

QUALIDADE NOS SERVIÇOS EDUCACIONAIS: UMA PERCEPÇÃO DOS DISCENTES DO CURSO DE DIREITO DAS FACULDADES INTEGRADAS DE PATOS – FIP.

OLIVEIRA, Sandy Júnior /UEPB-CAMPUS VII¹
Profª Msc. MEDEIROS, Emmanuela Suzy/UEPB-CAMPUS VII²

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo identificar a percepção dos discentes do curso de Direito em relação aos serviços prestados pelas Faculdades Integradas de Patos-FIP, o qual foi conduzido por uma investigação quantitativa através da aplicação de um questionário, onde buscou-se analisar a qualidade dos serviços ofertados, a partir da visão dos alunos sobre alguns aspectos como: instalações físicas, ensino, atendimento, localização e qualidade. Fundamentado nas teorias que abordam a qualidade e suas definições, qualidade em serviços, serviços educacionais, bem como a satisfação e a percepção da qualidade. Para a realização do questionário foi utilizada uma amostra não probabilística e por acessibilidade com sessenta alunos, o que proporcionou a coleta dos dados da pesquisa, chegando a resultados que identificaram a percepção dos discentes do curso de Direito da FIP, revelando que a instituição disponibiliza serviços que atendem as expectativas de boa parte dos alunos, no entanto percebe-se a necessidade de melhoria nos serviços prestados.

Palavras-chave: Qualidade; Serviços; Ensino Superior; Percepção.

ABSTRACT

This work aims to identify the perceptions of students of the Law school in relation to services provided by Faculdades Integradas de Patos - FIP, which was conducted by a quantitative research through the application of a questionnaire, which sought - to analyze the quality of services offered, from the students' views on aspects such as physical facilities, teaching, service, location and quality. Based on the theories that address the quality and its definitions, quality in services, educational services, and satisfaction and quality perception. To carry out the questionnaire was used a non-probabilistic sample accessibility and sixty students, which provided the collection of survey data, achieving results that identified students' perceptions of the law school of the FIP, revealing that the institution provides services that meet the expectations of most of the students, however we see the need for improvement in services.

Key-words: Quality; Services; Higher Education; Perception.

1 INTRODUÇÃO

¹ Concluinte do curso de Bacharelado em Administração – Patos – Campus VII – UEPB

² Orientadora, professora da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, Campus VII – Patos - PB.

As mudanças na economia têm ocorrido de forma a provocar na sociedade a busca por melhores serviços, tornando o mercado mais concorrido e em consequência o aumento das exigências dos consumidores, sendo necessário que as organizações procurem conquistar o cliente e consigam manter-se frente às concorrentes, para tanto é importante conhecer suas necessidades e percepção sobre o que é ofertado. Nesse contexto, o ensino superior, tem passado por diversas transformações, onde as organizações que oferecem serviços educacionais buscam fazê-lo com qualidade para continuar competitiva no mercado.

Todavia é importante que a organização saiba qual a percepção do cliente sobre os serviços, para que possa investir em fatores que sejam importantes para manter-se superior à concorrência.

Portanto este trabalho visa realizar um estudo com o discente do curso de Direito das Faculdades Integradas de Patos – FIP, para identificar a percepção destes em relação aos serviços por ela ofertados, baseando-se na fundamentação teórica e nos resultados obtidos na pesquisa. E como objetivos específicos analisar a qualidade dos serviços prestados pela FIP e mostrar a satisfação dos discentes com esses serviços através da utilização de questionário.

Para a realização desse estudo foi utilizada uma metodologia de pesquisa descritiva e, como instrumento de coleta de dados um questionário com perguntas fechadas, aplicado a um total de 60 (sessenta) alunos do curso de Direito, através de uma amostra não probabilística e por acessibilidade. De modo que a partir dessa amostra pôde-se conhecer a percepção que o aluno do curso de Direito possui da organização estudada.

A escolha do curso como objeto de estudo partiu de uma visita prévia a de levantamento de informações acerca dos cursos de graduação e, sendo o curso de direito o que apresentava maior número de alunos e considerável estrutura de funcionamento foi então escolhido para realização da pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Origem da qualidade

No início da civilização o homem já procurava atender suas necessidades de forma que garantisse a sua sobrevivência através de meios que fossem mais

adequados e de acordo com suas habilidades, sendo que os mais habilidosos conseguiam as melhores caças.

A respeito dessa inquietação do ser humano em busca da qualidade, Paladini (1995, p.32) afirma que a "preocupação com a qualidade remonta a épocas antigas, embora não houvesse, neste período, uma noção muito clara do que fosse qualidade".

Segundo o autor as pessoas sempre demonstraram interesse pela qualidade, mesmo não dispondo de recursos que definissem essas características, havia a procura pelo que melhor atingisse a sua satisfação.

Essa afirmação de que a qualidade é antiga e faz parte da vivência desde os homens primitivos é também citada por Juran (1993, p.2), que expõe o fato de que "as necessidades humanas pela qualidade existem desde o crepúsculo da história". O que muda desse período até os tempos atuais são as formas de como atender as necessidades.

Mais adiante com a existência dos artesãos, começou o contato entre vendedor e comprador, com isso a produção tinha suas falhas corrigidas sendo que essa era uma atividade individualizada e, o artesão procurava atender diretamente as expectativas do cliente. Agora mais tarde essas produções começaram a ser realizadas em massa, não era exigida mão-de-obra especializada e a comercialização desses produtos era destinada para clientes distantes, ocorrendo então uma diminuição na qualidade. (GARVIN, 2002).

No período da Primeira Guerra Mundial foram encontrados vários problemas nos produtos que eram utilizados, pois até então a preocupação era com a produção em grande escala e a qualidade não era considerada durante esse processo. (GARVIN, 2002).

Já durante a Segunda Guerra Mundial houve a exigência e a mudança no processo de produção realizado pelas indústrias que perceberam a necessidade da qualidade nos produtos. Logo em seguida os conceitos de qualidade foram utilizados. Quando houve o aumento da produção surgiu à necessidade de reduzir gastos com matéria-prima e custo de mão-de-obra, tendo então que realizar inspeções na fase de fabricação. Esse processo acabou perdurando por um longo período, denominada de "Era da Inspeção". (GARVIN, 2002).

Como forma de melhorar a qualidade buscou-se a redução da inspeção através do "Processo de Controle Estatístico da Qualidade", que permitiu realizar

amostragens de produtos para verificar a qualidade, evitando que grandes quantidades produzidas fossem rejeitadas pelos consumidores, esse período ficou marcado como a “Era do Processo de Controle Estatístico da Qualidade”. (GARVIN, 2002).

Mais adiante deu-se a “Era da Garantia da Qualidade”, com o enfoque no gerenciamento, onde observou-se a questão de quantificar a qualidade, que estava relacionada a falhas na produção e ao “controle total da qualidade”, onde buscou-se transformar o processo de produção numa forma de envolver a todos evitando sobretudo as falhas na produção. (GARVIN, 2002).

A última era da qualidade é a “Era da Gestão Estratégica”, que surgiu objetivando a combinação entre qualidade e lucro, vendo o cliente como determinante nesse processo. Então buscou-se a cada dia a melhoria dos produtos para conquistar a preferência dos clientes em relação a concorrência, passando ao aprimoramento e a obtenção da qualidade. (GARVIN, 2002).

Segundo Juran (1992, p. 101), as empresas seguiram os seguintes passos para atuarem com o processo da qualidade:

Observaram que outros países alcançaram a qualidade; Traduziram literatura estrangeira sobre o assunto para o japonês; Convidaram dois especialistas norte-americanos, W. Deming e eu, para dar conferências sobre o assunto.

