



V SINGEP

Simposio Internacional de Gest3o de Projetos, Inova3o e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

An3lise dos instrumentos de mensura3o da qualidade dos servi3os oferecidos nas institui3o es de ensino superior

VITOR DA SILVA BITTENCOURT

UNINOVE – Universidade Nove de Julho
prof.bittencourt@gmail.com

EVELYN GOMES BERNARDO

UNINOVE – Universidade Nove de Julho
evelynbernardo21@gmail.com



V SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

ANÁLISE DOS INSTRUMENTOS DE MENSURAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS OFERECIDOS NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

RESUMO

A qualidade dos serviços tem sido objeto de estudos ao longo do tempo e vários são os modelos propostos para mensurar essa qualidade nas Instituições do Ensino Superior (IES), qualidade essa que visa atrair receitas para as instituições do setor. O objetivo deste artigo é analisar o desempenho de três medidas alternativas da qualidade dos serviços em uma (IES) de São Paulo. Os modelos selecionados para este estudo foram: Qualidade dos Serviços (SERVQUAL), Importância da Qualidade dos Serviços (SERVQUAL Ponderado), Desempenho do Serviço (SERVPERF), Qualidade do Ensino Superior (HEDPERF). Os resultados indicaram que a escala HEdPERF é a mais confiável por ter o maior critério e da validade de construto, maior variância explicada e conseqüentemente como a escala que se apresenta como a mais adequada para o setor do ensino superior.

Palavras-chave: Qualidade dos Serviços, Ensino Superior e Avaliação do ensino superior.

Abstract

The quality of services it has been studied over time and there are several models proposed to measure quality in higher education institutions (HEIs), this quality which this quality that focuses on attracting financial income for sector institutions. The main objective of this paper is to analyze the performance of three alternative measures of service quality of (IES) in São Paulo. The models selected for this study were: Service Quality (SERVQUAL), Service Quality Importance (SERVQUAL weighted) Performance Service (SERVPERF), Higher Education Quality (HEDPERF). The results indicated that HEdPERF scale is the most reliable and the highest criteria that go beyond the construct validity, higher explained variance and therefore is presented as the most appropriate scale for the higher education sector.

Keywords: Quality of Services, Higher Education and higher education evaluation.



1. INTRODUÇÃO

As Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras enfrentam desafios mercadológicos e regulatórios cada vez mais complexos pela acirrada concorrência entre as IES, pela redução do valor das mensalidades (ticket médio), inadimplência dos alunos cada vez mais crescente, falta de financiamento público por meio de programas como o ProUni, FIES, Escola da Família e outros aspectos voltados para subsidiar as mensalidades dos alunos com perfil socioeconômico compatível pelo acesso mais universalizado e ao mesmo tempo menos criterioso que leva a absorção do aluno com perfil diversificado que apresenta muitas dificuldades para se estabelecer e prosseguir no ensino superior por conta da redução do ritmo econômico que impacta todos os segmentos especialmente no setor da educação. Apesar de todas essas dificuldades, verifica-se a concentração de grandes grupos educacionais que têm incorporado nas mais tradicionais instituições de ensino uma formação de grandes monopólios educacionais por ser um grande negócio pois estas empresas são de capital aberto e as ações negociadas na bolsa de valores representando aqui, claramente uma visão ortodoxa capitalista na educação superior privada que atua como um modelo de prestação de serviços totalmente padronizado, desenvolvido para ofertar em larga escala serviços de educação diminuindo sensivelmente as características individuais dos cursos ou das instituições que em outros tempos já foram uma referência de qualidade em ensino e de pesquisas por serem uma extensão de referência no mercado.

Esta nova realidade econômica de dinâmica e visão competitiva faz com que as IES busquem diferenciais que as mantenham competitivas nesse mercado tanto que os grandes grupos quanto as próprias IES que se caracterizaram por serem independentes e que não ainda se enquadraram nesta situação busquem se diferenciar pelos diversos atributos como as de qualidade em prestação dos serviços para poderem ter influência na percepção dos alunos o que agrega valor para a instituição no sentido de serem competitivas e satisfazem as expectativas dos seus stakeholders, dos discentes, shareholders, professores, funcionários e técnico-administrativo pelas empresas (empregadores), pelo INEP/MEC (regulação do ensino superior) e pela comunidade acadêmica de pesquisadores e profissionais que têm relação com as IES.

