



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS VII – GOVERNADOR ANTÔNIO MARIZ  
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**EVERTON FERREIRA DE SOUSA**

**QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS:  
UM ESTUDO DE CASO COM DISCENTES DO CAMPUS POMBAL  
DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE**

**PATOS - PB  
2012**

**EVERTON FERREIRA DE SOUSA**

**QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS:  
UM ESTUDO DE CASO COM DISCENTES DO CAMPUS POMBAL DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE**

Monografia apresentada ao curso de bacharelado em administração da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Administração.

**Orientador(a):** Prof<sup>a</sup>. M.Sc. Débora Barbosa Guedes de Oliveira Vilaça

**PATOS-PB  
2012**

S719q SOUSA, Everton Ferreira de.

Qualidade na prestação de serviços: um estudo de caso com discentes do campus Pombal da Universidade Federal de Campina Grande / Everton Ferreira de Sousa. Patos: UEPB, 2012. 88f

Monografia (trabalho de conclusão de curso - (TCC) - Universidade Estadual da Paraíba.  
Orientadora: Profª. Msc. Débora B. G. de Oliveira Vilaça

1. Gestão de Serviços 2. Qualidade na Prestação de Serviços I. Título II. Vilaça, Débora B. G. de O.

CDD 658.401 3

**EVERTON FERREIRA DE SOUSA**

**QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS:  
UM ESTUDO DE CASO COM DISCENTES DO CAMPUS POMBAL DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE**

Monografia apresentada ao curso de bacharelado em administração da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Administração.

APROVADA EM: 18 / 06 / 2012

**BANCA EXAMINADORA:**



**Professor (a):** M.Sc. Débora Barbosa Guedes de Oliveira Vilaça

Universidade Estadual da Paraíba

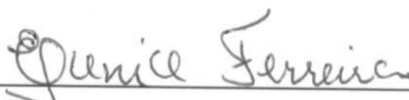
Orientador (a)



**Professor (a):** M.Sc. Ayalla Cândido Freire

Universidade Estadual da Paraíba

Examinador (a)



**Professor (a):** M.Sc. Eunice Ferreira

Universidade Estadual da Paraíba

Examinador (a)

*D*edico este trabalho aos meus pais,  
por todos os ensinamentos, amor e  
carinho que sempre me ofereceram.  
À minha esposa pelo incentivo, apoio  
incondicional e companheirismo e a minha  
filha, minha princesa. A todos eles, dedico meu  
amor e minha eterna gratidão.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, primeiramente, por me proporcionar a força e paciência necessárias ao cumprimento deste projeto, por estar sempre ao meu lado me guardando e servindo de refúgio em momentos de dificuldade.

Aos meus pais Elizeu Vieira de Sousa e Ana Ferreira de Sousa, meus exemplos de humildade, benevolência e bom caráter, responsáveis por mostrar-me o caminho da dignidade e educação.

A minha querida esposa Rayanna Vychy, pela compreensão e apoio nos momentos de ausência enquanto me dedicava ao trabalho neste projeto, sempre dividindo nossas responsabilidades e me incentivando na busca pelos meus objetivos.

A princesa da minha vida, minha filha Shara Evelin, que em sua inocência de criança, contribuiu sobremaneira para dar-me a motivação necessária para que esse projeto se concretizasse.

A minha orientadora, professora Débora Vilaça, por toda paciência, colaboração e cordialidade, bem como pelos ensinamentos dados, fator fundamental para a realização deste trabalho.

Ao corpo docente do curso de Administração do Campus VII da UEPB e em especial à professora Eunice Ferreira, por toda gentileza, compreensão e apoio desempenhados para conosco durante esta graduação e pela colaboração prestada neste trabalho.

Ao professor Roberto Cleiton, diretor do Campus Pombal da UFCG, pela permissão concedida para a realização da pesquisa no referido Campus, o que possibilitou a realização do presente estudo.

E, enfim, aos meus colegas de graduação, amigos e familiares que de alguma forma colaboraram para que esse objetivo pudesse ser alcançado.

A todos, sou muito grato.

## RESUMO

A presente monografia tem como tema o estudo da qualidade dos serviços prestados por uma Instituição de Ensino Superior Federal sob o ponto de vista dos seus discentes. Objetiva-se realizar uma pesquisa por meio de um estudo de caso acerca da percepção da qualidade dos serviços prestados nos diversos setores da Universidade Federal de Campina Grande - Campus Pombal, na visão dos alunos do curso de Engenharia Ambiental. Trata-se da importância que se tem atribuído à educação superior no conjunto das políticas públicas do Brasil, ao passo que esta influi diretamente na formação de profissionais qualificados e aptos ao mercado de trabalho e cidadãos capazes de atuar na construção da democracia e da justiça social. Observa-se que atualmente um número cada vez maior de organizações, por intermédio de seus diretores, passou a focar a qualidade nos serviços prestados sob uma nova perspectiva, vinculada à lucratividade e ao sucesso nas relações com seus clientes e usuários em geral. Salienta-se, então, que a qualidade na prestação de serviços torna-se relevante tendo em vista que ela vem a agregar valor para as organizações na medida em que proporciona a satisfação do cliente ao corresponder as suas necessidades e expectativas. Desta forma, realizou-se a pesquisa através de um levantamento bibliográfico onde se buscou revisar a literatura existente acerca do tema tratado, bem como do estudo de caso realizado na organização objeto da pesquisa através da aplicação de questionários junto aos 149 discentes componentes da amostra do presente trabalho. Com relação ao tratamento dos dados, optou-se pela classificação quantitativa e qualitativa, ocasião em que os dados colhidos foram codificados, agrupados e processados utilizando-se o tratamento estatístico descritivo. De modo geral, com a análise dos resultados obtidos com o estudo, diagnosticou-se que muitos serviços foram avaliados positivamente, entretanto verificou-se que alguns outros não têm satisfeito a um grande número de estudantes participantes da pesquisa. Assim sendo, realizou-se uma análise apurada dos resultados obtidos onde as informações coletadas são apresentadas sob a forma de gráficos, até chegar-se numa análise geral acerca do perfil sociodemográfico dos estudantes e de sua percepção quanto à qualidade dos serviços prestados pela Universidade Federal de Campina Grande - Campus Pombal.

**Palavras - chave:** qualidade. serviços. satisfação.

## ABSTRACT

This monograph aims at studying the quality of services provided by a Higher Education Institute from the point of view of their students. The objective is to carry out a research by means of a case study about the perception of quality of services in various sectors of the Federal University of Campina Grande - Campus Pombal. In this case study, the points of view of the Environmental Engineering undergraduate students are considered. This work deals with the importance that it has been attributed to higher education in all public policies in Brazil, based on the fact that it indirectly influences the formation of qualified and suitable professionals to the labor market and of citizens capable of working to build the democracy and social justice. Nowadays, it is noted that an increasing number of organizations, through their directors, has been focusing on the quality of their services from a new perspective. This perspective is linked to profitability and success in relationships with the organizations' customers and general users. Considering that, it should be noted that the quality of services becomes relevant since it comes to adding value to organizations, by providing satisfaction to customers when their needs and expectations are matched. In view of that, we carried out a research through a literature review, where we sought to review the existing literature on the topic covered, as well as a case study conducted in an organization by the application of questionnaires to a sample of 149 students. With regard to the data processing, we opted for qualitative and quantitative classification, at which the collected data were coded, grouped and processed using the descriptive statistical treatment. In general, the analysis of results obtained from this study showed that many services have been evaluated positively. However, it was found that some other services have not met the expectations of several students who participated in the survey. As a consequence, we carried out a detailed analysis of the results where the information collected is presented in the form of graphs, until reaching an overview about the demographic profile of students and their perception of quality of services provided by the Federal University of Campina Grande - Campus Pombal.

**Key - words:** quality. services. satisfaction



## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 01:</b> Eras da qualidade .....	19
<b>Quadro 02:</b> Diferenças entre produtos e serviços.....	24
<b>Quadro 03:</b> Fatores para rastrear e mensurar a satisfação do consumidor.....	31
<b>Quadro 04:</b> Fatos importantes da trajetória da educação superior no Brasil .....	34
<b>Quadro 05:</b> Estatísticas de graduação no Brasil-2010 (presencial e a distância).....	35

## **LISTA DE SIGLAS**

**CCTA:** Centro de Ciências e Tecnologia Agroalimentar

**IES:** Instituição de Ensino Superior

**INEP:** Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira

**LDBN:** Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional

**UFCG:** Universidade Federal de Campina Grande

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 01:</b> distribuição dos alunos quanto ao sexo.....	55
<b>Gráfico 02:</b> maneira como foi cursado o ensino médio.....	56
<b>Gráfico 03:</b> período em que está cursando as disciplinas.....	57
<b>Gráfico 04:</b> distribuição dos alunos segundo a faixa etária.....	57
<b>Gráfico 05:</b> distribuição dos alunos segundo a renda mensal familiar.....	58
<b>Gráfico 06:</b> motivos de opção do curso.....	59
<b>Gráfico 07:</b> avaliação quanto aos serviços relacionados à estrutura física.....	60
<b>Gráfico 08:</b> conforto das instalações físicas (1).....	61
<b>Gráfico 09:</b> conforto das instalações físicas (2).....	62
<b>Gráfico 10:</b> avaliação quanto aos serviços de higiene (1).....	63
<b>Gráfico 11:</b> avaliação quanto aos serviços de higiene (2).....	64
<b>Gráfico 12:</b> avaliação da qualidade do atendimento prestado pelos profissionais.....	65
<b>Gráfico 13:</b> avaliação do horário de funcionamento dos setores.....	67
<b>Gráfico 14:</b> avaliação segundo os serviços de comunicação.....	68
<b>Gráfico 15:</b> avaliação dos serviços prestados pelo corpo docente.....	70

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>2 OBJETIVOS</b> .....	16
2.1 OBJETIVO GERAL.....	16
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
<b>3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	17
<b>3.1 QUALIDADE</b> .....	18
3.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA QUALIDADE .....	18
3.3 CONCEITO E ASPECTOS DA QUALIDADE.....	20
<b>4 SERVIÇOS</b> .....	22
4.1 CONCEITO E CARACTERIZAÇÃO DOS SERVIÇOS .....	22
4.2 A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS .....	25
4.3 A QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS .....	26
4.4 A IMPORTÂNCIA DE SERVIÇOS DE QUALIDADE PARA AS ORGANIZAÇÕES .....	29
4.5 SATISFAÇÃO DO CLIENTE.....	30
<b>5 OS SERVIÇOS NA EDUCAÇÃO SUPERIOR</b> .....	33
5.1 A EDUCAÇÃO SUPERIOR NO BRASIL .....	33
5.2 A QUALIDADE DOS SERVIÇOS EDUCACIONAIS.....	36
5.3 O ALUNO COMO UM CLIENTE .....	38
5.4 SATISFAÇÃO E RETENÇÃO DE ALUNOS .....	39
<b>6 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO</b> .....	44
6.1 HISTÓRICO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINAGRANDE (UFCG).....	44
6.2 O CENTRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA AGROALIMENTAR (CCTA).....	45
6.2.1 A MISSÃO DO CCTA – CAMPUS POMBAL DA UFCG .....	46
<b>7 METODOLOGIA DA PESQUISA</b> .....	48
7.1 TIPO DE PESQUISA .....	48
7.2 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA .....	49
7.3 UNIVERSO E AMOSTRA .....	50
7.4 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS .....	52
7.5 ANÁLISE E TRATAMENTO DOS DADOS .....	53

<b>8 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	55
8.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DOS ALUNOS .....	55
8.2 AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS .....	59
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	73
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	76
<b>APÊNDICE</b> .....	82



---

# Introdução e Objetivos

## 1 INTRODUÇÃO

A partir do final do século XX, o mundo tem sofrido um processo de profundas mudanças de cunho político, econômico e social que proporcionou o surgimento de novos desafios para a área da gestão das organizações. Tais transformações têm levado estas organizações a adotarem estratégias diferentes, inovadoras e criativas como forma de enfrentar a crescente competitividade e obter sucesso em um cenário cada vez mais pautado pela concorrência e pelas disputas acirradas de mercados, sejam eles a nível local, regional, nacional e internacional.

Neste contexto de transformações, as organizações que prestam serviços têm procurado utilizar diversas ações direcionadas à satisfação das necessidades de seus clientes e usuários na medida em que estas auxiliam no desenvolvimento de relacionamentos positivos e duradouros entre a organização e seus clientes.

Entre as ações utilizadas pelas organizações, a procura pela máxima qualidade na prestação de serviços tem sido utilizada com significativo destaque, uma vez que a qualidade relacionada ao setor de serviços acontece quando os serviços que são oferecidos superam as expectativas dos clientes. (KOTLER; HAYES; BLOMM, 2002).

Esta necessidade de eficiência e qualidade na prestação de serviços como fator diferencial não se aplica exclusivamente às organizações com finalidade lucrativa, mas é inerente a todas as organizações de modo geral que buscam a satisfação do seu público alvo, dentre elas as Instituições de Ensino Superior (IES).

As transformações na sociedade exigem novos modelos educacionais e novos sistemas de ensino e no centro desse processo a universidade tem sua natureza institucional e suas funções submetidas a novas exigências. (PAVIANI, 2003). Assim, a qualidade na prestação de seus serviços assume um papel fundamental tendo em vista que por meio dela tais exigências podem ser atendidas.

Diante disso, o presente estudo procura abordar a questão da qualidade dos serviços prestados na área da educação pública superior. Para tanto, realizou-se um estudo visando analisar o nível de qualidade dos serviços prestados pelo Campus Pombal da Universidade Federal de Campina Grande, na percepção dos alunos do curso de Engenharia Ambiental.

Este trabalho fundamenta-se na necessidade e importância da aplicação de métodos que objetivam mensurar a satisfação de alunos da educação superior, haja vista que faltam aos

gestores deste nível de ensino ferramentas de acompanhamento e controle da satisfação dos estudantes. (BÔAS, 2008).

A importância da educação superior no conjunto das políticas públicas do Brasil tem sido amplamente reconhecida, não apenas em função do seu valor no que se refere à formação acadêmica e profissional, para as atividades de pesquisa científica e tecnológica, para o desenvolvimento econômico e social ou ainda pela sua contribuição para a formação ética e cultural, mas igualmente em função do lugar estratégico que ocupa nas políticas públicas orientadas para a cidadania democrática, a justiça social e o desenvolvimento sustentável. (SINAES, 2009).

Sabe-se que os recursos financeiros destinados às Instituições de Ensino Superior calculam-se com base no número de alunos concluintes em seus respectivos cursos. Assim, a qualidade nos serviços é extremamente relevante ao passo que influi diretamente na permanência dos alunos nas referidas instituições.

Desta forma, cabe às universidades responsáveis pela educação superior fornecer serviços de qualidade por meio da promoção de atividades inovadoras que possam ampliar o acesso e diminuir as desigualdades sociais que perduram em nossa sociedade.

Nesse contexto, o Centro de Ciências e Tecnologia Agroalimentar (CCTA) - Campus Pombal da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), local onde se realizou a pesquisa do presente trabalho, mostra-se como uma instituição que vem buscando contribuir com o desenvolvimento local através da formação de profissionais em nível superior.

A UFCG desempenha um papel extremamente relevante uma vez que sua atuação abrange diversas áreas territoriais, o que a referencia como uma das mais bem conceituadas IES da região nordeste.

Sua relevância mostra-se notadamente para a população nordestina na medida em que proporciona acesso à educação superior numa área geográfica onde se percebe certa concentração de classes sociais menos favorecidas economicamente, por isso optou-se por realizar este trabalho junto à referida organização.

Outro fator que serviu de incentivo para o presente estudo no Campus Pombal da UFCG, consiste na necessidade de se avaliar, de forma amostral, a qualidade dos serviços que são prestados pelas instituições de ensino superior em função da influência que estas desempenham junto à sociedade.

As organizações que dedicam esforços com vistas à prestação de serviços de qualidade apresentam-se como fortes concorrentes nos mercados em que atuam, uma vez que estes



esforços proporcionam a satisfação e, geralmente, a fidelização de clientes e usuários, o que por sua vez vem a agregar valor à determinada organização.

Num cenário em que a exigência pela oferta de produtos e serviços de qualidade assumiu um lugar de centralidade pela sociedade em geral, este estudo tem sua justificativa pautada, sobretudo, pela importância que a qualidade dos serviços assumiu, consistindo num elemento agregador de valor e que vem se firmando como um diferencial para as organizações.

A importância da qualidade na prestação dos serviços pelas organizações que atuam na área da educação superior é tão relevante para a realização de seus objetivos quanto sua estrutura física, considerando que um serviço prestado de maneira inadequada aos alunos pode vir a manchar a imagem de tal instituição.

Assim, as IES devem proporcionar, dentre outras coisas, aprendizagem, atendimento adequado às necessidades individuais de cada aluno e cordialidade e presteza por parte dos funcionários. Desta maneira, os diversos setores que compõe a instituição, devem, além de apresentar boa estrutura física, estar integrados de forma a padronizar os serviços baseando-se na satisfação dos alunos.

Sob o ponto de vista científico, este trabalho justifica-se pela importância e inexistência de um estudo com a finalidade de mensurar a satisfação dos estudantes do curso de Engenharia Ambiental do Campus Pombal da UFCG em relação à qualidade dos serviços prestados, bem como por agregar novos conhecimentos na área objeto da pesquisa, além de possibilitar a realização de estudos posteriores mais aprofundados.

Considerando o enfoque social, pode-se destacar que a manutenção e melhoria dos serviços públicos de ensino superior demandam vultosos investimentos financeiros por parte dos governos, investimentos estes custeados com recursos públicos. Desta forma, cabe à administração pública corresponder a estes investimentos através da realização adequada destes serviços, e isso implica diretamente na necessidade de qualidade em sua execução.

Sob o ponto de vista acadêmico, este estudo justifica-se pela necessidade de se pesquisar, demonstrar e difundir o conhecimento sobre a realidade da qualidade dos serviços prestados no âmbito da educação pública superior, bem como pela necessidade de publicidade dos resultados obtidos com a pesquisa. Objetivando despertar o interesse e demonstrar a necessidade e importância do fator “qualidade em serviços”, realiza-se um estudo voltado à análise da excelência nos serviços prestados aos alunos de uma universidade pública.

## 2 OBJETIVOS

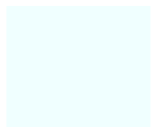
### 2.1 OBJETIVO GERAL

- Identificar o nível de qualidade dos serviços prestados pela Universidade Federal de Campina Grande – Campus Pombal na visão dos alunos do curso de Engenharia Ambiental.

### 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos componentes deste estudo são os seguintes:

- Conhecer o perfil do discente do curso de Engenharia Ambiental do Campus Pombal da Universidade Federal de Campina Grande;
- Analisar a percepção de estudantes do curso de Engenharia Ambiental no tocante à qualidade dos serviços prestados em todos os setores presentes no Campus Pombal da Universidade Federal de Campina Grande.





## Capítulo I

---

# Fundamentação Teórica

### 3.1 QUALIDADE

#### 3.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA QUALIDADE

Atualmente é grande a importância atribuída à prática da qualidade de produtos e serviços como fator componente das estratégias para diferenciação de mercado a serem adotadas pelas organizações, contudo a percepção da importância e necessidade da qualidade não é algo que se descobriu agora.

Segundo Lima e Santiago (2011) a preocupação com a qualidade dos bens e serviços adquiridos não é recente, pois desde os primórdios das relações de troca de mercadorias os consumidores sempre procuraram inspecionar os bens e serviços objetos destas relações de comércio. A literatura a respeito do tema nos mostra que a exigência pela qualidade de produtos e serviços já se fazia presente antes mesmo do nascimento de Cristo.

De acordo com Oliveira et al. (2004) aproximadamente 2150 a.C., o código de Hamurabi já demonstrava uma preocupação com a durabilidade e funcionalidade das habitações produzidas na época. Desta forma, se um construtor negociasse um imóvel que não fosse sólido o suficiente para atender a sua finalidade e se o mesmo desabasse, o construtor seria imolado.<sup>1</sup>

Ainda de acordo com estes autores, os fenícios amputavam a mão do produtor de determinados produtos que não fossem produzidos, segundo as especificações governamentais, com perfeição. Oliveira et al. (2004) referem-se ainda aos avançados procedimentos adotados pela França durante o reinado de Luís XIV, que detalhava critérios para escolha de fornecedores e instrução para supervisão do processo de fabricação de embarcações.

Percebe-se, de acordo com Queiroz (1995) que a partir do desenvolvimento da civilização humana, iniciou-se uma busca por qualidade, ainda que este conceito não estivesse bem definido.

Conforme ensina Weill (2005) o verdadeiro desenvolvimento do conceito de qualidade corresponde ao surgimento da organização científica do trabalho, bem como do desenvolvimento da produção em massa. Nesse contexto, sua evolução foi impulsionada principalmente com o advento da Revolução Industrial.