A exigência pela utilização da qualidade no Brasil começou a surgir no período em que iniciou – se um processo de abertura no mercado do exterior e as empresas sentiram a necessidade de acompanhar o padrão dos produtos de outros países, para tanto era preciso investir em produtividade e em qualidade.

2.2 Qualidade

São inúmeros e com diferentes significados os conceitos de qualidade que com o passar do tempo vão sendo modificados e abrangem diversas situações que tem como foco principal o cliente.

Segundo Juran (1992) a qualidade é uma das características do produto ou serviços que vai ao encontro das necessidades dos clientes e dessa forma propicia a satisfação. Ainda segundo o autor, qualidade pode ser definida com “adequação ao uso”, é entendida pelo cliente de acordo com suas necessidades, levando em

consideração, o preço, boas formas de pagamento e a disponibilidade do produto ou serviço.

De acordo com Crosby (1992), a qualidade é determinada conforme os requisitos exigidos pelo cliente. Assim o cliente é determinante na definição do que é qualidade, através da sua satisfação em relação ao produto ou serviço.

Garvin (2002) procurou definir qualidade a partir de cinco enfoques:

- **Enfoque transcendental:** de acordo com este enfoque a qualidade é tida como absoluta e impossível de analisá-la;
- **Enfoque baseado no produto:** segundo este enfoque a qualidade se apresenta nas características dos produtos;
- **Enfoque baseado no usuário:** para este enfoque a qualidade está ligada as preferências do consumidor;
- **Enfoque baseado na fabricação:** considera-se a qualidade na produção de um produto que é construído conforme especificações;
- **Enfoque baseado no valor:** para este enfoque um produto tem qualidade quando relaciona preço e desempenho adequado.

Os enfoques sobre qualidade mostram diferentes abordagens sobre o termo, de forma que esse conflito de definições contribui para que produtos melhores sejam colocados no mercado. Porém todos apontam para a satisfação do cliente como sendo determinante para atingir a qualidade.

As definições de qualidade vão sendo modificadas acompanhando as mudanças ocorridas na sociedade, de forma que conceitos antes considerados certos, hoje estão ultrapassados, como mostra o quadro a seguir:

QUADRO 1: Evolução do conceito de qualidade

Errado	Certo
Produtos de qualidade são luxuosos, caros e bonitos.	Produtos de qualidade atendem as expectativas do cliente.
Qualidade é um conceito vago, subjetivo, impossível de definir.	Qualidade consiste no cumprimento dos requisitos e especificações do cliente.
A qualidade é considerada a falta de defeitos no produto ou no serviço.	Qualidade representa a prevenção de ocorrência de erros ou desvios em relação as especificações.
A qualidade é de responsabilidade de departamento de controle da qualidade.	A responsabilidade pela qualidade é compartilhada por todos e exige total envolvimento dos funcionários.

Rejeição de 30% é aceitável; é a média do setor.	Não se aceitam erros. Deve-se promover melhorias contínuas até alcançar “defeito zero”.
Qualidade só pode ser introduzida na empresa através da contratação de especialistas em qualidade.	Qualidade será alcançada através da liderança dos dirigentes e do envolvimento de todos os funcionários.
Indicativos de produtividade já dão a média da qualidade.	Indicadores de produtividade medem a eficiência no uso de recursos.

FONTE: (Pires 2000, p. 38)

De acordo com o quadro ocorreram mudanças importantes em relação ao que se pensava sobre a qualidade, como a referente aos produtos que permitiu que as empresas direcionassem a produção para o cliente, buscando atender suas expectativas; modificou-se a visão acerca do papel dos funcionários dentro da organização, bem como a definição de objetivos para atingir a produtividade.

Para Campos (2004) controlar a qualidade é definir os padrões com base nas necessidades das pessoas, cumprindo e melhorando continuamente estas definições para satisfazê-las.

Assim, a partir de várias definições de qualidade as empresas buscam atender as necessidades exigidas pelo mercado atual, onde o momento é de competição, e para sobreviver é necessário esforço para ofertar o melhor atendimento, objetivando a satisfação e a fidelização dos clientes com a empresa.

2.3 Importância da qualidade

A importância da qualidade para as empresas é fundamental, pois permite seu destaque perante o mercado, conquista a confiança do cliente e passa a ser vista como uma organização que oferece bons serviços ou produtos, possibilitando até a aplicação de preços maiores, haja vista que o cliente terá a percepção do que está sendo ofertado é valioso para ele, proporcionando assim, a melhoria da produtividade, que garante mais lucros, transformando-se em resultados positivos para a organização.

Heizer e Render (1999, p.58) apresentam alguns motivos de como a qualidade é importante para as empresas.

A reputação da empresa, a qualidade evidenciada pelo novo produto ou serviços, nas práticas com os empregados e nas relações com fornecedores; Confiabilidade do produto refere-se a produtos e serviços danosos ao consumidor, sejam por causar mal a saúde sejam por representar risco; Implicações globais fazem referência a

necessidade de padrão universal de aceitação dos produtos e operações da organização.

Com produtos e serviços de qualidade as empresas podem destacar-se, garantindo a satisfação dos clientes e a antecipação frente à concorrência, o que resulta numa expansão de negócios e na permanência no mercado.

Assim diante da competição existente entre o mercado de fornecedores de produtos ou serviços, a empresa que não ofertá-los com qualidade correrá o risco de ser substituída por outra na preferência do cliente, especialmente porque um produto ou serviço pode ser adquirido em diversos locais, onde a tendência atual é a busca pela qualidade e não especificamente pelo preço, para tanto as empresas devem buscar maneiras de conhecer as necessidades dos clientes para atendê-las.

Segundo Takashina e Flores (2005, p.16), há algumas características da qualidade que devem ser consideradas:

- **Conformidade:** é o cumprimento das especificações e também ao grau de variabilidade em torno de uma dimensão estabelecida como meta;
- **Durabilidade:** é à vida útil do produto, ou seja, se o mesmo é de boa qualidade e resiste ao uso do tempo;
- **Conforto:** é à comodidade do cliente;
- **Cortesia:** é o relacionamento dos funcionários da empresa em relação aos seus clientes, mostrando-se amável e respeitosamente com os mesmos;
- **Confiabilidade:** é a habilidade em cumprir adequadamente o serviço prometido;
- **Imagem e Marca:** é a qualidade percebida, são as medidas que interferem na avaliação da qualidade de um produto ou serviço;
- **Estética:** é aparência do produto, é considerada uma questão subjetiva, pois está ligada a satisfação das preferências do consumidor;
- **Atendimento:** é o relacionamento direto ou indireto com as pessoas responsáveis pelo atendimento da empresa;
- **Preço:** são os produtos oferecidos pela empresa, onde sua aplicação e elaboração não devem envolver custos significativos.

Segundo as autoras há algumas características referentes à qualidade que devem ser bem definidas para que o cliente possa julgar e apresentar a sua satisfação, sendo que a empresa deve procurar não apenas atender as exigências

do cliente, mas integrar todos esses aspectos que faz parte da construção do resultado que terá do produto ou serviço. Por isso as prestadoras de serviços devem atentar-se para essas características a fim de manter o cliente efetivo, mostrando - se comprometidas em prestar um serviço que ofereça conforto, bom atendimento, respeitando as escolhas e aplicando preços que correspondam a qualidade do serviço.

