



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Univers

EXPECTATIVA E PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DOS EGRESSOS (2010-2012) DO CURSO DE SERVIÇO SOCIAL DA UFSC

*Rosana Maria Gaio - UFSC
Rudimar Antunes da Rocha - UFSC
Andrea Aparecida Silva - IFC
Israel Machado da Silva - UFRGS
Débora Brum - UFSC*

RESUMO

As Instituições de Ensino Superior (IES) atuam no setor de serviços educacionais e são avaliadas por diversas ferramentas de mensuração da qualidade das universidades no Brasil, como o SINAES (BRASIL, 2009). Por esta razão, desenvolveu-se um estudo de caso para comparar, através do Método Servqual (PARASURAMAN; ZEITHML; BERRY, 1988), as expectativas e percepções de qualidade dos egressos de 2010 a 2012, do Curso de Serviço Social da UFSC. A população foi de 299 concluintes e com intervalo de confiança de 95%, erro amostral de 7%, e, proporção $p = 0,5$, chegou-se amostra de 119 entrevistas. A coleta de dados foi feita um questionário estruturado, tipo *Likert* de sete pontos, adaptado à avaliação de qualidade educacional e realizada em março de 2013. O tratamento dos dados foi pelo SPSS® e analisada quantitativamente (YIN, 2005; BARBETTA, 2008). As expectativas superaram as percepções de qualidade nas cinco dimensões do Servqual, com baixa satisfação destacaram-se o cumprimento de prazos didáticos; laboratório de informática; atualização do *site* e murais informativos, mas com elevada satisfação: o reconhecimento do curso pelo MEC; a cortesia dos professores e funcionários. Concluir-se que medidas urgentes devem ser adotadas à melhoria da qualidade e satisfação dos clientes do referido Curso.

Palavras-chave: Egressos do Curso de Serviço Social. Expectativa e Percepção de Qualidade. Método Servqual. Curso de Serviço Social da UFSC.



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

1 INTRODUÇÃO

O sistema educacional formal é milenar e ligado às culturas religiosas de civilizações oriental e ocidental (CHARLE; VERGE, 1996). As organizações educacionais, incluindo-se as Instituições de Ensino Superior (IES), atuam ao setor de serviços, estando em crescimento há duas décadas, quer pela redução de barreiras territoriais, quer pela popularização de novas tecnologias de informações e de transportes, quer por incentivos financeiros endereçados a intercâmbios estudantis. No Brasil foi expressivo o crescimento de alunos matriculados em IES, passando de 3.989.366 estudantes, em 2003, para 6.765.540, em 2011, representando uma aumento de cerca de 70% (PORTAL MEC-SIMEC, 2013). Por isso, o foco na avaliação da qualidade da educação superior passou uma agenda também nas universidades federais.

Na ótica de Lovelock (2003) o sistema educacional é um serviço de ações intangíveis, dirigido à mente das pessoas. Assim, as IES estão diante do desafio de buscar a qualidade na prestação de seus serviços de forma comprometida a satisfazer ao aluno, consolidando sua posição num mercado altamente competitivo. Convém salientar, que a avaliação dos cursos de graduação e desempenho dos estudantes ocorre de forma integrada, desde 2004, quando foi inserido o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES). Esta avaliação é feita em três categorias: organização didático-pedagógica; corpo docente, discente e corpo técnico-administrativo; e, instalações físicas (INEP, 2004), sendo o SINAES um instrumento unificado de avaliação das faculdades, centros universitários e universidades¹.

Mesmo assim, avaliar a qualidade dos serviços educacionais não é uma tarefa fácil, por serem serviços complexos e elevado caráter de intangibilidade na relação biunívoca do aluno na prestação do serviço educacional e a IES responsável em atender seus diversos interesses. Sem esquecer que o SINAES é o instrumento oficial de avaliação da IES, decidiu-se utilizar o Método Servqual (PARASURAMAN; ZEITHMAL; BERRY, 1988), para identificar a satisfação dos egressos do Curso de Serviço Social da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), através da confrontação das suas expectativas e percepções sobre o referido curso. Considerou-se microanálises permitem um olhar particularizado sobre o cliente ou aluno, bem como pelo fato do referido método ser adaptável a diferentes serviços. O período escolhido para esta averiguação foi de 2010 a 2012, pela suposta facilidade do entrevistado recordar as expectativas e percepções sobre itens de qualidade, a partir de cinco dimensões do Servqual.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A base teórica centrou-se no ensino de serviços social, gestão e qualidade de serviços e na relação de satisfação indicada pelo Gap das expectativas com as percepções do Servqual retratado em cinco dimensões.

2.1 Ensino de Serviço Social

O início do serviço social foi em Boston, Estados Unidos, em 1904, para caracterizar os profissionais ligados as práticas benemerentes, com uma identidade inicial doutrinária e confessional da Igreja Católica (BRANDÃO, 2006). Assim, o serviço social foi estimulado pelo Papa Pio X, no final do século XIX, principalmente pela consolidação da Revolução Industrial. No Brasil, esta atividade profissional emergiu na década de 1920, de crescente migração e de aceleração da industrialização urbana e transição econômica do agrário para o industrial (GERBER, 2009). Tempos depois, com apoio da Igreja Católica foram criadas as



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

escolas de Serviço Social de São Paulo, em 1936, e do Rio de Janeiro, em 1937 (RAMOS, 1984). Em Santa Catarina, o ensino superior em Serviço Social iniciou-se no Governo de Juscelino Kubitschek, pelo decreto n. 45.063, de 19 de dezembro de 1958 (GERBER, 2009). O Curso de Serviço Social da Universidade Federal de Santa Catarina foi criado para atender a demanda de profissionais de Serviço Social com o início da industrialização no Estado, mas somente nos anos 1990, é houve o surgimento de novos sete cursos.

