



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA - DAEC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC**

WANESSA CORDEIRO DE SOUSA

**QUALIDADE EM SERVIÇOS: UM ESTUDO JUNTO AOS DISCENTES DOS
CURSOS DO CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS (CCSA) DA UEPB -
CAMPUS I**

CAMPINA GRANDE - PB

2017

WANESSA CORDEIRO DE SOUSA

**QUALIDADE EM SERVIÇOS: UM ESTUDO JUNTO AOS DISCENTES DOS
CURSOS DO CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS (CCSA) DA UEPB -
CAMPUS I**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC),
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual
da Paraíba, em cumprimento às
exigências para obtenção do grau de
Bacharel em Administração.
Área de Concentração: Qualidade

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Viviane B. M.
Nogueira

CAMPINA GRANDE - PB

2017

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do Trabalho de Conclusão de Curso.

S725q Sousa, Wanessa Cordeiro de.
Qualidade em serviços [manuscrito] : um estudo junto as discentes dos cursos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da UEPB - Campus I / Wanessa Cordeiro de Sousa. - 2017
28 p.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2017.
"Orientação : Profa. Dra. Viviane Barreto Motta Nogueira, Coordenação do Curso de Administração - CCSA."
1. Qualidade em Serviços. 2. Educação Superior. 3. Discentes. 4. Percepção.

21. ed. CDD 658.562

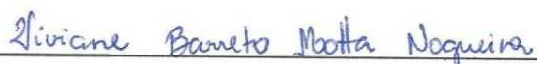
WANESSA CORDEIRO DE SOUSA

**QUALIDADE EM SERVIÇOS: UM ESTUDO JUNTO AOS DISCENTES DOS
CURSOS DO CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS (CCSA) DA UEPB -
CAMPUS I**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC),
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, em cumprimento às exigências para
obtenção do grau de Bacharel em
Administração.

Aprovado em: 23/11/17

BANCA EXAMINADORA



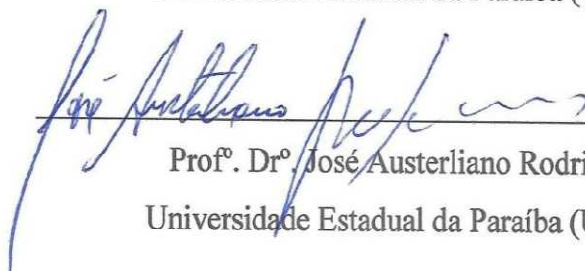
Prof.^a. Dr.^a. Viviane B. M. Nogueira (Orientadora)

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof.^a. Dr.^a. Waleska Silveira Lira

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof.^o. Dr.^o. José Austerliano Rodrigues

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

AGRADECIMENTOS

A Deus, minha rocha e fortaleza, em quem deposito toda minha confiança, obrigada por nunca ter me desamparado e graças te dou por ter me feito a pessoa que sou hoje.

À professora e orientadora Viviane Nogueira, por ter me proporcionado amplos conhecimentos na minha vida acadêmica, bem como pela paciência e empenho em me ajudar na conclusão do meu curso.

À professora Waleska Silveira, pela dedicação, presteza e sugestões para a construção desta pesquisa.

À minha mãe, Reuza, por ser o meu espelho e minha fortaleza em todas as horas.

Aos meus familiares, em especial meu esposo, Paulo, e minhas filhas, Ana Luiza e Ana Laura, que um dia vocês possam compreender a minha ausência em momentos tão importantes, mas assim foi necessário.

A todos os professores do Curso de Administração da UEPB - Campus I, principalmente aos que aceitaram fazer parte da banca examinadora, José Austerliano e Waleska Silveira, que muito contribuíram para minha formação acadêmica.

À Sonally, secretária do curso, pela presteza no atendimento sempre que necessário.

Aos amigos Adeilson e Marieli, pelo companheirismo e por terem me suportado durante todo o curso, se Deus quiser a nossa amizade será para toda a vida.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 REFERENCIAL TEÓRICO	8
2.1 Qualidade em Serviços	8
2.1.1 Dimensões da Qualidade em Serviços	10
2.1.2 Modelos para avaliação da qualidade em serviço	11
2.2 Qualidade em Serviços na Educação de Nível Superior	13
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS DA INVESTIGAÇÃO	14
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	17
4.1 Perfil dos Respondentes	17
4.2 Análise por Dimensão	19
4.2.1 Dimensão Tangibilidade	19
4.2.2 Dimensão Confiabilidade	20
4.2.3 Dimensão Responsividade	21
4.2.4 Dimensão Segurança	22
4.2.5 Dimensão Empatia	23
4.3 Qualidade Geral dos Serviços Percebida pelos Discentes	24
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	25
REFERÊNCIAS	26

QUALIDADE EM SERVIÇOS: UM ESTUDO JUNTO AOS DISCENTES DOS CURSOS DO CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS (CCSA) DA UEPB - CAMPUS I

SOUSA, Wanessa Cordeiro¹

NOGUEIRA, Viviane Barreto Motta²

RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi analisar a percepção da qualidade do serviço educacional prestado na UEPB - Campus I, sobre a ótica dos discentes dos cursos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA). A metodologia utilizada foi do tipo descritiva e exploratória, com abordagem quantitativa e guiada na forma de estudo de caso. Os resultados revelaram que nas dimensões Tangibilidade, Confiabilidade, Responsividade e Segurança, prevaleceu os maiores percentuais relacionados a percepção de qualidade boa para a maioria dos discentes avaliados. Tal aspecto, com exceção apenas para a dimensão empatia, na qual predomina para a maioria dos discentes a percepção de qualidade mediana. De acordo com os índices avaliados notou-se que os discentes do curso de Administração foram os mais criteriosos, no que tange o objetivo desta pesquisa, seguidos dos de Ciências Contábeis e Comunicação Social, sendo os discentes de Serviço Social quem apresentou os maiores percentuais em todas as dimensões analisadas. Contudo, concluiu-se que existe um equilíbrio entre as percepções dos discentes, visto que os resultados tendem majoritariamente para percepção de qualidade boa, na qual as maiores similaridades se deram entre as percepções dos discentes de Administração e Ciências Contábeis e, paralelamente, entre os de Comunicação Social e Serviço Social, resultante das paridades percentuais alcançadas.

Palavras-chaves: Qualidade em serviços. Educação Superior. Discentes. Percepção.

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the perception of the quality of the educational service provided at UEPB - Campus I, on the students' perspective of the courses of the Center for Applied Social Sciences (CCSA). The methodology used was descriptive and exploratory, with a quantitative approach and guided in the form of a case study. The results revealed that in the dimensions Tangibility, Reliability, Responsiveness and Safety, the highest percentages related to the perception of good quality prevailed for the majority of students evaluated. This aspect, except for the empathy dimension, in which the perception of medium quality predominates for most students. According to the evaluated indices, it was noticed that the students of the Administration course were the most judicious, regarding the objective of this research, followed by those of Accounting and Social Communication, being the Social Work students who presented the highest percentages in analyzed. However, it was concluded that there is a balance between the perceptions of the students, since the results tended mainly to perceive good quality, in which the greatest similarities occurred between the students' perceptions of Accounting and Accounting Sciences and, in parallel, between the Social Communication and Social Work, resulting from the percentages achieved.

Keywords: Quality in services. Higher education. Students. Perception.

¹ Graduanda em Administração pela UEPB. Email: <wanessalela@gmail.com>

² Professora orientadora. Doutora em Recursos Naturais pela UFCG. Email: <vivibmn@gmail.com>

1 INTRODUÇÃO

A educação foi consagrada pela Constituição Federal de 1988 à condição de direito social fundamental, resultando em direito de todos e dever do Estado e da família, restando, ainda, sua promoção livre à iniciativa privada. Segundo o que dispõe o artigo 205 da Carta Magna, a educação tem por finalidade o desenvolvimento do educando, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.

Dada a relevância da educação para o indivíduo, faz-se necessário que os serviços educacionais sejam prestados com o máximo de qualidade, em todos os seus níveis, quer seja nas instituições públicas ou privadas. Nessa perspectiva, dentro do contexto universitário, destaca-se a Lei nº 10.861 de abril de 2004, em caráter infraconstitucional, na qual é instituído o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), cujo foco precípua versa sobre a mensuração do nível de qualidade da educação superior nacional, contemplando a avaliação da instituição, dos cursos e do desempenho dos estudantes.

Destarte, a educação de nível superior tem sua qualidade avaliada através de indicadores de qualidade, conceituados em uma escala de cinco níveis, em que os conceitos expressos em nível inferior a três, revelam um desempenho aquém do padrão de qualidade, já os expressos em nível igual ou superior a três apontam qualidade satisfatória.

O Brasil perpassou por grande proliferação no segmento universitário, somente no estado da Paraíba, segundo dados do Mapa do Ensino Superior/2016, o número de cursos ofertados nas instituições públicas e privadas, saiu de 130 no ano de 2000 para 512 em 2014, sendo estes distribuídos em 37 Instituições de Ensino Superior (IES), concentradas em todo o Estado.