Assim, através das características da qualidade, o cliente é influenciado a optar por determinado produto ou serviço, haja vista que as exigências quanto à forma de atendimento e apresentação são observadas pelos clientes.

2.4 Conceito e características de Serviço

O conceito de serviço é encontrado de diversas formas, abordando variados fenômenos, de modo que há uma perceptível evolução desses conceitos.

Grönroos (1995, p.36), traz a seguinte afirmação:

O serviço é uma atividade ou uma série de atividades de natureza mais ou menos intangível – que normalmente, mas não necessariamente, acontece durante as interações entre clientes e empregados de serviço e/ou recursos físicos ou bens e/ou sistemas do fornecedor de serviços – que é fornecida como solução ao(s) problemas do(s) cliente(s).

Essa definição descrita pelo autor traz a questão de que as empresas precisam estar atentas para a interação ocorrida entre quem presta o serviço e o cliente, por isso é necessário conhecer as diferenças entre os componentes de um produto e de um serviço, para que a qualidade seja percebida pelo cliente e possa garantir sua satisfação.

Segundo Bretzke (2000. p.214) o serviço é visto como uma atividade ou benefício intangível que uma parte oferece a outra e não há posse de algo nesse processo.

Conforme o autor, mesmo com as mudanças ocorridas no processo de produção é difícil estabelecer as diferenças entre o que é tangível ou intangível no mercado atual.

Para isso é importante considerar as características dos serviços que os distingue dos bens físicos. Grönroos (1995) apresenta diferentes características dos serviços, das quais tem-se:

- **Intangibilidade:** os serviços não podem ser possuídos pelos clientes, sendo percebidos de forma subjetiva, onde a qualidade é percebida através das experiências vivenciadas por ele;
- **Perecibilidade:** os serviços acontecem em forma de ações e necessitam do cliente para haver o consumo, não podendo então ser estocado;
- **Simultaneidade ou Inseparabilidade:** o cliente participa de todos os processos, desde a produção até o consumo;
- **Heterogeneidade ou Variabilidade:** o serviço só é executado quando há a presença do cliente, podendo variar de um cliente para outro.

A partir da compreensão dessas características que variam de um serviço para outro, é possível perceber que as empresas podem conquistar a satisfação de seus clientes, através de um serviço que atenda às suas exigências.

2.5 Qualidade em serviços

As ações na área de serviços estão direcionadas para o cliente, buscando atender suas necessidades e exigências a fim de satisfazê-lo continuamente. A qualidade nos serviços procura adaptar o processo de produção e consumo ao cliente.

De acordo com Paladini (2007) o cliente interfere na produção de serviço, por estar presente no processo produtivo, e para que o atendimento ao cliente seja completo requer que durante o processo haja extrema flexibilidade, criatividade e capacidade de adaptação.

De acordo com o autor, o cliente determina a qualidade dos serviços ao buscar o que atende aos seus anseios. De forma que as empresas devem estar sempre procurando inovar nos serviços oferecidos, tendo como foco o atendimento das necessidades atuais e futuras do cliente.

É imprescindível que as organizações conheçam as necessidades e expectativas dos clientes para garantir a sobrevivência da organização.

Kotler e Armstrong (2007, p. 226-227), afirmam que “um dos modos mais importantes de uma empresa se diferenciar das outras é executando constantemente um serviço de qualidade superior a de seus concorrentes”.

Então, os autores defendem a importância da qualidade nos serviços oferecidos pelas empresas, como uma condição primordial para a existência da empresa no mercado e para manter o cliente satisfeito.

As empresas devem utilizar - se de mecanismos de pesquisa para conhecer os desejos e as necessidades dos clientes e assim atendê-los, visando atrair novos clientes e principalmente mantê-los na empresa.

Para que seja analisada a qualidade dos serviços de uma organização, devem-se definir as dimensões que justificam junto ao cliente a qualidade de um serviço.

A abordagem de Lovelock e Wright (2001, p. 109) define as variáveis, pelas quais os clientes e a empresa podem pensar a qualidade dos serviços:

- **Confiabilidade:** a empresa é confiável no fornecimento de serviços conforme o prometido, no curso do tempo?
- **Tangíveis:** como são as instalações físicas e equipamentos, pessoal e material de comunicação do fornecedor do serviço?
- **Sensibilidade:** os funcionários da empresa são prestativos e capazes de fornecer pronto atendimento?
- **Segurança:** os funcionários do serviço são bem informados, educados, competentes e dignos de confiança?
- **Empatia:** a empresa de serviço fornece atenção cuidadosa, personalizada?

Portanto, a empresa deve observar cada variável apresentada pelos autores, como a confiança que o cliente tem no serviço, no fornecedor, e no atendimento, como forma de manter o cliente fiel e satisfeito, tendo vantagens no mercado competitivo, visto que ele julgará a qualidade do serviço prestado pela empresa e, conseqüentemente irá isolá-lo da concorrência.

2.6 Percepção X Satisfação

Em relação aos serviços o cliente pode ter dificuldades para definir a qualidade do que está sendo ofertado, de modo que a forma como se dá essa percepção, pode variar de um cliente para outro.

Para Grönroos (1995, p. 89), a qualidade em serviços está estritamente relacionada à “aquilo que os clientes percebem”, ou seja, a partir das percepções

comparadas às expectativas que será determinado o nível de satisfação com o produto ou serviço.

Ainda segundo o autor os clientes optam por determinado serviço a partir da percepção do que foi recebido em relação ao esperado, de modo que suas expectativas influenciam em suas escolhas.

De acordo com Juran (1992), a “satisfação” do cliente é obtida quando o serviço prestado consegue atender as suas necessidades, sendo então o estímulo para adquirir o produto ou serviço.

Dessa maneira os serviços prestados por uma instituição de ensino superior, são utilizados pelos alunos, que se tornam seus clientes, como também outras pessoas que participam do processo educacional, e para que a instituição sobreviva é preciso que as expectativas desses clientes sejam atendidas.

Assim, a empresa pode tornar o cliente fidelizado através da percepção que este construiu da organização, que pode ocorrer através do serviço prestado ou do contato com pessoas que já utilizaram.

Desse modo o cliente analisa se o que foi ofertado está de acordo com o que ele esperava para então atingir a satisfação, o que exige das organizações uma avaliação contínua das expectativas e necessidades dos clientes, para que possa definir quais os mecanismos irá utilizar para oferecer serviços de qualidade.

De acordo com Grönroos (1995, p.89) a qualidade é “aquilo que os clientes percebem”, sendo que a percepção está relacionada às expectativas e a satisfação. Assim, no momento da escolha o cliente verifica se o produto ou serviço atende as suas expectativas obtendo-se então a percepção, se for positiva, haverá a satisfação, se não atender o cliente ficará insatisfeito e poderá optar por outro produto ou serviço que o satisfaça.

2.7 Prestação de serviços educacionais no ensino superior

As instituições educacionais de ensino superior, assim como outras organizações precisam ofertar serviços de qualidade para atender as expectativas de seus clientes. A qualidade na educação deve considerar a promoção do indivíduo para a construção de valores e princípios, como afirma Ramos (1994), que para alcançar a qualidade numa instituição de ensino é fundamental que haja a

comunicação com o público, para que possa conhecer e entender os desejos e as necessidades, visando a sua satisfação.

Assim oferecer serviços de qualidade para esse tipo de cliente torna-se difícil, visto que com o surgimento de novas tecnologias, os alunos procuram por instituições que ofertam serviços que incorporam o novo e abrange um espaço global.