---

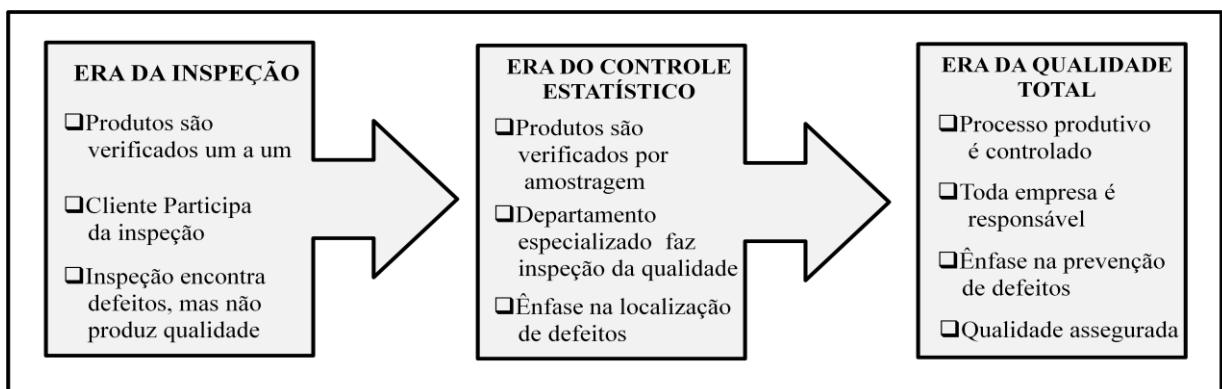
<sup>1</sup> Morto, sacrificado, prejudicado. Dicionário Aurélio (1999)

Barçante (1998) destaca que a partir da Revolução Industrial, com o desenvolvimento das ferramentas de trabalho e dos sistemas de unidades de medidas, tanto na Inglaterra quanto nos Estados Unidos da América, a qualidade evoluiu até nossos dias essencialmente através de Eras, as chamadas Eras da Qualidade, dentro das quais a arte de obter qualidade assumiu formas distintas.

Este modelo de evolução da qualidade através de Eras é endossada por Oliveira et al. (2004). Segundo estes autores a evolução da qualidade passou por três grandes fases, quais sejam:

- Era da inspeção, onde o produto era verificado (inspecionado) pelo produtor e pelo cliente o que ocorreu pouco antes da Revolução Industrial e o foco principal estava na detecção de eventuais defeitos, sem haver metodologia preestabelecida para executá-la.
- Era do controle estatístico, onde o controle da inspeção foi aprimorado por meio da utilização de técnicas estatísticas, uma vez que em função do crescimento da demanda, inviabilizou-se a inspeção produto a produto e a técnica da amostragem passou a ser utilizada.
- Era da qualidade total, época atual onde a ênfase passa a ser o cliente, que se torna o centro das atenções das organizações que dirigem seus esforços para atender às suas necessidades e expectativas. A principal característica desta era é que toda a empresa passa a ser responsável pela garantia dos produtos e serviços.

**Quadro 01- Eras da Qualidade**



**Fonte: adaptado de Oliveira et al. (2004)**

Percebe-se então que a qualidade sempre esteve ligada à história da humanidade. Atualmente diversos acadêmicos, consultores e administradores em geral apontam-na como fator de diferenciação em um cenário cada vez mais concorrido e disputado. Mas afinal o que

significa qualidade? E por que ela é tão importante no contexto atual? Na sessão a seguir serão apresentadas as considerações a respeito destes questionamentos.

### 3.3 CONCEITO E ASPECTOS DA QUALIDADE

O termo “qualidade”, analisado morfológicamente, preserva um caráter conhecido por todos, por outro lado a qualidade quanto ferramenta administrativa e instrumento de diferenciação de mercado é definida de forma diversificada.

A luz do Dicionário Aurélio (1999) o termo qualidade é descrito como propriedade, atributo ou condição das coisas ou das pessoas capaz de distingui-las das outras e de lhes determinar a natureza. Ainda considerando esta obra, a qualidade, numa escala de valores, permite a avaliação e conseqüentemente a aprovação, aceitação ou recusa daquilo que se está avaliando.

Quando a qualidade é tratada como instrumento de gestão a ser utilizado pelas organizações, sejam elas com finalidade lucrativa ou não, esta é definida sob diversas óticas pela literatura.

Conforme ensina Cobra (2009, p. 52) “qualidade é a totalidade de aspectos e características de um produto ou serviço que proporcionam a satisfação de necessidades declaradas e implícitas.”

Já para Oakland (1994) a qualidade é muitas vezes empregada com o significado de excelência de um produto ou serviço, sendo simplesmente o atendimento das exigências do cliente.

Considerando o que afirma Paladini (2008) qualidade é a capacidade que um produto ou serviço tem de sair de acordo com seu projeto.

Segundo Queiroz (1995, p.15) “a qualidade é algo universalmente conhecido, uma propriedade que não se pode analisar, que se reconhece unicamente pela experiência”. Entende-se que a compreensão sobre a qualidade surge na medida em que se desenvolvem as relações com o produto ou serviço, ocasião em que esta experiência é quem fornece ao cliente uma ideia da existência ou não da qualidade.

Paralelo a estas definições, Oliveira et al. (2004) destacam que o conceito de qualidade depende do contexto em que é aplicado, podendo-se, desta forma, considerar diversas percepções em relação à qualidade, haja vista a subjetividade e complexidade do seu

significado. Garvin (1993 apud Oliveira et al. 2004), fundamenta esta proposta identificando cinco abordagens para a definição de qualidade, quais sejam:

**Abordagem Transcendental** – Sob a visão transcendental, a qualidade representa a excelência absoluta e conhecida universalmente, marcada por padrões irretocáveis e pautada no mais alto nível de realização. Neste tipo de abordagem, a qualidade não é passível de análise e que apenas a experiência nos ensina a reconhecê-la, embora não se possa definir qualidade, sabe-se o que ela é.

**Abordagem Fundamentada no Produto** – Na visão deste tipo de abordagem, a qualidade é considerada uma variável precisa e passível de mensuração. Neste caso as diferenças de qualidade refletem nas diferenças da quantidade de algum ingrediente ou atributo do produto. As primeiras pesquisas sobre a qualidade que seguiram esta abordagem se concentram na durabilidade por ser esta uma característica de fácil mensuração.

**Abordagem Fundamentada no Usuário** – A premissa básica desta abordagem fundamenta-se no fato de que a qualidade está diante dos olhos de quem a observa. Assim admiti-se a ideia de que os consumidores apresentam necessidades distintas e que o produto que melhor atenda a necessidade individual de cada consumidor, seja aquele que ele considera de melhor qualidade.

**Abordagem Fundamentada na Produção** – Esta abordagem procura enfatizar basicamente as práticas relacionadas diretamente com a engenharia e a produção, identificando a qualidade conforme as especificações. Desta forma, quando o projeto é estabelecido, qualquer desvio significa queda de qualidade.

**Abordagem Fundamentada no Valor** – Este tipo de abordagem é reconhecida como a que está mais adiantada em relação às anteriores, ela procura definir a qualidade em termos de custo e preço. Assim, um produto de qualidade oferece desempenho ou conformidade a preço ou custo aceitável.

Diante do exposto, percebe-se que os conceitos a respeito da qualidade são diversos, embora todos eles apontam-na como fator de significativa relevância a ser considerada pelas organizações, uma vez que representa a busca pela perfeição e pela adequação máxima de um produto ou serviço a sua finalidade.

## 4 SERVIÇOS

### 4.1 CONCEITO E CARACTERIZAÇÃO DOS SERVIÇOS

Para que se possa compreender de maneira mais clara as atividades que envolvem a prestação de serviços é de fundamental importância que se proceda a definição de serviço.

Segundo Kotler e Keller (2006, p. 397) serviço pode ser conceituado como “qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada”. Ainda de acordo com estes autores, percebe-se que a execução de um serviço pode estar ou não ligada a um produto concreto.

O serviço ao cliente, para Cobra (2009) constitui-se na execução de todos os meios possíveis com vistas a dar satisfação ao consumidor por algo que ele adquiriu.

De acordo com Severo Filho (2006) os serviços caracterizam-se como sendo atividades econômicas que criam valor e fornecem benefícios para os clientes em tempo e lugares específicos.

Já para Hargreaves, Zuanetti e Lee (2005) serviço pode ser tido como o resultado de pelo menos uma atividade desempenhada, necessariamente, na interface do fornecedor com o cliente.

No tocante à avaliação da qualidade das atividades de serviço, Rocha, Lima e Rocha (2009) destacam que é muito mais difícil que avaliar a qualidade de um produto e isto se deve ao fato dos serviços possuírem algumas características diferenciadoras. Estas características são definidas com leves distinções entre a literatura, entretanto elas podem ser resumidas naquelas que são propostas por Fitzsimmons e Fitzsimmons (2004), a saber:

- **Participação do cliente no processo dos serviços** – a presença do cliente no processo de produção do serviço requer atenção do prestador do serviço, a qual não é encontrada no processo de manufatura tradicional. Para o cliente, o serviço é uma experiência que ocorre nas instalações da empresa prestadora do serviço, e a qualidade é reforçada se as instalações forem projetadas sob a perspectiva do cliente.
- **Simultaneidade** – os serviços são criados e consumidos simultaneamente, não podendo ser estocados, o que constitui uma característica para a administração de serviços.



- **Mercadoria Perecível** – um serviço consiste numa mercadoria perecível, como não pode ser estocado, se não for usado, está perdido para sempre.
- **Intangibilidade** – serviços são ideias e conceitos, já os produtos são objetos, assim a natureza intangível dos serviços pode ser um problema para os clientes. Escolhendo um produto, o consumidor é capaz de vê-lo, tocá-lo e testar seu desempenho antes de comprá-lo, porém no caso de um serviço, o usuário deverá basear-se pela reputação da empresa.
- **Heterogeneidade** – a combinação da natureza intangível dos serviços e do cliente como participante da prestação de serviços resulta na variação de serviços de cliente para cliente, desta maneira a interação entre o cliente e o empregado nos serviços cria a possibilidade de uma experiência de trabalho humano mais integral.

Embora tenha que se considerar as características específicas dos serviços, é conveniente salientar que os princípios relativos à qualidade podem ser igualmente aplicados tanto na área da produção como também na área de serviços.

A respeito disso, Vergueiro (2002, p. 37) destaca que “por terem se originado na área de produção, isso não significa que as propostas da qualidade são incompatíveis com os serviços.” O autor ensina ainda que isso significa que procedimentos de adaptação precisam ser desenvolvidos para fins de aplicação de suas proposições.

Assim sendo, considerando os princípios de MacDonald (1994) e objetivando facilitar o entendimento acerca das diferenças e características dos produtos e serviços, Vergueiro (2002) evidencia suas distinções e particularidades, conforme demonstrado no quadro 02 a seguir:

Quadro 02 - Diferenças entre produtos e serviços

PRODUTOS	SERVIÇOS
O cliente recebe um produto tangível na forma de bens que podem ser vistos e tocados.	O cliente recebe um serviço intangível que pode satisfazê-lo ou não.
Os bens permanecem com o cliente.	Os serviços são consumidos no momento de sua entrega.
A produção e entrega dos bens são normalmente separadas.	A produção, entrega e consumo dos serviços ocorrem frequentemente ao mesmo tempo.
Poucos produtores têm contato com os clientes.	A maioria dos produtores tem contato com os clientes.
O cliente raramente se envolve na produção.	O cliente é frequentemente envolvido na produção.
Os bens podem ser objeto de serviço posterior de conserto ou reparação.	Os serviços já foram consumidos e não podem ser reparados.
Os bens podem ser objeto de garantia, mas o produtor tem maior oportunidade para atenuar os efeitos no cliente e assim a penalidade financeira.	É difícil refazer serviços que não atendem aos requisitos - o impacto financeiro é normalmente total.
Os bens podem ser comprados para serem armazenados de modo a satisfazer as necessidades do cliente.	Os serviços não podem ser armazenados, mas podem ainda estar disponíveis para a demanda do cliente.
Os bens podem ser transportados para o ponto de venda.	Alguns serviços são transportáveis (por exemplo: a informação através de linhas de comunicação), mas a maioria requer o transporte do provedor do serviço.
É relativamente fácil para os clientes avaliar a qualidade dos bens.	A qualidade dos serviços depende mais de percepção subjetiva e da expectativa.
Com frequência, os bens são tecnicamente complexos – o cliente, portanto, sente-se mais dependente do produtor.	Os serviços parecem menos complexos - o cliente, portanto sente-se qualificado para argumentar com o produtor.

**Fonte: MacDonald (1994 apud Vergueiro 2002, p. 38)**

Diante do que foi exposto, percebe-se que diversas definições de serviço podem ser encontradas e relacionadas entre si, contudo todas elas apresentam um tema em comum de intangibilidade e consumo simultâneo. (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2004)

Assim, entende-se que há de se considerar que a procura pela qualidade quando esta se relaciona a um produto não é a mesma quando se propõe a empregar os princípios da qualidade no setor de serviços, especialmente quando se trata de serviço público, ainda que exista certa afinidade no que se refere aos objetivos que são pretendidos que consiste em atender a alguma necessidade.

## 4.2 A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

As empresas que atuam na prestação de serviços estão presentes nos diversos setores do mercado, a exemplo da prestação de serviços financeiros, serviços de consultoria e serviços prestados na área da educação.

De acordo com Las Casas (2008) o setor de serviços mostra-se como um dos mais prósperos da economia, uma vez que representa a maior parcela do PIB de quase todas as nações, além disso, está entre os setores que mais empregam funcionários. Ainda segundo este autor, no Brasil, o faturamento deste setor chega a 55% do PIB, enquanto que em países de primeiro mundo, este percentual chega a 67%, como é o caso do Canadá.

O setor de serviços conforme ensina Rocha, Lima e Rocha (2009, p. 97) “vem aumentando sua participação no mercado, principalmente a partir do século XX, ocupando uma posição de destaque na economia dos países desenvolvidos.” Esta crescente participação na economia mundial faz com que as empresas responsáveis pelos serviços preocupem-se cada vez mais com a qualidade do serviço prestado. (GUARIENTI et al., 2006)

Ainda considerando estes autores, a prestação de serviços passou a ser uma alternativa no cenário econômico atual que tem se tornado sempre mais exigente. Isto é enfatizado por Kotler e Keller (2006) quando eles afirmam que à medida que as economias evoluem e as empresas enfrentam mais dificuldades para diferenciar seus produtos, uma proporção cada vez maior de suas atividades se concentra na produção de serviços.

Vale lembrar que as atividades de prestação de serviços podem ser desenvolvidas tanto por meio da iniciativa privada, pelas organizações com fins lucrativos, bem como pelo setor público, neste último caso constituem-se nos serviços de responsabilidade do Estado, a exemplo, dentre outros, dos serviços públicos de saúde e dos serviços na área da educação.

A importância que se tem atribuído à prestação de serviços se deve a diversos fatores, dentre eles, vale salientar aqueles propostos por Las Casas (2008), conforme listados a seguir:

- Reconhecimento de sua importância por profissionais e acadêmicos;
- Necessidades de serviços adicionais;
- Entrada de muitos prestadores de serviços internacionais devido ao processo de globalização;
- Melhora no padrão de vida das pessoas;
- Legislação;
- Outros fatores.

Diante do exposto, percebe-se que a prestação de serviços vem apresentando um crescimento considerável, tornando-se cada vez mais importante no contexto econômico, ao passo que é utilizada pelos mais variados tipos de organizações como forma de levar o bem estar às pessoas, atendendo às necessidades que não são supridas pela produção de bens e produtos.

### 4.3 A QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A qualidade sempre esteve relacionada às atividades de manufatura, entretanto nos últimos anos esta ferramenta tem sido absorvida por um número cada vez maior de empresas e organizações prestadoras de serviço.

Oakland (1994) compartilha desta ideia ao ensinar que historicamente, os sistemas formais de qualidade e seus procedimentos, estiveram restritos às indústrias de manufatura e de processamento, todavia nos últimos anos tem-se notado uma rápida expansão em relação ao setor de serviço, na medida em que as organizações procuram aumentar sua reputação como fornecedores de serviços de qualidade.

Kotler, Hayes e Bloom (2002) definem qualidade em serviços como sendo a prestação de serviços que superam as expectativas dos clientes. Isso significa, não necessariamente, que se obtém qualidade nos serviços quando os resultados obtidos são maiores do que aqueles que eram esperados pelos clientes.

De acordo com Las Casas (2002) os serviços oferecidos por uma empresa devem ser cuidadosamente planejados e, acima de tudo, oferecidos com qualidade. Este autor acrescenta que um serviço bem feito gera a satisfação aos clientes atendidos, que voltam a comprar ou indicam para outros clientes de seu relacionamento, com isso, aumenta a demanda e os lucros consequentemente aumentam.

A respeito da qualidade em serviços, Oliveira et al. (2004, p.10-11) destacam:

A qualidade aplicada ao setor de serviços está relacionada com o fornecimento do produto “serviço” com qualidade superior aos clientes, proprietários e funcionários. Com esse conceito, percebe-se que a análise não se deve limitar aos clientes externos. É necessário levar em consideração todos os indivíduos da cadeia administrativa – funcionários e administradores -, ressaltando a importância de cada um na conquista do objetivo comum, que é a qualidade.

Com isso, entende-se que a qualidade relacionada ao setor de serviços é algo que deve partir de dentro e de todas as partes da organização, incluindo gestores e colaboradores, não

limitando a qualidade exclusivamente ao serviço final entregue ao cliente, mas considerando-a sob o ponto de vista da organização como um todo.

Certamente existem diversas maneiras pelas quais as organizações podem diferenciar suas atividades, no entanto, considerando Kotler e Armstrong (2007) a qualidade na prestação de serviços é uma das principais formas de uma organização se diferenciar no mercado.

Tal princípio é compartilhado por Las Casas (2008) quando este destaca que a qualidade do serviço pode se tornar uma diferença desde que no mercado não se encontre serviço prestado de forma satisfatória.

Destaque-se ainda o processo de prevenção de erros que contribui sobremaneira para a obtenção de serviços de qualidade. Marejon (2005) salienta que a prevenção de problemas deve ser visualizada como um enfoque que assegura a qualidade.

Esta autora ensina ainda que:

É por meio de métodos preventivos que se detectam e se reduzem os erros ou se identificam as suas causas. Se não se consegue identificar e corrigir erros, não se tem um sistema de qualidade assegurado, verdadeiro, e todas as outras atividades de qualidade serão colocadas em risco. (MAREJÓN, 2005, p. 28).

Para Paladini (2008) se a organização objetiva a qualidade, qualquer item de produção que não estiver comprometido nesta tarefa não contribui para o objetivo em questão e, por isso, se torna perfeitamente dispensável, seja uma pessoa, uma máquina ou uma operação.

Apesar do crescimento constante da exigência por serviços de qualidade, Giansi e Corrêa (1996 apud Oliveira et al. 2004) ressaltam sobre o comodismo de muitos consumidores em relação à baixa qualidade dos serviços, tendo em vista que tanto no Brasil como em muitos países do mundo, os consumidores e usuários em geral acostumaram a se conformar com a oferta de serviços de baixa qualidade, seja no setor público ou no setor privado, com raras e honrosas exceções.

Considerando estes autores, talvez ainda não se tenha desenvolvido uma cultura consolidada em termos de prestar serviços de qualidade, e principalmente de exigir um padrão mínimo dos serviços pelos quais pagamos.

Diante disso, a seguir estão elencados os principais fatores que podem provocar uma baixa da qualidade na prestação de serviços na visão de Giansi e Corrêa (1996 apud Oliveira et al. 2004), a saber:

- ❖ Geralmente os trabalhadores da indústria de serviços são considerados mão-de-obra temporária, e como tal, não recebem atenção gerencial para fins de motivação e treinamento;

- ❖ Ênfase excessiva com relação a cortes de custos e busca míope por produtividade de recursos, o que pode causar falta de personalização e consequente baixa na qualidade do atendimento;
- ❖ Clientes, em geral acostumados com o nível pobre de serviços, não desenvolvem o hábito de exigir mais;
- ❖ Dificuldade na padronização dos serviços, notadamente aqueles intensivos em mão-de-obra em função da variabilidade dos clientes e suas necessidades, além das situações típicas que sempre ocorrem;
- ❖ Os serviços, na maioria das vezes são produzidos e consumidos simultaneamente, não havendo tempo para inspeções de qualidade e correção de possíveis defeitos;
- ❖ A qualidade do pacote de serviços ofertados é frequentemente intangível, e, portanto, difícil de mensurar e controlar.

A qualidade dos serviços está diretamente relacionada às necessidades e expectativas dos clientes e usuários. De modo geral, segundo Las Casas (2008) grande parte dos problemas relativos à determinação da qualidade dos serviços se refere a diferenças de expectativas, percepção e experiências na relação entre o cliente e o prestador do serviço.

Conforme retratado por este autor, a qualidade de serviços apresenta dois componentes considerados importantes: a qualidade real e a qualidade de percepção. A primeira representa aquilo que realmente existe, ou seja, o serviço que é desenvolvido com o preparo do profissional de serviço. A segunda, por sua vez, relaciona-se à impressão que o profissional de serviço transmite para a sua clientela.