A Universidade Estadual da Paraíba integra o Sistema Estadual de Ensino Superior e contempla atualmente oito Campi, sendo o Campus I, localizado na cidade de Campina Grande, interior do Estado. O Centro de Ciências Sociais Aplicadas, do referido Campus oferta atualmente quatro cursos, Administração, Ciências Contábeis, Comunicação Social e Serviço Social. De acordo com a última avaliação aferida pelos indicadores de qualidade ENADE (Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes) e CPC (Conceito Preliminar de Curso), realizada em 2015 e 2016, os conceitos atribuídos para os referidos cursos, revelaram a qualidade destes como satisfatória.

Todavia, é oportuno salientar que a mensuração da qualidade, quer seja de um serviço ou de um bem, sobre a percepção do seu consumidor é imprescindível, pois um serviço será intitulado de qualidade se os seus consumidores assim o avaliarem, conforme preceitua Las

Casas (2011, p. 288). Nesta perspectiva, é pertinente ir além e estimar a qualidade dos serviços ofertados nas IES sobre a percepção dos discentes, haja vista ser os principais envolvidos no processo de consumo do serviço.

Constata-se a existência de diversos estudos pretéritos sobre a temática desta pesquisa, como os de Duarte e Costa (2017), Soares e Cunha (2017), Souza (2017), Mondo e Fiates (2017) e Aires *et al* (2014), todos vislumbrando a qualidade dos serviços em diferentes segmentos. Contudo, para o alvo específico desta pesquisa, CCSA da UEPB - Campus I, não foram encontrados estudos prévios.

Dessa forma, a pesquisa parte da premissa que existem diferentes percepções sobre a qualidade dos serviços prestados por uma mesma instituição, variando de acordo com o juízo dos indivíduos que estão atrelados diretamente ao processo de consumo. Assim, o presente estudo tem seu embasamento teórico arrimado em autores como Las Casas (2008 e 2011), Kotler (2000), Lovelock e Wright (2002), Zeithaml *et al* (2014), dentre outros que preceituam a temática deste estudo.

Diante do exposto, confronta-se com o seguinte problema: qual a percepção da qualidade do serviço educacional prestado na UEPB - Campus I, sobre a ótica dos discentes dos cursos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA)? Neste sentido, com a finalidade de possibilitar a resolução do problema, constituiu-se como objetivo desta pesquisa: analisar a percepção da qualidade do serviço educacional prestado na UEPB - Campus I, sobre a ótica do corpo discente dos cursos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Qualidade em Serviços

Analisando os conceitos sobre qualidade disponíveis na literatura, depara-se com um arsenal amplamente complexo, no qual sua definição está condicionada ao contexto em que se é aplicada. Dentro do contexto mercadológico, Kotler e Keller (2006, p. 145) afirmam que a qualidade pode ser observada por duas óticas distintas, a saber: a do produtor e a do cliente. Assim, sobre a ótica do produtor a qualidade atrela-se a produção de um produto ou serviço que vá ao encontro das necessidades do consumidor. Já sobre a ótica do cliente está alinhada a percepção concebida por ele, oriunda da avaliação das características e atributos do produto ou serviço.

Nesta perspectiva, a qualidade dos serviços está intimamente relacionada à satisfação dos indivíduos envolvidos no processo de concepção, prestação e consumo do serviço. Logo, a percepção obtida é o que define o nível da qualidade. Neste cenário, Las Casas (2011, p. 288) explica que para um serviço ser intitulado de qualidade os seus consumidores precisam o avaliar como tal. Para tanto, Lovelock e Wright (2002, p. 288) ressalta ser necessário que os serviços atendam ou excedam as expectativas dos seus consumidores.

Entende-se por serviço segundo Lovelock e Wright (2002, p. 5):

Serviço é um ato ou desempenho oferecido por uma parte a outra. Embora o processo possa estar ligado a um produto físico, o desempenho é essencialmente intangível e normalmente não resulta em propriedades de nenhum dos fatores de produção. Serviços são atividades econômicas que criam valor e fornecem benefícios para clientes em tempos e lugares específicos, como decorrência da realização de uma mudança desejada no - ou em nome do - destinatário do serviço.

Dessa forma, evidencia-se a imaterialidade do objeto de comercialização e em decorrência disto, o setor de serviços, vive em um estado contínuo de mudança que decorre da exigência incessante dos seus consumidores. Assim, atenta-se prioritariamente pela qualidade do que se é ofertado, primando-se pela satisfação do consumidor conjuntamente com a sobrevivência do setor.

Neste sentido, o elo existente entre qualidade e serviços, impacta diretamente no desenvolvimento econômico e social do país, bem como fomenta o sucesso e manutenção das organizações. Zeithaml *et al* (2014, p.20) ressalta que os “ serviços são uma parte tão importante do que um país produz, consome e exporta; então, seria surpreendente se não houvesse preocupação com sua qualidade”.

Las Casas (2011, p. 297) corrobora a importância da junção dos dois elementos, qualidade e serviço, afirmando que não existe nada mais relevante, no setor de serviços, do que diferenciar-se pela qualidade, reiterando que tal atributo é primordial para orientação da oferta e do consumo.

Frente a isto, evidencia-se a assídua necessidade de se empreender esforços para propiciar qualidade para o consumidor de serviços, haja vista sua promoção ser um grande diferencial competitivo para as organizações, bem como ser extremamente relevante para satisfazer as necessidades do consumidor.

Para tanto, vários autores, através de seus estudos, têm colaborado identificando as dimensões que os consumidores utilizam para avaliar a qualidade no setor de serviços.

2.1.1 Dimensões da Qualidade em Serviços

Segundo Miguel e Salomi (2004, p. 17), as dimensões da qualidade são consideradas como pontos críticos de um serviço que pode provocar discrepância entre os fatores expectativa e desempenho, devendo ser minimizada ao máximo a fim de atingir um padrão adequado de qualidade. Os autores citam as dimensões consideradas por Grönroos (1984), um dos pioneiros neste assunto, como sendo de cunho técnico e funcional, assim, segundo eles:

A dimensão que é resultado daquilo que é recebido durante a aquisição de um serviço é denominada de “qualidade técnica”. A “qualidade funcional” é relativa ao nível de desempenho observado de forma subjetiva, sendo fortemente influenciada pela maneira como o serviço é prestado e intensamente dependente do contato com o prestador de serviço (MIGUEL E SALOMI, p. 14).

Dito isto, percebe-se que os construtos indicados estão intimamente relacionados à percepção do consumidor de serviço, sendo a dimensão técnica relacionada aos resultados almejados pelo cliente e a funcional à maneira como os serviços são distribuídos, ou seja, aos processos.

Para Zeithaml *et al* (2014), as dimensões são conceituadas como sendo os critérios gerais que os consumidores utilizam para julgar a qualidade, assim os autores através de um estudo exploratório realizado, em 1985, junto a grupos de clientes de diversos segmentos do setor, elencaram dez dimensões da qualidade dos serviços, a saber:

Elementos tangíveis: aparência de instalações físicas, equipamento, pessoal e materiais de comunicação;

Confiabilidade: capacidade de realizar o serviço prometido de forma confiável e correta;

Responsividade: disposição para ajudar os clientes e prestar o serviço sem demora;

Competência: posse de habilidades e conhecimentos necessários para a realização do serviço;

Cortesia: educação, respeito, consideração e cordialidade do pessoal de contato;

Credibilidade: idoneidade, fidedignidade e honestidade do prestador de serviço;

Garantia: ausência de perigos, riscos ou dúvidas;

Acessibilidade: disponibilidade e facilidade de contato;

Comunicação: manter os clientes informados, em uma linguagem que eles possam entender, e ouvir o que eles têm a dizer;

Entendimento do cliente: esforço para conhecer os clientes e suas necessidades (ZEITHAML *et al* 2014, p. 48-50).

Ainda segundo os autores existem correlações entre algumas dimensões, resultante das similaridades que as envolve. À vista disto, em estudo posterior com uma abordagem quantitativa foi realizado as possíveis sobreposições entre as dez dimensões, resultando em uma compactação de dez para cinco dimensões gerais (tangíveis, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia).

Dessa maneira, as dimensões elementos tangíveis, confiabilidade e responsividade permaneceram intactas. Já as dimensões competência, cortesia, credibilidade e garantia se sobrepueram resultando em uma dimensão geral denominada segurança. E por fim, acessibilidade, comunicação e entendimento do cliente, resultaram na dimensão empatia, sendo o SERVQUAL o modelo proposto, pelos autores, para avaliação da qualidade.

Ressalta-se, por oportuno, que as dimensões dos autores supracitados, não é um consenso na literatura. Todavia, para diversos estudiosos o apanhado serve como fonte basilar para o desenvolvimento de outras dimensões e modelos de avaliação da qualidade em serviços.

2.1.2 Modelos para avaliação da qualidade em serviço

Dentre os vários modelos propostos para a mensuração da qualidade em serviços, destaca-se o SERVQUAL e o SERVPERF, o primeiro fora proposto por Parasuraman, Zeithaml e Berry em 1988 e contempla um questionário com 44 questões afirmativas, dividindo-se em duas seções: (1) objetiva verificar a expectativa gerada em relação a determinado segmento do serviço; (2) mede o desempenho de uma específica empresa do setor. Dessa forma, o nível de qualidade é determinado através da diferença entre o expectativa e o desempenho do serviço, Zeithaml *et al* (2014, p.62).