2.2 Gestão e Qualidade de Serviços

Aponta Grönroos (2003, p. 65) que nas décadas de 1960 a 1980 ocorreram os grandes debates, sobre o desenvolvimento de trabalhos e a criação dos modelos de gestão na tentativa de oferecer elementos para definir características próprias para o segmento serviços. Entende-se por serviço algo intangível que é realizado e consumido ao mesmo tempo, com a finalidade de atender as necessidades de seu cliente. Defendem Lovelock e Wright (2003) que os serviços, como um ato que cria benefícios aos clientes por meio da satisfação de uma necessidade realizada na presença do cliente precisa de constante avaliação. Eles acrescentam que os serviços são encarados como atividades econômicas que criam valor, pois fornecem benefícios aos clientes. Acentua Grönroos (2003, p. 84) que os serviços “são uma série de processos cuja produção e consumo não podem estar separados, onde algumas vezes o cliente participa da produção”. Na concepção de Kotler (1998) os serviços têm quatro dimensões que os diferencia dos bens ou produtos tangíveis, conforme é descrito no Quadro 1.

Quadro 1 – Diferenças entre bens e serviços

Dimensões	Características
Intangibilidade	Serviços são intangíveis, eles não podem ser vistos, testados, sentidos, ouvidos ou cheirados antes de serem comprados.
Inseparabilidade	Serviços são produzidos e consumidos simultaneamente. Grande interação entre fornecedor e cliente.
Variabilidade	Serviços dependem de quem os fornecem e de quando e onde eles são fornecidos. São altamente variáveis.
Perecibilidade	Serviços não podem ser estocados, revendidos ou devolvidos.

Fonte: Kotler (1998).

Na ótica de Gianesi e Correa (2009, p. 32-34) os “serviços são experiências vivenciadas pelo cliente, e a intangibilidade dos serviços torna difícil sua avaliação e qualidade”, eles complementam informando que as características são “simultaneidade afeta ainda, a gestão da qualidade” (p. 34). Os serviços têm caráter de intangibilidade, não podem ser armazenado ou reproduzido, a produção, consumo e uso são feitos ao mesmo tempo e espaço, a avaliação é simultane, e sem possibilidades de ver os resultados previamente para corrigir eventuais falhas e o serviço é dependente do pessoal, afetando a qualidade do serviço (KOTLER, 1998; GRÖNROOS, 2003; GIANESI, CORREA, 2009).

Deste modo, a qualidade é requisito crucial em serviços para garantir competitividade. Sua busca é dinâmica e evolui da inspeção à gestão de qualidade. Nas palavras de Crosby (1999, p. 31) a qualidade está associada a “conformidade com os requisitos”, e, “quando todos os critérios estiverem definidos e explicados será possível e praticável a mensuração da qualidade de vida” (CROSBY, 1999, p. 31).



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

No entendimento de Juran (1991, p. 11) a palavra qualidade tem múltiplos significados, dominados por “qualidade consiste nas características do produto [...] de encontro com suas necessidades e proporcionando a satisfação em relação ao produto”. E, ainda, a “qualidade é a ausência de falhas”. Nesse sentido, Garvin (1992, p. 52) adverte que a qualidade quando baseada no usuário, parte da premissa que “esta diante dos olhos de quem os observa”. O autor admite ainda, que “cada consumidor tem diferentes desejos e necessidades e que os produtos que atendam melhor suas preferências sejam os que acham os de melhor qualidade”. Garvin (1992, p. 52) adverte ainda que a qualidade quando baseada no usuário, tem a premissa que a mesma “esta diante dos olhos de quem os observa”, acrescenta que “cada consumidor tem diferentes desejos e necessidades e que os produtos que atendam melhor suas preferências sejam os que acham os de melhor qualidade”.

Por sua vez, Deming (1993, p. 56) diz que a “qualidade é tudo aquilo que melhora o produto de ponto de vista do cliente”, associando qualidade à impressão do cliente. Nesse sentido, Grönroos (2003) salienta que a qualidade de serviço é qualquer coisa que o cliente perceba como tal. O padrão de qualidade é considerado bom quando atende às expectativas do cliente, sendo que sua melhoria resulta no aumento de competitividade, desde que ocorra o aperfeiçoamento contínuo do processo de serviço. Sobre isto, Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005) relatam que avaliar a qualidade depende de um processo de prestação de serviço.

Em estudos, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) identificaram como critérios gerais de avaliação dez dimensões da qualidade de serviços, posteriormente simplificadas em cinco dimensões: a) tangíveis retratadas pela aparência das instalações físicas, equipamentos e do pessoal; b) confiabilidade exposta na habilidade a executar o serviço conforme o prometido e da melhor forma; c) presteza observada na boa vontade do funcionário em ajudar o cliente e na presteza dos serviços; d) garantia de que os funcionários são bem informados, corteses e possuem habilidades, transmitem confiança e responsabilidade; e) empatia representada com atenção individual dada aos clientes.