De acordo com Moraes (2000. p.131), a busca por infra-estrutura tecnológica tem partido apenas das empresas líderes que visam acompanhar as mudanças ocorridas no mercado, sendo que ainda há algumas que não procuram incorporar meios estratégicos que permitam se destacar garantindo sua sobrevivência.

Todavia, as instituições que ofertam serviços educacionais de ensino superior, além de inovar em estratégias e infra-estrutura, devem atentar-se para a questão de que a educação não é um negócio, como outros que são oferecidos pelo comércio ou indústria, de forma que para garantir que a qualidade seja percebida pelo cliente é necessário inovar também na forma de tratá-lo, buscando a participação da comunidade que constitui a instituição de ensino no processo de construção desse serviço. E para que isso ocorra é preciso propor mudanças que vão além das exigências e interesse do mercado.

Forçoso é reconhecer que a educação voltou a ser considerada tão importante, não por causa da cidadania, mas porque é útil à competitividade globalizada. Ironicamente, poderíamos dizer que o mercado “transformou a educação, não o contrário”. (DEMO, 2002.p.92).

Com base nesse entendimento, há uma necessidade de pensar a forma de como os serviços educacionais são prestados para os clientes, estudantes e comunidade, com base em valores e princípios, que atendam as suas necessidades. De forma que na construção desse processo é importante a participação efetiva dos docentes, que podem contribuir, através de conteúdos atualizados com a realidade e que promovam transformações no desenvolvimento crítico dos alunos.

3 CARACTERIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO PESQUISADA

A Instituição de Ensino Superior Privada estudada é denominada de Faculdades Integradas de Patos (FIP), localizada a Rua Horácio Nóbrega, s/n, Belo Horizonte, CEP: 58704-000, na cidade de Patos, Paraíba. É mantida pela Fundação

Francisco Mascarenhas com endereço a Rua Floriano Peixoto, 223, Centro, Patos - Paraíba. CEP 58.700 – 300. É uma entidade jurídica, com finalidade educacional, com sede e foro na cidade de Patos, Estado da Paraíba. Instituída no dia 1º de maio de 1964, e reconhecida de utilidade pública pelo Decreto Estadual nº 3722, de 1973. É dotada de autonomia administrativa e econômico-financeira, organizada como Instituição Educacional, exercida na forma da legislação em vigor.

As Faculdades Integradas de Patos (FIP) tem como atual presidente João Leuson Palmeira Gomes, filho do fundador. Funcionando com os cursos de graduação em biomedicina, direito, economia, educação física, enfermagem, fisioterapia, geografia, história, sistema de informação, jornalismo, letras, odontologia, pedagogia, psicologia e nutrição. Atende a mais de 80 turmas em funcionamento, totalizando 4.720 alunos.

As Faculdades Integradas de Patos (FIP) tem como missão “Educar, produzir e disseminar o saber, contribuindo para formação profissional, pessoal e social necessárias ao mundo do trabalho, comprometendo-se com a construção de uma sociedade pluricultural, ética, justa e humanitária”.

As FIP têm como objetivos: Formar profissionais e especialistas de nível superior; Realizar trabalhos de pesquisa; Criar e difundir a cultura; Estimular às atividades criadoras nos campos das artes e das ciências; Estender o ensino e a pesquisa à comunidade; Promover o intercâmbio e a cooperação com outras instituições; Participar do desenvolvimento sócio-econômico do País e, em particular, da região Nordeste, como organismo de consulta, assessoramento e prestação de serviços, em assuntos relativos aos diversos campos do saber; Realizar ou promover cursos de pós-graduação, sequenciais de atualização, de aperfeiçoamento, de extensão e de treinamento profissional; Promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber mediante o ensino, publicações ou outras formas de comunicação e promover situações de aperfeiçoamento cultural e profissional, na perspectiva de formação continuada, que atinjam, não só o corpo docente da Instituição, mas se estendam a profissionais de outras instituições.

O curso de Direito das Faculdades Integradas de Patos teve sua autorização de funcionamento em 30 de dezembro de 2004, tendo aproximadamente 720 (setecentos e vinte) alunos, tem como proposta pedagógica a busca pelo equilíbrio entre a formação fundamental, profissional e prática e como objetivo formar

profissionais qualificados para o exercício das atividades jurídicas, conscientes de sua participação nos processos de transformação da sociedade, capazes de atenderem às demandas sociais e ao desenvolvimento econômico e científico, com visão crítica e capacidade empreendedora, promovendo a interação entre o saber acadêmico e o da sociedade.

4 METODOLOGIA

Neste estudo, realizou-se uma pesquisa bibliográfica baseando-se em autores que relatam acerca da qualidade e da prestação de serviços, que segundo Gil (2002, p.44), “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”, a fim de buscar embasamento teórico para assegurar a qualidade das argumentações desenvolvidas, e exploratória que tem “como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema” (GIL, 2002, p. 45). É uma pesquisa quantitativa por meio de levantamento de dados com a aplicação de questionário cujas perguntas foram predominantemente fechadas para conhecer a percepção dos discentes do curso de Direito em relação aos serviços educacionais ofertados pela instituição estudada.

De acordo com Chizzotti (2005), na pesquisa quantitativa, o pesquisador realiza a descrição, a explicação e prediz através da mensuração de variáveis preestabelecidas sua influência sobre outras variáveis, a partir da análise da frequência de incidências.

A população pesquisada é constituída pelos alunos dos cursos de Direito da FIP. A amostra escolhida foi a não probabilística, feita por acessibilidade, dirigida a um total de 60 (sessenta) alunos. Os dados foram levantados no período de 18 a 21 de outubro de 2011, em que foi feito um pré-teste com duas pessoas para verificar se o questionário estava claro, e após foi aplicado, pedindo que os mesmos assinassem o termo de livre consentimento conforme anexo.

A coleta de dados foi realizada utilizando-se de questionário elaborado para os discentes. O questionário composto de 10(dez) perguntas fechadas e dividido em duas partes, sendo que na primeira, as questões buscam informações referentes ao gênero, faixa etária, renda familiar e o período que estuda na instituição. Na segunda parte as questões referem-se à percepção do discente do curso de Direito em relação à qualidade dos serviços prestados pela IES pesquisada.

5 RESULTADOS DA PESQUISA

A realização deste trabalho partiu do interesse de verificar a importância da percepção dos discentes em relação à qualidade dos serviços educacionais, como forma de garantir a permanência das instituições no mercado. Para tanto, desenvolve-se a fundamentação teórica para assim realizar uma pesquisa com os discentes do curso de Direito das Faculdades Integradas de Patos, a fim de identificar a percepção desses em relação à instituição estudada.

A parte inicial da pesquisa corresponde ao questionário socioeconômico, onde foram obtidos os seguintes dados:

SEXO

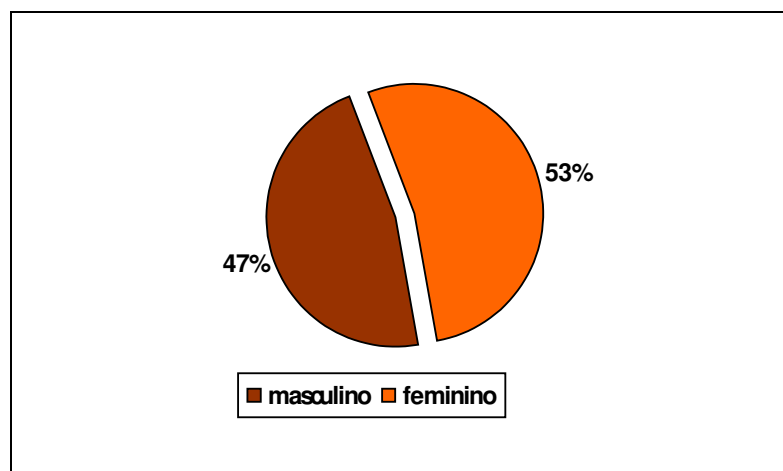


Gráfico 1 - Sexo

Fonte: Pesquisa direta, out 2011.