O segundo, SERVPERF, foi cunhado por Cronin e Taylor em 1992, os autores propõem que a “qualidade percebida pelos clientes em serviços é um antecedente da satisfação do cliente e não deve ser medida por meio das diferenças entre expectativa e desempenho, mas deve ser avaliada de acordo com a percepção do desempenho” Cronin e Taylor (1992 *apud* Júnior 2016, p. 21). Dessa forma, o modelo surge como uma alternativa ao SERVQUAL, ressaltando ser necessário utilizar-se apenas das questões contempladas na seção II (desempenho) do SERVQUAL, para avaliar a qualidade do serviço diante das cinco grandes dimensões conceituadas por Zeithaml *et al* (2014, p. 6) como:

Elementos tangíveis – aparência de instalações físicas, equipamentos, pessoal e material de comunicação;

Confiabilidade – capacidade de realizar o serviço prometido de forma confiável e correta;

Responsividade – disposição para ajudar os clientes e prestar o serviço sem demora;

Segurança – conhecimento e cortesia dos funcionários e sua capacidade de transmitir confiança e segurança;

Empatia – atenção cuidadosa e individualizada que a empresa proporciona a seus clientes.

No quadro a seguir buscou-se apresentar os principais modelos para mensuração da qualidade em serviços disponíveis na literatura, bem como as dimensões contempladas e suas principais características. Para tanto, utilizou-se como fonte o estudo realizado por Miguel e Salomi (2004), no qual se revidou os modelos para medição da qualidade em serviços, conforme ilustrado no quadro resumo a seguir.

Quadro 1 - Principais Modelos para mensuração da Qualidade em Serviços disponíveis na Literatura

AUTOR ANO	DIMENSÕES	MODELO	CARACTERÍSTICA	ÁREA DE APLICAÇÃO
Grönroos (1984)	Técnica (produção do serviço, qualidade esperada) e Funcional (distribuição do serviço, processos)	Qualidade Total. Não apresenta modelo com representação algébrica	Interação comprador/vendedor é mais importante que atividades de marketing. Contato comprador/Vendedor tem mais influência na formação da imagem que atividades de marketing.	Diversos tipos de serviços
Parasuraman et al (1985/1988)	Utiliza vinte e dois itens distribuídos em cinco dimensões gerais da qualidade em serviços (confiabilidade, tangibilidade, responsabilidade e, segurança e empatia)	SERVQUAL $Q_i = D_i - E_i$	A qualidade de serviços pode ser quantificada. Determina cinco dimensões genéricas para todos os tipos de serviços. A qualidade dos serviços é a diferença entre desempenho e expectativa ao longo das dimensões.	Diversos tipos de serviços
Brown e Swartz (1989)	Utiliza as dez dimensões desenvolvidas por	Expectativa/Não confirmação $Q_i = E_i - D_i$	A qualidade dos serviços é a diferença entre expectativa e desempenho ao longo	Atendimento em consultórios da área médica

	Parasuraman <i>et al</i> (1988)		das dimensões	
Bolton e Drew (1991)	Utiliza quatro dimensões desenvolvidas por Parasuraman <i>et al</i> (1988). Introduz o conceito do valor na avaliação da qualidade do cliente	Modelo de Avaliação do serviço e valor. Representado por várias equações algébricas	As características dos clientes influenciam as avaliações de qualidade e valor pelo cliente. A não confirmação das expectativas está mais fortemente correlacionada com a qualidade dos serviços.	Serviços de telefonia
Cronin e Taylor (1992)	Utiliza as cinco dimensões gerais desenvolvidas por Parasuraman <i>et al</i> (1988)	SERVPERF $Q_i = D_i$	Avaliação de qualidade de serviços é melhor representada pelo desempenho ao longo das dimensões	Diversos tipos de serviços
Teas (1993)	Utiliza as cinco dimensões gerais desenvolvidas por Parasuraman <i>et al</i> (1988)	Desempenho Ideal $Q_i = - \left[\sum_{i=1}^m w_i D_i - I_i \right]$	O modelo do desempenho ideal tem maior correlação com as preferências de compra, intenções de recompra e satisfação com os serviços.	Lojas de varejo

Fonte: adaptado de Miguel e Salomi 2004

2.2 Qualidade em Serviços na Educação de Nível Superior

Segundo Zeithaml *et al* (2014, p. 20) a qualidade em serviços é o eixo central para qualquer organização. Logo, sua presença no contexto dos serviços educacionais universitários é indispensável, uma vez que a educação está consagrada pela Constituição Federal (1988) à condição de direito social fundamental.

Assim sendo, restou ao Estado e a família o dever de educar, sendo livre à iniciativa privada sua promoção. A Carta Magna, preconiza em seu artigo 205 que a educação visa “o pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho”. O seu artigo 206, no inciso VII, acentua que a garantia do padrão de qualidade é um dos princípios no qual o ensino será ministrado. Consoante a isto, a essencialidade da qualidade é capital para garantir o regramento constitucional.

Diante do exposto, para assegurar a qualidade dos serviços da educação superior, o Estado, como agente regulador, aplica medidas que viabilizem a mensuração da qualidade nas IES. Desta forma, emergem leis como a Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, na qual instituiu-se o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) que avaliam os cursos de graduação quanto ao seu nível de qualidade, contemplando a avaliação da instituição, dos cursos e do desempenho dos estudantes. Assim, a qualidade é avaliada através de indicadores de qualidade conceituados em uma escala de cinco níveis, em que os conceitos expressos em nível igual ou superior a três apontam qualidade satisfatória.

Por outro lado, a avaliação realizada através do seu corpo discente é também pertinente para a orientação dos serviços educacionais de qualidade, já que as instituições de ensino, enquanto prestadoras de serviço, para atender as expectativas dos alunos, buscam a satisfação de seus consumidores por meio da melhoria da qualidade dos serviços, conforme explica Galvão (2017, p. 17). Dessa forma, seus reflexos impactam diretamente no desenvolvimento econômico e social do país, sendo imprescindível para o prestígio e sobrevivência das instituições, quer sejam públicas ou privadas.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS DA INVESTIGAÇÃO

Com o objetivo de analisar a percepção da qualidade do serviço educacional prestado na UEPB - Campus I, sobre a ótica do corpo discente dos cursos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA), optou-se pelo tipo de pesquisa descritiva de caráter exploratório. Segundo Barros e Lehfeld (2007, p. 84) neste tipo de pesquisa, o pesquisador descreve o objeto de estudo sem que haja sua interferência e “ procura descobrir a frequência com que um fenômeno ocorre, sua natureza, características, causa, relações e conexões com outros fenômenos”. O caráter exploratório, segundo Gonsalves (2001, p. 65) “caracteriza-se pelo desenvolvimento e esclarecimento de ideias, com objetivo de oferecer uma visão panorâmica, uma aproximação a um determinado fenômeno que é pouco explorado”.

O método utilizado seguiu uma abordagem quantitativa que de acordo com Marconi e Lakatos (2011, p. 285) se efetua “com toda informação numérica resultante da investigação” que se “apresentará como um conjunto de quadros, tabelas e medidas”. Dessa forma, o método quantifica os dados coletados através da aplicação de técnicas estatísticas.

O modo pelo qual o estudo foi conduzido foi na forma de estudo de caso, que segundo Marconi e Lakatos (2011, p. 276), consiste no levantamento de forma mais aprofundada de um determinado caso ou grupo humano, levando em consideração todos os seus aspectos,

restringindo-se ao único caso que se estuda não podendo ser generalizado. O embasamento teórico do estudo está arrimado em autores como Las Casas (2008 e 2011), Kotler (2000), Lovelock e Wright (2002), Zeithaml *et al* (2014), dentre outros que preceituam a temática deste estudo.

O universo da pesquisa é formado por todos os discentes dos cursos do CCSA da UEPB - Campus I. A amostra foi constituída por 200 respondentes, sendo 50 alunos de cada um dos cursos do CCSA (Administração, Ciências Contábeis, Comunicação Social e Serviço Social). Os dados foram coletados por acessibilidade de acordo com a conveniência do pesquisador, durante o mês de outubro de 2017.

O questionário aplicado engloba em sua primeira seção os aspectos sobre o perfil dos respondentes como: gênero, faixa etária, estado civil e curso. Já a segunda seção contempla cinco grandes dimensões (tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia). Dessa maneira, as questões da segunda seção se dividem conforme demonstrado no quadro a seguir.

Quadro 3: Questionário sobre a percepção da qualidade dos serviços adaptado para a educação superior

TANGIBILIDADE
Q1 A UEPB possui equipamentos modernos, como laboratórios. Q2 As instalações da UEPB são conservadas. Q3 O pessoal administrativo e os professores da UEPB se apresentam (vestimentas, asseio, etc.) de forma adequada à sua posição. Q4 O material de apoio ao serviço prestado na UEPB, tais como impressos, provas, revistas, são atualizados e possuem bom estado de conservação.
CONFIABILIDADE
Q5 Quando a UEPB promete fazer algo em certo período de tempo, ela cumpre rigorosamente esses prazos. Q6 Quando você tem um problema, a UEPB procura de maneira sincera resolvê-lo. Q7 Os serviços prestados pela UEPB são considerados confiáveis pela sociedade. Q8 A UEPB, mantém os registros de forma correta, sem erros, facilitando e promovendo o seu acesso.
RESPONSIVIDADE
Q9 O pessoal administrativo e os professores da UEPB prometem a você os serviços nos prazos em que eles conseguem cumprir. Q10 O pessoal administrativo e os professores da UEPB prometem a você os serviços nos prazos em que eles conseguem cumprir. Q11 O pessoal administrativo e os professores da UEPB estão sempre com boa vontade em ajudar. Q12 O pessoal administrativo e os professores da UEPB sempre esclarecem as suas dúvidas.