2.3 Satisfação = Gaps entre Expectativas e Percepções

Data do início do século XX os estudos sobre satisfação do consumidor, pela influência das oscilações da oferta e demanda (CHAUVEL, 1999; LOVELOCK; WRIGHT, 2003). Nas palavras de Kotler (2002, p.55) a satisfação é “o sentimento de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa”. Por sua vez, Las Casas (1997) apregoa que a qualidade de serviços possibilita à satisfação dos clientes, porém a satisfação de cliente não é tarefa fácil, pelas diferentes expectativas inerentes aos indivíduos, sendo as expectativas utilizadas pelos clientes a base da avaliação do desempenho de um serviço, que antecedem a resposta de satisfação.

De acordo com Giansesi; Côrrea (2009, p. 82-83) as expectativas são orientadas por: a) comunicação boca a boca; b) a experiência anterior; c) as necessidades pessoais dos clientes; e, d) a comunicação externa, conforme pode ser visualizada na Figura 1.

Figura 1 – Fatores à formação das expectativas em relação ao serviço prestado



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad



Fonte: Giansi e Correa (2009, p. 82).

No entender de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), se de um lado as expectativas podem se formar nas experiências vividas, de comunicação e nas necessidades pessoais, do outro lado, as percepções são definidas como crenças do cliente a respeito do serviço recebido ou experimentado, representadas em uma escala de mensuração dos gaps existentes entre esses atributos para estabelecer padrões de satisfação. É esta questão que alicerça a Escala ou Método Servqual na compreensão de satisfação.

2.4 Método Servqual

Como ferramenta de medida de qualidade em serviços, o Método ou Escala Servqual caracteriza-se pela confrontação da expectativa com a percepção que o cliente tem do serviço recebido. A compreensão do Servqual é oferecida por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) como um instrumento de medida quantitativa da percepção de satisfação de qualidade de serviços, expressos em cinco dimensões, isto é: tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1991). As dimensões são vistas no Quadro 2 e o modelo de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) está na Figura 1.

Quadro 2- Dimensões da análise da qualidade dos serviços na Escala Servqual

Dimensões	Descrição
Confiabilidade	A capacidade de prestar o serviço prometido ao cliente com confiança e exatidão;
Responsividade	A disposição para auxiliar o cliente e fornecer o serviço prontamente, sem deixar o cliente esperando;
Segurança	A competência por parte do funcionário em realizar o serviço;
Empatia	A acessibilidade, sensibilidade e esforço para atender as necessidades dos clientes, atenção e carinho personalizado ao cliente;
Tangibilidade	A aparência da estrutura física (equipamentos e pessoal), condição do ambiente (limpeza) e conduta de outros clientes que estejam utilizando o serviço.

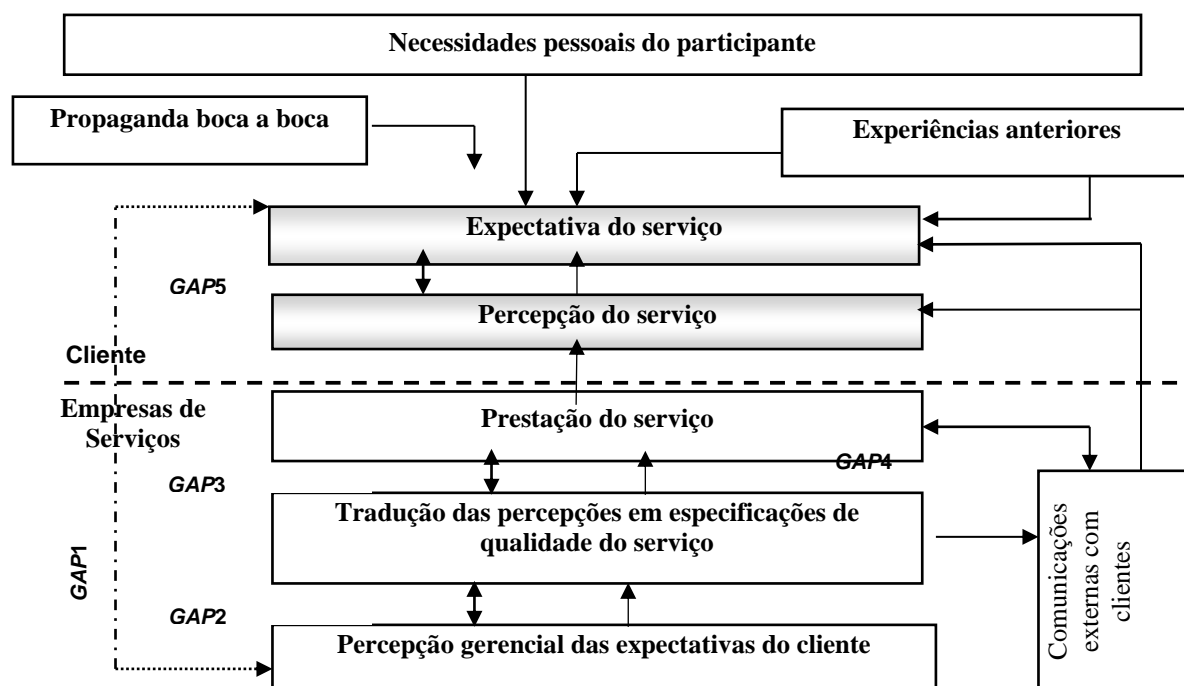
Fonte: Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988).

Figura 2 - Modelo da Qualidade de Serviços



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad



Fonte: Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988, p. 44).