Este cenário tem levado as IES a profissionalizarem a gestão administrativa e acadêmica além de desenvolver programas e projetos para a avaliação contínua de processos, além de atender a legislação regulatória que obriga a instalação de uma CPA – Comissão Própria de Avaliação, na qual, as IES designam professores, funcionários e membros externos para comporem uma equipe cuja missão é fazer de forma periódica o acompanhamento das ações voltadas para a gestão da qualidade dos processos internos, da relação entre docentes e discentes, da infraestrutura, comunicação, apoio acadêmico, ensino, pesquisa, extensão e todas as atividades realizadas pela instituição, de tal forma que sejam apresentadas por relatórios semestrais aos gestores e coordenadores de curso objetivando os processos de melhoria contínua e a elevação do nível de qualidade.

Para que este processo aconteça de forma sistemática, cada instituição desenvolve uma série de processos internos, realiza pesquisas, analisa e tabula os resultados de formas distintas, não sendo possível fazer a comparação das IES exceto quando são utilizados os instrumentos regulatórios para autorização, reconhecimento e renovação de reconhecimento de cursos,



formatados e definidos pelo INEP/MEC, com os quais, todas as IES são igualmente avaliadas pelos Avaliadores Ad Hoc, utilizando um instrumento único, padronizado e que permite a atribuição de 1 a 5 pontos em diversos indicadores que organizados em dimensões com os respectivos pesos, caracterizam a nota final de um curso e de uma IES na perspectiva do SINAES, mas não refletindo necessariamente a visão que outras ferramentas ou constructos podem trazer. Essa dicotomia entre os sistemas de avaliação do Ensino Superior motivaram a pesquisa que irá analisar como as ferramentas SERVQUAL, SERVPERF e HEdPERF.X como são utilizadas pelas IES e se podem contribuir para o seu verdadeiro propósito, que é fornecer subsídios para que essas IES aprimorem seus serviços e se mantendo competitivas.

O objetivo deste estudo é comparar empiricamente três medidas alternativas de qualidade de serviço no ES, em termos de "adequação à finalidade", critério amplamente aceito em qualidade do ensino (Sallis, 2008) que de acordo com este conceito qualidade é medida em termos de ser ou não um produto ou serviço que cumpre o declarado propósito ou propósitos (Maguad, 1999, 164).

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Qualidade em Serviços

A natureza da qualidade do serviço é bem capturado por Tan (1986, p. 224), que a descreve como a beleza no olho do observador; em outras palavras, a qualidade tem diferentes significados para pessoas diferentes. Da mesma forma, Berry, Zeithaml & Parasuraman (1990) define os consumidores como um único juiz da qualidade do serviço.

Um dos precursores nessa direção foi Grönroos, (1984), que desenvolveu um dos primeiros modelos para mensuração da qualidade em serviços. Posteriormente, Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) propuseram a medição de qualidade do serviço baseado na ferramenta denominada SERVQUAL, com seus estudos esses autores concluem que o consumidor percebe o resultado da qualidade do serviço comparando expectativas antes de receber o serviço e sua experiência real com esse mesmo serviço.

Conforme Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985), o estudo da qualidade dos serviços surgiu após a preocupação em aprimorar a qualidade dos produtos, onde esses serviços podem ser considerados "produtos especiais". Assim o ganho em competitividade experimentado pelos clientes despertou interesse em algumas empresas no sentido de se aprofundar mais sobre essa temática. Segundo os autores supracitados, devido às características que diferem os produtos, a compreensão de como os clientes avaliam e percebem a qualidade em cada uma das situações de serviço torna-se uma tarefa muito bem aprimorada. A intangibilidade, ou seja, o fato de tratarem-se de performances e não de objetos, dificulta a padronização, a mensuração e a seleção do serviço antes de sua entrega.

Cronin e Taylor (1992) afirmam ainda que a qualidade percebida dos serviços seja um antecedente à satisfação do cliente, e que essa satisfação tem efeito significativo nas intenções



de compra. Ainda segundo estes autores, a qualidade dos serviços tem uma menor influência nas intenções de compra que a própria satisfação do cliente. (CRONIN; TAYLOR, 1992)

Dutra & Oliveira (2001) ressalta que a heterogeneidade alerta para o fato de que uma mesma performance não é desempenhada do mesmo modo, ou seja, variando de fornecedor para fornecedor, de cliente para cliente ou mesmo de um dia para o outro. A inseparabilidade é a característica que descreve o envolvimento do cliente e do fornecedor na entrega no desempenho final apresentado.