A primeira questão foi para identificar o gênero do aluno pesquisado, sendo que os do sexo feminino foi maioria com um percentual de 53% das respostas, enquanto que 47% foram do sexo masculino. É perceptível que as mulheres estão cada vez mais buscando a formação profissional.

FAIXA ETÁRIA

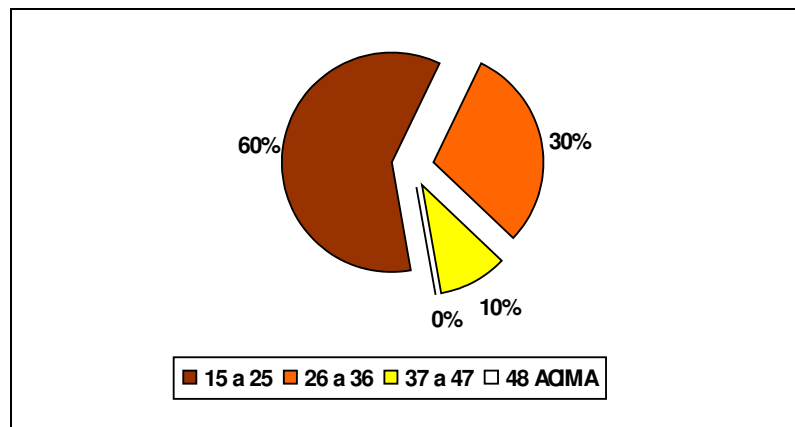


Gráfico 2 – Faixa Etária
Fonte: Pesquisa direta, out 2011.

Na sequência da pesquisa foi identificada a faixa etária dos pesquisados, onde obteve-se um percentual de 60% para alunos entre 15 e 25 anos, 30% disseram ter entre 26 e 36 anos, ou seja, a maioria dos alunos do curso de Direito da instituição são jovens, e para os pesquisados entre 37 e 47 anos o percentual foi de 10%, não havendo então entre os pesquisados outra faixa etária. Assim por ter um considerável percentual de alunos jovens a instituição deve atentar-se para ofertar serviços que estejam de acordo com a preferência desses percebe-se então que as pessoas jovens estão preocupadas com as exigências do mercado de trabalho.

RENDA MENSAL FAMILIA

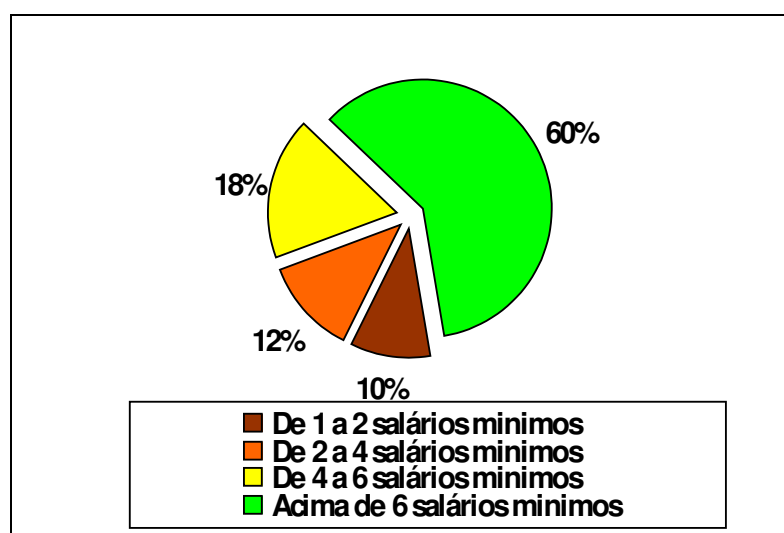


Gráfico 3 – Renda Mensal Familiar
Fonte: Pesquisa direta, out 2011

Na seqüência foi questionado sobre a renda mensal familiar dos pesquisados, o resultado obtido foi que 10% possuem uma renda mensal entre 1 e 2 salários mínimos, os que possuem uma renda mensal entre 2 e 4 salários mínimos representam 12% dos pesquisados, 18% responderam ter uma renda mensal entre 4 e 6 salários mínimos e com uma renda mensal de mais de 6 salários mínimos o resultado foi de 60% dos pesquisados. Percebe-se que o acesso ao ensino superior ainda está restrito para as pessoas que não tem uma renda mensal suficiente, principalmente o curso de Direito que tem o custo alto, pois tanto a mensalidade como livros e outros recursos exigidos pelo curso são caros, apesar disso, os alunos de baixa renda contam com o apoio dos programas sociais que dão oportunidade para cursarem o ensino superior.

TEMPO QUE ESTUDA NA INSTITUIÇÃO

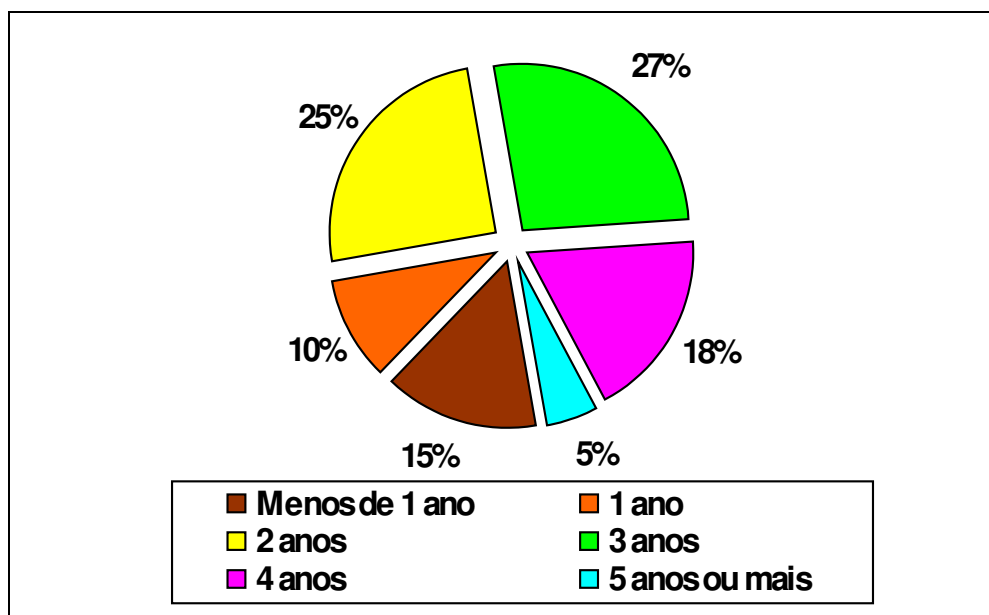


Gráfico 4 - Tempo que estuda na Instituição
 Fonte: Pesquisa direta, out 2011

A questão foi para identificar o tempo que o cliente estuda na instituição, o resultado foi que 15% dos entrevistados estudam há menos de 1 ano, os que estudam há 1 ano corresponde a 10% dos pesquisados, para os que estudam há 2 anos o percentual de respostas foi de 25%, os que responderam estudarem há 3 anos foram 27%, os clientes que estudam há 4 anos representam 18% dos pesquisados e com 5 anos ou mais o resultado dos pesquisados foi de 5%. Isso mostra que a pesquisa teve pessoas que poderiam realmente analisar a qualidade por estar algum tempo na instituição.