A Escala Servqual é constituída por 22 itens que compõem as referidas dimensões de qualidade, consistindo-se em um instrumento usado para transformar dados qualitativos em quantitativos às percepções e expectativas dos clientes. A avaliação da qualidade percebida ou percepção é medida, através dos GAPs do modelo da qualidade de serviços, cabendo destacar que os gaps de 1 a 4 tratam das questões internas da organização.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa caracteriza-se como estudo de caso e foi realizada com egressos do Curso de Serviço Social da UFSC, formados de 2010 a 2012. O estudo de caso permite analisar de forma direta e precisa a qualidade dos serviços educacionais oferecidos para saber se atende às expectativas e satisfação dos clientes (YIN, 2005). O estudo considerou todos concluintes egressos de 2010 a 2012, deste Curso, totalizando 299 egressos, como visto na Tabela 1.

Tabela 1 – Egressos do Curso de Serviço Social da UFSC (2010-2012).

Semestre de Ingresso	Matutino		Noturno		Total de concluintes
	Matrículas	Concluintes	Matrículas	Concluintes	
2010-1	27	22	22	18	40
2010-2	40	35	40	35	70
2011-1	11	10	19	18	28
2011-2	39	30	30	24	54
2012-1	36	23	38	18	41
2012-2	45	36	39	30	66
Totais	198	156	188	143	299

Fonte: Coordenações de Curso e de Estágios de TCC (DSS/CSE/UFSC, 2012).



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

Na definição da amostra desta população, utilizou-se margem de erro de 7%, com nível de confiança de 95%, obtendo-se a amostra de 115 egressos, a partir dos procedimentos estatísticos estabelecidos por Barbetta (2008) e Richardson *et al.* (2007). O levantamento ou Survey foi operacionalizado, com o envio de questionário *online* para todos 299 egressos e acompanhado no *google docs* para finalizar a coleta, quando se atingisse 115 respondentes. O questionário foi composto de 22 questões, em escala de sete pontos, sendo o 1 (totalmente insatisfatória) e o 7 (totalmente satisfatória), dividida em tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia em todas alternativas de expectativa e percepção. O Quadro 3 mostra as dimensões e interrogações utilizadas.

Quadro 3 – Questionário com as variáveis estudadas

Dimensão	Descrição das variáveis
Tangibilidade	1. Instalações físicas são adequadas e arejadas
	2. Possui biblioteca com acervo adequado e atualizada.
	3. Possui laboratório de informática atualizado
	4. Oferece lanchonete para seus alunos
	5. Possui funcionários e professores com boa aparência
	6. Professores utilizam materiais didáticos com boa apresentação
Confiabilidade	7. Oferece disciplinas voltadas a capacitação profissional
	8. O curso de Serviço Social cumpre seu calendário escolar
	9. O curso de Serviço Social promove cursos de extensão (SEPEX) e seminários
	10. O curso possui boa classificação e reconhecimento do MEC
Responsividade	11. A secretaria tem horário de atendimento externo adequado
	12. O atendimento dos funcionários do curso é adequado
	13. O Curso de Serviço tem página internet clara e objetiva
	14. Professores demonstram interesse em ajudar os alunos
Segurança	15. Fornece elementos de comunicação de qualidade (murais, avisos, e-mails)
	16. Professores dão respostas satisfatórias às perguntas dos alunos
	17. Professores têm domínio das aulas expositivas
	18. Funcionários têm domínio das informações administrativas
	19. Professores são justos nas avaliações de desempenho dos alunos
	20. Professores são corteses e receptivos com alunos
Empatia	21. Compreendem as necessidades dos alunos
	22. Professores dão atenção individualizada aos alunos

Adaptado de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988).

Destaca-se que durante a coleta de dados foram enviados vários e-mails aos egressos. Esta coleta de dados foi realizada nos meses de março e abril de 2013. Cabe destacar que a Escala Servqual foi adaptada para avaliar as expectativas e as percepções dos egressos, aglutinados em cinco dimensões de qualidade. O *Survey* alicerça-se no interrogatório dos participantes com perguntas feitas sobre o comportamento, as percepções, as motivações, as atitudes e o estilo de vida (MALHOTRA, 2010, p.179). O tratamento dos dados ocorreu com a utilização do Software estatístico SPSS®, versão 20.0. Na abordagem foi utilizada a quantificação no processo de conhecimento da realidade, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto ao tratamento delas por meio das técnicas estatísticas, indo-se ao encontro do que defendem Richardson *et al.* (2008).

4 O Servqual na Análise dos Egressos (2010-2012) do Curso de Serviço Social UFSC



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

O perfil dos egressos, de 2010 a 2012, do Curso de Serviço Social da UFSC apontou que dos 115 entrevistados, 102 ou 89% são do sexo feminino, enquanto que 13 ou 11% do sexo masculino. Destes respondentes, 31% estão na faixa etária de 16 a 26 anos, 52% tinham de 27 a 36 anos, enquanto que 17% acima de 36 anos. Diante dos dados supramencionados, descrevem-se os gaps de cada uma das cinco dimensões analisadas na pesquisa.

4.1.1 Dimensão Tangibilidade

A dimensão tangibilidade relaciona-se com aspectos físicos, dentre eles, instalações físicas, biblioteca, laboratórios de informática, equipamentos e aparências de docentes e funcionários. Pode-se observar, quando se comparou esta dimensão na forma gráfica ficou evidente a insatisfação manifestada dos respondentes. Percebe-se, na Tabela 2 que todas as expectativas da dimensão tangibilidade foram reduzidas na comparação com a percepção dos respondentes.

Tabela 2 – Dimensão Tangibilidade – Expectativa versus Percepção (%)

Tangibilidade	Expectativa	Percepções
	Média	Média
Instalações físicas adequadas e confortáveis	6,07	4,80
Biblioteca – ambiente e acervo	6,09	4,62
Laboratórios de informática (equipamentos)	5,96	4,15
Lanchonete adequada	5,88	4,23
Asseio professores e funcionários	5,76	5,41
Materiais didáticos visualização	6,17	4,58
Média	5,98	4,63
GAP (Percepção – Expectativa)	- 1,35	

Fonte: pesquisa (2013).