Em um mundo onde a competição de produtos e serviços exclusivos para atrair uma maior quota de mercado para rentabilidade, os consumidores em grande parte têm por onde escolher. Como decidir qual o produto ou serviço é melhor do que outros? Enquanto um grande número de fatores pode contribuir para o processo de decisão, o fator que se diferencia na experiência direta do consumidor é a qualidade dos serviços (Cronin & Taylor, 1992).

Porém, no setor da educação, onde há produtos reais que são concebivelmente envolvidos, os serviços prestados serão, portanto, uma situação há ser entendida como demarcação de concorrência entre as instituições em termos de superioridade na criação de experiências únicas, ou seja, o ensino é um serviço enquanto a aprendizagem é um processo de experiência.

2.2 A Qualidade dos Serviços nas IES

A qualidade dos serviços nas IES não é nova e cada vez mais as organizações buscam resultados a fim de satisfazer os clientes identificando aspectos que os satisfazem, bem como aqueles que causam insatisfação com relação aos produtos e serviços oferecidos (Berry, Zeithaml & Parasuraman, 1990).

O ensino superior tem sido crescentemente reconhecido como uma indústria de serviços e, como um setor, deve empenhar seus esforços em identificar as expectativas e necessidades de seus principais clientes, que são os estudantes Cheng & Tam (1997). A avaliação do ensino superior pode ser utilizada como ferramenta da transformação universitária fortalecendo um padrão de política educacional e contribuindo para o desenvolvimento da universidade. Deste modo, um instrumento adequado de avaliação do ensino superior deve também estar direcionado à identificação das falhas da instituição em perceber as reais necessidades de seus alunos e o que contribui para fortalecer o foco da organização. (Mello et al., 2001).

Além das duas avaliações formais a que se submetem as instituições de Ensino Superior no Brasil, existem ainda aquelas feitas pelo mercado de trabalho e pelo principal cliente do serviço educacional que neste caso se é o corpo discente Douglas, McClelland, & Davies (2008).



Nas avaliações procedidas pelos órgãos reguladores, são contemplados diferentes indicadores conforme o momento do diagnóstico. No Brasil, O Instituto Nacional de estudos e Pesquisas Educacionais Anífo Teixeira – INEP é o órgão responsável pelo Sistema nacional de Avaliação da educação Superior (SINAES), criado pela Lei nº 10.861/2004. Esse sistema possui diversos instrumentos de avaliação complementares, sendo a auto-avaliação, realizada pela IES de acordo com suas diretrizes, conduzidos por uma Comissão Própria de Avaliação (CPA) ; a avaliação externa, realizada pelos especialistas Ad Hoc designados pelo INEP/MEC por terem notória especialização na gestão de instituições de ensino superior (IES); o ENADE (Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes), que avalia a qualidade dos cursos, além dos instrumentos de informação como censo e cadastros, que possibilitam a obtenção de informações relevantes para a regulação do ensino superior. Todos estes processos são coordenados e supervisionados por uma Comissão Nacional de Avaliação do Ensino Superior (CONAES) , sendo de responsabilidade do INEP proceder a sua operacionalização no País. Com base nos resultados obtidos nestas avaliações, o Ministério da Educação (MEC) recebe do INEP panorama da qualidade dos cursos e das instituições de ensino superior no País.

As informações produzidas pelo SINAES são utilizadas pelas IES, orientando a sua eficácia operacional e institucional, além da efetiva atuação acadêmica e social. Este sistema permite também que os alunos, seus familiares, outras instituições acadêmicas além do público em geral orientam as suas decisões de escolha de acordo com o diagnóstico oficial realizado pelos órgãos competentes.

Nos Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu*, a avaliação é desenvolvida e realizada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), fundação do Ministério da Educação. Seu sistema de avaliação, diferente do SINAES, é formatado para avaliar os cursos de Pós-Graduação em nível de Mestrado e Doutorado no País, servindo de instrumento de busca de um padrão de excelência nestes cursos. Seus resultados fornecem as bases para formulação das políticas para o dimensionamento das ações de fomento, como bolsas de estudo, auxílios e outros apoios importantes para a área de pós-graduação.

A avaliação do sistema nacional de pós-graduação (SNPG) é orientada pela Diretoria de Avaliação da CAPES, com a participação da comunidade acadêmica e científica, que designa avaliadores Ad Hoc para procederem esta atividade que busca assegurar e manter a qualidade dos cursos de Mestrado e Doutorado oferecidos no País.