SEGURANÇA
<p>Q13 As informações passadas por professores e pessoal administrativo da UEPB possuem credibilidade.</p> <p>Q14 Você se sente seguro em suas relações com a UEPB.</p> <p>Q15 O pessoal administrativo e os professores da UEPB são educados</p> <p>Q16 O pessoal administrativo e os professores da UEPB são educados.</p>
EMPATIA
<p>Q17 Você recebe atendimento individualizado pelo pessoal administrativo e professores da UEPB.</p> <p>Q18 A UEPB possui horários de funcionamento adequados aos interesses de seus alunos.</p> <p>Q19 A UEPB está focada em sua prestação de serviço.</p> <p>Q20 Os professores da UEPB estão focados na prestação de serviços.</p> <p>Q21 O pessoal administrativo está focado na prestação de serviços.</p> <p>Q22 A UEPB atende às suas demandas específicas.</p>

Fonte: adaptado dos modelos SERVQUAL E SERVPERF, 1988 e 1992.

Assim, a segunda seção tomou como base as afirmativas ratificadas pelos autores dos modelos SERVQUAL e SERVPERF, sendo adaptado para a empresa prestadora do serviço em estudo. Logo, diante da adaptação orientou-se às afirmativas para a instituição alvo desta pesquisa, sendo a qualidade pautada em valores percentuais guiada por uma escala do tipo Likert de 5 níveis, na qual os extremos variam de 1 discordo plenamente (péssima) a 5 concordo plenamente (excelente). Nesta perspectiva, a qualidade foi mensurada conforme demonstrado no quadro 2, respaldada em Cronin e Taylor (1992 *apud* Miguel e Salomi 2004) que afirma que a qualidade é mensurada através da percepção do desempenho percebido se expressando por:

$$Q_i = D_i$$

Onde:

Q_i = Avaliação da qualidade do serviço em relação à característica i ;

D_i = Valores de percepção de desempenho para a característica i de serviço.

Quadro 2 - Avaliação da qualidade

GRAU DE CONCORDÂNCIA	SIGNIFICADO	AVALIAÇÃO DA QUALIDADE
1 Discordo Plenamente	A instituição não aplica o aspecto descrito na afirmativa	Péssima
2 Discordo	A instituição não aplica em sua maioria o aspecto descrito na afirmativa.	Ruim

3 Nem concordo e nem discordo	Existem dúvidas se o aspecto descrito na afirmativa é aplicado na sua maioria ou minoria.	Mediana
4 Concordo	A instituição aplica o aspecto descrito na afirmativa em sua maioria	Boa
5 Concordo Plenamente	A instituição aplica plenamente o aspecto descrito na afirmação.	Excelente

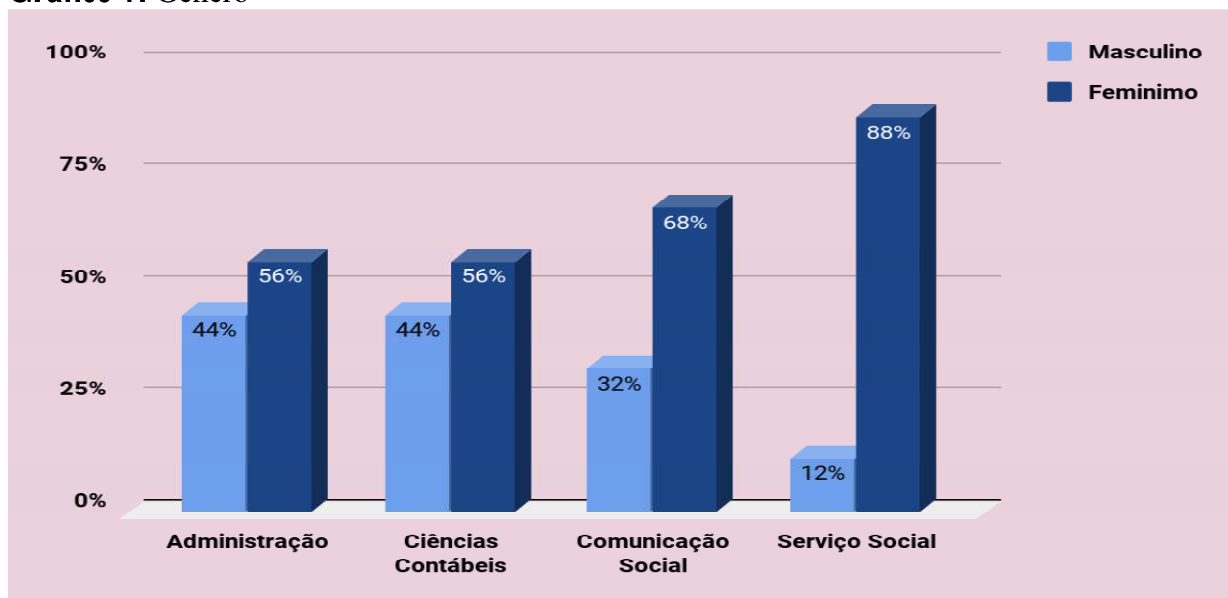
Fonte: adaptado do padrão Likert

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Perfil dos Respondentes

No gráfico 1, observa-se em relação ao gênero dos respondentes, que o sexo feminino é maioria entre os discentes, visto que os percentuais alternam de 56% a 88%, sendo o seu maior índice oriundo do curso de Serviço Social. Dessa forma, evidenciou-se que os homens são minoria em todos os cursos estudados na presente pesquisa, variando de 12% a 44%.

Gráfico 1: Gênero

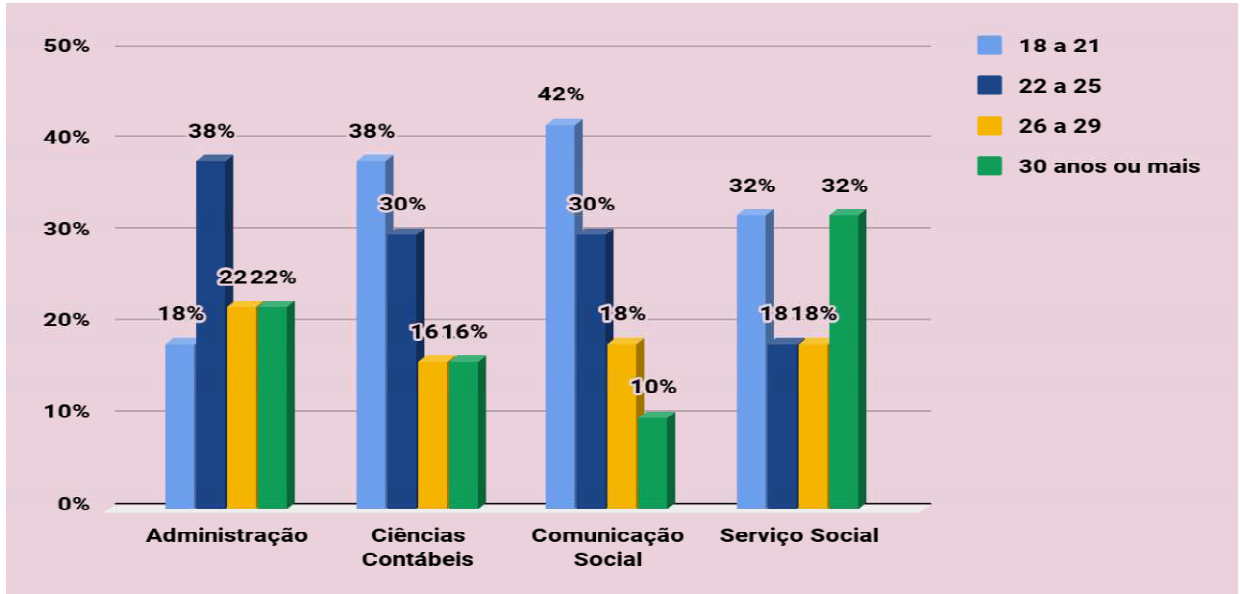


Fonte: pesquisa direta, out./2017.

No que tange a faixa etária dos respondentes, percebe-se que na maioria dos cursos (Ciências Contábeis, Comunicação Social e Serviço Social), existe uma predominância de jovens entre 18 e 21 anos, cujos percentuais variam de 32% a 42%. Tal aspecto excetua-se

apenas para o curso de Administração, no qual predomina a faixa etária de 22 a 25 anos, atingindo um percentual de 38%, conforme observado no gráfico 2.