Em relação à média dos percentuais das variáveis na dimensão Tangibilidade, como demonstra a Tabela 2, os valores das médias da percepção estão acima de 4,0. Sendo que, a variável referente a laboratórios de informática e equipamentos apresentou menor média, 4,15, para seus respondentes. A variável referente a apresentação e asseio de professores e funcionários recebeu a maior média dessa dimensão, com 5,41. O maior *Gap* negativo foi verificado na variável laboratórios de informática, com um *gap* de -1,81. No somatório das variáveis, a dimensão tangibilidade apresentou *Gap* negativa, da percepção menos expectativa foi de 1,35, isto é, (4,63 - 5,98). Os dados reforçam um descontentamento considerável dos respondentes sobre a dimensão em análise, pois o *gap* total ficou em - 1,35.

4.1.2 Dimensão Confiabilidade

Foram selecionados quatro atributos para a mensuração desta dimensão, quais sejam: capacidade profissional, cumprimento de prazos, cursos de extensão disponibilizados aos alunos e a imagem do curso, através de seu reconhecimento pelo MEC (Tabela 3). Observa-se que as médias das variáveis ficaram bem baixas, com uma média geral de 4,83, na dimensão



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

Confiabilidade No modelo Percepção. As médias das variáveis oscilando entre 4,53 e 5,39. O maior *Gap* negativo (P-E) foi constatado na variável relacionada ao cumprimento de prazos pelo curso, com -1,32.

Tabela 3 – Dimensão Confiabilidade - Expectativa versus Percepção (%)

Confiabilidade	Expectativa	Percepção
	Média	Média
Capacitação Profissional	6,15	4,80
Cumprir Prazos	6,08	4,53
Curso Extensão	6,15	4,63
Reconhecimento do MEC	6,22	5,39
Média	6,15	4,83
GAP (Percepção – Expectativa)	- 1,32	

Fonte: pesquisa (2013).

Por sua vez, a variável reconhecimento do MEC ficou com as melhores médias desta avaliação, com 6,22 e 5,39, respectivamente, sobre as expectativas e percepções. Como todas variáveis foram negativas, o gap total foi negativa, ficando em – 1,32, isto é, as percepções foram frustrantes para os respondentes.

4.1.3 Dimensão Responsividade

A dimensão Responsividade relaciona-se o oferecimento de *homepages*, os serviços prestados pelos funcionários, horários de atendimento das secretarias, atenção e ajuda dos discentes para com os alunos. Observa-se na Tabela 4 que todas as médias das variáveis da dimensão responsividade para expectativas ficaram acima de 6,0 pontos percentuais, enquanto as percepções ficaram acima de 4,21 pontos percentuais. O gap total foi representou menos 1,48 pontos percentuais, ou seja, negativo.

Tabela 4 – Dimensão Responsividade – Expectativa versus Percepção (%)

Responsividade	Expectativas	Percepções
	Média	Média
Atendimento Horário	6,13	4,60
Atendimento Funcionário	6,16	5,21
<i>Homepages</i>	6,13	4,21
Ajudar aos alunos	6,19	4,66
Média	6,15	4,67
GAP (Percepção – Expectativa)	- 1,48	



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

Fonte: pesquisa (2013).

A responsividade correspondete ao fato dos professores ajudarem os alunos observou-se a maior média, ficando em 6,19 pontos percentuais. Os dados permitem verificar e atentar para todos os atributos, pois os *gaps* são elevados, mesmo estando eles acima da média harmônica da escala utilizada na pesquisa, isto é, 7 pontos. Verifica-se preocupante a variável *homepage* com a menor média (4,21), mas que tinha elevada expectativa dos respondentes, isto é, 6,19%. Das variáveis analisadas sobre atendimento do funcionário obteve média acima de 5,21, estando acima da média harmônica da escala utilizada.

4.1.4 Dimensão Segurança

A Tabela 5 retrata a dimensão segurança, relacionada ao domínio das funções administrativas pelos funcionários, a habilidade de inspirar confiança pelos docentes, o domínio dos assuntos em sala de aula, justiça nas avaliações, respostas corretas e a comunicação por murais. As expectativas não apresentaram discrepâncias consideráveis entre as seis variáveis. Observe que as menores médias foram: comunicação aos alunos (6,07) e cortesia (6,07), enquanto a variável que obteve a maior classificação foi domínio do assunto (6,27), reforçando o reconhecimento do MEC sobre este curso. Por sua vez, pode-se verificar que as percepções sobre os mesmos atributos ficaram abaixo das expectativas, sendo a justiça nas avaliações, isto é, notas atribuídas nas provas foi a mais baixa (4,80), e, que domínio do professor sobre o assunto foi a que apresentou maior percepção dos respondentes, ficando em 5,17 pontos percentuais.

Tabela 5 – Dimensão Segurança - Expectativa versus Percepção (%)

Segurança	Expectativa	Percepção
	Média	Média
Comunicação aos alunos (murais)	6,07	4,58
Respostas Corretas	6,17	4,83
Domínio dos Assuntos	6,27	5,17
Confiança	6,14	4,88
Justiça nas avaliações	6,13	4,80
Cortesia	6,07	5,06
Média	6,14	4,88
GAP (Percepção – Expectativa)	- 1,26	

Fonte: pesquisa (2013).