QUAL A SUA PERCEPÇÃO EM RELAÇÃO À ATUALIZAÇÃO DOS CONTEÚDOS MINISTRADOS EM SALA DE AULA PELOS DOCENTES?

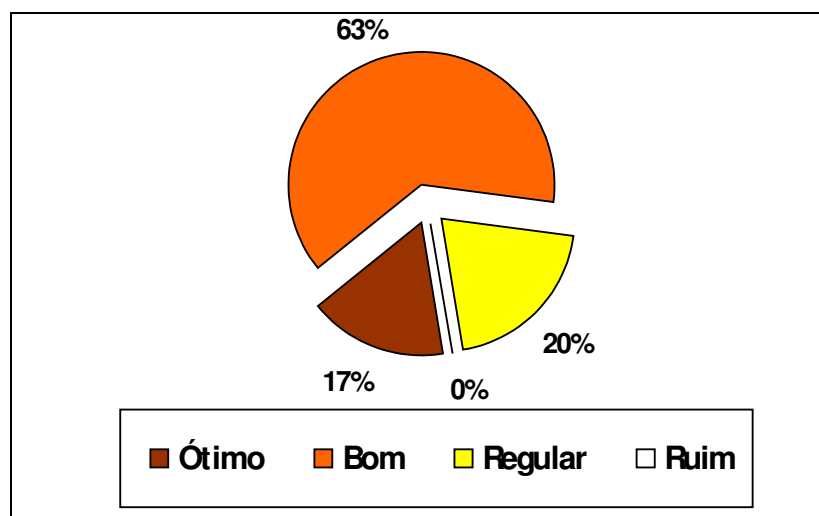


Gráfico 5 – Atualização dos conteúdos pelos docentes
 Fonte: Pesquisa direta, out 2011

Na segunda parte da pesquisa buscou-se identificar a percepção dos discentes do curso de Direito das Faculdades Integradas de Patos sobre a qualidade dos serviços ofertados. Inicialmente foi perguntado em relação à atualização dos conteúdos ministrados em sala de aula pelos docentes, o resultado foi que 17% dos pesquisados classificaram como ótimo, os que avaliam como bom foram 63% e 20% avaliaram como regular, não obtendo respostas para ruim, mostrando que a

instituição apresenta qualidade para a maioria dos pesquisados, no entanto é preciso que os docentes procurem investir em pesquisas, em qualificação profissional, utilizando materiais como livros e artigos atualizados, de forma que aprimorando nesses aspectos possam atingir a satisfação dos clientes.

OS DOCENTES CUMPREM EFETIVAMENTE A CARGA HORÁRIA DEFINIDA PARA O COMPONENTE CURRICULAR?

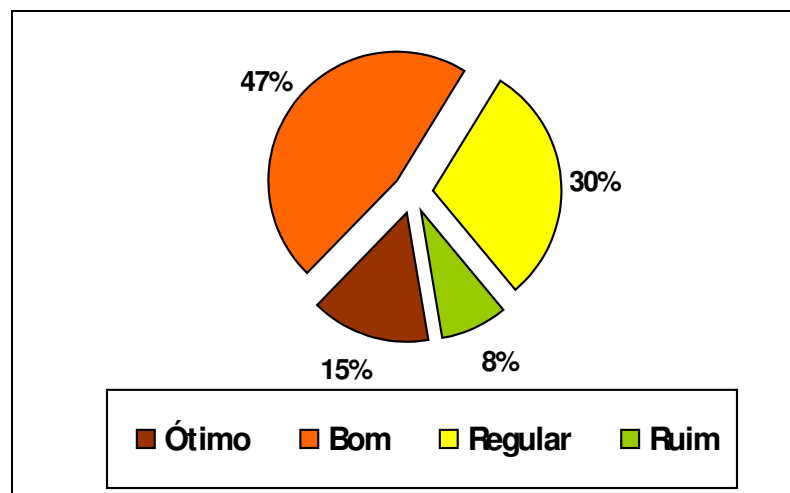


Gráfico 6- Cumprimento da carga horária dos componentes curriculares
Fonte: Pesquisa direta, out 2011

A questão indagou aos pesquisados sobre o cumprimento efetivo da carga horária definida para o componente curricular pelos docentes, os dados obtidos mostram que 15% dos respondentes avaliam como ótimo, os que avaliaram como bom foi 47%, como regular foram 30% e apenas 8% avaliaram como ruim. Deste modo, a instituição deve buscar reverter esse resultado, pois os conteúdos das disciplinas já são restritos, e se estes ainda não cumprem a carga horária o aluno fica com prejuízos, é preciso que haja a orientação dos docentes acerca do cumprimento da carga horária para que os conteúdos possam ser repassados de forma satisfatória para manter-se competitiva no mercado.

COMO VOCÊ AVALIA A QUALIFICAÇÃO DOS DOCENTES DO CURSO DE DIREITO DA FIP?

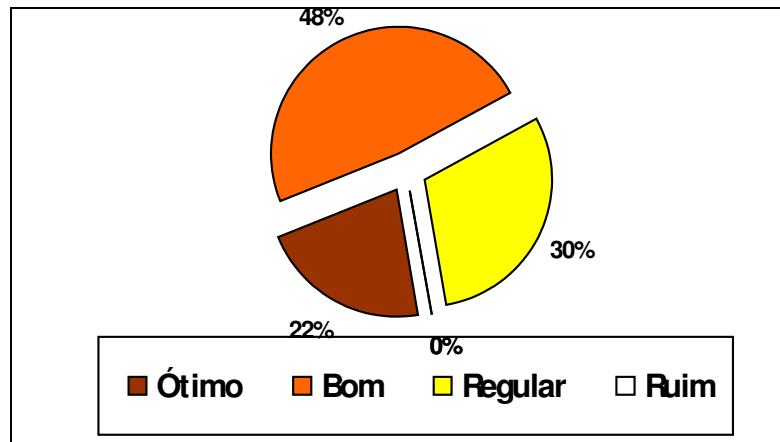


Gráfico 7 – Qualificação dos docentes do curso de direito da FIP.
Fonte: Pesquisa direta, out 2011

Foi questionado como o aluno avalia a qualificação dos docentes do curso pesquisado, o resultado foi que 22% avaliam como ótimo, 48% avaliam como bom e 30% dos entrevistados avaliam como regular. Notou-se que alguns discentes estão satisfeitos quanto à qualificação dos docentes do curso de Direito da FIP, porém mostram-se exigentes em buscarem profissionais qualificados para atender suas expectativas, por serem estudantes que visam alcançar resultados positivos em suas atividades futuras. De acordo com Pimenta e Anastasiou (2002), o grau de qualificação é imprescindível em qualquer profissão, de forma especial no ensino superior que tem a responsabilidade de formar profissionais capacitados para atuarem na sociedade.

OS DOCENTES DO CURSO DE DIREITO TÊM RELACIONADO TEORIA X PRÁTICA EM SALA DE AULA?

