Qualidade na prestação de serviços: uma avaliação com clientes internos. *Caderno de Pesquisas em Administração*. São Paulo, v. 09, n. 3, Julho/Setembro, 12p, 2002.

FINK, A. **How to conduct surveys: a step-by-step guide**. 5. ed. Thousand Oaks: Sage, 2012.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de Serviços: Operações, Estratégia e Tecnologia da Informação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookmam, 2010.

FOWLER JR., F. J. **Survey research methods**. 4. ed. Thousand Oaks: Sage, 2009.

GARVIN, D. A. **Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1992.

GRÖNROOS, C. **Marketing gerenciamento e serviços.** Rio de Janeiro: Campus, 2009.

HAIR JR., J. F. *et al.* **Análise multivariada de dados.** Porto Alegre: Bookman, 2005.

HOFFMAN, K. *et al.* **Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos.** 3. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2009.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). Sinopses Estatísticas do Ensino Superior: graduação. 2010. Disponível em: <www.inep.gov.br/superior/censosuperior/sinopse/default.asp>. Acesso: 10 de fev/2017.
LOVELOCK, C.; WIRTZ J.; HEMZO, M. A. **Marketing de serviços.** 7. ed. São Paulo: Pearson, 2011.

MAIA, C.; MATTAR, J. ABC da EAD: a educação à distância hoje. São Paulo: Perason Prentice Hall, 2007.

MATOS, C.A.; VEIGA, R.T. Avaliação da qualidade percebida de serviços: um estudo em uma organização não-governamental. **Caderno de Pesquisa em Administração**, São Paulo: PPGA/FEA/USP, v.7, n.3, jul./set.2000.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. “A Conceptual Model os Service Quality and Its Implications for Future Research”. **Journal of Marketing**, v. 49, p. 41-50, 1985.

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

RICHARDSON, R. J. Pesquisa social: métodos e técnicas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
SINDICATOS DAS MENTENEDORAS DE ENSINO SUPERIOR (SEMESP). Mapa do Ensino Superior no Brasil 2016. Disponível em:< www.brightspace.com/br/leap>. Acesso em: 26 de fev./2017.

SHIBA, S.; GRAHAM, A.; WALDEN, D. **TQM: quatro revoluções na gestão da qualidade.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

SHIOZAWA, R. S. C. **Qualidade no atendimento e tecnologia de informação.** São Paulo: Atlas, 1993.

TINOCO, M; RIBEIRO, J. Estudo qualitativo dos principais atributos que determinam a percepção de qualidade e de preço dos consumidores de restaurantes à la carte. **Revista Gestão e Produção**, v. 15, n. 1, p.73-87, 2008.

TRIOLA, M. F. **Introdução à estatística.** 10. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. Jo. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