Percebe-se que o GAP geral desta dimensão ficou em -1,26. Ressalte-se novamente que a avaliação geral das expectativas e percepções ficaram acima do regular, pois a escala usada é de 7 pontos.

4.1.5 Dimensão Empatia



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

A dimensão Empatia está composta das variáveis: grau de atenção e atendimento individualizado que o curso dá aos discentes (Tabela 6). Os dados referentes às expectativas dos egressos ficou com médias elevadas, oscilando de 6,17 a 6,14. Já, sobre a percepção houve uma baixa pontuação não atingindo a casa de 5 pontos percentuais das respostas, oscilando de 4,47 a 4,61 pontos percentuais. A média geral foi negativa com um *Gap* de -161. Verifique que essa dimensão foi a que teve o *Gap* negativo mais elevado, isto é, a pior satisfação dos respondentes.

Tabela 6 – Dimensão Empatia – Expectativa versus Percepção (%)

Empatia	Expectativas	Percepções
	Média	Média
Atendimento das necessidades	6,17	4,61
Atenção individualizada	6,14	4,47
Média	6,15	4,54
GAP (Percepção – Expectativa)	- 1,61	

Fonte: pesquisa (2013).

A Tabela 7 permite verificar a média e o desvio padrão de cada uma das variáveis da pesquisa utilizadas para medir e comparar as expectativas e percepções dos egressos do Curso de Serviço Social da UFSC. Em estatística, a média e desvio padrão são um dos indicadores de medidas centrais e de dispersão (RICHARDSON, 2007; BARBETTA, 2008).

Tabela 7 – Média e Desvio Padrão – Expectativas versus Percepção

	EXPECTATIVA			PERCEPÇÃO			
	Media	Desvio Padrão	% notas 6 e 7	Media	Desvio Padrão	% notas 6 e 7	
E1	6,070	1,387	77,39%	4,809	1,395	36,52%	P1
E2	6,096	1,420	78,26%	4,626	1,472	35,65%	P2
E3	5,965	1,539	74,78%	4,157	1,582	20,87%	P3
E4	5,887	1,526	72,17%	4,235	1,629	26,09%	P4
E5	5,765	1,477	66,96%	5,417	1,364	54,78%	P5
E6	6,174	1,326	79,13%	4,583	1,402	26,96%	P6
E7	6,157	1,367	78,26%	4,800	1,476	35,65%	P7
E8	6,087	1,274	76,52%	4,530	1,483	26,09%	P8
E9	6,157	1,399	81,74%	4,635	1,619	33,04%	P9
E10	6,226	1,278	81,74%	5,391	1,455	56,52%	P10
E11	6,130	1,417	80,87%	4,600	1,566	32,17%	P11
E12	6,165	1,401	80,87%	5,217	1,407	51,30%	P12



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

E13	6,139	1,350	78,26%	4,217	1,756	27,83%	P13
E14	6,191	1,363	80,87%	4,661	1,567	37,39%	P14
E15	6,070	1,485	78,26%	4,583	1,573	31,30%	P15
E16	6,174	1,372	80,00%	4,835	1,510	40,00%	P16
E17	6,270	1,280	83,48%	5,174	1,391	44,35%	P17
E18	6,148	1,346	78,26%	4,887	1,462	43,48%	P18
E19	6,139	1,330	78,26%	4,800	1,476	37,39%	P19
E20	6,070	1,342	76,52%	5,061	1,372	46,09%	P20
E21	6,174	1,326	79,13%	4,617	1,565	33,91%	P21
E22	6,148	1,384	78,26%	4,470	1,788	34,78%	P22

Fonte: pesquisa (2013).

As variáveis tiveram resultados distintos, por exemplo, a variável domínio das aulas, referente ao conteúdo ministrado, apresentou média de 6,270, desvio padrão de 1,280 e 83,48% de notas no item 6 e 7, indicando exigência elevada dos egressos sobre esta variável. Há portanto baixa dispersão das respostas obtidas.

Da mesma forma, assinala-se a variável reconhecimento do MEC com média de 6,226 e desvio padrão de 1,278; a variável que abordou se os professores demonstram interesse em ajudar, com média de 6,191 e desvio padrão de 1,363. Veja que 80,87% das respostas ficaram nas notas 6 e 7. Já, as variáveis: materiais didáticos, respostas satisfatórias dos professores, e sobre a interpretação dos respondentes se os professores compreendiam suas necessidades tiveram média de 6,174 e seus desvios padrão foram, respectivamente, de 1,326; 1,372 e 1.326. Com exceção da variável que tratou da classificação e reconhecimento do curso pelo MEC, todas com as médias altas referem-se ao trabalho executado pelo professor, permitindo entender que grande parte da expectativa está relacionada a qualidade do trabalho exercido por esses profissionais e no seu desempenho didático-pedagógico em sala de aula.