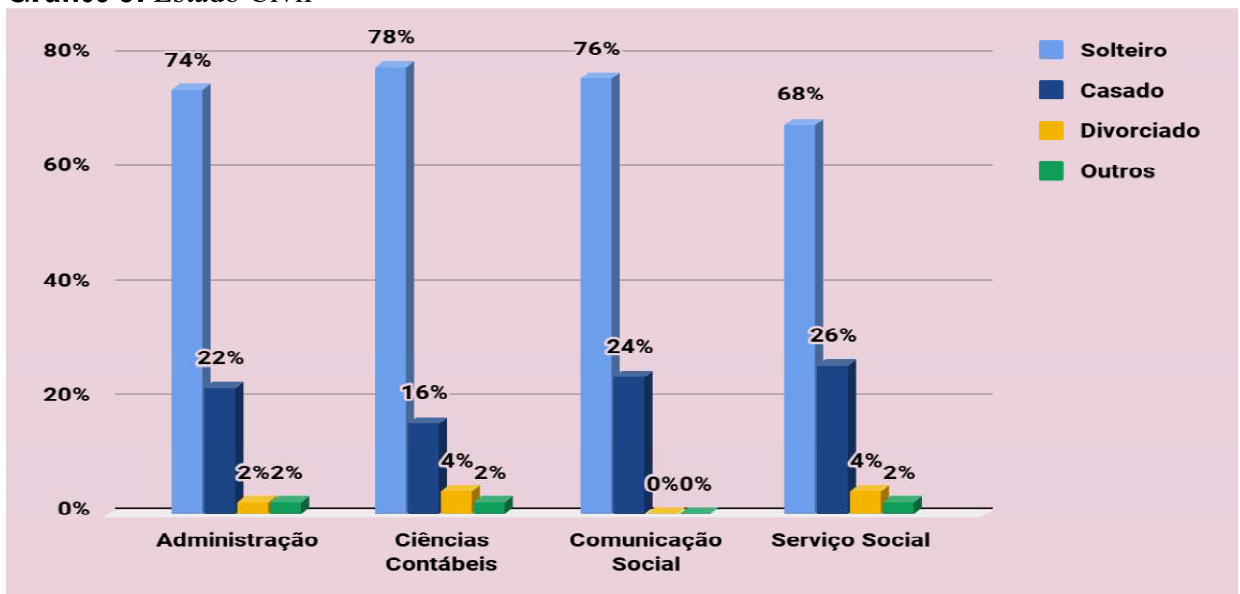
Gráfico 2: Faixa Etária



Fonte: pesquisa direta, out./2017.

No gráfico 3, nota-se em relação ao estado civil, que os respondentes são, em sua maioria, solteiros, alcançando o percentual de 74% no curso de Administração, 78% em Ciências Contábeis, 76% em Comunicação Social e 68% em Serviço Social.

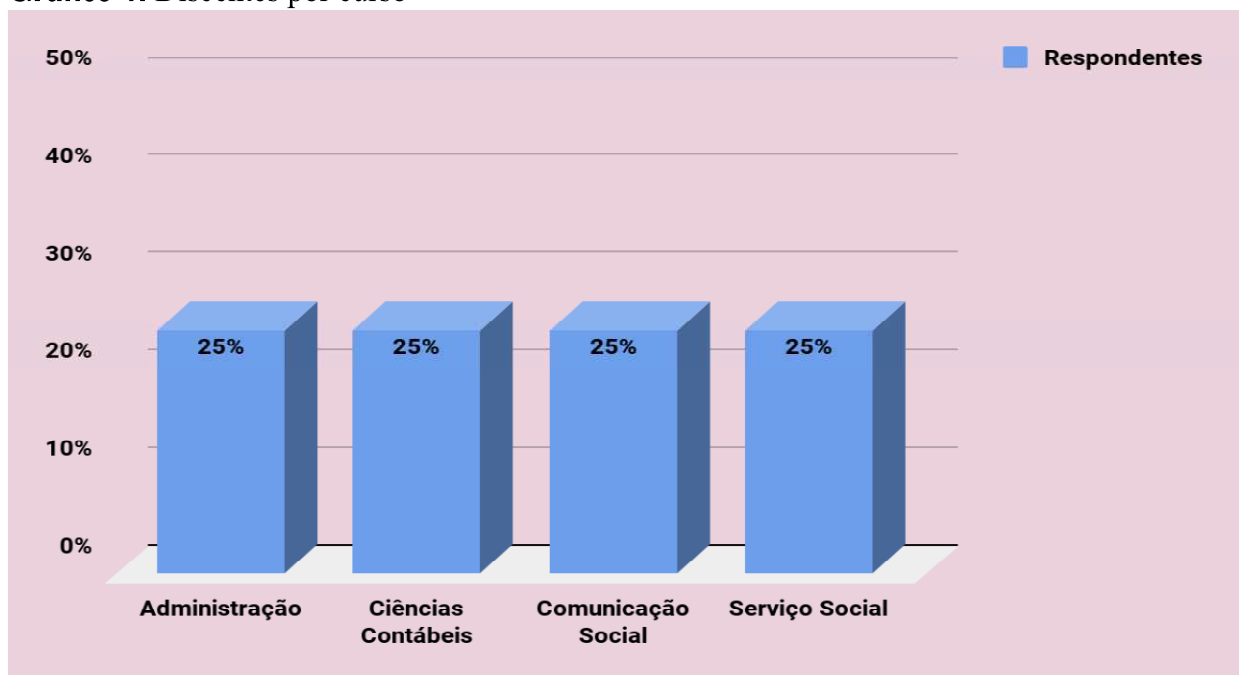
Gráfico 3: Estado Civil



Fonte: pesquisa direta, out./2017.

O Gráfico 4, revela que em relação ao curso dos respondentes, 25% são do curso de Administração, 25% de Ciências Contábeis, 25% de Comunicação Social e 25% de Serviço Social. Disto isto, evidencia-se que todos seguiram na mesma proporção, sendo esta uma das propostas desta pesquisa.

Gráfico 4: Discentes por curso



Fonte: pesquisa direta, out./2017.

4.2 Análise por Dimensão

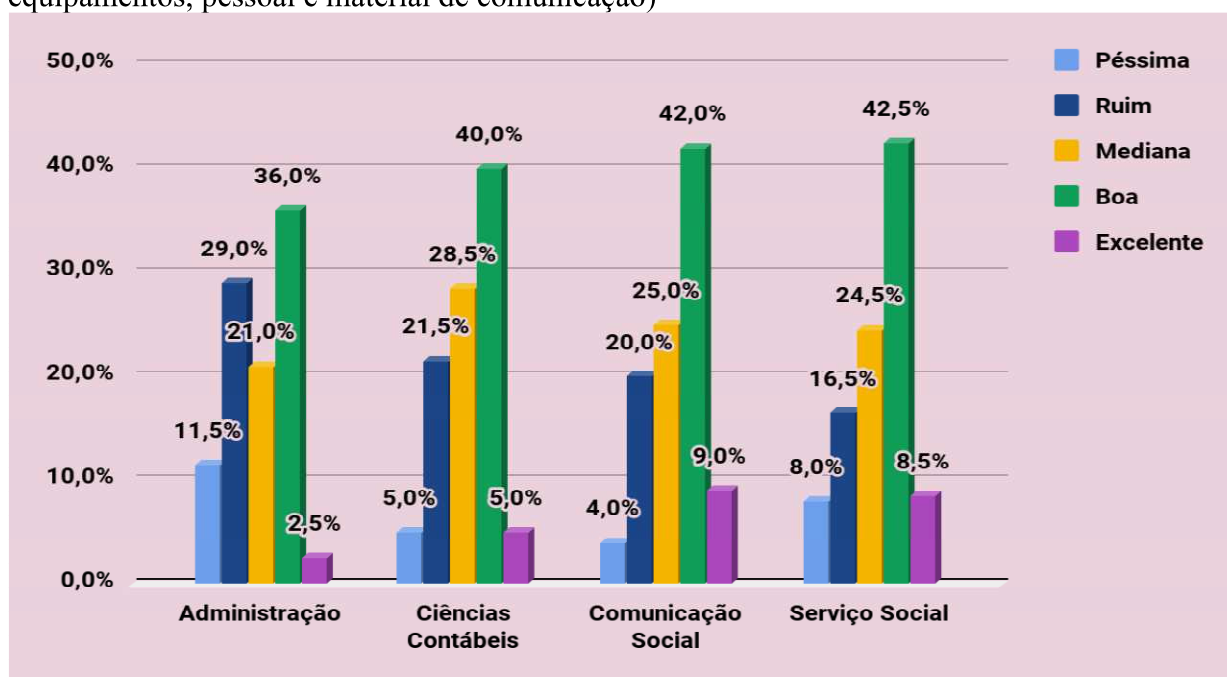
Visando-se dá maior objetividade à análise dos dados do presente estudo, a mensuração da percepção da qualidade foi realizada, prioritariamente, através da análise de cada dimensão, em seu aspecto geral, englobando todas as questões nelas envolvidas.