Sobre esta relação entre expectativa do cliente e qualidade percebida, Rossi e Braga (2004) acrescentam que pode existir uma diferença importante entre aquilo que a empresa acredita que o cliente deseja e aquilo que o cliente realmente quer, ou seja, entre a qualidade apresentada pelo prestador e a qualidade desejada e/ou percebida pelo receptor, sem que este expresse necessariamente a sua insatisfação.

Entende-se, portanto que a prestação de serviço consiste no fornecimento de sensações aos clientes, e como essas sensações são percebidas de forma exclusiva por cada indivíduo, com base em fatores como cultura, idade, classe social, e comportamento, pode-se concluir que é muito difícil sua padronização. (MARTINS, 2007).

#### 4.4 A IMPORTÂNCIA DE SERVIÇOS DE QUALIDADE PARA AS ORGANIZAÇÕES

Ainda que se verifique certo comodismo por parte de alguns consumidores, a maior parte deles está se tornando cada vez mais exigente, obrigando as organizações a desenvolverem estratégias que possibilitem a oferta de produtos e serviços com a máxima qualidade possível para fins de satisfazê-los e em função disso tem-se atribuído grande importância a qualidade como forma das organizações conquistarem e reterem seus clientes.

Neste contexto, a qualidade na prestação de serviços é extremamente relevante uma vez que, conforme proposto por Las Casas (2008) a qualidade está ligada diretamente à satisfação e assim os serviços só terão qualidade se forem prestados para satisfazer à percepção dos clientes.

Para Kotler (2008), muitas empresas objetivam à alta satisfação haja vista que aqueles consumidores que estiverem apenas satisfeitos estarão dispostos a mudar caso surja uma oferta melhor, já os clientes plenamente satisfeitos estão menos dispostos a mudar.

Sobre a importância da qualidade para as organizações Oliveira et al. (2004, p. 14) salientam que:

Pode-se observar que um número cada vez maior de empresas, por intermédio de seus principais diretores, passou a focar a qualidade de uma nova perspectiva, que vincula a lucratividades ao ponto de vista do cliente.

De acordo com Paladini (2008) a importância da qualidade vincula-se ao fato de que se a empresa consegue satisfazer e até mesmo superar as necessidades do consumidor, por meio do atendimento de suas expectativas, que às vezes nem sequer haviam sido formuladas, cria-se a figura do “consumidor cativo”, o que significa mercado mais “garantido” e maiores chances para que a empresa possa sobreviver.

A relevância da qualidade se mostra então pela sua capacidade de, quando priorizada e utilizada adequadamente pelos gestores, tornar-se uma arma extremamente importante no sentido de cativar, fidelizar e atrair clientes e desta forma proporcionar os níveis desejados de lucratividade para as organizações.

Gronroos (2004 apud Nogueira et al. 2008) enfatiza que a eficiência no atendimento com relação às falhas e reclamações, a atenção que os colaboradores demonstram para com os clientes e a presteza com que providências são tomadas, tudo isso, influencia a percepção que o cliente tem do valor de ser um cliente de determinado prestador de serviços.

Assim sendo, entende-se que a qualidade torna-se relevante tendo em vista que ela vem a agregar valor para as organizações, uma vez que a divulgação da qualidade dos serviços e do atendimento que são prestados pode ser amplamente difundida pelos clientes quando estes apresentam alto grau de satisfação pela qualidade.

Portanto, pressupõe-se que o desenvolvimento de serviços de qualidade volta-se à influência positiva que estes desempenham no mercado, mediante a satisfação do cliente que reduz o risco observado, o que, por sua vez, favorece a repetição do uso do mesmo serviço daquela organização.

#### 4.5 SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Este, com certeza, é um ponto fundamental para qualquer organização que pretende desenvolver serviços de qualidade. Conforme lembra Domingues e Neves (2009), admitida na prática pelas organizações bem sucedidas, estudada na gestão de marketing e na gestão da qualidade e reconhecida na literatura, a satisfação do cliente adquiriu estatuto de fator de sucesso e de capital a medir e gerir.

Davis, Aquilano e Chase (1999) destacam que a satisfação do cliente relaciona-se com a comparação entre uma expectativa do cliente quanto ao desempenho de um serviço e a sua percepção daquele desempenho, onde a satisfação mostra-se como uma boa medida de quão efetivo é o sistema de oferta do serviço que está sendo prestado, pois pode fornecer a ligação entre o nível de serviço atualmente oferecido, a percepção do cliente em relação a tal serviço e ao comportamento futuro do cliente em relação à empresa.

Segundo Kotler e Keller (2006) a satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho (ou resultado) percebido de um produto em relação às expectativas do comprador.

Já para Joram (2004, p.7) a satisfação do cliente:

É um resultado alcançado quando as características do produto correspondem às necessidades do cliente. Ela é, em geral, sinônima da satisfação com o produto. A satisfação com o produto é um estímulo a sua felicidade de venda. O maior impacto é sobre a participação de mercado e, portanto, a receita de vendas.

De acordo com Paladine (2008) a conquista do cliente não é algo que ocorre rapidamente, mas é um processo gradativo e vai tornado-se consistente aos poucos. Envolve uma perspectiva dinâmica, de permanente acompanhamento do mercado, de suas tendências e alterações que vão se processando.



Segundo Hargreaves, Zuanetti e Lee (2005, p. 14):

Quando falamos de serviços de qualidade, estamos nos referindo, primeiramente, à plena satisfação do cliente. E o segredo para atingir tal objetivo reside na empresa prestadora de serviço concentrar-se profundamente nas necessidades e nos desejos do cliente, criando um serviço que atenda ou exceda as expectativas do cliente.

Neste sentido, os autores destacam que a oferta de serviços de qualidade influencia diretamente a satisfação do cliente, desta forma existe uma relação de causa e efeito uma vez que as organizações que empreenderem esforços na prestação de serviços de qualidade terão como provável consequência disso a satisfação de seus clientes.

Las Casas (2008) afirma que em função do caráter intangível do objeto de comercialização, a qualidade de serviços está vinculada à satisfação, uma vez que um cliente satisfeito com seu prestador de serviços estará percebendo o serviço como de qualidade. Este autor lembra ainda que um cliente pode ficar extremamente satisfeito com a solução de um problema, o atendimento de uma necessidade ou qualquer outra expectativa de seu interesse.

Conforme proposto por Rossi e Braga (2004) é necessário identificar ativamente o grau de satisfação ou de insatisfação dos clientes. Kotler (2008) aponta alguns fatores necessários para que se possa rastrear e mensurar a satisfação do consumidor. Estas ferramentas encontram-se descritas no quadro 03 a seguir.

#### **Quadro 03 - Fatores para rastrear e mensurar a satisfação do consumidor**

<p><b>Sistemas de reclamações e sugestões</b></p> <p>A organização centrada no cliente deve facilitar o recebimento de sugestões e reclamações. Algumas empresas oferecem formulários para que os clientes indiquem os itens que gostam e os que não gostam, outras optam por sistemas de ligações gratuitas e existem ainda aquelas que utilizam as ferramentas da internet, como a página Web e o e-mail, como forma de facilitar a comunicação com seus clientes.</p>
<p><b>Pesquisa de satisfação de cliente</b></p> <p>Estudos indicam que, embora clientes fiquem insatisfeitos em uma a cada quatro compras, pouquíssimos clientes insatisfeitos reclamam. Empresas pró-ativas procuram medir a satisfação do cliente diretamente, realizando pesquisas periódicas e não apenas considerando os níveis de reclamação.</p>
<p><b>Compras simuladas</b></p> <p>As empresas podem contratar pessoas para se passarem por compradores, com a finalidade de relatar pontos fortes e fracos vivenciados na compra de produtos da empresa e dos concorrentes. Combina-se a isso, a saída dos gerentes de suas salas para também simularem situações de compra e perceberem como anda o atendimento de sua empresa e também dos concorrentes.</p>
<p><b>Análise de clientes perdidos</b></p> <p>A organização deve contatar clientes que deixaram de comprar ou que tenham mudado para outro fornecedor a fim de verificar por que isso aconteceu. É importante não apenas conduzir estas entrevistas de saída, mas também acompanhar o índice de perda de clientes.</p>

**Fonte: adaptado de Kotler (2008)**

Portanto, a necessidade de se identificar o nível de satisfação do cliente se deve ao fato de que a satisfação proporciona a fidelidade do mesmo. Desta forma se faz necessário desenvolver métodos de observação do comportamento do consumidor com vistas a identificar sua percepção do serviço que se está prestando.

Considerando uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Qualidade de Atendimento, MAGRI (2009), destaca que:

- apenas 4% dos clientes insatisfeitos reclamam do mau atendimento;
- um cliente insatisfeito pode contaminar, no mínimo, 10 outros clientes;
- 91% dos clientes insatisfeitos simplesmente desaparecem devido ao mau atendimento, pois acreditam que reclamar não lhes trará nenhum benefício;
- custa entre cinco a seis vezes mais caro atrair novos clientes ao invés de manter os clientes antigos;
- 95% dos clientes que reclamam voltarão a fazer negócios, desde que as queixas sejam atendidas de forma rápida e satisfatória;
- 68% dos clientes deixam de fazer negócios por estarem insatisfeitos com o tratamento recebido;

O Cliente é o fator mais importante para as organizações, é ele que determina seu sucesso ou seu fracasso, assim satisfazer o cliente é obrigação de todos os membros da organização, e a gestão das reclamações pode contribuir para que isso ocorra.

As reclamações, conforme Rossi e Braga (2004) constituem uma fonte importante de informação que permitem conhecer as expectativas dos clientes e a qualidade percebida nos serviços da empresa, entretanto a simples gestão das reclamações é uma condição necessária, mas insuficiente da estratégia de satisfação da clientela.

Para Kotler e Keller (2006) existe uma estreita ligação entre a qualidade de produtos e serviços, satisfação de clientes e lucratividade da empresa, uma vez que níveis mais altos de qualidade resultam em níveis mais elevados de satisfação de clientes, ao mesmo tempo em que sustentam preços mais altos e frequentemente custos menores.

Considerando os autores acima, observa-se que a literatura acerca da qualidade na prestação de serviços demonstra que esta caminha lado a lado com a satisfação dos clientes, o que a torna indispensável para qualquer organização que deseja prosperar por meio da satisfação do seu público alvo.

## 5 OS SERVIÇOS NA EDUCAÇÃO SUPERIOR

### 5.1 A EDUCAÇÃO SUPERIOR NO BRASIL

Segundo Colossi, Consentino e Queiroz (2001) o interesse da sociedade pela educação superior vem aumentando significativamente, sendo possível afirmar-se que a história do progresso humano coincide com a história dessas instituições. A educação superior no Brasil passou por diversas transformações antes de apresentar a conjuntura que tem hoje.

Soares et al. (2002) ensina que o desenvolvimento do ensino superior no Brasil pode ser considerado um caso atípico no contexto latino-americano, contexto esse caracterizado pela fundação de universidades pelos espanhóis desde o século XVI, em suas possessões na América, as quais eram instituições religiosas que recebiam autorização Papal.

“O Brasil Colônia, no entanto, não criou instituições de ensino superior em seu território até o início do século XIX, ou seja, quase três séculos mais tarde.” (SOARES et al., 2002, p. 31). Para Torres (2011) o histórico da educação superior no Brasil teve origem em 1808, depois da chegada da Família Real Portuguesa, ocasião em que D. João VI iniciou o processo de edificação do ensino superior no Brasil.

A luz de um levantamento sobre as Constituintes Brasileiras, Favero (2001) cita a Assembleia Constituinte de 1823, onde ocorreram algumas discussões sobre a educação, o que proporcionou o surgimento dos primeiros projetos para elaboração de um tratado sobre educação, uma espécie de compendio para a juventude brasileira, além de um projeto para criação de universidades.

O autor acima destaca ainda que uma das medidas iniciais para o desenvolvimento do reino que acabara de se formar constava da criação da Faculdade de medicina da Bahia e da Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro, cujos atos de criação também foram debatidos na Assembleia Constituinte de 1823.

Acerca do histórico do ensino superior no Brasil, Soares et al. (2002) destaca que durante o período imperial, embora tenha havido várias propostas, não foi criada nenhuma universidade no Brasil. Talvez este fato se deva ao alto conceito da Universidade de Coimbra, o que dificultava a sua substituição por uma instituição no jovem país. Neste sentido, os novos cursos superiores de orientação profissional que se foram estabelecendo no território brasileiro eram vistos como substitutos à universidade. (SOARES, et al., 2002).

Estes autores salientam ainda diversos acontecimentos importantes que marcaram o trajeto histórica da educação superior no Brasil. Os principais deles estão listados do quadro 4 abaixo.

**Quadro 04 - Fatos importantes da trajetória da educação superior no Brasil**

ANO	ACONTECIMENTO
1827	Criação dos cursos de Ciências Jurídicas em São Paulo e em Olinda
1920	Foi criada a Universidade do Rio de Janeiro
1934	Surgimento da Universidade de São Paulo
1961	Cria-se a Universidade de Brasília

**Fonte: adaptado de Soares et al., (2002)**

De acordo com Paviani (2003, p. 111) “o modelo único e padronizado de universidade que perdurou durante muitos séculos assume atualmente uma multiplicidade de formas e objetivos específicos.”

A constituição Federal do Brasil de 1988, em seu artigo primeiro reza que a República Federativa do Brasil é formada pela união indissolúvel dos Estados, Municípios e do Distrito Federal, fundamentando-se, dentre outras coisas, na soberania, cidadania e nos valores sociais do trabalho.

Assim, a educação, um direito de todos, e dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho. (art. 205 da Constituição Federal do Brasil, 1988)

Ainda à luz dos princípios gerais estabelecidos pela Carta Magna de (1988) por meio do seu artigo 211, sabe-se que os sistemas de ensino no Brasil são organizados através da colaboração entre a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, cada um com suas devidas competências.

Dentre as responsabilidades inerentes à questão da educação, saliente-se o ensino superior, que de acordo com Soares et al. (2002) abarca, atualmente, um sistema complexo e diversificado de instituições públicas e privadas, apresentando-se com diferentes tipos de cursos e programas, o que inclui vários níveis de ensino, desde a graduação até a pós-graduação.

A normatização atual sobre a educação superior no Brasil, além dos princípios norteadores estabelecidos na Constituição, tem seu amparo legal definido na Lei nº 9.394/96,

Lei de Diretrizes e Bases da educação nacional (LDBN), que em seu artigo 46, parágrafo segundo, atribui ao Poder Executivo a responsabilidade de manter e acompanhar o processo de saneamento e fornecimento dos recursos adicionais, se necessários, para a superação das deficiências das instituições públicas de ensino superior.

As discussões a respeito da educação superior têm crescido nos últimos tempos e atualmente é alvo de debates acalorados entre os estudiosos sobre o assunto. A quantidade de instituições de ensino superior, de cursos de graduação e número de matrículas cresceu expressivamente nos últimos anos. O Censo da Educação Superior (2010), realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) nos traz estes dados referentes ao ano de 2010, conforme mostra o quadro 5 a seguir:

**Quadro 05 - Estatísticas de graduação no Brasil - 2010 (presencial e a distância)**

Estatísticas básicas	Categoria administrativa					
	Total Geral	Pública				Privada
		Total	Federal	Estadual	Municipal	
<b>Graduação</b>						
Instituições	2.377	278	99	108	71	2.099
Cursos	29.507	9.245	5.326	3.286	633	20.262
Matrículas de graduação	6.379.299	1.643.298	938.656	601.112	103.530	4.736.001
Ingressos (todas as formas)	2.182.299	475.884	302.359	141.413	32.112	1.706.345
Concluintes	973.839	190.597	99.945	72.530	18.122	783.242

**Fonte: Censo da Educação Superior/MEC/Inep, 2010**

Considerando estes dados, percebe-se que das 2.377 instituições de ensino de graduação, apenas 278 eram públicas, sendo 99 delas federais, já o número de instituições privadas constava de 2.099. Isto se reflete no número de matrículas, onde as instituições públicas somaram 1.643.298 alunos matriculados, enquanto que o setor privado matriculou 4.736.001, praticamente o triplo. Pode-se atribuir a elasticidade entre esses números ao fato das universidades públicas não mais possuíam estrutura para absorver toda a demanda. (TORRES, 2011).

Ainda considerando o Censo da Educação Superior do INEP (2010), o número de matrículas em cursos de graduação, presencial e a distância, aumentou em 212,64 % entre os anos de 2001 e 2010. Já o número de alunos que concluiu algum curso de graduação passou de 400.000 em 2001 para 973.839 em 2010, representando um aumento de 243.45%.

Acredita-se que esse aumento no número de ingressos, egressos e de instituições de ensino superior deve-se a crescente demanda pelo ensino superior ocasionada, dentre outras

coisas, por incentivos governamentais sob diversas formas e da necessidade de capacitação que o mercado exige.

## 5.2 A QUALIDADE DOS SERVIÇOS EDUCACIONAIS

A educação está voltando a ocupar um lugar central nas ações governamentais e empresariais, pois constitui um fator essencial do processo de qualificação de recursos humanos para a produção e consumo com base em altas tecnologias, adequados ao nível de competitividade internacional. (SOUSA, 1998). Para Martins (2007) serviço educacional nada mais é do que a formação, informação e a preparação de cidadãos para o mundo.

A LDBN em seu artigo 43, inciso II, destaca que uma das finalidades da educação superior é a formação de diplomados nas diferentes áreas de conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua.

Desta forma, a questão da qualidade deve ser considerada nos diversos setores da sociedade, mas, sobretudo na área da educação, uma vez que de acordo com Schmelkes (1994) a falta de qualidade, a qualidade insuficiente, consiste num problema social e sua prática diária gera uma pessoa ou um cidadão desconfiado ou submisso.

A busca da qualidade pelas instituições de ensino superior não é apenas importante, mas indispensável, uma vez que os órgãos reguladores condicionam o credenciamento e autorização de funcionamento a um conceito mínimo de qualidade a ser obtido por tais instituições.

Os indicadores de qualidade na educação superior, segundo Netto, Giraffa e Faria (2010) têm sido utilizados em diversas partes do mundo, e mesmo não sendo a expressão “indicadores de qualidade”, utilizada da mesma forma em todos os lugares de maneira global, o conceito de qualidade existe, o que evidencia uma preocupação no mundo todo com os resultados educacionais na busca pela qualidade na educação.

De acordo com Ferreira (2004) um pressuposto para a criação de qualquer instituição de ensino é que desde a sua fundação ela esteja adequada às normas gerais da educação, visando o cumprimento de um padrão obrigatório de qualidade. Assim, sem cumprir esse requisito não obterá a autorização de funcionamento, que nada mais é do que uma ferramenta de verificação do cumprimento das condições constitucionalmente fixadas.

Sabe-se que o Inep conduz todo o sistema de avaliação de cursos superiores no Brasil, produzindo indicadores e um sistema de informações que subsidia tanto o processo de regulamentação, exercido pelo Ministério da Educação, como garante transparência dos dados sobre qualidade da educação superior a toda sociedade. (INEP, 2012).

Ainda de acordo com o Inep (2012) os instrumentos que subsidiam a produção de indicadores de qualidade e os processos de avaliação de cursos desenvolvidos pelo Inep são o Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Enade) e as avaliações in loco realizadas pelas comissões de especialistas.

Torres (2011, p. 32) salienta que “as instituições de ensino superior além de se adequarem às exigências dos órgãos reguladores, passaram a ter a necessidade de avaliar seus próprios serviços.” Este autor ainda enfatiza que a instituição de ensino superior que procura utilizar um programa de qualidade educacional, possui um feedback a respeito dos pontos fortes e fracos que tem, o que torna possível a oferta ao mercado de pessoas mais bem qualificadas.

Vale salientar que a comparação da qualidade dos serviços entre as instituições educacionais e o setor industrial exige muita cautela. Liston (1999 apud Marejon 2005) destaca que as atividades do ensino superior dificultam o emprego das metodologias de qualidade oriundas do setor manufatureiro. O autor pressupõe ainda que, quanto à infraestrutura, a avaliação de documentos e processos é possível, todavia, com relação à área acadêmica, caracterizada por certa liberdade advinda da individualidade de estilos dos docentes, a avaliação dos processos de qualidade apresenta inúmeras deficiências.

Entretanto esta linha de pensamento não esgota o assunto, uma vez que, apesar dos serviços prestados na área da educação diferir, em grau, daqueles oferecidos pelas organizações comerciais, da indústria e demais tipos de serviços, percebe-se certa semelhança no que diz respeito a diversas ações de cunho gerencial.

Paviani (2003) partilha deste princípio ao constatar que a universidade é uma “instituição” que se mostra objetivamente como uma “organização”, e em função disso, não só pode, mas também deve ser administrada através dos mesmos métodos eficazes pelos quais se administra uma empresa, haja vista que a formação científica de profissionais ocorrida nas universidades é algo infinitamente mais digno e complexo do que qualquer outro produto.

Segundo Martins (2007) o tema da qualidade no ensino requer um profundo e quase interminável debate, com a participação de um grupo de especialistas na área da educação, pedagogia, psicologia e até mesmo de medicina, para fins de definir os principais fatores, objetivos, ações, critérios e resultados a serem atingidos.