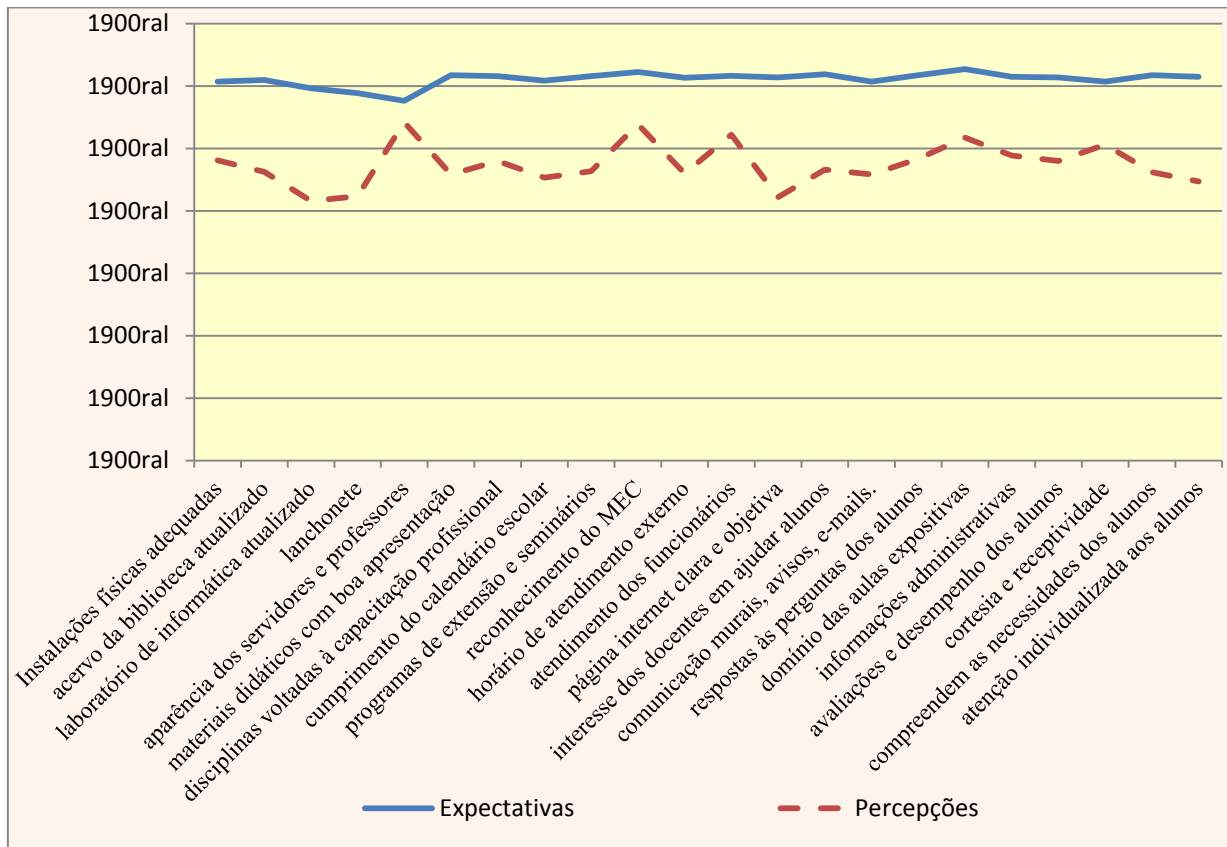
Para complementar os dados, pode-se ver na Figura 3, como se comportou cada uma das variáveis analisadas. Verifique que todas expectativas são apontadas como elevadas, mas a constatação do egresso durante o curso transformou sua expectativa, baixando-as em alguns casos para pontos preocupantes, indicando que a qualidade pode ser revista pelos gestores.

Figura 3 – GAPs das Variáveis



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad



Fonte: Pesquisa (2013)

Constata-se a relevância do Servqual na identificação da satisfação dos egressos, do Curso de Serviço Social da UFSC, através da comparação das expectativas pelas percepções. Pode-se considerar como um método alternativo à avaliação institucional, pois particulariza o estudo por curso, centro, com corte transversal ou longitudinal, isto é, na entrada do calouro, em cada período por ele cumprido, no final do curso, bem como o que se fez nesta pesquisa com os egressos.

5 CONCLUSÕES

Partindo do pressuposto que a qualidade está ligada à percepção dos clientes, necessariamente é preciso avaliar o conceito de qualidade percebida. Nesse sentido, esclarece Garvin (1992) que a qualidade percebida é definida como resultado da diferença entre as percepções e as expectativas dos usuários, podendo ser mensurada através da diferença entre a qualidade esperada e a qualidade experimentada. Inicialmente, foi realizada uma abordagem na literatura do tema proposto da pesquisa, evolução do ensino superior, conceitos de serviços, qualidade e satisfação, bem como apresentados os diversos modelos de medição de qualidade, focando o presente estudo na escala Servqual (PARASURAMANN; ZEITHAML; BERRY, 1988). Esta pesquisa utilizou como referência as variáveis e dimensões da escala Servqual (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988), medida através do *Gap5*, identificando as diferenças entre as percepções e expectativas dos egressos do curso de Serviço Social da UFSC em relação à qualidade dos serviços educacionais ofertados



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

De modo geral, as análises dos resultados dos dados estatísticos descritivos das cinco dimensões permitiram concluir que, a Dimensão Tangibilidade composta de seis variáveis apresentou média geral das expectativas de 5,98 e de percepções de 4,63. Resultando um *Gap* de -1,35. A pior variável avaliada foi a relacionada aos laboratórios de informática, com uma diferença negativa de -1,80. Por sua vez, a melhor variável avaliada nessa dimensão, com *Gap* de -0,348 foi a que tratou da vestimenta e asseio dos docentes e servidores, reforçando a questão da boa aparência e simpatia.