Mesmo diante do sistema oficial de avaliação, as IES também em suas estruturas outras formas de avaliarem a qualidade dos seus serviços, que são formatados internamente, de acordo com as suas características de funcionamento e do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).

Em alguns estudos, as avaliações nas IES observam aspectos da experiência do estudante para além da qualidade do ensino e aprendizagem tornando o aluno um parceiro do processo de aprendizagem da instituição (Roberts & Higgins, 1992; Hill, 1995; Harvey *et al*, 1997; Aldridge & Rowley, 1998).



Para conseguir alcançar ou desvendar o conceito de garantia da qualidade, terminologias e metodologia são utilizadas possibilitando observar diferentes adaptações dos instrumentos para melhor atender as necessidades de cada instituição e as necessidades de seus alunos. (Mello et al., 2001; Marcio & Mendonça, 2012).

Propor uma definição única, abrangente e útil, mas não é uma tarefa fácil; estudos realizados em países Europeus e nos Estados Unidos refletem sobre a *Total Quality Management* (TQM) gestão da qualidade dos serviços na educação examinando três perspectivas diferentes. Primeiro é saber se o produto ou serviço atende os requisitos especificados, segundo se pode ser analisado em processos e terceiro se o produto ou serviço atende as expectativas dos clientes e em termos de qualidade (Sallis, 2008).

2.3 Modelo SERVQUAL

O modelo SERVQUAL, criado por Parasuraman em 1985, foi desenvolvido como modelo conceitual de qualidade dos serviços com o objetivo medir a diferença entre o que se espera de um serviço e a percepção do serviço real. Os autores nomearam como: Qualidade de Serviço (Q), Percepção (P), Expectativa (E). O instrumento SERVQUAL é um formulário de pesquisa contendo 22 itens, cada item mede tanto a percepção, como a expectativa de um atributo de serviço particular Parasuraman et al. (1985).

Segundo, Fitzsimmons & Fitzsimmons (2010) as cinco dimensões analisadas podem ser definidas da seguinte forma:

1. Confiabilidade: capacidade em realizar o serviço de forma confiável e exata;
2. Responsabilidade: capacidade de prover o serviço conforme prometido, oferecer atendimento imediato e ajudar o cliente;
3. Segurança: capacidade de transmitir segurança, confiança, cortesia e conhecimento para o cliente;
4. Empatia: habilidade dos empregados de fornecer atenção individualizada aos clientes, assim como genuíno interesse;
5. Tangibilidade: capacidade da organização em dispor uma estrutura adequada de equipamentos, instalações, pessoal envolvido e materiais.

A Figura 1, contempla as cinco dimensões da qualidade relacionada aos itens analisados.

**Figura 1 - Dimensões e fatores da qualidade dos serviços**

Dimensões	Fatores
<i>Tangíveis</i>	1. Equipamento Moderno 2. Instalações visualmente agradáveis 3. Funcionários com apresentação agradável e profissional 4. Materiais associados aos serviços visualmente agradáveis
<i>Confiabilidade</i>	5. Serviços oferecidos conforme o prometido 6. Confiabilidade na resolução de problemas e reclamações 7. Serviços realizados de forma correta pela primeira vez 8. Serviços oferecidos nos prazos prometidos 9. Registros mantidos sem erros
<i>Responsividade (prontidão nas providências e respostas)</i>	10. Clientes mantidos informados sobre quando serviços serão realizados 11. Prontidão na realização dos serviços 12. Disposição para ajudar os clientes 13. Prontidão para responder às solicitações dos clientes
<i>Segurança</i>	14. Funcionários que transmitem confiança ao cliente 15. Segurança transmitida ao cliente durante a compra 16. Funcionários frequentemente cordiais 17. Funcionários com conhecimento para responder as perguntas dos clientes
<i>Empatia</i>	18. Clientes recebendo uma atenção individual 19. Funcionários que tratam os clientes de forma atenciosa 20. Interesse genuíno demonstrado em servir o cliente 21. Funcionários que compreendem as necessidades de seus clientes 22. Horário de funcionamento conveniente aos clientes

Fonte: Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988)

Foi possível observar que nos estudos onde a SERVQUAL é aplicada, os questionários foram alterados e houve uma falta de consenso sobre as dimensões de qualidade dos serviços ou da importância de cada dimensão no contexto do ensino superior.