4.2.1 Dimensão Tangibilidade

A dimensão tangibilidade contemplou as questões de Q1 a Q4, cujos aspectos são aparência de instalações físicas, equipamentos, pessoal e material de apoio. Neste sentido, os resultados revelam que os maiores percentuais vão de 36% a 42,5%% e estão associados à qualidade boa, seguidos de qualidade média que variou de 21% a 28,5% e qualidade ruim que atingiu de 16,5% a 29%. Sendo notório que os alunos de administração são os mais criteriosos na avaliação, ao passo que os discentes do curso de Serviço Social foram os que atribuíram o maior valor 42,5% referente a avaliação da qualidade como boa, conforme Gráfico 5.

Diante do exposto, é importante ressaltar que para a maioria dos respondentes a qualidade dos elementos tangíveis é percebida como boa. De acordo com Kotler (2000, p. 59), “os prestadores de serviços profissionais deverão ter certeza de que as instalações físicas, os equipamentos, o pessoal e os materiais de comunicação veiculem a imagem pretendida”. Logo, é de extrema relevância que avaliações periódicas sejam realizadas com a finalidade de constatar se estes aspectos estão sendo bem avaliados pelos consumidores do serviço.

Gráfico 5: Tabulação Geral da Dimensão Tangibilidade (aparência de instalações físicas, equipamentos, pessoal e material de comunicação)



Fonte: pesquisa direta, out./2017.

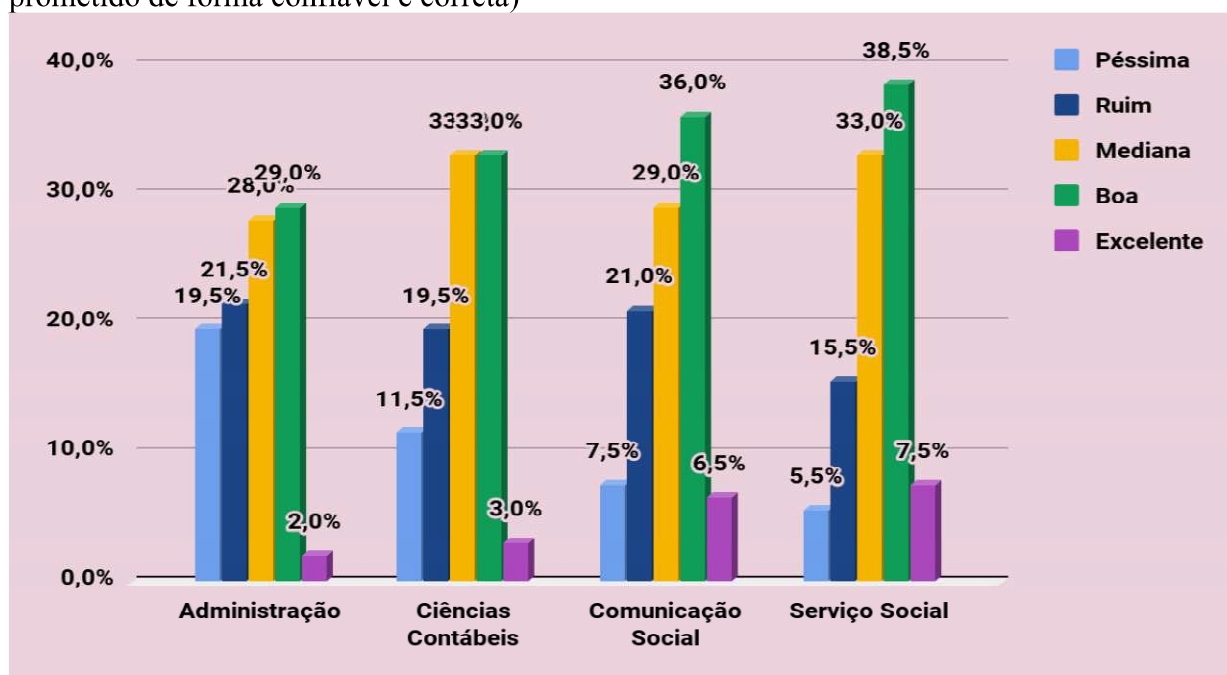
4.2.2 Dimensão Confiabilidade

Confiabilidade é a dimensão de maior importância para os consumidores de “qualquer que seja o setor de serviço em estudo. Os resultados contidos nesta figura, quando considerados coletivamente, revelam uma mensagem importante dos clientes aos prestadores de serviços: [...], sejam confiáveis – façam o que disserem que vão fazer” (ZETIHAML, *et al*/2014). Dessa forma, como sugerido pelos próprios autores as questões envolvidas nessa dimensão foram consideradas coletivamente e vão de Q5 a Q9, sendo relacionada a capacidade de se realizar o serviço prometido de forma confiável e correta.

Assim, no que tange a esta dimensão observou-se um equilíbrio das percepções sobre a sua qualidade, revelando que os percentuais mais significativos da avaliação dos discentes não

atingiram grandes disparidades, haja vista tender para qualidade boa, variando de 29% a 38,5% e para a qualidade mediana, variando de 28% a 33%. Constatou-se ainda, na oportunidade, que o percentual mais representativo 38,5% refere-se a qualidade boa e está associado aos discentes do curso de Serviço Social e o menor 2% alinhou-se aos discentes do curso de Administração e diz respeito a identificação da qualidade desta dimensão como excelente, conforme ilustrado no gráfico 6.

Gráfico 6: Tabulação Geral da Dimensão Confiabilidade (capacidade de realizar o serviço prometido de forma confiável e correta)



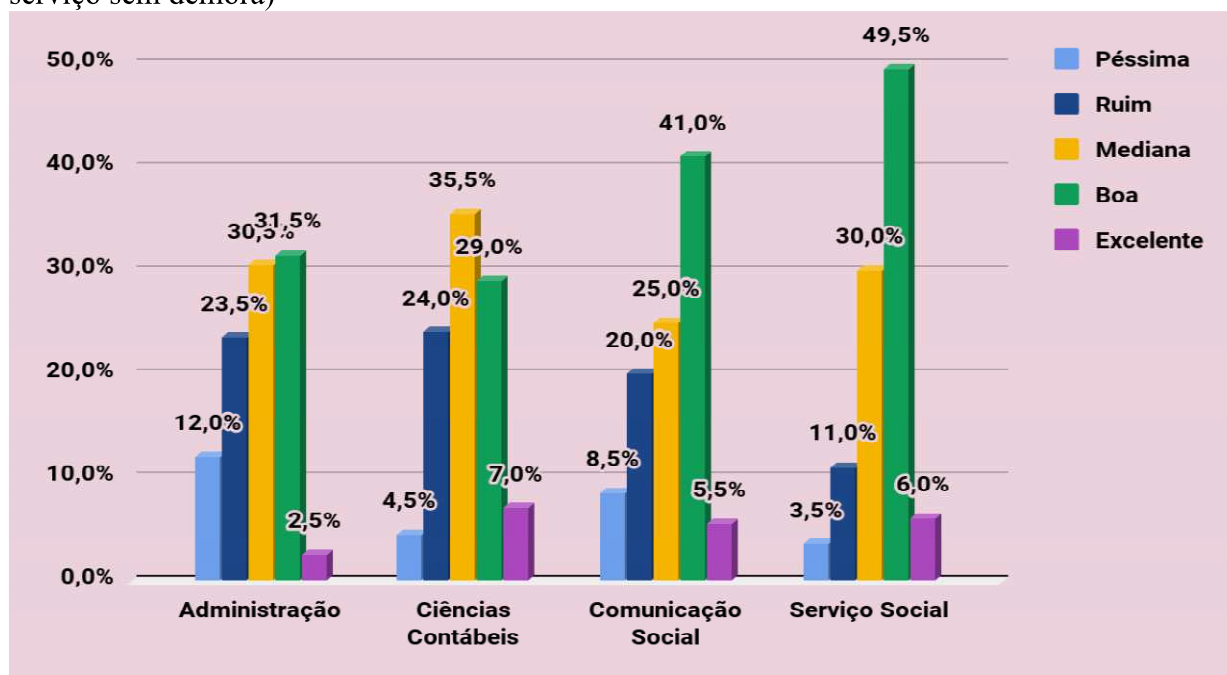
Fonte: pesquisa direta, out./2017.

4.2.3 Dimensão Responsividade

A dimensão responsividade refere-se à disposição para ajudar e prestar o serviço sem demora, as questões aqui tabuladas vão de Q9 a Q12. Conforme observado no gráfico 7, os resultados apurados revelam que, a qualidade desta dimensão, prevalece para a maioria dos discentes a percepção da qualidade como boa, na qual os percentuais alternam de 31,5% a 49,5%. Excluindo-se apenas para os discentes do curso Ciências Contábeis, no qual predomina a qualidade mediana com 35,5%. Percebeu-se, concomitantemente, que a qualidade mediana figura também numa posição bastante representativa para os demais cursos variando de 23,5% a 30,5%, seguida da qualidade ruim que variou de 11% a 24%.

Os aspectos aqui analisados são de grande relevância pois segundo Kotler (2002, p. 61), “a rapidez e a atenção dedicadas à correção dos problemas são uma indicação do nível de comprometimento que o profissional mantém com o cliente, [...] qualquer demora ou falta de capacidade de resposta só conseguirá deteriorar ainda mais o relacionamento”.

Gráfico 7: Tabulação Geral da Dimensão Responsividade (disposição para ajudar e prestar o serviço sem demora)



Fonte: pesquisa direta, out./2017.