### 5.3 O ALUNO COMO UM CLIENTE

Sabe-se que as organizações estão sempre desenvolvendo estratégias voltadas a atender e satisfazer as necessidades de seus clientes. Essas estratégias envolvem diversas ações com vistas a atrair novos clientes e fidelizar os existentes, como campanhas publicitárias, propagandas, merchandising e etc. Mas como as instituições educacionais enxergam, atraem e retêm os alunos?

Segundo Tachizaea e Andrade (2006) num cenário cada vez mais competitivo e globalizado, os desafios enfrentados são crescentes e complexos, razão pela qual as instituições precisam desenvolver critérios que indiquem qual o nível de preparo de tais organizações para enfrentar estes desafios.

Nesse contexto, a busca e inovação por parte das IES como forma de encontrar e reter alunos assemelha-se, em parte, com as ações utilizadas pelas organizações com fins lucrativos quando estas procuram a conquista e fidelização dos seus clientes e usuários. Diante disso surge então o questionamento: os alunos podem ser encarados como clientes?

Sobre este questionamento, Carvalho (2009) constata que existem inúmeras e divergentes opiniões, havendo autores que defendem o uso da palavra cliente como sendo adequada para o ensino superior, e outros que consideram prejudicial a utilização deste conceito para a aprendizagem, embora exista um consenso no que se refere ao cuidado que se deve ter em encarar o ensino com uma abordagem meramente empresarial.

Sob a ótica dos serviços privados de ensino superior, Muriel (2006) ensina que exclusivamente em determinado sentido o aluno pode ser tido como cliente, tendo em vista que, segundo a definição de cliente, se ele compra um serviço educacional, confia seus interesses a determinada instituição.

Owlia e Aspinwall (1996 apud Carvalho 2009) após um estudo com vistas a analisar este enfoque do aluno ser encarado como um cliente concluíram que a nova perspectiva do ensino focaliza o aluno como um cliente, sendo esta denominação, genericamente aceita.

Entretanto, outros autores são relutantes a respeito do questionamento como é o caso de Schwartzman (1995) quando, ao debater o tema, salienta que se os alunos são vistos apenas ou principalmente como consumidores, então os professores assumem papel de meros prestadores de serviço, dedicando esforços apenas para a satisfação imediata ao invés de oferecer o desafio de independência intelectual aos alunos.



Para Paviani (2003, p. 112) “o verdadeiro cliente não é apenas o aluno, mas as necessidades sociais que ele representa.” Ainda considerando este autor, se a instituição de ensino se interessa apenas na ascensão social de alguns indivíduos que podem pagar seus estudos, então ela se tornará uma empresa no sentido limitado de almejar meramente o lucro.

Este questionamento é dotado de expressiva complexidade em função dos diversos fatores que o cercam e do contexto pelo qual é debatido. Se considerarmos as instituições públicas de ensino superior, talvez não se visualize tão claramente uma relação entre prestador de serviço e consumidor, todavia o mesmo não se aplica às instituições privadas de ensino superior.

Cabe ainda mencionar os ensinamentos de Tachizaea e Andrade (2006) relativos ao fato de que seja qual for a dimensão em que se considere o cliente, quer seja ele um aluno, o importante mesmo é conhecer aqueles para os quais a instituição de ensino superior existe.

#### 5.4 SATISFAÇÃO E RETENÇÃO DE ALUNOS

Considerando Kotler e Fox (1994) pode-se afirmar que os alunos são a razão de ser das instituições educacionais, desta forma, sem eles estas instituições fechariam suas portas, uma vez que não teriam mais a quem servir e os serviços criados para atendê-los ficariam obsoletos. Além disso, sem graduar alunos, não teriam ex-alunos para fornecer-lhes reconhecimento no futuro.

As instituições educacionais precisam preocupar-se, assim como as demais organizações, em oferecer serviços de qualidade com o propósito de satisfazer e reter os alunos. Kotler (2008) ao partilhar deste princípio, afirma que o grande diferencial de uma instituição que atua no mercado de ensino reside principalmente na qualidade da prestação do seu serviço.

Mowen e Minor (2003 apud Torres 2011), cientes da relação existente entre a qualidade do ensino, satisfação dos alunos e o sucesso da instituição, ensinam que o nível de satisfação influencia diretamente os alunos em relação aos serviços.

Para Cavalieri, Soares e Thiollent (2004) a satisfação do aluno com o ensino indica o grau de satisfação do aluno com sua experiência educacional na instituição. Solidários a este preceito, Virgolim, Fleith e Pereira (1999) constataam que a satisfação do aluno com relação ao ensino constitui-se como a mola-mestra para a realização escolar do aluno.

Reconhecendo a importância central da satisfação do aluno, Kotler e Fox (1994) consideram que pode ser difícil sua mensuração, no sentido de que os alunos diferem, em termos, de quais características da instituição de ensino estão relacionadas a sua satisfação e o quanto é indispensável cada uma delas. Estes autores propõem algumas metodologias para a mensuração da satisfação dos alunos, dentre elas vale mencionar as seguintes:

- **Painel de alunos**, onde um pequeno grupo de alunos é selecionado para formar um painel em que expressarão seus sentimentos em relação à instituição de ensino ou qualquer um de seus serviços. Estes participantes podem ser voluntários, escolhidos pelos colegas para os representarem junto à direção ou selecionados ao caso e convidados a participar.
- **Levantamentos da satisfação dos alunos**, que se caracteriza pelo fato de algumas instituições de ensino realizar levantamentos periódicos para conhecer o nível de satisfação de seus alunos, para isso enviam questionários a uma amostra aleatória de alunos para saberem o que eles aprovam ou desaprovam na instituição.

A utilização destes métodos de mensuração da satisfação de alunos é extremamente relevante uma vez que, conforme proposto por Bôas (2008, p.90) “falta aos gestores do ensino superior uma ferramenta de controle e acompanhamento da satisfação de seus alunos.”

Paralela à questão da satisfação, encontra-se a necessidade de retenção dos alunos. De acordo com Kotler e Fox (1994) reter alunos matriculados é tão importante quanto atrair e matriculá-los, pois o aluno insatisfeito pode abandonar completamente o curso.

As causas determinantes para a retenção de alunos são variadas. Conforme proposto por Sena (2008) pode acontecer que algum aluno não consiga um desenvolvimento equilibrado em todas as dimensões do seu ciclo de formação, o que dificulta a sua interação em seu grupo de referência.

Já para Kotler e Fox (1994) instituições cuja maioria dos alunos reside fora do Campus têm altas taxas de desistência e o oposto ocorre com aquelas que oferecem alojamentos para os alunos.

Segundo Bôas (2008, p. 344) “os cursos que mais perdem alunos têm uma imagem ruim e devem ser alvo pontual de estratégias de retenção pelos coordenadores de curso.”

Depois de citar um levantamento realizado junto aos diretores de algumas faculdades em que a maioria deles concordou que suas instituições deveriam dedicar maior atenção e

recursos objetivando reduzir a taxa de desistência de alunos, Kotler e Fox (1994) propõem as seguintes etapas-chave para compor um programa de retenção de alunos:

### **Estabelecimento de um comitê de direção da retenção**

Um programa de retenção necessita de designers e campeões, onde a instituição comprometida com a retenção deve estabelecer um compromisso para preencher estes papéis. Assim cada departamento e as outras áreas funcionais devem estabelecer seus próprios comitês de retenção.

### **Avaliação da situação de retenção**

A maioria das instituições de ensino tem registros precisos sobre o número de alunos matriculados em determinado ano ou semestre e notas obtidas, entretanto podem não conhecer sua própria taxa de retenção, portanto, para se entender a situação de retenção deve-se determinar os registros anteriores de retenção da instituição, bem como determinar os fatores relacionados ao abandono de curso.

### **Determinar as causas que levaram os alunos a abandonar a instituição**

Em alguns casos as razões para o desligamento são óbvias, como por motivos disciplinares ou por reprovações, contudo a instituição interessada deve identificar os fatores controláveis que levam a tais eventos, desta forma, conhecendo as razões das transferências ou desligamentos, a instituição pode determinar como melhorar seus programas e outros fatores que afetam a retenção.

### **Encorajamento de uma atitude de serviço aos alunos**

O aumento da retenção pode exigir mudanças substanciais em cursos, instalações, serviços de apoio e outras providências, assim, é extremamente importante incentivar funcionários e professores a tomar uma atitude de servir aos alunos. O tom oficial do Campus é estabelecido pelo corpo docente, administradores, secretários, e outros funcionários.

### **Criação de condições que atendam aos objetivos de recrutamento**

Os programas para melhoria da retenção começam quando o departamento planeja sua estratégia de recrutamento, assim, a faculdade deve recrutar e admitir alunos que estejam qualificados para se beneficiarem dos programas e cursos oferecidos.

### **Facilitação do trânsito do aluno nas instalações da instituição**

No momento em que o calouro é admitido, a faculdade precisa ajudá-lo a se movimentar nos locais de aulas, orientá-lo sobre os procedimentos e serviços de apoio e oferecer-lhe atividades que criem senso de identificação e posse.

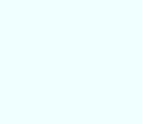
### **Prestação de aconselhamento e orientação**

Em um Campus residencial, muitos estudantes estão vivendo longe de casa pela primeira vez e estão lidando com assuntos complexos de identidade, competência e escolha pessoal. Frequentemente o aconselhamento acadêmico é mencionado como importante para a retenção de alunos uma vez que esta ferramenta pode ser eficaz para ajudá-los a identificar forças e fraquezas, melhorar as habilidades de estudo e demonstrar interesse em termos de carreira e curso.

### **Criação de um ambiente de atenção, orientado para os alunos**

O propósito deste esforço é criar as condições sociais e acadêmicas que estimulem o crescimento pessoal, sucesso acadêmico e sentimento de posse. A instituição comprometida com a retenção de alunos precisa examinar seus esforços e tomar providências para criar o tipo de atmosfera que encoraja o aluno a não abandonar o curso.

Face ao exposto, constata-se que as questões que envolvem a qualidade na prestação de serviços na área da educação, bem como a satisfação e retenção de alunos estão sendo tratadas com maior ênfase pela literatura acerca do tema, tendo em vista que estes fatores são determinantes para que as instituições de ensino possam melhorar a execução de suas tarefas e demais serviços.



## Capítulo II

---

# Organização Objeto da Pesquisa

## 6 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

A presente pesquisa foi realizada junto ao Centro de Ciências e Tecnologia Agroalimentar (CCTA) – Campus Pombal da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), localizado na Rua Jairo Vieira Feitosa, SN, no bairro dos Pereiros, na cidade de Pombal-PB, ocupando uma área territorial de 147.300 mk<sup>2</sup>.

O CCTA, cuja natureza jurídica enquadra-se em autarquia federal vinculada ao Ministério da Educação, tem como atividade principal a prestação de serviço na área da educação superior e atualmente atende a um contingente de 801 alunos em três cursos de graduação, 20 alunos num programa de Pós-Graduação em nível de Especialização, e 55 alunos em dois programas de Pós-Graduação em nível de Mestrado.

Para isso o CCTA conta com um corpo de 157 funcionários, sendo 61 servidores docentes, 39 servidores técnicos administrativos e 57 funcionários contratados por empresas terceirizadas.

### 6.1 HISTÓRICO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINAGRANDE (UFCG)

A Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) foi criada com o desmembramento da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), por meio da Lei nº. 10.419, promulgada em 09 de abril de 2002. Vale mencionar aqui, uma síntese do processo histórico da UFCG registrada no Projeto Pedagógico do curso de Engenharia Ambiental do Campus Pombal desta instituição, no qual o professor Adrián José Molina Rugama foi o coordenador da comissão de elaboração do referido documento.

Com base neste documento sabe-se que desde o ano de sua criação em 2002 até o ano de 2006, alicerçada nos propósitos de contribuir com a formação de profissionais em nível superior e visando oferecer uma educação de qualidade, a UFCG permaneceu sólida com sua estrutura multicampi, sendo uma das mais importantes e destacáveis instituições federais de ensino superior no cenário nacional.

Consciente do seu papel no desenvolvimento socioeconômico da região Nordeste e das possibilidades de atender às demandas por profissionais qualificados além dos limites regionais, no ano de 2006 a UFCG iniciou um estudo sobre a viabilidade da criação de novos Campi a partir da realização de um diagnóstico sobre o acesso à educação superior no estado da Paraíba.

Concomitantemente à realização deste diagnóstico, a reitoria passou a debater com a sociedade as demandas a ela encaminhadas, procurando alternativas para a sua exequibilidade, especialmente no sentido da construção de parcerias e da divisão de responsabilidades entre os governos federal, estadual e municipal.

Como resultado, a UFCG traçou o seu Plano de Expansão Institucional (PLANEXP), vislumbrando a possibilidade de instalação de novos campi nos municípios de Cuité, Itaporanga, Pombal e Sumé, atendendo, desta forma, a uma vasta população de jovens que habitam essas localidades.

A proposta de expansão foi apresentada em sessão especial realizada em 7 de abril de 2005, na Assembleia Legislativa do Estado da Paraíba, destacando-se como uma das iniciativas mais importantes para consolidação do PLANEXP da UFCG. Na sequência, o PLANEXP foi apresentado ao Ministro da Educação que, após análise da proposta, aprovou no dia 19 de julho de 2005 a criação de novos campi na UFCG, dentre os quais, o campus localizado na cidade de Pombal.

## 6.2 O CENTRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA AGROALIMENTAR (CCTA)

O CCTA localiza-se na cidade de Pombal-PB. O município de Pombal fica situado na região oeste do Estado da Paraíba, mesorregião do sertão paraibano, compreendendo uma extensão territorial de 888,802 km<sup>2</sup>, com uma população total de 32.110 habitantes, possuindo uma densidade demográfica de 36,13 habitantes/km<sup>2</sup> (IBGE, 2012).

De acordo com o site do CCTA na internet, após sua implantação, ocorrida no ano de 2006, foram iniciados os trabalhos de absorção por transferência voluntária de 149 alunos oriundos da Faculdade de Agronomia de Pombal, bem como a realização de concursos públicos para professores efetivos e substitutos, como também para servidores técnico-administrativos.

Ainda considerando informações extraídas do site do CCTA, a implantação do campus Pombal foi orçada em oito milhões de reais, fomentados pelo plano de expansão do governo federal, com base nos Planos de Trabalho Anual para os exercícios 2007/2008.

Atualmente o CCTA é responsável pela oferta de três cursos de graduação, quais sejam: Engenharia Ambiental, Engenharia de Alimentos e Agronomia. O CCTA conta ainda com dois Programas de Pós-Graduação em nível de mestrado nas áreas de Sistemas Agroindustriais e Horticultura Tropical, além de uma Pós-Graduação em nível de

Especialização em Educação de Jovens e Adultos, com Ênfase em Economia Solidária no Semiárido Paraibano.

### 6.2.1 A MISSÃO DO CCTA – CAMPUS POMBAL DA UFCG

Segundo informações do site do CCTA na internet, a sua missão está atrelada à missão da UFCG, que é a sua inserção no desenvolvimento regional, sem perder de vista o contato com o mundo contemporâneo, em seu contexto global, preservando fundamentos e princípios como a manutenção do espaço onde a ética, a coerência e a democracia são os balizamentos para cada atividade de ensino, de pesquisa e de extensão.

Ainda de acordo com esta fonte, produzir e socializar o conhecimento nos diversos campos do saber, de modo a contribuir para a formação de profissionais qualificados e aptos ao mundo do trabalho e formar cidadãos capazes de atuar na construção da democracia e da justiça social, compõe desígnios que estão definidos nos princípios a serem respeitados pela UFCG, contidos em seu Estatuto, dos quais se destacam os seguintes:

- ✓ o compromisso com a ampliação do ensino público e gratuito, com padrão unitário de qualidade em todos os níveis;
- ✓ a ética como norteadora da prática institucional, em todas as suas relações internas e com a sociedade;
- ✓ a igualdade de acesso e de permanência na Instituição;
- ✓ a natureza pública, gratuita, democrática, laica e de qualidade socialmente referenciada, sendo de responsabilidade da União a garantia de recursos para a manutenção da Instituição;
- ✓ a transparência, a publicidade, a probidade, a racionalidade, a impessoalidade, a eficiência e a regularidade nos atos e na gestão de recursos da Instituição;
- ✓ a contribuição para o desenvolvimento socioeconômico, técnico-científico, político, cultural, artístico e ambiental do Estado, da região, do país e do mundo;





## **Capítulo III**

---

# **Aspectos Metodológicos**

## 7 METODOLOGIA DA PESQUISA

### 7.1 TIPO DE PESQUISA

A literatura acerca do estudo científico apresenta uma variedade de tipos de pesquisa que podem ser utilizados individualmente ou em conjunto, a depender das características e circunstâncias do estudo que se deseja realizar.

A respeito desta multiplicidade de tipos de pesquisa, Gressler (2004) destaca que quando se pretende realizar uma investigação é indispensável a determinação do tipo de pesquisa a ser utilizado. Ainda considerando este autor, os tipos de pesquisa dependem dos objetivos do estudo, bem como da natureza do problema.

Desta forma, para este estudo tomou-se por base as considerações propostas por Ciribelli (2003) que, a respeito dos tipos de pesquisa, propõe duas classificações, quais sejam: quanto aos objetivos e quanto aos meios.

Com relação aos objetivos, ou aos fins, esta pesquisa caracteriza-se como descritiva. A pesquisa descritiva, para Lopes (2006) é o estudo de determinada população, onde se procura descrever suas características, estabelecendo variáveis entre si, a partir de seus objetivos, servindo para proporcionar uma nova visão do problema.

Com base nisso, além de descrever o perfil do discente do curso de Engenharia Ambiental do Campus Pombal da UFCG, pretende-se descrever suas opiniões em relação à qualidade dos serviços prestados pela instituição.

Quanto aos meios, ou procedimentos, a presente pesquisa configura-se como bibliográfica e estudo de caso. A pesquisa bibliográfica, segundo Macedo (1994) é a busca de informações bibliográficas e a seleção de documentos (livros, artigos de revistas, trabalhos de congressos, teses, e etc.) que se relacionam com o problema de pesquisa, sendo o primeiro passo em qualquer tipo de pesquisa científica, objetivando revisar a literatura existente sobre o tema do estudo.

Neste sentido, procedeu-se ao levantamento bibliográfico sobre a qualidade na prestação de serviços, satisfação dos clientes e dos alunos, bem como foi abordada de forma teórica a questão dos serviços prestados pelas instituições de ensino superior, como forma de dar base literária ao presente estudo.

O estudo de caso, que segundo Gressler (2004) consiste numa técnica de pesquisa que se dedica a estudos intensivos de interações ambientais, sócias econômicas, políticas e

culturais de uma unidade, indivíduo, grupo, instituição ou comunidade selecionada por sua especificidade, foi realizado junto à UFCG - Campus Pombal, e teve por objetivo mensurar a qualidade dos serviços prestados pela instituição na visão dos discentes do curso de Engenharia Ambiental.

Diante disso, com base nos postulados de Santos e Candeloro (2006) quando estes ensinam que, em se tratando de pesquisa científica, existem diversas possibilidades para se realizar uma investigação, entende-se ser válido o uso concomitante de mais de um procedimento de pesquisa, assim sendo, no que se refere aos fins, utilizou-se do tipo de pesquisa descritiva e quanto aos meios, fez-se uso dos tipos de pesquisa bibliográfica e estudo de caso para fins de realização do presente estudo.

## 7.2 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Quanto a classificação desta pesquisa, adotou-se o modelo proposto por Reis (2008), que ao tratar sobre a forma de abordagem, ensina que a pesquisa apresenta duas classificações, quais sejam: a quantitativa e a qualitativa.

A pesquisa quantitativa, segundo Santos e Candeloro (2006) é aquela cujo objetivo consiste em mensurar algumas variáveis, transformando os dados colhidos com a pesquisa em ilustrações como tabelas, quadros e gráficos, sendo o tratamento dos dados, geralmente, realizado por programas estatísticos.

Já a pesquisa qualitativa se destina a interpretar e dar significado aos fenômenos analisados. (REIS, 2008). Paralela a esta definição, Meneses e Mariano (2010) salientam que os dados qualitativos descrevem condições particulares e se distinguem por alguma característica não numérica, como os dados nominais a exemplo do sexo, nacionalidade e etc.

Assim, a forma quantitativa do presente estudo caracteriza-se pelo tratamento estatístico utilizado para a análise dos dados colhidos para fins de avaliação dos serviços prestados pela UFCG – Campus Pombal.

O caráter qualitativo configura-se, por sua vez, na identificação de características particulares dos indivíduos pesquisados, como sua faixa etária, sexo e motivo que o levou a optar por este curso, bem como no levantamento bibliográfico realizado com vistas a proporcionar uma melhor visão acerca do contexto do problema.

Destaque-se que apesar de suas características diferirem, Sakata (2011, p.36) enfatizando Branner propõe que “os métodos qualitativos e quantitativos não são excludentes

entre si.” Portanto, entende-se que ambas as classificações podem ser utilizadas mutuamente, uma vez que elas se completam possibilitando melhor fundamentação da pesquisa que se pretende realizar.