Embora o modelo SERVQUAL tem sido amplamente utilizada por ambos os gerentes de serviço e acadêmicos, tem havido debates sobre vários aspectos do instrumento (Ladhari, 2009). Incluindo:

- . O uso de escalas diferentes;
- . A viabilidade do modelo;
- . A sua validade convergente;
- . Sua validade discriminante;
- . A validade preditiva do instrumento;
- . Sua ênfase no processo (em vez de resultado);
- . A natureza hierárquica de construções de qualidade do serviço;
- . O uso de escalas refletoras (em vez de formação);
- . A aplicabilidade de uma escala genérica para medir a qualidade do serviço em todo o serviço configurações;
- . A aplicabilidade do SERVQUAL para o ambiente on-line; e
- . A aplicabilidade do SERVQUAL em diferentes contextos culturais.

2.4 Modelo SERVPERF

O Modelo SERVPERF foi desenvolvido por Cronin & Taylor (1994) para definir adequadamente o domínio da qualidade do serviço usando os mesmos itens de desempenho propostos na Escala SERVQUAL Ponderada. Os autores argumentaram que era um SERVPERF avançado, o estudo foi posteriormente replicado e descobertas sugerem que



pouca ou nenhuma evidência teórica ou empírica apoia a relevância do E-P = diferença de qualidade com base na qualidade do serviço (Adil & Albkour, 2013).

Em outro trabalho empírico, Parasuraman, Zeithaml & Berry (1994) refinando o SERVQUAL, adaptando sua estrutura para incorporar não só a discordância entre serviço percebido e serviço desejado, mas também a discrepância entre o serviço percebido e adequada serviço.

2.5 Modelo HEDPERF

Em uma pesquisa realizada pela Owlia & Aspinall (1996) examinando as várias perspectivas de diferentes profissionais sobre a qualidade do ensino superior. Propôs que a experiência de estudantes em uma instituição de ensino superior deve ser uma questão chave para direcionar os indicadores de desempenho a serem abordados. Assim, torna-se importante identificar os determinantes ou fatores críticos de qualidade de serviço do ponto de vista dos alunos como principais clientes.

Seguindo essa linha de pensamento, “o aluno como principal cliente”, o Modelo HEDPERF foi desenvolvido por Firdaus em (2006), com base nas escalas SERVQUAL, SERVQUAL ponderada e SERVPERF desenvolveu o HEdPERF. O objetivo do HEdPERF foi apresentar e validar uma nova escala de medição da qualidade dos serviços especificamente concebido para o setor do ensino superior usando técnicas quantitativas e qualitativas de medição, com escala que validou seis dimensões chamadas de fatores onde apresentou quarenta e um itens que foram testados empiricamente, teste de unidimensionalidade, confiabilidade e validade (Sousa, Silveira, Fortes, & Domingues, 2011).

O Modelo HEdPERF proposto por Firdaus (2006) sugere que as instituições de ensino superior devem utilizá-la como ferramenta de gestão com o objetivo de melhorar a capacidade de desempenho dos serviços. É importante lembrar que nos estudos que aplicam modelos de qualidade de serviços nas IESI e que comparam modelos de qualidade entre si, o HEdPERF tem se mostrado válido (Junior & Piratelli, 2006).

Cabe ressaltar que estes instrumentos trazem uma visão muito diferente das variáveis e dimensões consideradas nos instrumentos oficiais de avaliação, realizado no Brasil pelos órgãos oficiais INEP e CAPES, todos vinculados ao Ministério da Educação, podendo servir de subsídio para a formulação dos instrumentos próprios que são utilizados pelas CPAs das IES durante as pesquisas com os seus diversos públicos.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em sua primeira fase este estudo se constituiu em uma pesquisa exploratória, qualitativa e documental. O método de pesquisa qualitativa adotado no artigo, segue inicialmente a teoria de Godoy (1995), tendo como ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador como instrumento fundamental. O contato direto do pesquisador com o ambiente analisado, registrando suas notas e descrevendo seus resultados. Quanto o caráter exploratório, para Vergara (1998), a pesquisa pode ser considerada como exploratória aquela investigação que é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado.



Quanto à abordagem do problema estudado, trata-se de uma pesquisa qualitativa, a partir da abordagem exploratória descrevendo a complexidade do problema, analisando as interações das variáveis, compreendendo e classificando processos dinâmicos vividos por grupos sociais (Richardson, 1999).