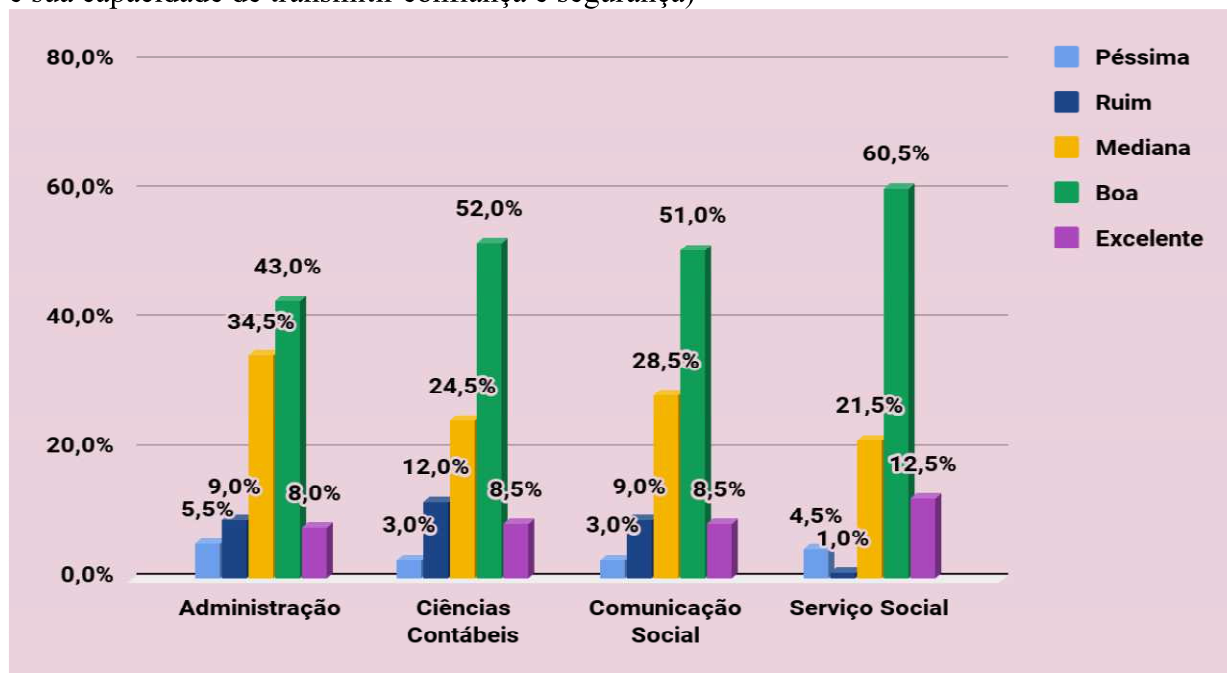
4.2.4 Dimensão Segurança

Quanto a esta dimensão, as questões analisadas foram de Q13 a Q16 e corresponde ao conhecimento e cortesia dos funcionários e sua capacidade de transmitir confiança e segurança. De acordo com Las Casas (2011, p. 301) “os clientes sabem que qualquer coisa que acontecer terá a devida atenção e será operacionalizada dentro dos princípios éticos, como critérios relacionados às pessoas e aos procedimentos”.

Observou-se na apuração dos resultados que para os cursos estudados a percepção de qualidade boa supera as demais, variando de 43% a 60,5%. Todavia, atenta-se também para a percepção de qualidade mediana que atingiu percentuais de 21,5% a 34,5%. Nota-se novamente que os discentes de administração são os mais rigorosos na avaliação, seguidos dos discentes de Comunicação Social e Ciências Contábeis. Já Serviço Social, apresentou o maior percentual desta dimensão, qual seja 60,5% associado a qualidade boa (ver gráfico 8).

Em linhas gerais é possível observar que a maioria dos respondentes percebem a qualidade desta dimensão como boa, cabe aos gestores diante dos resultados satisfatórios, ratificar-se dos esforços que estão sendo empreendidos neste sentido para que seja perpetuado o comprometimento de todos os envolvidos no processo de prestação do serviço.

Gráfico 8: Tabulação Geral da Dimensão Segurança (conhecimento e cortesia dos funcionários e sua capacidade de transmitir confiança e segurança)

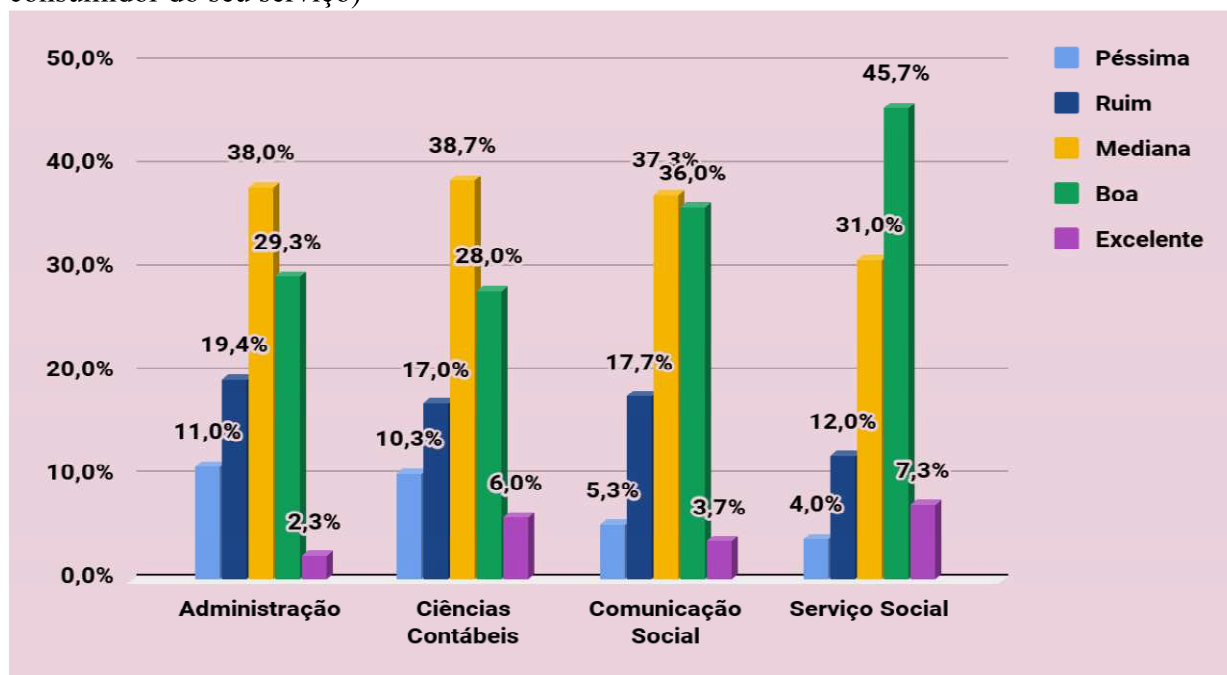


Fonte: pesquisa direta, out./2017.

4.2.5 Dimensão Empatia

A dimensão empatia contempla as questões que vão de Q17 a Q22 e diz respeito a atenção cuidadosa e individualizada que a instituição proporciona ao consumidor do seu serviço. Neste sentido, verificou-se que ao contrário das outras dimensões já analisadas, aqui predomina para a maioria dos cursos (Administração, Ciências Contábeis e Comunicação Social) a percepção de qualidade mediana, a qual variou de 36,% a 38,7%, seguida da percepção de qualidade boa que alcançou os percentuais de 28% a 36%. Tal fato, com exceção para o curso de Serviço Social, no qual prevalece inicialmente a percepção de qualidade boa com 45,7%, seguida da qualidade mediana com 31%.

Gráfico 9: Empatia (atenção cuidadosa e individualizada que a instituição proporciona ao consumidor do seu serviço)



Fonte: pesquisa direta, out./2017.