### 7.3 UNIVERSO E AMOSTRA

As pesquisas, de modo geral, são realizadas por meio do estudo dos elementos que compõem uma amostra extraída da população que se pretende analisar. (FONSECA; MARTINS, 2009).

De acordo com Pinheiro et al. (2009), população ou universo consiste no conjunto de todos os elementos, sejam eles pessoas ou objetos, cujas propriedades o pesquisador está interessado em estudar. Neste caso, o universo desta pesquisa é composto por todos os discentes regularmente matriculados no curso de Engenharia Ambiental da UFCG – Campus Pombal, que segundo dados obtidos na secretaria do referido curso, corresponde a um quantitativo de 242 alunos.

A amostra, por sua vez, é a representação menor de um todo maior, a fim de que o pesquisador possa analisar um dado universo. Neste caso, a amostra representa o todo. (PÁDUA, 2004).

A delimitação do tamanho da amostra do presente estudo foi realizada com base nos postulados de Fonseca e Martins (2009) ao ensinarem que para o dimensionamento do tamanho da amostra da pesquisa deve-se analisar o nível de mensuração das variáveis do instrumento de coleta de dados. Desta forma, “sendo a variável escolhida nominal ou ordinal e a população do estudo finita, tem-se:” (FONSECA; MARTINS, 2009, p.179).

$$n = \frac{Z^2 \cdot \hat{p} \cdot \hat{q} \cdot N}{d^2 (N - 1) + Z^2 \cdot \hat{p} \cdot \hat{q}}$$

Onde, “**n**” é o tamanho da amostra que se pretende encontrar, “**Z**” é a abscissa da normal padrão, retirado da tabela de distribuição normal, “**p**” é a estimativa da proporção, neste caso, os alunos da população que podem estar satisfeitos com os serviços, “**q = 1 – p**”, é a proporção de alunos da população que podem não estar satisfeita com os serviços, “**N**” o tamanho total da população objeto da pesquisa, e “**d**” o erro amostral.

O processo de seleção do tamanho de uma amostra, para Rea e Parker (2000) requer que o pesquisador determine uma margem aceitável de incerteza, devido as restrições de

tempo e custo do estudo. Desta forma, um fator importante que o pesquisador precisa especificar é o nível de confiança que corresponde ao risco de erro que o pesquisador se dispõe a aceitar no estudo.

Na maior parte das investigações científicas busca-se um nível de confiança de 95% ou 99%, sendo a escolha do nível de confiança, geralmente, uma concessão mútua entre economia, precisão e risco de erro. (REA; PARKER, 2000).

Com base nestes princípios, para este estudo considerou-se um nível de confiança de 95%, e conseqüentemente um erro máximo de 5% ou 0,05. Neste sentido, de acordo com a tabela de distribuição normal, o valor de Z para o nível de confiança especificado corresponde a  $Z = 1,96$ .

Admitindo-se que o discente pode expressar o menor grau de satisfação avaliando determinado serviço como “péssimo” e o maior grau de satisfação avaliando-o como “ótimo”, tem-se que duas condições são aceitas: estar satisfeito com a qualidade dos serviços prestados, o que corresponde a ( $p = 0,5$ ) ou não estar satisfeito ( $q = 1 - p; = 0,5$ ).

Ainda com relação a determinação de “p” e de “q”, mesmo que sua definição não fosse possível, seus valores corresponderiam a ( $p = 0,5$ ) e ( $q = 1 - p; = 0,5$ ), uma vez que quando não se tem condições de se prever o valor de “p”, admite-se  $p = 0,50$ , pois, dessa forma, será obtido o maior tamanho da amostra, admitindo-se constantes os demais elementos. (FONSECA; MARTINS, 2009).

Diante disso, temos que:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5) \cdot 242}{0,05^2 (242-1) + (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)} \quad \rightarrow \quad \boxed{n \approx 149}$$

Assim sendo, considerando um nível de confiança de 95% e um erro máximo de 5%, chega-se a uma amostra de 149 alunos do curso de Engenharia Ambiental do CCTA – Campus Pombal, o que corresponde a aproximadamente 61% do universo desta pesquisa.

Com isso, procurou-se obter, de acordo com a viabilidade do estudo, uma amostra representativa do universo, que de acordo com Pinheiro et al. (2009) caracteriza-se quando sua análise proporciona a obtenção de conclusões válidas sobre a população.

Quanto à amostragem, utilizou-se aquela do tipo probabilística, que segundo Cooper e Schindler (2003) ocorre quando o pesquisador utiliza um método de seleção aleatória de elementos para reduzir ou eliminar os vieses na amostragem. Ainda considerando estes

autores, sob tais condições, pode-se ter confiança substancial de que a amostra é representativa da população da qual foi extraída.

Diante disso, a escolha dos discentes para compor a amostra do presente estudo ocorreu de forma aleatória, procurando-se eliminar a interferência de qualquer aspecto tendencioso que possibilitasse eventuais discrepâncias entre população e amostra.

#### 7.4 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

As técnicas ou métodos de coleta de dados ocorrem no momento em que o pesquisador busca os dados necessários para dar continuidade a sua pesquisa, e em geral, esses dados são coletados por meio de instrumentos como questionários e entrevistas. (LOPES, 2006).

Severino (2007, p.124) conceitua técnica de pesquisa como sendo “os procedimentos operacionais que servem de mediação prática para a realização das pesquisas.”

Desta forma, para esta pesquisa utilizou-se do questionário como instrumento para coleta dos dados, que corresponde ao conjunto de questões, sistematicamente articuladas, que se destinam a levantar as informações dos sujeitos pesquisados, como forma de se conhecer suas opiniões em relação ao assunto em estudo. (SEVERINO, 2007).

Optou-se por este tipo de instrumento considerando sua viabilidade de aplicação uma vez que o questionário, conforme constata Rezende (2005) pode ser simplesmente distribuído, para posteriormente ser recolhido, ocasião em que os dados serão tabulados.

Para fins de elaboração do questionário (ver apêndice A) considerou-se o objetivo geral, bem como os objetivos específicos do presente estudo. Assim sendo, o referido questionário é composto por duas partes:

A princípio buscou-se levantar informações relativas ao perfil dos sujeitos pesquisados, a exemplo do sexo, faixa etária, período letivo que se está cursando a maior parte das disciplinas e renda mensal familiar dos discentes do curso de Engenharia Ambiental da UFCG – Campus Pombal.

Em seguida, buscou-se identificar o nível de satisfação destes sujeitos em relação à qualidade dos serviços prestados pela instituição, sendo todas as perguntas fechadas, sem a necessidade de identificação do respondente como forma de deixá-lo à vontade para responder ao questionário.

A coleta de dados foi realizada no período de 23 de abril à 04 de maio de 2012, e ocorreu por meio da entrega e posterior recolhimento dos questionários junto aos discentes nas salas de aula da referida instituição, após uma breve explicação acerca do objetivo da pesquisa.

## 7.5 ANÁLISE E TRATAMENTO DOS DADOS

Após a coleta dos dados, estes precisam ser elaborados e classificados de forma sistemática para posteriormente serem selecionados, codificados, tabulados e analisados.

Comumente para o tratamento dos dados se faz uso de procedimentos estatísticos como forma de se representar as informações obtidas de maneira mais facilmente compreensível. Marconi e Lakatos (2007, p.112) partilham deste princípio ao constatar que “os dados colhidos pela pesquisa apresentar-se-ão “em bruto”, necessitando da utilização da estatística para seu arranjo, análise e compreensão.”

Ainda de acordo com os autores acima, os procedimentos estatísticos consistem em instrumentos poderosos para fins de análise e interpretação dos dados, cuja visão global, pela complexidade, torna-se difícil.

Com relação à descrição e sintetizarão dos dados, conforme ensina Silvestre (2007) pode-se, a partir dos dados colhidos, utilizar medidas de estatística descritiva e métodos gráficos para sintetizar os resultados da pesquisa.

Então, com base nisso, os dados colhidos pelo presente estudo foram codificados, agrupados e processados utilizando-se o tratamento estatístico descritivo, para tanto se fez uso do software de planilha eletrônica Microsoft Office Excel®, versão 2007, que também foi utilizado para organizar os dados para serem apresentados sob a forma de gráficos.



## **Capítulo IV**

---

# **Análise e Discussão dos Resultados**



## 8 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Conforme apresentado os capítulos anteriores, o presente estudo procura identificar o nível de qualidade nos serviços prestados pela Universidade Federal de Campina Grande - Campus Pombal, na percepção dos alunos do curso de Engenharia Ambiental.

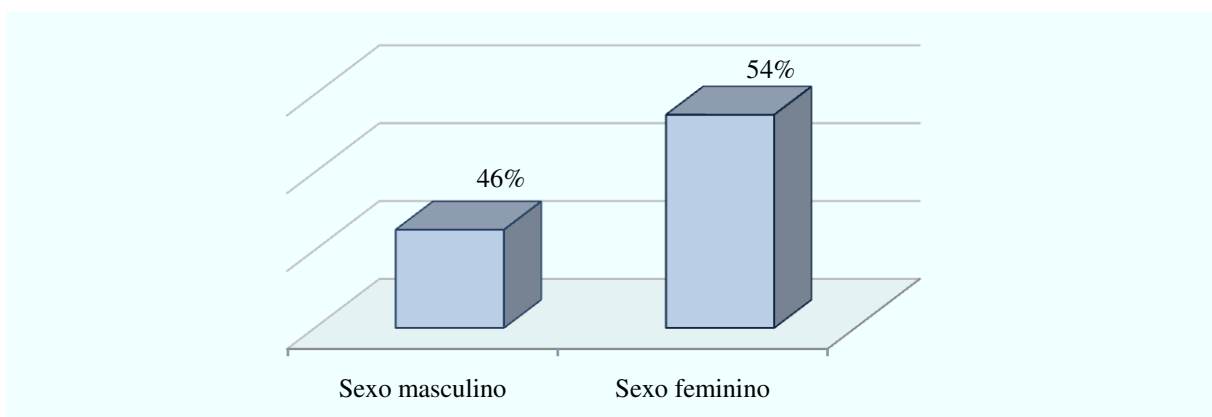
Neste sentido, depois da realização do estudo bibliográfico onde se procurou apresentar de maneira conceitual o tema estudado, da caracterização da organização onde se realizou o estudo e da apresentação dos procedimentos metodológicos utilizados para a sua execução, cumpre então apresentar a seguir os resultados obtidos com a pesquisa.

Convém salientar que se utilizou de métodos estatísticos onde as informações obtidas foram demonstradas sob a forma de gráficos para fins de se representar os resultados alcançados de maneira mais facilmente compreensível.

### 8.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DOS ALUNOS

Para a execução da pesquisa foram aplicados 149 questionários com alunos do curso de Engenharia Ambiental do Campus Pombal da UFCG que formaram a amostra do estudo. Destes, a maior parte (54%) são do sexo feminino, enquanto que 46% corresponde aos alunos do sexo masculino, conforme gráfico 01 abaixo.

**Gráfico 01 - distribuição dos alunos quanto ao sexo**



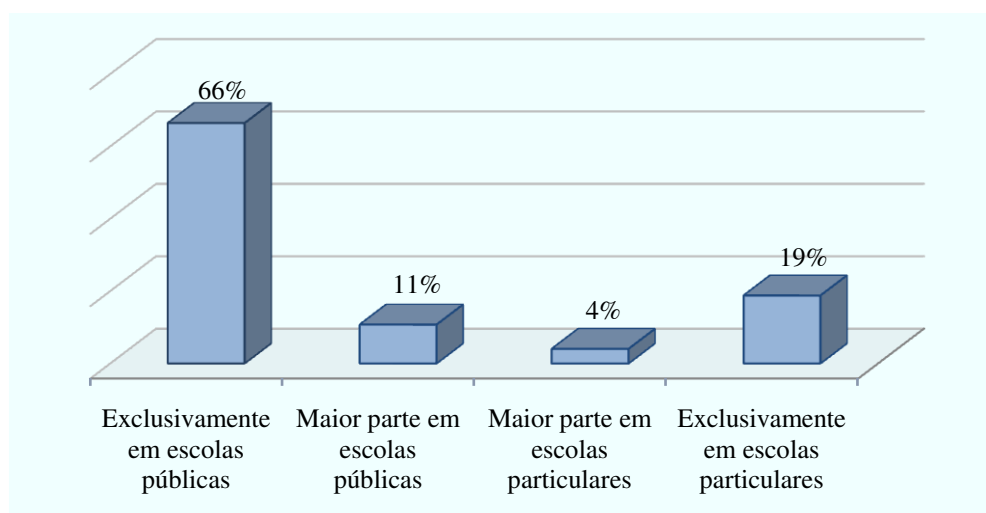
**Fonte: autoria própria**

Verifica-se que a comunidade discente pesquisada é formada em sua maioria por alunos do sexo feminino, o que condiz com os dados do Censo da Educação Superior (2010), que traz a média da evolução da participação percentual de concluintes em cursos de

graduação, presencial e a distância, onde a média de mulheres ultrapassa os 60% do número total de alunos, o que confirma uma maior procura de alunos do sexo feminino pelo ensino superior.

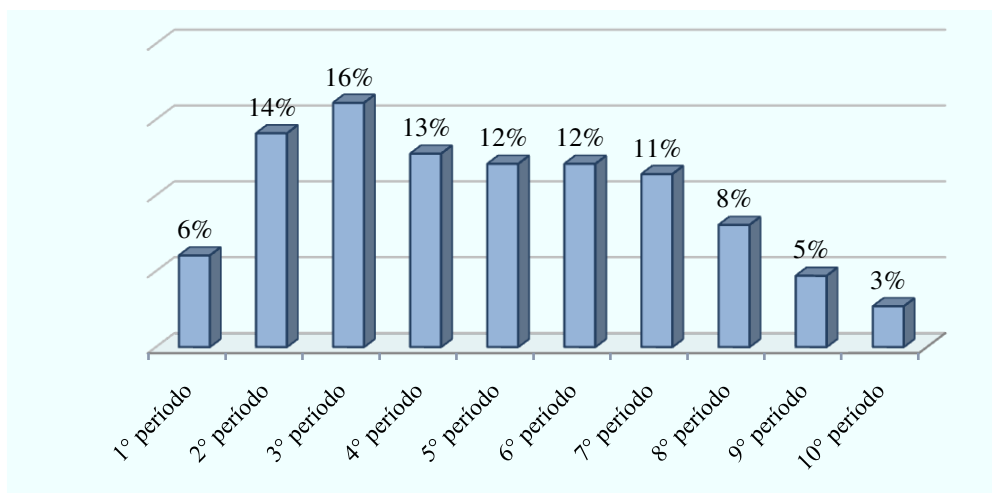
No que se refere à maneira como foi cursado o ensino médio, pode-se constatar que a maioria expressiva dos alunos, especificamente 66%, cursou este nível de ensino unicamente em escolas públicas, o que possibilita entender que as escolas públicas da região responsáveis por este nível de ensino têm capacitado seus alunos ao ingresso no ensino superior. Pode-se perceber ainda que o número de alunos que cursou a maior parte do ensino médio em escolas particulares corresponde ao menor percentual de respostas dentre as opções, conforme gráfico 02 a seguir.

**Gráfico 02 - maneira como foi cursado o ensino médio**



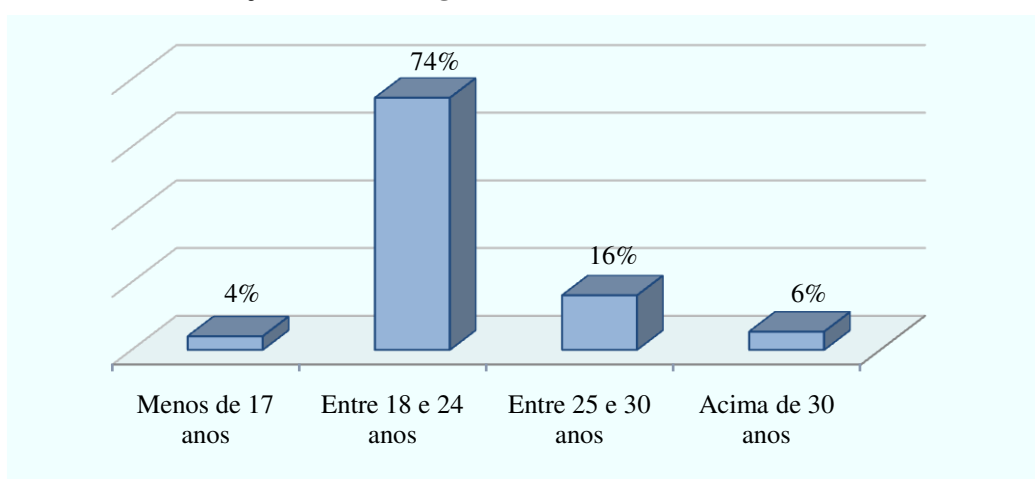
**Fonte: autoria própria**

No tocante ao período letivo que os alunos estão cursando as disciplinas, constata-se que os índices mais elevados situam-se entre o segundo e o sétimo período, ou seja, na parte central da grade curricular do curso, sendo o terceiro período, com 16% das respostas, aquele em que se verifica o maior percentual e o décimo período aquele com o menor contingente de alunos cursando disciplinas. Verifica-se ainda que a partir do oitavo período o número de alunos matriculados apresenta uma queda significativa, o que se leva a supor que muitos deles ficam retidos na parte inicial do curso, ou mesmo se evadem antes da conclusão do mesmo. A distribuição dos alunos segundo o período em que estão cursando as disciplinas está representada no gráfico 03 a seguir.

**Gráfico 03 - período em que está cursando as disciplinas**

**Fonte: autoria própria**

Quanto à idade dos estudantes, conforme gráfico 04 abaixo, destaca-se o expressivo percentual de 78% com menos de 24 anos, enquanto que apenas 6% indicou ter mais de 30 anos de idade. Constata-se, então, que a comunidade discente participante da pesquisa é caracteristicamente um público jovem. Assim, conforme ensina Thums (2003) pode-se perceber que os alunos estão ingressando cada vez mais cedo na universidade, alguns com 17 ou 18 anos, ainda adolescentes com pouco conhecimento da vida, do mundo e de outras dimensões da existência, cabendo à universidade proporcioná-los orientações vocacionais e profissionais.

**Gráfico 04 - distribuição dos alunos segundo a faixa etária**

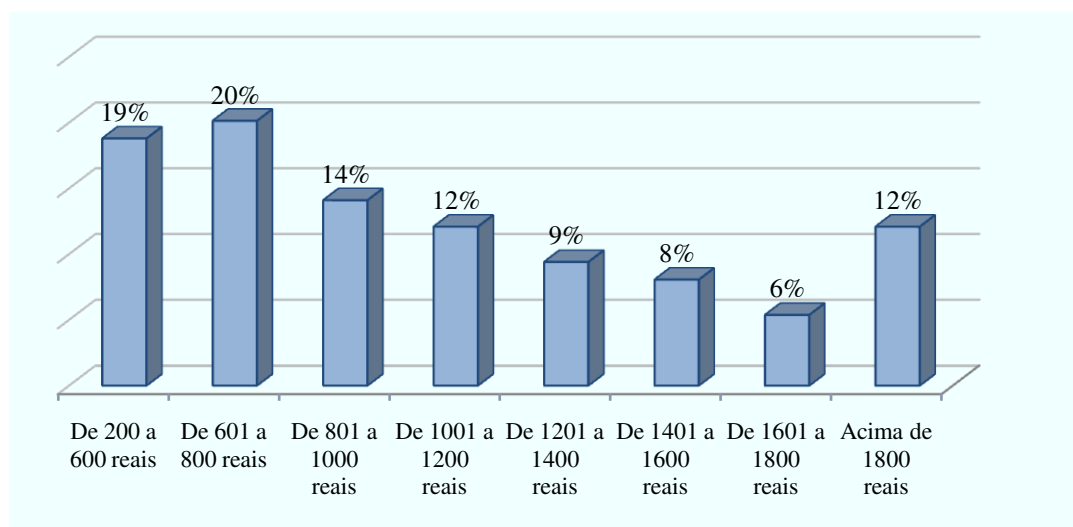
**Fonte: autoria própria**

No tocante a renda mensal familiar, constatou-se que 19% dos estudantes respondeu ter uma renda familiar que varia de R\$ 200,00 à R\$ 600,00, 20% indicou que sua renda familiar varia entre R\$ 601,00 e R\$ 800,00, já 14% informou que varia de R\$ 801,00 a R\$

1000,00 e 12% indicou que sua renda mensal familiar estaria entre R\$ 1001,00 e R\$ 1200,00, totalizando um expressivo percentual de 65% dos alunos que formaram a amostra da pesquisa, cuja renda mensal familiar é inferior a dois salários mínimos.

Portanto, isso evidencia a importância do papel social de uma universidade pública na região do sertão paraibano onde se verifica certa concentração de classes sociais menos favorecidas economicamente, ao passo que estas podem ter acesso ao ensino público superior com custos de estudo relativamente reduzidos. A distribuição dos alunos segundo a renda mensal familiar está representada no gráfico 05 abaixo.