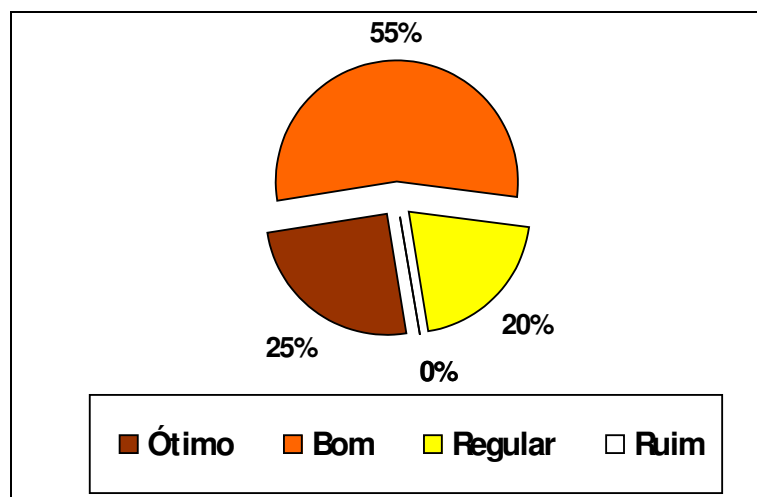


Gráfico 8 - Relação teoria x prática em sala de aula
 Fonte: Pesquisa direta, out 2011

A questão procurou indagar dos discentes do curso de Direito da FIP, como os docentes têm relacionado teoria e prática em sala de aula, a percepção dos entrevistados como ótimo foi de 25%, os que avaliaram como bom foram 55% e, 20% dos respondentes avaliaram como regular.

O resultado mostra que boa parte dos discentes estão satisfeitos, mas que é possível melhorar esse percentual para obter cada vez mais a satisfação. De acordo com Marta Darsie (1999, p. 9) “toda prática educativa traz em si uma teoria do conhecimento especialmente quando está relacionada à prática educativa escolar”. Assim é fundamental mostrá-los a importância da utilização da teoria e prática no cotidiano profissional, pois sabe-se que é preciso trazer a prática para a sala de aula, para que os alunos gostem e saibam o que fazer posteriormente quando estes estiverem no mercado.

Na sequência questionou-se sobre a qualidade do atendimento oferecido aos discentes em relação à coordenação, docentes e outros serviços, que inclui segurança, recepção e auxiliares. De forma que foram obtidas as seguintes respostas:

Tabela 1 - Qualidade do atendimento oferecido aos discentes do curso de Direito da FIP em relação:

	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM
COORDENAÇÃO	0%	52%	25%	23%
DOCENTES	15%	55%	30%	0%
OUTROS SERVIÇOS (segurança, recepção e auxiliares)	0%	46%	44%	10%

Fonte: Pesquisa direta, out 2011

A qualidade do atendimento em relação à coordenação foi avaliada por 52% dos respondentes como bom, 25% acham regular e 23% consideram ruim, é pertinente a análise, pois a coordenação é o local onde os alunos solicitam documentos e obtêm informações sobre o curso, necessitando que sejam prestativos com o cliente.

Em relação ao atendimento prestado pelos docentes do curso de Direito o resultado obtido foi que 15% avaliaram como ótimo, 55% como bom e 30% dos entrevistados avaliaram como regular. Nesse caso é preciso que os professores prestem bons serviços, pois os clientes diretos são os alunos.

Quanto aos outros serviços que envolvem segurança, recepção e auxiliares, as pessoas que analisaram como bom foram 46%, os que avaliaram como regular foram 44% e 10% dos pesquisados avaliaram como ruim. Assim é importante que a instituição promova melhorias em segurança, tendo pessoas treinadas para receber e direcionar os clientes sendo mais prestativos, de modo que os serviços gerais atendam os mesmos, pois esses são aspectos importantes para a prestação de serviço com qualidade.

De acordo com Kotler (1998), a satisfação é o resultado do sentimento de ter sido bem atendido pelo serviço que vá além de suas expectativas. Deste modo, é importante que a instituição melhore a qualidade do atendimento, em relação aos serviços pesquisados, investindo em treinamento dos mesmos, para que os colaboradores saibam lidar com os discentes e atendam as expectativas dos mesmos para obter a satisfação.

Na última questão aplicada aos alunos do curso de Direito das Faculdades Integradas de Patos, identificou-se qual a percepção sobre a qualidade das instalações físicas da instituição em relação à biblioteca, sala de aula, laboratório de informática, estacionamento, iluminação e localização. De forma que os resultados obtidos foram os seguintes:

Tabela 2 - Qual a sua percepção em relação à qualidade das instalações físicas da FIP?

	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM
BIBLIOTECA	32%	40%	28%	0%
SALA DE AULA	18%	55%	27%	0%
LABORATORIO DE INFORMATICA	0%	27%	50%	23%
ESTACIONAMENTO	0%	40%	35%	25%
ILUMINAÇÃO	25%	50%	25%	0%
LOCALIZAÇÃO	30%	47%	23%	0%

Fonte: Pesquisa direta, out 2011

Com base na tabela acima, em relação à percepção dos discentes verifica-se que 32% consideram a biblioteca como ótimo, 44% como bom e 28% como regular, assim alguns alunos do curso de Direito das FIP mostram-se satisfeitos com a biblioteca, porém devido ao elevado percentual de regular faz-se necessária a ampliação do acervo de livros, para que este índice venha a mudar.

Quanto à sala de aula, 18% dos entrevistados avaliaram como ótimo, como bom foram 55% e 27% avaliaram com regular. Dessa forma a FIP disponibiliza um ambiente para a realização das aulas que atende as exigências de boa parte dos pesquisados.

O laboratório de informática foi avaliado por 27% como bom, 50% como regular e 23% como ruim. Um resultado que a instituição deve buscar reverter para obter a satisfação dos clientes, pois é importante o fortalecimento dos recursos de informatização, haja vista que, só existe um laboratório de informática que é para toda a instituição, comparado ao número de alunos os computadores são insuficientes.

A percepção dos discentes obtida em relação ao estacionamento foi de 40% classificando como bom, 35% como regular e 25% como ruim. Nesse aspecto a instituição deve buscar melhorar na qualidade desse serviço, através da ampliação desse espaço, levando em consideração o funcionamento de vários cursos, é perceptível que o estacionamento está insuficiente comparado ao número de cursos, discentes e colaboradores.

A iluminação foi percebida da seguinte forma pelos discentes: 25% consideram ótimo, 47% consideram bom e 25% acham regular. O resultado obtido mostra que não houve avaliação ruim, porém, com uma pequena margem de opiniões regular é pertinente que haja modificações, no sentido de oferecer uma iluminação adequada para o ambiente, de forma que possibilite aos alunos a realização de suas atividades acadêmicas dentro da normalidade.

Quanto à localização, 30% dos entrevistados consideram ótimo, 47% bom e 23% dos pesquisados avaliaram como regular. Observa-se que a localização é percebida com satisfação pelos discentes do curso de Direito da instituição pesquisada, pois está localizada num ponto estratégico de Patos, perto do centro da cidade numa avenida principal, em que passam todas as linhas de ônibus que circulam na cidade.

Os resultados obtidos através dos alunos do curso de Direito mostram que as Faculdades Integradas de Patos procura atingir a satisfação de seu público-alvo, assim Kotler e Keller (2006, p.144) mostram que a organização deve atentar-se para esse aspecto, pois “um cliente altamente satisfeito permanece fiel por mais tempo”, de forma que a qualidade nos serviços é fundamental para manter e ganhar mais clientes, sendo então necessário fazer algumas considerações, para que os gestores possam atender todas as exigências dos clientes e obter a satisfação por parte dos mesmos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se que devido à acirrada concorrência existente no mercado atual as organizações estão buscando aperfeiçoar e ampliar os serviços oferecidos para que possam atuar com qualidade, pois o cliente tem buscado cada vez mais serviços que atendam as suas expectativas.