4.3 Qualidade Geral dos Serviços Percebida pelos Discentes

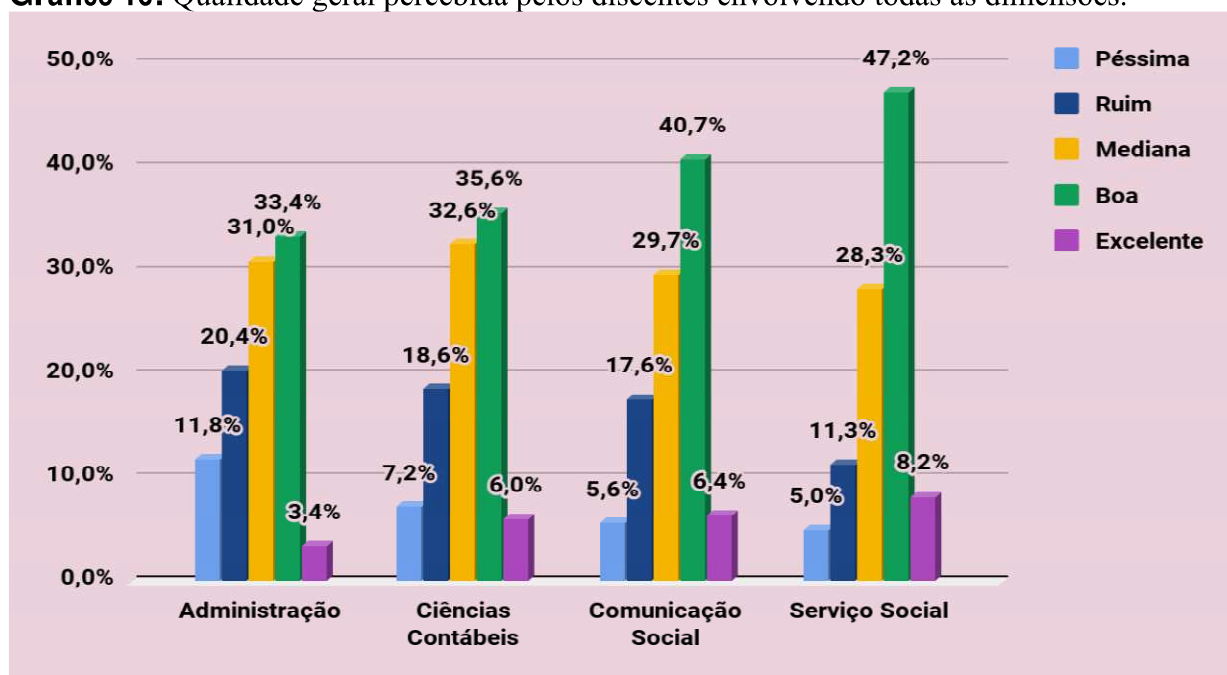
No gráfico 10, é possível observar que a qualidade geral percebida pelos discentes, no que tange a análise geral de todas as dimensões, prevaleceu como sendo de qualidade boa, contemplando percentuais que vão de 33,4% a 47,2%. Porém, constata-se conjuntamente que a qualidade mediana se faz bastante presente variando de 28,3% a 32,6%, seguida da qualidade ruim que também se faz significativa atingindo percentuais de 11,3% a 20,4%.

Ademais, notou-se que os respondentes do curso de Administração foram os mais criteriosos na avaliação, sendo o seu maior índice 33,4% atribuído a qualidade boa e o menor 3,4% a qualidade excelente. Ao passo que, diante dessas mesmas variáveis positivas, os discentes de Serviço Social, foram os que apresentaram o maior percentual sendo 47,2% para qualidade boa e 8,2% para qualidade excelente. Por outro lado, ainda no que tange as avaliações positivas, os discentes de Ciências Contábeis e Comunicação Social exibem percentuais de 35,6% e 40,7% para qualidade boa e 6% e 6,4%, respectivamente, para qualidade excelente.

Frente à isto, é notório que a qualidade dos serviços prestados na UEPB - Campus I é majoritariamente avaliada como boa para todos os cursos do CCSA. Contudo, embora tenha-se observado predominantemente resultados positivos existe também um percentual bastante expressivo que avalia a qualidade como sendo mediana. Significando dizer que se faz

necessário a devida atenção, por parte dos gestores, para que os resultados não satisfatórios sejam minimizados ao máximo possível, pois segundo Kotler (2000, p. 78), “um dos maiores valores que os clientes esperam de fornecedores é a alta qualidade de produtos e serviços [...]. A maioria dos clientes não mais aceitará nem tolerará qualidade mediana”.

Gráfico 10: Qualidade geral percebida pelos discentes envolvendo todas as dimensões.



Fonte: pesquisa direta, out./2017.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A essencialidade do fator qualidade nas instituições educacionais é incontestável, uma vez que esta assume um papel transformador de realidades, proporcionando conhecimento, inserção no mercado de trabalho, inclusão social, dentre outros fatores que contribuem para uma sociedade mais justa e igualitária. Dessa maneira, para as instituições de educação superior não é diferente, sendo indispensável a mensuração da qualidade através da percepção dos seus consumidores, a fim de saber se está sendo cumprindo o seu papel social, conforme afirma Galvão (2017, p. 51)

Assim a presente pesquisa visou analisar a percepção da qualidade do serviço educacional prestado na UEPB - Campus I, sobre a ótica do corpo discente dos cursos do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA). A premissa constituída foi de que os discentes possuem diferentes percepções sobre a qualidade dos serviços a eles prestados.

Diante da análise das dimensões, observou-se que as de maior destaque foram segurança e empatia. A primeira está relacionada ao conhecimento e cortesia dos funcionários alinhados a capacidade de transmitir confiança e segurança, nela, constatou-se que os percentuais mais elevados estão associados à percepção de qualidade boa para todos os discentes dos cursos do CCSA. Já a segunda, empatia, relacionada a atenção cuidadosa e individualizada que a instituição proporciona ao consumidor do serviço, foi a pior avaliada predominando a percepção de qualidade mediana. O curso mais criterioso para a avaliação desta dimensão foi Ciências Contábeis, seguido de Administração e Comunicação Social, com exceção do curso de Serviço Social, no qual os discentes avaliaram a qualidade desta dimensão como boa.

Não se observou percentual representativo de qualidade excelente, revelando que não existe um número expressivo de alunos que percebem a qualidade dos serviços como tal. Contudo, com base ainda nos resultados, identificou-se que predomina uma percepção de qualidade boa. Todavia, a qualidade mediana ocupa o segundo índice mais representativo na avaliação geral percebida pelos discentes de todos os cursos, evidenciando um ponto preocupante, sendo necessárias medidas enérgicas a fim de proporcionar a redução desse percentual ao máximo possível.

Com efeito, verifica-se que o objetivo da pesquisa foi alcançado, revelando também que existem sim diferentes percepções sobre a qualidade dos serviços prestados pela instituição. Contudo, observou-se um equilíbrio na avaliação dos discentes, não sendo identificadas disparidades muito distantes para os diferentes cursos do CCSA.

Registre-se por oportuno, que a relevância desta pesquisa é ressaltada por revelar informações extremamente importantes, haja vista fornecer informações sobre a opinião dos discentes, sendo este um fator fundamental capaz de propiciar melhorias a todos os envolvidos no processo de concepção, prestação e consumo do serviço. Dito isto, espera-se contribuir para o desenvolvimento e aperfeiçoamento dos serviços prestados pela instituição em estudo.

REFERÊNCIAS

AIRES, Renan Felinto de Farias; SALGADO, Camila Cristina Rodrigues; AYRES, Kátia Virgínia; ARAUJO, Afrânio Galdino de. **Escuelas de gobierno: el panorama brasileño**. Rev. Adm. Pública, vol.48, n.4, 2014 Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S003476122014000400010&script=sci_abstract&tlng=es>. Acesso em 04/09/2017.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil, 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 14 set. 2017.

_____. **Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/110.861.htm>. Acesso em 14 set. 2017.

DUARTE, Maria Bernarda Teixeira; COSTA, Helder Gomes. **Modelo para mapeamento das percepções dos usuários a respeito dos serviços prestados por uma biblioteca especializada**. *Perspect. ciênc. inf.*, vol. 22, n. 2, 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141399362017000200232&script=sci_abstract&tlng=pt> Acesso em 04/09/2017.

GALVÃO, Laila Lidiane da Costa. **Avaliação da Qualidade dos Serviços Educacionais na Perspectiva da Comunidade Acadêmica de um Instituto Federal: o emprego da escala SERVQUAL**. Dissertação (Mestre em Gestão Organizacional), Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão, 2017.

GUIMARÃES JÚNIOR, Djalma Silva. **Modelo Hierárquico e Multidimensional para a mensuração da qualidade percebida no setor de saúde suplementar**. Tese (Doutor em Gerência de Produção), Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

KOTLER, Philip, **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

_____. KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

_____. HAYES, Thomas; BLOOM, Paul N. **Marketing de Serviços Profissionais: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade sua imagem e seus lucros**. 2. ed. Barueri: Manole Ltda, 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis, metodologia jurídica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LAS CASAS, Alexandre Luiz. **Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira**. 1.ed.5.reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

_____. **Qualidade total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

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

MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick; SALOMI, Gilberto Eid. **Uma revisão dos modelos para medição da qualidade em serviços**. Revista Produção. v. 14. n. 1, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132004000100003> Acesso em 24/09/2017.

MONDO, Tiago Savi; FIATES, Gabriela Gonçalves Silveira. **Tourqual: Proposta de Um Protocolo Para Avaliação da Qualidade dos Serviços Em Atrativos Turísticos**. BBR Brazilian Business Review. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-23862017000400448&lng=en&nrm=iso/&tlng=pt> Acesso em 04/09/2017.

SINAES, **Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior: da concepção à regulamentação**. 2. ed. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2004.

SOARES, Sandra Regina; CUNHA, Maria Isabel Cunha. **Qualidade do ensino de graduação: concepção de docentes pesquisadores**. Revista Avaliação, v. 22, n. 2. Disponível em: <<http://submission.scielo.br/index.php/aval/article/view/131292>>. Acesso em 04/09/2017.

SOUZA, Valdinei Costa. **Qualidade na educação superior: uma visão operacional do conceito**. Revista Avaliação, vol.22, n.2, 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S141440772017000200332&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 04/09/2017.

ZEITHAML, Valerie A. [et al]. **A Excelência em Serviços: como superar as expectativas e garantir a satisfação completa de seus clientes**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.