**Gráfico 05 - distribuição dos alunos segundo a renda mensal familiar**

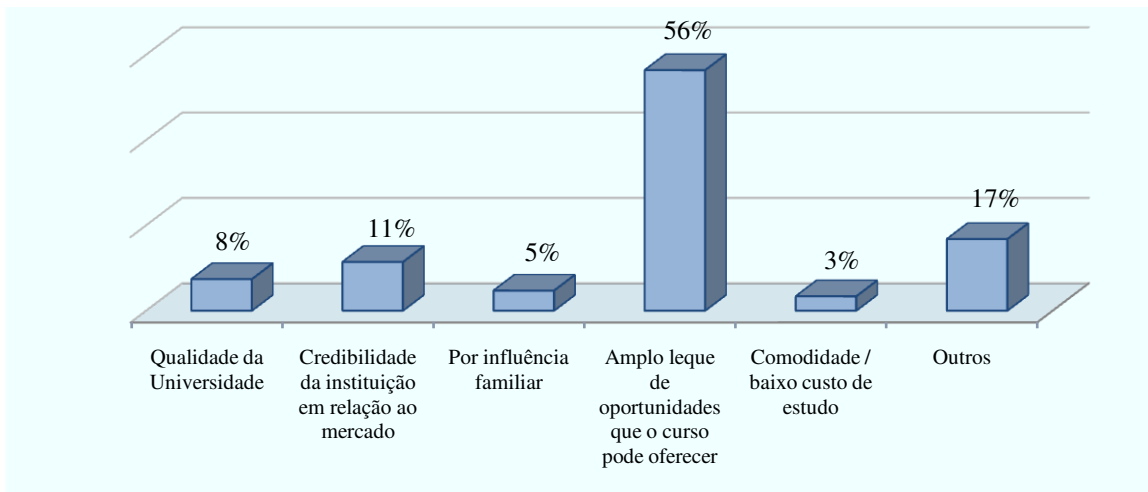


**Fonte: autoria própria**

No que se refere aos motivos apontados pelos alunos para a escolha do curso de Engenharia Ambiental da UFCG - Campus Pombal, houve um expressivo destaque no que se refere ao amplo leque de oportunidades que o curso pode oferecer, cujo percentual de respostas corresponde a 56%, o que reflete a confiança que os acadêmicos depositam na formação profissional do referido curso.

Os motivos que apresentaram menor percentual de respostas foram influência familiar, e comodidade e baixo custo de estudo, com 5% e 3% respectivamente, o que se leva a entender que, apesar da maioria dos alunos terem indicado possuir uma renda mensal familiar menor que dois salários mínimos, o fator econômico de acordo com a pesquisa, não foi determinante para a escolha do curso pelos alunos, haja vista que a minoria o fez considerando a comunidade ou baixo custo de estudo. A distribuição dos alunos segundo os motivos considerados para optar pelo curso supracitado encontra-se relacionada no gráfico 06 a seguir.

Gráfico 06 - motivos de opção do curso

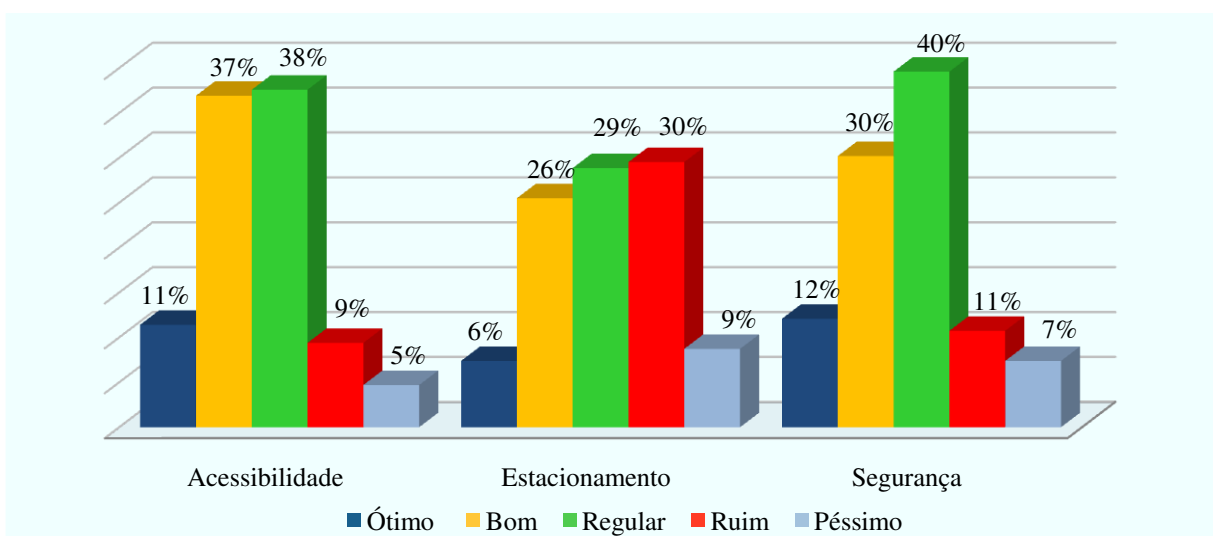


Fonte: autoria própria

## 8.2 AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS

Depois da apresentação das informações iniciais da pesquisa referentes aos dados sociodemográficos como forma de se conhecer o perfil do aluno do curso de Engenharia Ambiental do Campus Pombal da UFCG, partir-se-á para a análise dos resultados concernentes as suas percepções relativas à qualidade dos diversos serviços prestados pela instituição.

Para fins de se verificar o grau de satisfação junto aos estudantes que participaram desta pesquisa foi utilizada uma escala do tipo Likert, com cinco alternativas de respostas variando entre péssimo e ótimo. Desta forma, o gráfico 07 adiante traz o resultado da avaliação realizada pelos alunos no tocante aos serviços relacionados à estrutura física do Campus Pombal da UFCG, que constam da acessibilidade, do estacionamento e da segurança.

**Gráfico 07 - avaliação quanto aos serviços relacionados à estrutura física**

**Fonte: autoria própria**

No que se refere à avaliação do item acessibilidade, pode-se verificar que 37% dos alunos pesquisados indicaram ser bom o nível de qualidade, enquanto 11% avaliaram-no como ótimo. Entretanto, pode-se constatar um grau significativo de insatisfação por parte dos estudantes, onde 38% respondeu ser regular, 9% indicou ser ruim e 5% deles expressaram sua máxima insatisfação avaliando este item como péssimo, totalizando um percentual de 52% de alunos que não estão satisfeitos quanto aos serviços relacionados à acessibilidade.

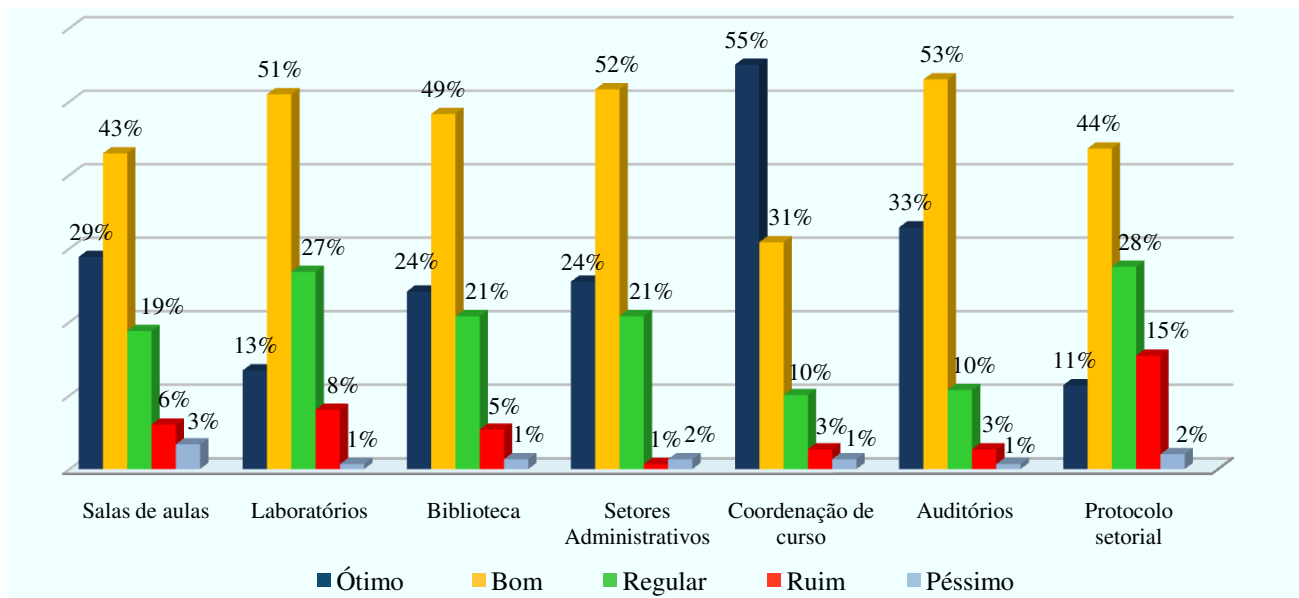
No tocante ao estacionamento, a insatisfação é claramente visível, uma vez que a pesquisa revela que dos 149 alunos componentes da amostra, 30% deles informaram ser ruim este serviço, 29% considerou ser regular e 9% indicou ser péssimo. Desta forma, embora 26% tenha avaliado o estacionamento como bom e que 6% tenha respondido ser ótimo, a grande maioria dos discentes, especificamente 68%, expressaram estar insatisfeitos com este serviço.

Quanto ao quesito segurança, observa-se que o índice mais elevado de avaliação refere-se aos 40% que indicou ser regular, demonstrando relativa insatisfação por parte dos discentes, principalmente quando se considera o percentual de 11% que o avaliou como ruim e 7% que respondeu ser péssimo, totalizando um percentual de 58% de alunos que avaliaram negativamente este serviço. As demais avaliações do quesito segurança constam de 30% dos alunos que afirmaram ser bom e dos 12% que respondeu ser ótimo, o que não elimina o significativo grau de insatisfação observado.

A presente pesquisa abordou também sobre a questão do conforto das instalações físicas do Campus Pombal da UFCG, uma vez que este fator é determinante no que se refere à qualidade dos serviços prestados pelas organizações. Assim, os gráficos 08 e 09 a seguir

trazem as informações relativas à percepção dos alunos quanto ao conforto das instalações físicas do CCTA.

**Gráfico 08 - conforto das instalações físicas (1)**



**Fonte: autoria própria**

Por meio da análise realizada junto ao gráfico 08 acima, constata-se que a grande maioria dos ambientes nele representados foi avaliada com o indicador de qualidade bom. Dentre estes ambientes, aquele que mais se destaca é a coordenação do curso de Engenharia Ambiental, com um percentual de 86% de alunos satisfeitos, onde 55% expressou o maior grau de satisfação avaliando o conforto de suas instalações físicas como ótimo e 31% que indicou ser bom.

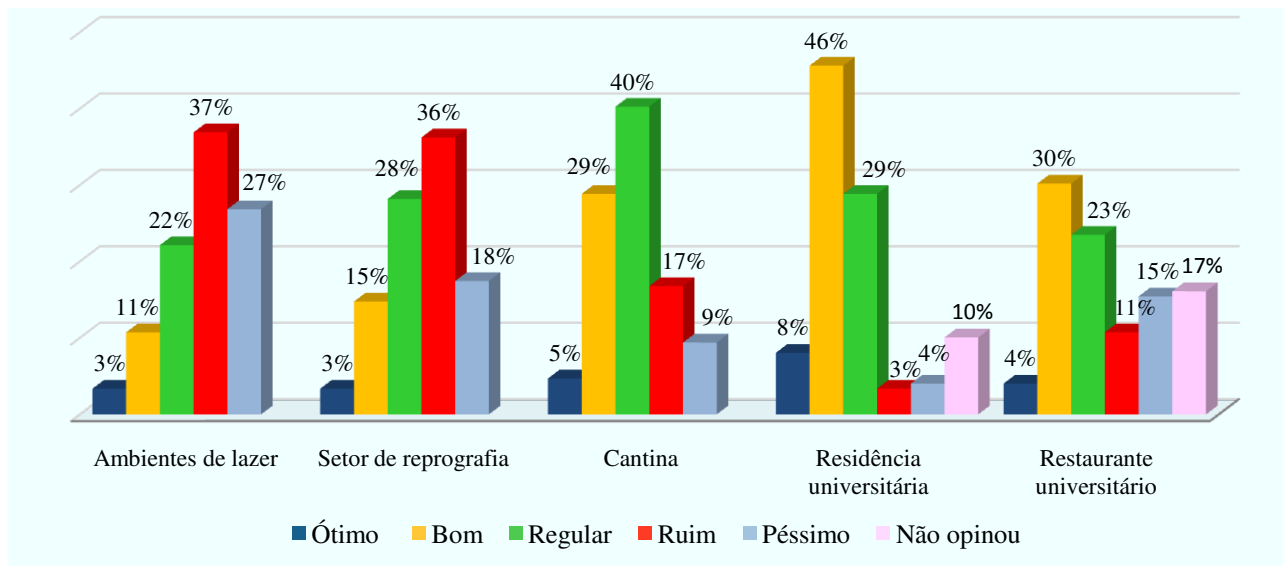
Verifica-se também que o indicador de qualidade regular aparece com percentuais acentuados em diversos setores, a exemplo dos laboratórios onde este percentual representa 27% das respostas. Outro ambiente que teve alto índice de avaliação como regular foi o protocolo setorial<sup>2</sup> com 28% das avaliações, além disso, cabe destacar que 15% dos alunos indicaram ser ruim e 2% considerou péssimo o conforto deste setor, totalizando 45% de alunos insatisfeitos. Desta forma, apesar da visível avaliação positiva para a maioria dos setores, percebe-se um índice latente de insatisfação por parte dos alunos no tocante ao conforto de alguns ambientes.

A seguir serão apresentadas as informações relativas à avaliação dos alunos quanto ao conforto das instalações físicas dos demais setores, que são: ambientes de lazer, setor de

<sup>2</sup> Local onde se formaliza os pedidos e requerimentos aos demais setores do CCTA

reprografia (cópia), cantina, residência universitária e restaurante universitário. Estas informações encontram-se ilustradas no gráfico 09 abaixo.

**Gráfico 09 - conforto das instalações físicas (2)**



**Fonte: autoria própria**

No tocante ao conforto das instalações físicas dos ambientes representados no gráfico 09 acima, revela-se que a avaliação dos alunos distingue-se consideravelmente da avaliação relativa aos setores descritos no gráfico 08 anterior. Neste caso, percebe-se que apenas os ambientes da residência universitária e do restaurante universitário apresentam maiores percentuais para o indicador de qualidade bom, com valores de 46% e 30% respectivamente.

Quanto aos ambientes de lazer, o índice de insatisfação chega ao gritante valor 86% das respostas, considerando que estes ambientes foram avaliados como péssimo por 27% dos alunos, como ruim por 37% e como regular por um percentual de 22%. No que se refere ao setor de reprografia, também constata-se um índice muito elevado de insatisfação correspondendo a 82% da amostra, sendo que 28% dos estudantes avaliou tal setor como regular, 36% respondeu ser ruim e 18% o qualificou como péssimo.

Com relação ao ambiente da cantina, apesar de não ter sido avaliado tão negativamente quanto os setores anteriormente analisados, observa-se que um percentual de 40% dos discentes o avaliou como regular, 17% respondeu ser ruim e que 9% declarou ser péssimo. Verifica-se, portanto, que apesar de 34% dos alunos tê-lo avaliado positivamente, existe um percentual total de 66% da amostra que expressou sua insatisfação no que se refere ao conforto desse setor.

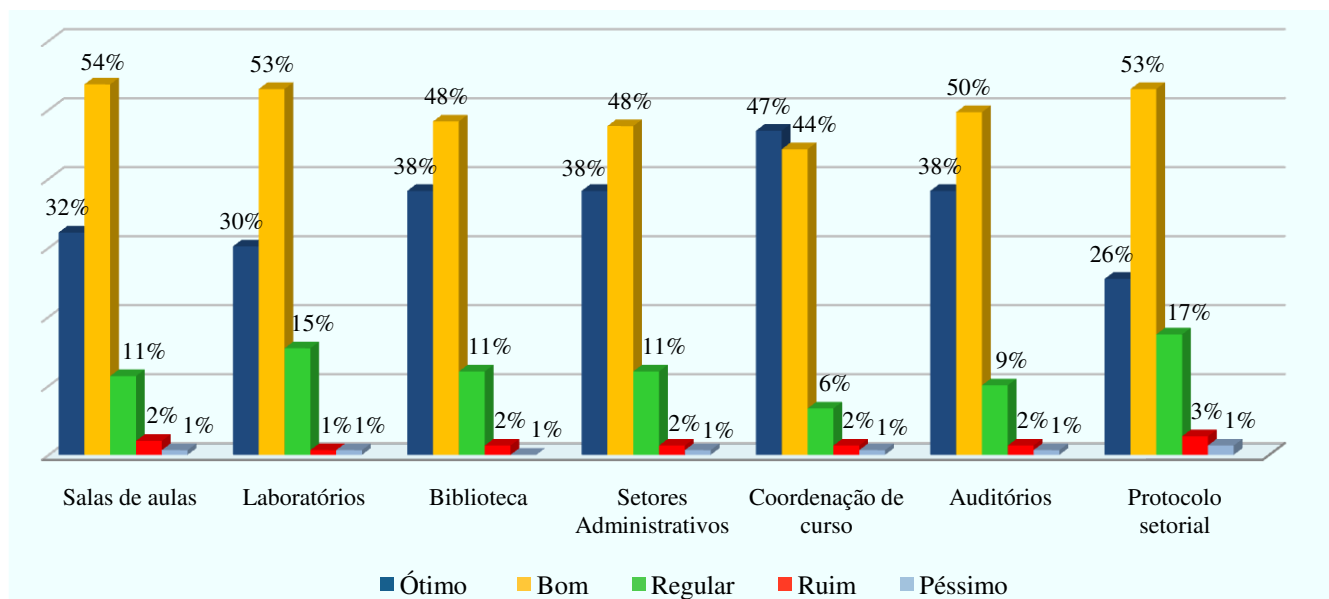


O restaurante universitário também apresentou alto grau de insatisfação por parte dos alunos no tocante ao conforto de suas instalações físicas, uma vez que dos 149 alunos que responderam ao questionário, 15% informou ser péssimo, 11% indicou ser ruim e 23% considerou regular, totalizando 49% de alunos insatisfeitos.

Os percentuais de 10% e 17% relativos aos alunos que não opinaram com relação aos ambientes de residência e restaurante universitário respectivamente, se deve ao fato de que nem todos os discentes são beneficiados com estes programas sociais oferecidos pela instituição. Diante disso, verifica-se uma grande deficiência quanto ao conforto das instalações físicas dos ambientes representados no gráfico 09.

Outro fator que foi objeto de análise da presente pesquisa refere-se à qualidade dos serviços de higiene prestados pelo CCTA. Assim, os gráficos 10 e 11 a seguir trazem as informações concernentes a avaliação destes serviços na percepção da comunidade discente do curso de Engenharia Ambiental.

**Gráfico 10 - avaliação quanto aos serviços de higiene (1)**



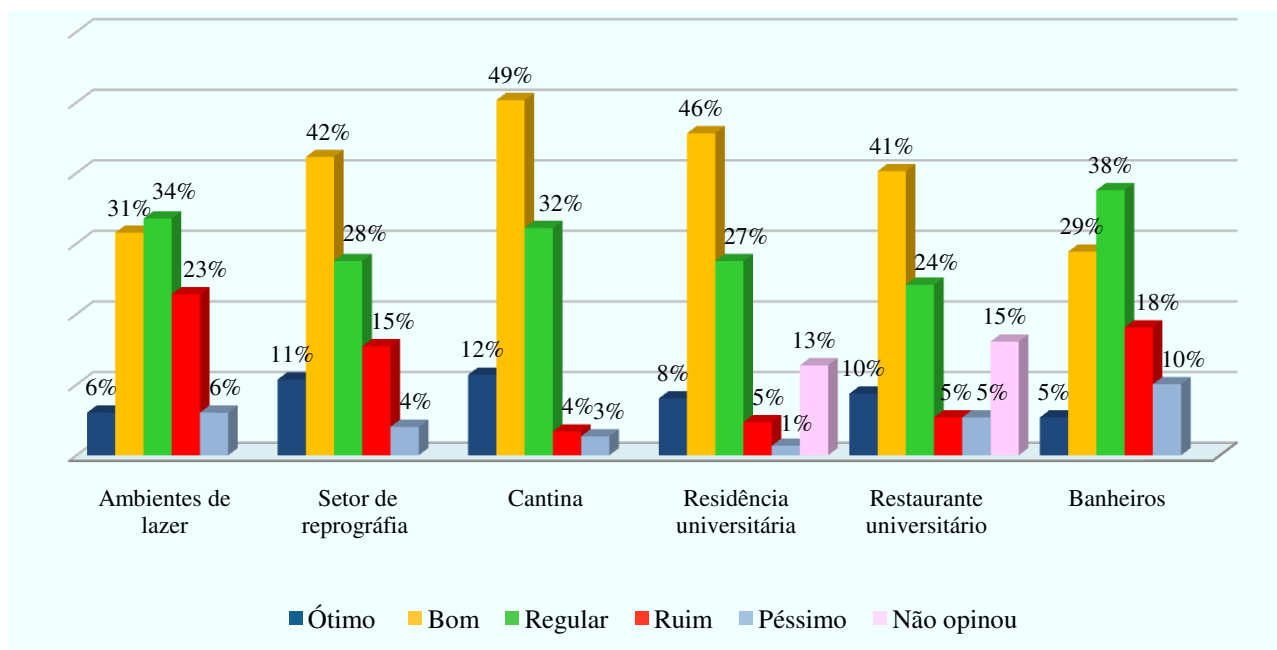
**Fonte: autoria própria**

Constata-se que no tocante a higiene dos ambientes acima representados, os estudantes que formaram a amostra da pesquisa estão muito satisfeitos haja vista que todos estes setores foram avaliados como ótimo ou bom. O ambiente que apresentou a melhor avaliação foi a coordenação do curso, com um percentual de 47% para o indicador de qualidade ótimo e 44% para o indicador bom, totalizando um expressivo percentual de satisfação de 91% dos 149 estudantes que responderam ao questionário.