Através da pesquisa, constatou-se que a instituição tem conseguido gerar a satisfação de boa parte de seus discentes, haja vista que a maioria dos pesquisados avaliaram como ótimo ou bom os serviços prestados pela FIP. De modo que apenas alguns mostraram - se insatisfeitos com os serviços prestados pela instituição.

Dessa forma fica a sugestão para que as FIP promovam melhorias nos setores que não obtiveram um bom índice de satisfação, aprimorando os serviços oferecidos, como o atendimento ao cliente, ampliação do estacionamento e do laboratório de informática, atualização dos conteúdos e cumprimento da carga horária das disciplinas, para que mantendo-se atualizada e atuando com qualidade possa atender as expectativas dos discentes e tornar-se mais competitiva no mercado.

Portanto, a qualidade em serviços não pode ser entendida somente em relação ao bom atendimento, ambiente físico e docentes qualificados, essas são apenas algumas formas do cliente perceber a qualidade, é importante que a Instituição de Ensino Superior Privado, procure conhecer as expectativas dos discentes para então definir o que é qualidade e quais estratégias deverão ser utilizadas para se destacar no mercado atuante.

REFERÊNCIAS

- BRETZKE, M. **Marketing de relacionamento e competição em tempo real**. São Paulo: Atlas, 2000.
- CAMPOS, V. F. **Gerenciamento da rotina do dia-a-dia**. Belo Horizonte: INDG Tecnologia e Serviços Ltda., 2004.
- CHIZZOTTI, Antonio. **A coleta de dados quantitativos**. In: Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais. 7 ed. São Paulo: Ed: Cortez, 2005. p. 51-74
- CROSBY, Philip B. **Qualidade é Investimento**. 5 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1991.
- DARSIE, M. M. P. 1999. **Perspectivas Epistemológicas e suas Implicações no Processo de Ensino e de Aprendizagem**. Cuiabá, Uniciências, v3: 9-21.
- DEMO, P. **Ironias da Educação: mudanças e contos sobre mudança**. Rio de Janeiro: DP; A, 2002.
- FACULDADES INTEGRADAS DE PATOS. Disponível em <www.fiponline.com.br>. Acesso em 05 de outubro de 2011.
- GARVIN, David A. **Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva**. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2002.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GRÖNROOS, C. **Marketing: Gerenciamento e serviços: a competição por serviços na hora da verdade**. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- HEIZER, Jay e RENDER, Barry. **Administração de operações: bens e serviços**. Rio de Janeiro, LCT, 1999.
- JURAN, J.M. **Controle da Qualidade –Conceitos, Políticas e Filosofias da Qualidade-** vol.1- São Paulo. McGraw Hill Ltda., 1992.
- JURAN, Joseph M.. **Juran na liderança pela qualidade**. São Paulo: Pioneira, 1993.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- _____, Philip. **Administração de marketing**. 5° ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- _____, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Atlas, 2001.

MORAES, M.C. **O paradigma educacional emergente**. Campinas, SP: Papyrus, 2000.

PALADINI, Edson. Pacheco. **Avaliação estratégica da qualidade**. São Paulo: Atlas 2002.

PALADINI, Edson. Pacheco. **Gestão da qualidade: teoria e prática**. 2. ed. 4. reimpr. São Paulo: Atlas 2007.

_____, Edson. Pacheco. **Gestão da qualidade no processo: a qualidade na produção de bens e serviços**. São Paulo: Atlas 1995.

PIMENTA, Selma G.; ANASTASIOU, Léa das G. C. **Docência do ensino superior: volume I**. São Paulo: Cortez, 2002. (Coleção Docência em Formação).

PIRES, J. A. **Gerenciamento da Qualidade Total**. Porto Alegre: Culmimaxi, RAMOS, C. **Pedagogia da Qualidade Total**, Rio de Janeiro: Quality Mark, 19

TAKASHINA, N.T.; FLORES, M.C.X. **Indicadores de qualidade e do deser Como estabelecer metas e medir resultados**. Rio de Janeiro, Qualitymark, **APÊNDICE I**

Questionário

Este questionário tem como propósito coletar dados para um trabalho de conclusão de curso que tem como objetivo analisar a percepção dos discentes do curso de Direito sobre a qualidade dos serviços oferecidos pelas Faculdades Integradas de Patos – PB. Suas respostas terão grande importância para a realização desse estudo.

PERFIL DO RESPONDENTE

1. Sexo:

Masculino

Feminino

2. Faixa etária:

15 a 25 26 a 36 37 a 47 48 acima

3. Qual a renda mensal da sua família?

Até 2 salários-mínimos.

De 2 a 4 salários-mínimos.

De 4 a 6 salários-mínimos.

Mais de 6 salários-mínimos.

4. Há quanto tempo estuda na instituição?

- () Menos de 1 ano () 1 anos () 2 anos
 () 3 anos () 4 anos () 5 anos ou mais

QUALIDADE EM SERVIÇOS EDUCACIONAIS NO CURSO DE DIREITO

5. Qual a sua percepção em relação à atualização dos conteúdos ministrados em sala de aula pelos docentes?

- () Ótimo
 () Bom
 () Regular
 () Ruim

6. Os docentes cumprem efetivamente a carga horária definida para o componente curricular.

- () Ótimo
 () Bom
 () Regular
 () Ruim

7. Como você avalia a qualificação dos docentes do curso de Direito da FIP?

- () Ótimo
 () Bom
 () Regular
 () Ruim

8. Os docentes do curso de Direito têm relacionado teoria x prática em sala de aula.

- () Ótimo
 () Bom
 () Regular
 () Ruim

9. Qualidade do atendimento oferecido aos discentes do curso de Direito da FIP em relação:

	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM
COORDENAÇÃO				

DOCENTES				
OUTROS SERVIÇOS (segurança, recepção e auxiliares)				

10 Qual a sua percepção em relação à qualidade das instalações físicas das FIP?

	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM
BIBLIOTECA				
SALA DE AULA				
LABORATORIO DE INFORMATICA				
ILUMINAÇÃO				
LOCALIZAÇÃO				

APÊNDICE II – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA-UEPB CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Pelo presente Termo de Consentimento Livre e esclarecido, eu me disponho a participar da pesquisa “Qualidade nos serviços educacionais: uma percepção dos discentes do curso de Direito das Faculdades Integradas de Patos – FIP, no município de Patos-PB” sob a responsabilidade do pesquisador Sandy de Oliveira Junior. O meu consentimento em participar da pesquisa se deu após ter sido informado que:

- Os dados serão coletados através da aplicação de questionário, concedida pelos discentes do curso de Direito das Faculdades Integradas de Patos – FIP, no município de Patos-PB.
- A minha participação é voluntária, tendo a liberdade de desistir a qualquer momento sem risco de qualquer penalização.
- Será garantido o meu anonimato (meu nome não será revelado na pesquisa) e guardado sigilo (segredo) de dados confidenciais.
- Caso sinta necessidade de contatar a pesquisador durante e/ou após a coleta de dados, poderá fazê-lo pelo telefone (83) 9920-9469.
- Ao final da pesquisa, se assim desejar, terei acesso aos resultados da pesquisa, podendo discutir os dados com o pesquisador.
- Após a leitura acerca desta pesquisa, assinarei duas vias deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, sendo que uma via ficará com a pesquisadora e a outra será minha.

Patos, _____ de _____ de 2011.

Assinatura do Participante ou Impressão Dactiloscópica

Assinatura do Pesquisador