A Dimensão Confiabilidade composta de quatro variáveis apresentou valores de média geral de 6,15 e média geral de 4,83, respectivamente às expectativas e percepções, com *Gap* foi de -1,32. A variável mais mal avaliada foi o cumprimento de prazos com média de 4,53 e *Gap* de -1,55. Por outro lado, a mais bem avaliada foi a variável que tratou o reconhecimento do curso de Serviço Social da UFSC pelo MEC, com *Gap* de -0,835;

Dimensão Responsividade composta de quatro variáveis apresentou valores de média geral de 6,15, e de 4,67, para expectativa e para percepção, evidenciando-se *Gap* de -1,48. A variável mais mal avaliada foi a *homepages* e murais, com diferença significativa de -1,92. Por outro lado, a mais bem avaliada com *Gap* de -0,94 foi a correspondente ao atendimento dos funcionários do curso;

A Dimensão Segurança apresentou para a expectativa média geral de 6,14 e para a percepção média geral de 4,88, isto é, *Gap* de -1,26, sendo a pior avaliação foi comunicações aos alunos, com uma diferença de -1,47. Já, variável mais bem avaliada foi a cortesia dos docentes com os alunos, com *Gap* de -1,009;

A Dimensão Empatia teve de média geral para expectativa, 6,15 pontos percentuais e média geral para percepção de 4,54 pontos percentuais em uma escala de 1 a 7, resultando *Gap* de -1,61. Foi a dimensão que apresentou o maior *Gap* negativo. A variável atenção individualizada aos alunos foi a pior desta variável com diferença de -1,67.

O estudo reforçou a relevância de se averiguar a qualidade de serviços (DEMING, 1993; CROSBY, 1999; COELHO, 2004) prestados nas unidades universitárias, da utilização do Servqual (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988) na análise de estudos de casos (YIN, 2005), o tratamento quantitativo estatístico (RICHARDSON, 2007; BARBETTA, 2008; MALHOTRA, 2010) que reduz o juízo de valor do pesquisador, nem sempre adequado.



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

Referências

- BARBETTA, P. A.. **Estatística aplicada às ciências sociais**. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2008.
- BRANDÃO, R. de C.. **O Serviço Social no Brasil: a reinstrumentalização necessária**. Franca: UNESP, 2006.
- CHARLE, C; VERGER, J.. **História das Universidades**. São Paulo: Ed. UESP, 1996.
- CHAUVEL, M. A.. A satisfação do consumidor no pensamento de marketing: revisão de literatura. In: Congresso ANPAD, 22, 1999, Foz do Iguaçu. **ANAIS ENANPAD**, São Paulo, 1999.
- COELHO, C. D. dos A. **Avaliação da qualidade percebida em serviços: aplicação em um colégio privado de ensino fundamental e médio**. 2004. (Dissertação de Mestrado). Curso de Mestrado em Engenharia de Produção. UFSC: Florianópolis, 2004.
- CROSBY, P. **Qualidade é investimento**. 7.ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1999.
- DEMING, W. E.. **Qualidade: a revolução da administração**. Rio de Janeiro: Saraiva, 1993.
- FARIAS, S. A. **Avaliação simultânea dos determinantes da satisfação do consumidor: um estudo no segmento da terceira idade**. USP: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, São Paulo, 1998.
- FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, N. J. **Administração de serviços: operações, estratégias e tecnologia de informação**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- GARVIN, D.. **Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva**. Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 1992.
- GERBER, L. M. L.. **A formação dos Assistentes Sociais em Santa Catarina: um estudo sobre o primeiro curso de Serviço Social no Estado (1958-1983)**. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Curso de Serviço Social da UFSC, 2009.
- GIANESI, I. G.; CORREA, H. L.. **Administração estratégica de serviços**. Operações para satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 2009.
- GIL, A. C.. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- GRÖNROOS, C.. **Marketing: gerenciamento e serviços**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- INEP. **SINAES – Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior: da concepção à regulamentação**. 2.ed. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 155p. 2004.
- JURAN, J. M.. **Controle da Qualidade: conceitos, políticas e filosofia da qualidade**. São Paulo: Makron, McGraw-Hill, 1991.
- KOTLER, P.. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.



XIII Coloquio de Gestión Universitaria en Américas

Rendimientos académicos y eficacia social de la Universidad

KOTLER, P.; FOX, K. F. A.. **Marketing estratégico para instituciones educacionales**. São Paulo: Atlas, 2002.

LAS CASAS, A.L.. **Qualidade total de serviços: conceitos, exercícios, casos práticos**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

_____. **Marketing educacional: da educação infantil ao ensino superior no contexto brasileiro**. São Paulo: Saint Paul Editora, 2008.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L.. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2003.

MALHOTRA, N. K.. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookmam, 2001.

OLIVEIRA, O. J.. Adaptação e aplicação da escala SERVQUAL na educação superior. **GEPROS**. Gestão da produção, operações e sistemas. Ano 3, n. 3, 2008.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. A conceptual model service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, n. 49, n. 4 p. 41-50, 1985.

_____.SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, v. 64, n.1, p.12-40, 1988.

_____. Understanding customer expectations of service. **Sloan Management Review**. vol. 32, pp. 39-48, 1991.

RAMOS, N. S.. **O Serviço Social em SC: surgimento e expansão com a criação da Faculdade de Serviço Social em Florianópolis**. (Dissertação Mestrado). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Faculdade de Serviço Social, 1984, p. 127.

RICHARDSON, R. J. *et al.* **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2007.

ROESCH, S. M. A.. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1999.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

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

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

ⁱ No Brasil, para iniciar suas atividades, as instituições de ensino superior devem pedir seu credenciamento junto ao MEC. Inicialmente, ela é credenciada como faculdade. A transformação em centro universitário ou universidade, com as respectivas prerrogativas de autonomia, depende de funcionamento regular e padrão satisfatório de qualidade http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=12467&Itemid=783