Constata-se ainda que nenhum destes ambientes foi avaliado como ruim com um percentual superior a 3% ou como péssimo com percentual superior a 1%, além disso, com os baixos percentuais de avaliação para o indicador de qualidade regular entende-se que no tocante aos serviços de higiene, de acordo com esses dados o CCTA tem proporcionado aos estudantes as condições necessárias ao bom andamento das atividades acadêmicas.

O gráfico 11 a seguir apresenta as informações relativas às avaliações dos demais setores do CCTA quanto à qualidade dos serviços de higiene.

**Gráfico 11 - avaliação quanto aos serviços de higiene (2)**



**Fonte: autoria própria**

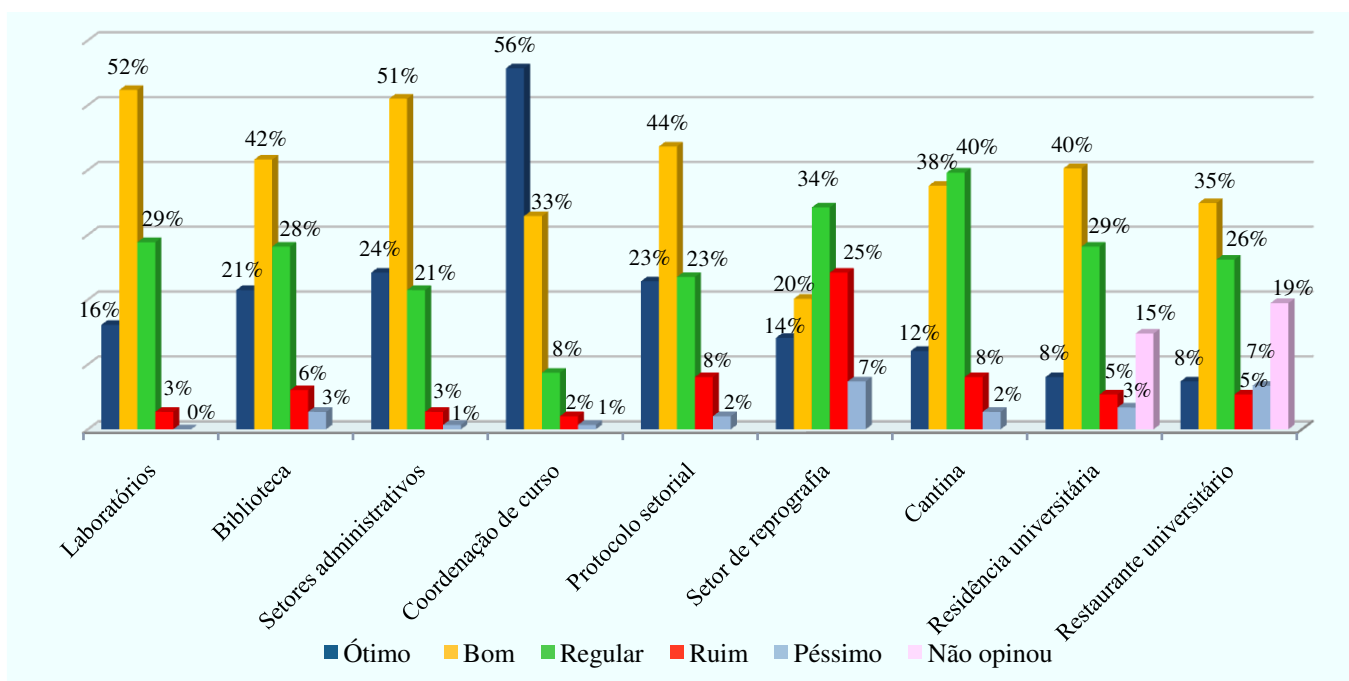
Verifica-se que dos seis ambientes expostos no gráfico acima, quatro deles (setor de reprografia, cantina, residência universitária e restaurante universitário) foram alvos de avaliações com percentuais superiores a 40% para o indicador de qualidade bom, que quando somadas às avaliações referentes ao indicador ótimo, pode-se constatar que mais de 50% dos estudantes estão satisfeitos quanto aos serviços de higiene destes setores. No entanto, não se pode deixar de mencionar os percentuais significativos de insatisfação em que as avaliações negativas foram representadas pelos indicadores de qualidade regular, ruim e péssimo.

De acordo com a pesquisa, os serviços de higiene dos ambientes de lazer e dos banheiros do CCTA não estão sendo prestados com o mesmo nível de qualidade dos demais setores representados no gráfico 11. Dos alunos que formaram a mostra da pesquisa, 34% considerou regular os serviços de higiene dos ambientes de lazer, 23% indicou ser ruim e 6% respondeu ser péssimo, totalizando 63% de alunos insatisfeitos com os serviços destes setores.

Com relação aos banheiros, também é aparente um grau significativo de insatisfação, onde 38% dos alunos responderam ser regular, 18% indicaram ser ruim e 10% considerou péssimo, perfazendo um percentual de 66% formado pelos alunos que não estão satisfeitos quanto aos serviços de higiene prestados nestes setores.

A presente pesquisa abordou também sobre a qualidade no atendimento prestado pelos profissionais dos diversos setores do CCTA, considerando que este fator influencia sobremaneira na satisfação do aluno. As informações relativas à avaliação da qualidade no atendimento são apresentadas no gráfico 12 a seguir.

**Gráfico 12 - avaliação da qualidade do atendimento prestado pelos profissionais**



**Fonte: autoria própria**

Por meio da análise dos dados obtidos com a pesquisa, verifica-se que visivelmente o setor que apresentou a melhor avaliação foi a coordenação do curso de Engenharia Ambiental, onde a maioria dos alunos (56%) indicou ser ótima e 33% considerou ser boa a qualidade do atendimento dos profissionais deste setor, totalizando um percentual de 89% de alunos satisfeitos dos 149 que participaram deste estudo.

Percebe-se ainda que a maior parte dos setores acima representados obteve como maior percentual de avaliação o indicador de qualidade bom, entretanto verifica-se certo nível de insatisfação representado por elevados percentuais de avaliação relativos ao indicador regular para alguns setores, além das avaliações como ruim e péssimo presentes em menor porcentagem.

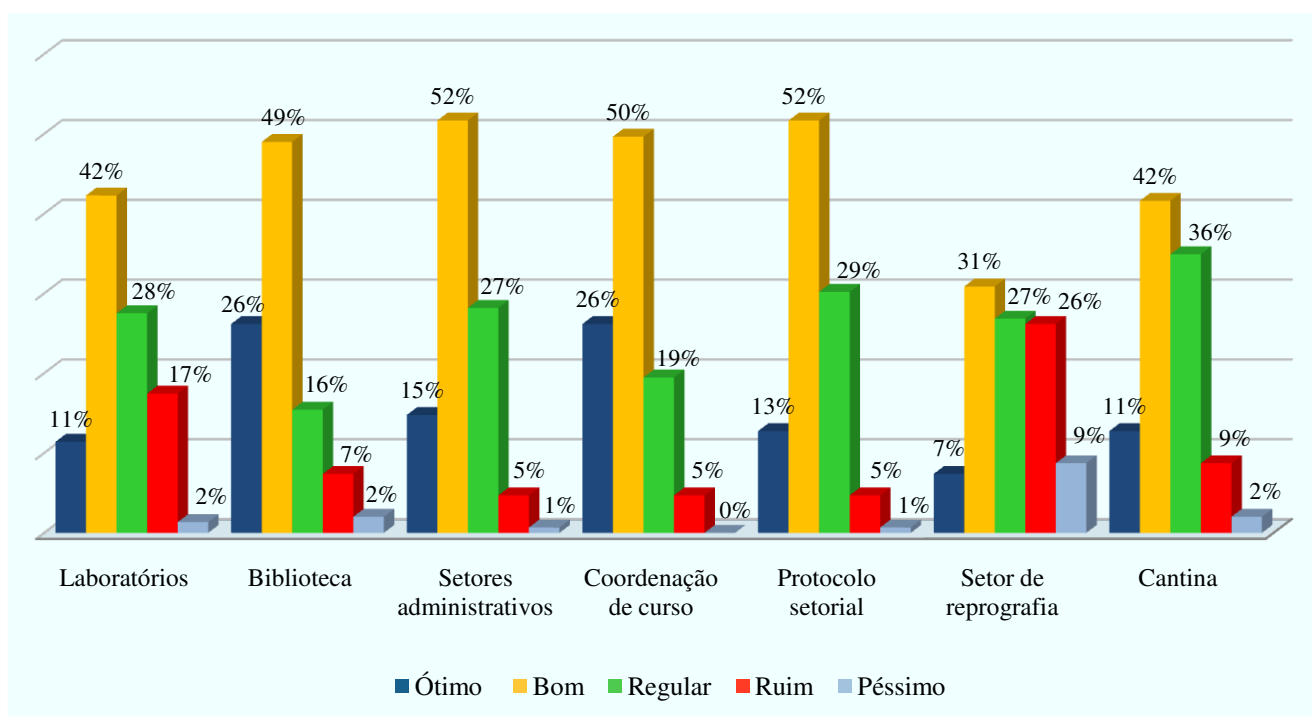
Um dos ambientes que representa esta situação de insatisfação consiste no setor de reprografia, que além de um percentual de 34% para o indicador regular, foi avaliado como ruim por 25% e como péssimo por 7% da comunidade discente que respondeu ao questionário, perfazendo um total de 66% de estudantes insatisfeitos com relação ao atendimento deste setor.

Constata-se ainda que o ambiente da cantina mostra-se como um setor que necessita melhorar os serviços prestados no que se refere ao atendimento dos profissionais, uma vez que embora tenha sido alvo de índices reduzidos de avaliação para os indicadores ruim e péssimo com percentuais de 8% e 2% respectivamente, observa-se que o maior percentual de avaliação no tocante a este ambiente se refere aos 40% dos alunos que responderam ser regular a qualidade do atendimento dos profissionais deste setor, ou seja, metade dos estudantes indicaram estar insatisfeitos.

Diante do exposto, verifica-se que embora exista um grande percentual de alunos que avaliaram como satisfatório os ambientes relacionados no gráfico 12 relativo à qualidade do atendimento prestado pelos profissionais, cumpre destacar que um índice expressivo de insatisfação por parte dos discentes participantes da pesquisa pode ser observado através das avaliações como regular presente com percentuais significativos na maior parte destes ambientes, bem como pelas avaliações como ruim e péssimo presentes em menores percentuais.

Outra variável objeto de análise do presente estudo refere-se ao horário de funcionamento dos setores do CCTA. Os dados relativos à avaliação desta variável de serviço pelos alunos do curso de Engenharia Ambiental encontram-se apresentados no gráfico 13 a seguir.

Gráfico 13 - avaliação do horário de funcionamento dos setores



Fonte: autoria própria

Verifica-se mais uma vez a predominância do indicador de qualidade bom, no que se refere ao horário de funcionamento dos setores do CCTA, onde todos os ambientes, segundo a percepção da comunidade discente que participou da pesquisa, foram avaliados com maior percentual para este indicador.

Aqui os destaques foram os setores administrativos e o protocolo setorial, onde ambos foram avaliados como bom por 52% dos alunos que participaram da pesquisa, seguido da coordenação do curso cujo percentual foi de 50% para o mesmo indicador. Apesar disso, uma análise mais detalhada nos revela que um percentual significativo dos alunos que participaram da pesquisa expressou sua insatisfação no tocante a alguns setores.

Embora os laboratórios tenham sido avaliados como bom por 42% dos alunos, destaca-se que 47% dos discentes indicaram estar insatisfeitos com o horário de funcionamento deste setor, considerando que 28% o avaliou como regular, 17% considerou ruim e 2% indicou ser péssimo.

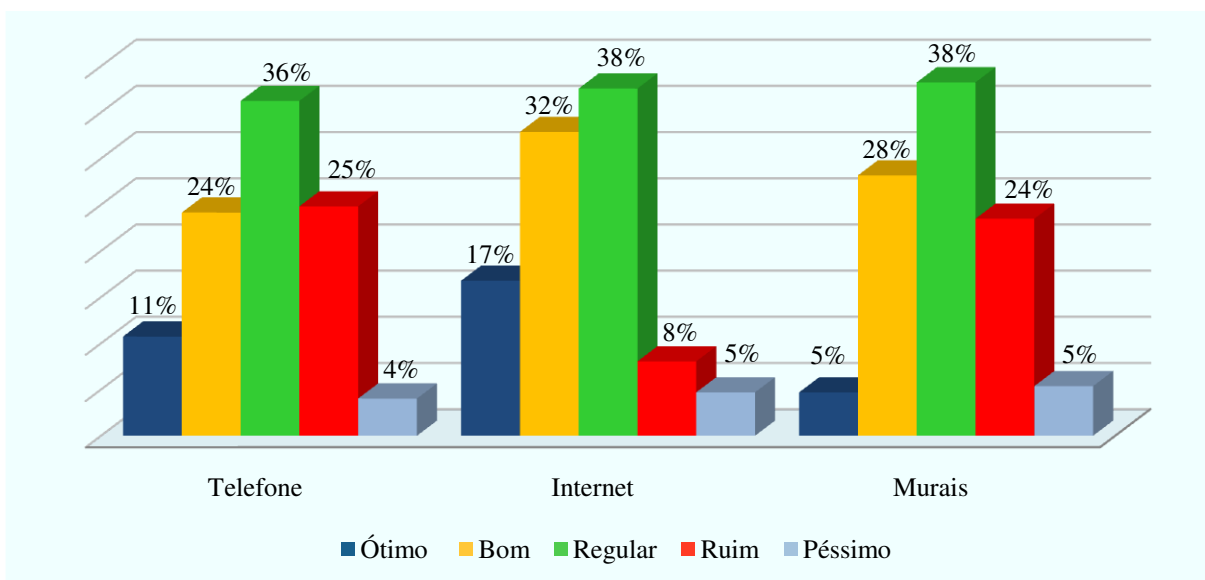
Estes percentuais de insatisfação se assemelham com aqueles relativos ao ambiente da cantina que também foi avaliado como bom por 42% dos discentes, mas que igualmente obteve um índice de insatisfação de 47%, onde 36% dos alunos expressaram ser regular, 9% indicou ser ruim e 2% considerou como péssimo o horário de funcionamento dos laboratórios.

Registre-se ainda o caso mais crítico no tocante a insatisfação dos discentes quanto ao horário de funcionamento dos ambientes acima representados, que se refere ao setor de reprografia, que embora tenha apresentado maior percentual de avaliação para o indicador bom, o índice de insatisfação chega ao expressivo valor de 62%, considerando que este ambiente foi avaliado como péssimo por 9% dos estudantes, como ruim por 26%, e como regular por um percentual de 27%.

Diante disso, mesmo que a maior parte dos alunos tenha avaliado como bom os ambientes acima quanto ao horário de funcionamento, verifica-se um alto nível de insatisfação por parte da comunidade discente, o que demanda das autoridades acadêmicas do CCTA uma análise mais detalhada dos problemas causadores de tais insatisfações para fins identificação das falhas e posterior adequação destes serviços às necessidades dos estudantes.

Outra variável da pesquisa cuja avaliação revela que os discentes que responderam ao questionário não têm considerado positivamente refere-se aos serviços de comunicação prestados pelo CCTA. O gráfico 14 adiante traz as informações relacionadas à avaliação dos serviços de comunicação disponibilizados via telefone, pela internet e nos murais espalhados pela instituição.

**Gráfico 14 - avaliação segundo os serviços de comunicação**



**Fonte: autoria própria**

Assim sendo, no tocante aos serviços de comunicação disponibilizados via telefone, cumpre destacar que a maior parte dos discentes está insatisfeita, haja vista que 36% dos alunos que formaram a amostra do estudo avaliou este serviço como regular, enquanto 25%

indicou ser ruim e 4% considerou ser péssima, constituindo um percentual total de 65% de alunos insatisfeitos com os serviços de comunicação disponibilizados via telefone.

No que se refere aos serviços de internet, apesar de 17% dos alunos tê-lo avaliado como ótimo e 32% como bom, perfazendo 49% do total de alunos participantes da pesquisa, registre-se que os demais alunos, ou seja, 51% informaram não estar satisfeitos considerando os percentuais de 38% para o indicador regular, 8% para ruim e 5% para péssimo.

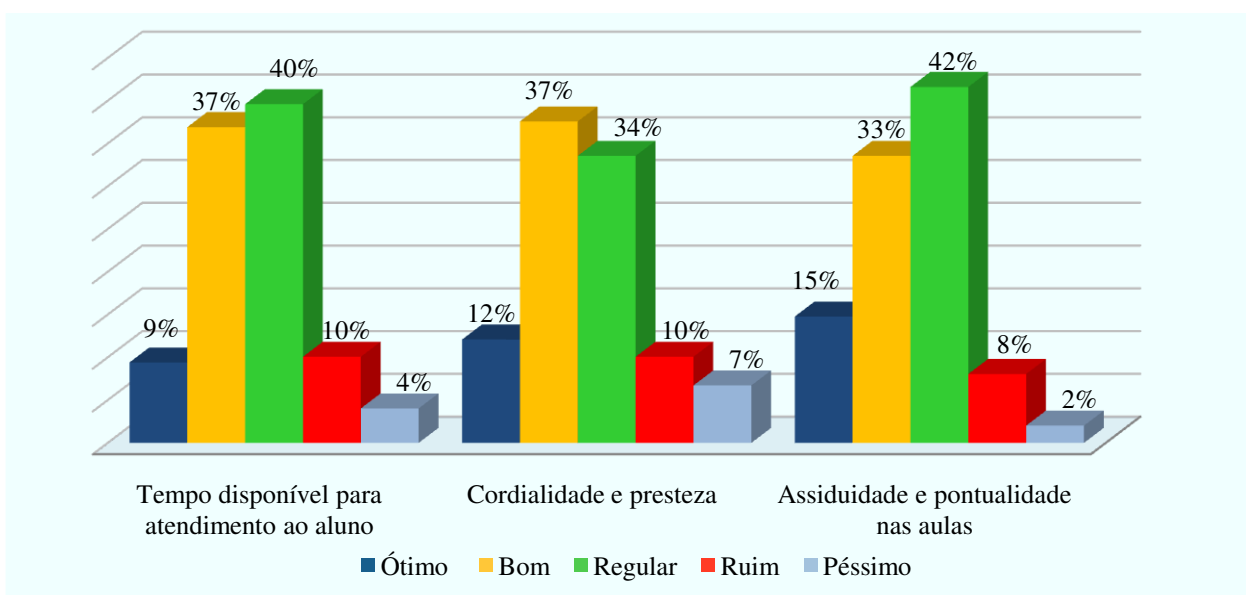
Constata-se ainda que os serviços de comunicação prestados por meio dos murais foram aqueles que apresentaram maior percentual de insatisfação, correspondendo a 67% da amostra, sendo que destes 38% avaliou tal serviço como regular, 24% responderam ser ruim e 5% o qualificou como péssimo.

Diante disso, verifica-se que todos os serviços relacionados à comunicação no CCTA foram avaliados negativamente pelos estudantes que responderam ao questionário. Desta forma, dada a importância da comunicação adequada para qualquer organização que presta serviço na área da educação, cabe as autoridades acadêmicas identificar as deficiências existentes concernentes a estes serviços e propor a aplicação das medidas corretivas necessárias como resposta não só a comunidade discente do referido Campus, mas a sociedade em geral.

Além de todos os serviços anteriormente discriminados, a presente pesquisa também se propôs a analisar a qualidade dos serviços prestados pelo corpo docente do Campus Pombal da UFCG na visão dos discentes. As variáveis objeto da análise para estes serviços foram: tempo disponível para atendimento ao aluno, cordialidade e presteza e assiduidade e pontualidade nas aulas.

A seguir apresenta-se no gráfico 15 a análise da coleta dos dados realizada em relação aos serviços prestados pelos professores.

Gráfico 15 - avaliação dos serviços prestados pelo corpo docente



Fonte: autoria própria

Quanto ao quesito tempo disponível para atendimento ao aluno, verificam-se índices não muito expressivos para os indicadores ruim e péssimo, com 10% e 4% respectivamente, todavia quando acrescido a eles o percentual de 40% dos alunos que responderam ser regular, chega-se a um número de 54% de alunos que não estão satisfeitos, embora este quesito tenha obtido um percentual de avaliação de 37% para o indicador de qualidade bom e 9% para o indicador ótimo.

No tocante ao fator cordialidade e presteza, verifica-se que o maior percentual de avaliação se refere ao indicador de qualidade bom com 37% das avaliações. Contudo, os demais indicadores assemelham-se àqueles do quesito anteriormente analisado, uma vez que o percentual de avaliação como regular foi de 34%, como ruim de 10% e como péssimo de 7%, totalizando 51% de alunos que demonstraram insatisfação.

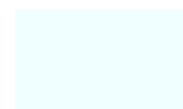
No que se refere à assiduidade e pontualidade nas aulas, o corpo de professores do CCTA também foi avaliado de maneira não muito positiva pela comunidade discente do curso de Engenharia Ambiental que participou da pesquisa, uma vez que dos 149 alunos que responderam ao questionário, 52% expressaram estar insatisfeitos, visto que 42% considerou regular este quesito, 8% indicou ser ruim e 2% qualificou o mesmo com péssimo.

Ainda que a assiduidade e pontualidade nas aulas tenha sido o quesito em que aparece o maior percentual de avaliação para o indicador ótimo com 15% das repostas e que 33% dos estudantes tenham qualificado este quesito como bom, totalizando 48% de alunos satisfeitos, se observa que a maior parte dos discentes indicou estar insatisfeitos.



Desta forma, no que se refere aos serviços prestados pelos professores do CCTA representados no gráfico 15 conclui-se que, embora se verifique significativos percentuais de avaliação para os indicadores bom e ótimo, cumpre mencionar mais uma vez, que o indicador regular figura com percentuais expressivos em todos os quesitos analisados.

Ressalta-se ainda que mesmo em percentuais menores, os indicadores de qualidade ruim e péssimo acentuam ainda mais o fato de que os serviços prestados pelos professores não tem satisfeito plenamente a comunidade discente que participou da pesquisa.





---

## **Considerações Finais**

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente é cada vez mais aceitável a idéia de que o sucesso das organizações está relacionado ao esforço feito por elas com vistas a corresponder às expectativas e necessidades de seus clientes e usuários. Neste sentido, as organizações que prestam serviços nas diversas áreas precisam desenvolver planos e estratégias visando a oferta de serviços com qualidade superior às expectativas dos clientes para que assim possam satisfazê-los.

Diante deste contexto, as instituições de educação superior também necessitam desenvolver ações que objetivem a prestação de um serviço educacional de qualidade não apenas por sua responsabilidade de formar profissionais qualificados e aptos ao mercado de trabalho e cidadãos capazes de atuar na construção da democracia e da justiça social, mas como forma de corresponder aos anseios e expectativas da sociedade em geral.

Assim sendo, considerando o foco do presente trabalho que é a qualidade nos serviços prestados na área da educação pública, mais precisamente do ensino superior, este estudo procurou identificar o nível de qualidade dos serviços prestados pelo Campus Pombal da Universidade Federal de Campina Grande, na percepção dos alunos do curso de Engenharia Ambiental.

Considerando a análise dos resultados obtidos, é razoável presumir que o objetivo do trabalho foi plenamente alcançado, tendo em vista que por meio das respostas obtidas com a aplicação do questionário foi possível a identificação do nível de qualidade dos serviços prestados pelo Campus Pombal da UFCG na visão dos alunos do curso de Engenharia Ambiental, além de ter-se formulado o perfil da comunidade discente do referido curso.

De um modo geral, com a análise dos resultados obtidos através deste estudo, diagnosticou-se que alguns serviços foram avaliados positivamente pelos 149 estudantes que participaram da pesquisa, na medida em que qualificaram tais serviços como bom ou ótimo. Todavia, verificou-se que diversos outros serviços não têm satisfeito à comunidade discente que expressou sua insatisfação por meio dos indicadores de qualidade ruim e péssimo.

Além disso, se consideramos os serviços que foram avaliados de maneira regular como sendo aqueles que apresentam algum grau de deficiência e que, por isso, precisam melhorar para fins de adequarem-se às expectativas dos alunos, verifica-se que diversos setores e serviços referentes ao Campus Pombal da UFCG não têm satisfeito plenamente à comunidade discente objeto da pesquisa, tendo em vista que foram alvos de um elevado percentual dos discentes considerando-os como regular.

Portanto, entende-se que a contribuição oriunda do presente trabalho se deve ao fato de que a partir dele foi possível realizar uma análise transparente acerca dos elementos referentes à qualidade dos serviços que estão sendo prestados pelo Centro de Ciências e Tecnologia Agroalimentar da UFCG.

O presente estudo contribui ainda ao passo que possibilita às autoridades acadêmicas responsáveis pela gestão do CCTA a compreensão relativa aos problemas identificados concernentes à qualidade na prestação dos serviços, que a partir disso podem desenvolver e implantar as medidas corretivas necessárias a tais setores ou serviços como resposta não apenas à comunidade discente que participou do estudo, mas à sociedade em geral.

Considerando ainda a perspectiva acadêmica da pesquisa, o presente trabalho desempenha contribuição no sentido de que proporciona a identificação e visualização da realidade das atividades de uma instituição pública de ensino superior no que se refere à qualidade dos serviços prestados, possibilitando o acesso da sociedade aos resultados obtidos.

Assim sendo, sugere-se que o Campus Pombal da UFCG deve buscar continuamente a qualidade em todos os departamentos que o compõe por meio de ações desenvolvidas com vistas a minorar as falhas e deficiências, bem como objetivando aprimorar cada vez mais os serviços que são oferecidos.

Por fim, espera-se que esta pesquisa possa abrir espaço para estudos posteriores que objetivem a busca de alternativas que minimizem os problemas identificados por meio da proposta de soluções para as autoridades acadêmicas do CCTA, considerando suas especificidades, dada sua relevância para as comunidades da região em que está inserida.





---

## **Referências**

## REFERÊNCIAS

- BARÇANTE, Luiz Cezar. **Qualidade total**: uma visão brasileira, o impacto estratégico na universidade e na empresa. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- BÔAS, Rafael Villas. **The campus experience**. Marketing para instituições de ensino. São Paulo: Summus/Hoper, 2008.
- BRASIL. **Censo da Educação Superior 2010**. INEP/MEC, 2010. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/web/censo-da-educacao-superior/>>. Acesso em: 10 abr. 2012.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal - Subsecretaria de Edições Técnicas, 2006. 448 p.
- BRASIL. **IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. IBGE cidades@. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 05 abr. 2012.
- BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. Lei n.º 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Brasília: Presidência da República, 1996. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/19394.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/19394.htm)>. Acesso em: 10 abr. 2012.
- CARVALHO, R. J. F. **Os factores determinantes da satisfação dos alunos de mestrados de continuidade**. 2009. 86 f. Tese (mestrado em marketing) Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa - ISCTE Business School. Portugal, 2009.
- CAVALIERI, A.; SOARES, T. D. L. A. M.; THIOLENT, Michel. **Avaliando o desempenho da universidade**. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio, Edições Loyola, 2004.
- CCTA - **Centro de Ciências e Tecnologia Agroalimentar**. Universidade Federal de Campina Grande: história/missão. Disponível em: <<http://www.ccta.ufcg.edu.br>>. Acesso em: 06 abr. 2012.
- CIRIBELLI, Marilda Corrêa. **Como elaborar uma dissertação de mestrado através da pesquisa científica**. Rio de Janeiro: 7letras, 2003.
- COBRA, Marcos. **Marketing básico**: uma perspectiva brasileira. 4.ed. 8. reimp. São Paulo: Atlas, 2009.
- COLOSSI, Nelson.; CONSENTINO, Aldo.; QUEIROZ, Ety Guerra. **Mudanças no contexto do ensino superior no Brasil**: uma tendência ao ensino colaborativo. rev. FAE, Curitiba, v.4, nº.1, p.49-58, jan./abr.2001.
- COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de pesquisa em administração**. 7.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- DAVIS, Mark M.; AQUILANO, Nicholas J. CHASE.; Richard B. **Fundamentos da administração da produção**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman,1999.

DOMINGUES, Ivo.; NEVES, Jose Pinheiro. **Tecnologia, gestão da qualidade e dos recursos humanos: análise sociológica.** Lisboa: Edições Ecopy, 2009.

FAVERO, Osmar (Org.). **A educação nas constituintes brasileiras.** 1823 – 1988. 2.ed. rev. ampl. Campinas: Autores Associados, 2001.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Hollanda. **Novo Aurélio: o dicionário da língua portuguesa.** 2.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FERREIRA, Dâmares (Coord.). **Direito educacional em debate.** Vol.1, São Paulo: Cobra Editora, 2004.

FILHO, João Severo. **Administração de logística integrada: materiais, PCP e marketing.** 2.ed. rev. atual. Rio de Janeiro: E-papers, 2006. 310 p.

FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação.** 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FONSECA, Jairo Simon da.; MARTINS, Gilberto de Andrade. **Curso de estatística.** 6.ed. 12.reimpr. São Paulo: Atlas, 2009. 320 p.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios.** 2.ed. rev. atual. São Paulo: Loyola, 2004. 295 p.

GUARIENTI, Adriane et al. **Avaliação da qualidade percebida em serviços através da escala SERVQUAL.** XXVI ENEGEP – Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Fortaleza: ABEPRO, 2006.

HARGREAVES, Lourdes.; ZUANETTI, Rose.; LEE, Renato. **Qualidade em prestação de serviços.** 2.ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005. 112 p.

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Avaliação dos cursos de graduação.** Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/superior-condicoesdeensino>>. Acesso em: 21 mar. 2012.

JURAM, J. M. **A qualidade desde o projeto: os novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004, 539 p.

KOTLER, Philip.; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing: a bíblia do marketing.** 12. Ed. 2.reimp. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip.; HAYES, Thomas.; BLOMM, Paul N. **Marketing de serviços profissionais: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros.** 2.ed. Barueri: Manole, 2002.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 5.ed. 7.reimp. São Paulo: Atlas, 2008.

KOTLER, Philip.; FOX, Karen F. A. **Marketing estratégico para instituições educacionais.** São Paulo: Atlas, 1994. 444 p.

KOTLER, Philip.; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12.ed. Rio de Janeiro: Pearson Prentice Hall, 2007.

LAS CASAS, Alexandre L. **Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicação a realidade brasileira**. 1.ed. 2.reimp. São Paulo: Atlas, 2008.

LAS CASAS, Alexandre L. **Marketing de serviço**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LIMA, Jose Aniceto.; SANTIAGO, Pietro Otávio. **Os primeiros conceitos da gestão da qualidade total**. XIV Encontro Regional de Estudantes de Biblioteconomia, Documentação, Ciência da Informação e Gestão da informação. São Luis, 2011.

LOPES, Jorge. **O fazer do trabalho científico em ciências sociais aplicadas**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2006. 303 p.

MACEDO, Neusa Dias de. **Iniciação à pesquisa bibliográfica: guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa**. 2.ed. rev. São Paulo: Edições Loyola, 1994. 59 p.

MAGRI, Juliana Maria. **Aplicação do método qfd no setor de serviços: estudo de caso em um restaurante**. Juiz de Fora, 2009 (Graduação)-Universidade Federal de Juiz de Fora).

MARCONI, Marina de Andrade.; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 7.ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2007.

MAREJON, Monica Andrés Garcia. **A implantação do processo de qualidade ISO 9000 em empresas educacionais**. 2005. 331 f. Tese (doutorado em História ) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

MARTINS, Marcos Amancio P. **Gestão educacional: planejamento estratégico e marketing**. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

MENESES, Anderson.; MARIANO, Fabrício. **Noções de estatística para concursos: teoria, questões resolvidas, e mais 230 questões com gabarito**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 160 p.

MURIEL, Roberta. **Plano de desenvolvimento institucional – PDI: análise do processo de implantação**. Brasil: Editora Hoper, 2006.

NETTO, Carla.; GIRAFFA, Lúcia M. M.; FARIA, Elaine T. **Graduação a distância e o desafio da qualidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010. 145 p.

NOGUEIRA, Jose Francisco et al. **Gestão estratégica de serviços: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2008.

OAKLAND, John. **Gerenciamento da qualidade total (Total quality management)**. São Paulo: Nobel, 1994.

OLIVEIRA, Otávio J. et al. (Org.). **Gestão da qualidade: tópicos avançados**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.



PÁDUA, Elisabete M. Marchesini de. **Metodologia da pesquisa:** abordagem teórico-prática. 10.ed. rev. e atual. Campinas: Papyrus, 2004.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da qualidade:** teoria e prática. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

PAVIANI, Jayme. **Ensinar:** deixar aprender. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003. 127 p.

PINHEIRO, João Ismael D. et al. **Estatística básica:** a arte de trabalhar com dados. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

QUEIROZ, Evodio Kaltenecker Retto de. **Qualidade segundo Garvin.** São Paulo: Annablume, 1995.

REA, Louis M.; PARKER, Richard A. **Metodologia de pesquisa:** do planejamento a execução. São Paulo: Pioneira, 2000.

REIS, Linda G. **Produções de monografia:** da teoria à prática. 2.ed. Brasília: Senac-DF, 2008. 152 p.

REZENDE, Denis Alcides. **Engenharia de software e sistemas de informação.** 3.ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Brasport, 2005.

ROCHA, Joice R. Vasconcelos.; LIMA, Marcos A. Martins.; ROCHA, Roberto E. Vasconcelos. **Qualidade de atendimento na autarquia municipal de trânsito, serviços públicos e de cidadania de fortaleza (ame):** análise à luz do modelo servqual. Revista da FA7, nº 7, vol. 1 / janeiro-julho de 2009.

ROSSI, Paulo Egydio.; BRAGA, Sergio Pereira. **A satisfação dos clientes em relação aos serviços prestados por um organismo de Inspeção veicular.** Revista Administração On Line – FECAP - Volume 5 Nº 3, p 11-25 jul/ago/set, 2004.

RUGAMA, A. J. Molina et al. (Org.). **Projeto pedagógico do curso de Engenharia Ambiental.** Universidade Federal de Campina Grande, Pombal: 2009.

SANTOS, Vanice dos.; CANDELORO, Rosana J. **Trabalhos acadêmicos:** uma orientação para a pesquisa e normas técnicas. Porto Alegre: RS: AGE, 2006.

SAKATA, Marici C. Gramacho. **Tendências metodológicas da pesquisa acadêmica em turismo.** 1.ed. São Paulo: SDB/ECA/USP, 2011. 120 p.

SCHMELKES, Sylvia. **Buscando uma melhor qualidade para nossas escolas.** Brasília: MEC/SEF, 1994.

SCHWARTZMAN, Roy. **Are Students Customers?** the metaphoric mismatch between management and education. Education, Vol. 116, nº 2, p. 215-222, Carolina do Sul, 1995.

SENA, Erico. **Comunicação e educação:** imaginários e conflitos nos discursos de alunos e professores na escola pública. São Paulo: Annablume, 2008. 192 p.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23.ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007. 304 p.

SILVESTRE, António Luís. **Análise de dados e estatística descritiva**. 1.ed. Lisboa: Escolar editora, 2007.

SINAES – Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior: **da concepção à regulamentação**. 5.ed., rev. e ampl. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2009. 328 p.

SOARES, M. S. Arrosa et al. (Org.). **A educação superior no Brasil**. Editoração Eletrônica - DPE Studio: Porto Alegre, 2002, 304 p.

SOUSA, Cyntia Pereira. (Org.). **História da educação: processos, práticas e saberes**. 3.ed. São Paulo: Escrituras Editora, 1998.

TACHIZAEA, Takeshy.; ANDRADE, Rui O. Bernardes. **Gestão de instituições de ensino**. 4.ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

THUMS, Jorge. **Ética na educação: filosofia e valores na escola**. Canoas: Ed. ULBRA, 2003. 480 p.

TORRES, Rogério Duarte. **A qualidade dos serviços prestados por uma instituição de ensino superior federal na visão dos vestibulandos e universitários**. Pedro Leopoldo, 2011. (Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado Profissional em Administração) - Fundação Pedro Leopoldo

VERGUEIRO, Waldomiro. **Qualidade em serviços de informação**. São Paulo: Arte & Ciência Editora, 2002. 124p.

VIRGOLIN, A. M. Rodrigues.; FLEITH, D. Sousa.; PEREIRA, M. S. Neves. **Toc, toc ... plin, plin: lidando com as emoções, brincando com o pensamento através da criatividade**. 9.ed. Campinas: Papyrus, 1999.

WEILL, Michel. **A gestão da qualidade**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.



---

## **Apêndice**

## APÊNDICE A – Questionário utilizado na pesquisa



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS  
CAMPUS VII – GOVERNADOR ANTÔNIO MARIZ  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

**Prezado (a) aluno (a),**

Este questionário que lhes apresentamos tem caráter estritamente científico e destina-se a mensurar seu nível de satisfação em relação à qualidade dos serviços prestados pela UFCG – Campus Pombal. Desta forma, gostaríamos que expressasse sua opinião em relação a estes serviços e salientamos que seu anonimato será preservado.

**Everton Ferreira de Sousa**  
Graduando em Administração pela  
Universidade Estadual da Paraíba

<b>Dados sociodemográficos</b>
<b>Sexo:</b> ( )-masculino; ( )-feminino
<b>Como foi cursado seu ensino médio?</b> ( )-Exclusivamente em escolas públicas; ( )-Maior parte em escolas públicas; ( )-Maior parte em escolas particulares; ( )-Exclusivamente em escolas particulares
<b>Qual o período letivo que você está cursando a maior parte das disciplinas atualmente?</b> 1º( ), 2º( ), 3º( ), 4º( ), 5º( ) 6º( ), 7º( ), 8º( ), 9º( ), 10º( )
<b>Faixa etária:</b> ( )-Menos de 17 anos; ( )-Entre 18 e 24 anos; ( )-Entre 25 e 30 anos; ( )- Acima de 30 anos.
<b>Renda mensal familiar.</b> ( )-De 200 a 600 reais; ( )-De 601 a 800 reais; ( )-De 801 a 1000 reais; ( )-De 1001 a 1200 reais; ( )-De 1201 a 1400 reais; ( )-De 1401 a 1600 reais; ( )-De 1601 a 1800 reais; ( )-Acima de 1800 reais
<b>Indique o principal motivo que o levou a matricular-se no curso de Engenharia Ambiental na UFCG – Campus Pombal.</b> ( )-Qualidade da Universidade; ( )-Credibilidade da instituição em relação ao mercado; ( )-Por influência familiar; ( )-Ampla leque de oportunidades que o curso pode oferecer; ( )-Comodidade / baixo custo de estudo; ( )-Outros

A seguir, gostaríamos que indicasse, na coluna da direita, seu nível de satisfação em relação à qualidade dos serviços prestados pela UFCG – Campus Pombal, de acordo com a seguinte escala de avaliação: **(1-ótimo); (2-bom); (3-regular); (4-ruim); (5-péssimo).**

<b>Como você avalia os seguintes serviços relacionados à estrutura física da instituição:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Acessibilidade					
Estacionamento					
Segurança					
<b>Quanto ao conforto das instalações físicas, como você avalia os seguintes ambientes:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Salas de aulas					
Laboratórios					
Biblioteca					
Setores administrativos (Diretoria, departamento financeiro, Subprefeitura)					
Coordenação de curso					
Auditórios					
Protocolo setorial					
Ambientes de lazer (Praças de vivência)					
Setor de reprografia (Cópia)					
Cantina					
Residência universitária					
Restaurante universitário					

<b>Quanto à higiene, como você considera os ambientes de:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Salas de aulas					
Laboratórios					
Biblioteca					
Setores administrativos (Diretoria, departamento financeiro, Subprefeitura)					
Coordenação de curso					
Auditórios					
Protocolo setorial					
Ambientes de lazer (Praças de vivência)					
Setor de reprografia (Cópia)					
Cantina					
Residência universitária					
Restaurante universitário					
Banheiros					
<b>Quanto à qualidade no atendimento prestado pelos profissionais, como você avalia os serviços de:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Laboratórios					
Biblioteca					
Setores administrativos (Diretoria, departamento financeiro, Subprefeitura)					
Coordenação de curso					
Protocolo setorial					
Setor de reprografia (Cópia)					
Cantina					
Residência universitária					
Restaurante universitário					
<b>Quanto ao horário de funcionamento, como você avalia os setores:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Laboratórios					
Biblioteca					
Setores administrativos (Diretoria, departamento financeiro, Subprefeitura)					
Coordenação de curso					
Protocolo setorial					
Setor de reprografia (Cópia)					
Cantina					
<b>Acerca dos serviços de comunicação, como você avalia as informações disponibilizadas:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Via telefone					
Pela internet					
Nos murais da instituição					
<b>Quanto aos serviços prestados pelos professores, como você avalia os seguintes fatores:</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Tempo disponível para atendimento ao aluno					
Cordialidade e presteza					
Assiduidade e pontualidade nas aulas					

Agradecemos a sua colaboração!