Observa-se que a pesquisa qualitativa descreve o problema, sob o enfoque de diferentes aspectos, buscando a compreensão e a interpretação das variáveis utilizando o método de pesquisa descritiva, que teve como intuito analisar o desempenho de três medidas alternativas da qualidade dos serviços em uma (IES) de São Paulo.

3.1 Procedimentos de análise

A fim de melhor compreender as publicações dos artigos sobre “Qualidade nos Serviços em Instituições do Ensino Superior – IES” nosso ponto de partida foi acessar as bases de dados “Web of Science” e “Scopus” em busca de artigos por meio das palavras chaves, “Quality of services” e “higher education”. Nessa busca, encontramos inicialmente mais de 13.000 mil estudos sobre o tema nas áreas de Marketing e Administração observando o período de 1945 até junho de 2015. Para que fosse possível trabalhar a análise, priorizamos os artigos mais citados e com o melhor índice H.

Obtivemos neste refinamento um número de 350 artigos, que por meio da amostra selecionada e dos refinamentos feitos, realizamos uma análise descritiva relacionando à evolução da produção científica sobre o tema.

Após leitura do texto e confirmada a abordagem do assunto, estes artigos foram definidos como de interesse, passando a compor assim, a amostra de pesquisa, ou seja, os três artigos com modelos de qualidade de serviços identificados. Em seguida, a abordagem de análise foi descritiva-analítica, e de análise comparada.

O método de análise comparativa nas ciências sociais, segundo os autores Schneider e Schmitt (1998) é importante para o processo de construção do conhecimento, enquanto atividade cognitiva. E, por meio do raciocínio comparativo, é possível “descobrir irregularidades, perceber deslocamentos e transformações, construir modelos e tipologias, identificando continuidades e discontinuidades, semelhanças e diferenças”, explicando, inclusive, as determinações dos achados.

4. ANÁLISE DE COMPARAÇÃO DOS INSTRUMENTOS

Como foi possível observar na literatura, existem várias alternativas e critérios para que sejam possíveis medir a qualidade de serviço no ES, em termos de “adequação à finalidade”, critério amplamente aceito em qualidade do ensino (Sallis, 2008) que de acordo com este conceito é medida em termos de ser ou não um produto ou serviço que cumpre o declarado propósito desses conceitos (Maguad, 1999, 164).



Seguindo esta linha de pensamento o estudo se propôs a realizar uma análise comparativa dos modelos SERVQUAL, SERVPERF e HEdPERF, onde por meio da literatura, foi possível observar que todos apresentam preocupações comuns no sentido de adaptar o modelo e buscar soluções para melhorar a qualidade dos serviços prestados. Nesse sentido, a proposição dos modelos sugere a adoção de dimensões ou atributos que asseguram a melhor forma de avaliação da qualidade de serviços.

Para a realização da análise da qualidade dos serviços de cada instrumento, as dimensões e fatores foram dimensionados na Tabela 1, onde foi possível identificar os modelos e características, comparando e mensurando as suas utilizações.

Tabela 1 - Dimensões e fatores da qualidade dos serviços

Dimensão	SERVQUAL	SERVQUAL PONDERADO	HEdPERF	PESPERF
<i>Acesso</i>	Acesso: proximidade e facilidade de contato.	Empatia: cuidado, atenção individualizada aos clientes.	Acesso: acessibilidade, facilidade de contato, disponibilidade e conveniência.	Acesso: acessibilidade e disponibilidade das instalações, equipamentos e materiais.
<i>Comunicação</i>	Comunicação: manter os clientes informados em linguagem que possam compreender e ouvi-las.	Segurança: Competência, comunicação e cortesia, confiança e segurança		
<i>Competência</i>	Competência: posse de habilidades e conhecimentos necessários para executar o serviço.	Segurança: competência, comunicação e cortesia, confiança e segurança.		Aspectos Acadêmicos: o conteúdo do curso, os materiais, o conhecimento do pessoal acadêmico, as instalações físicas e as ferramentas que são fundamentais no processo de entrega do serviço de ensino.
<i>Cortesia</i>	Cortesia: envolve polidez, respeito, consideração e cordialidade do pessoal de contato.	Segurança: competência, comunicação e cortesia, confiança e segurança.		
<i>Credibilidade</i>	Credibilidade: confiança, honestidade, reputação e interações com o cliente.	Segurança: competência, comunicação e cortesia, confiança e segurança.	Reputação: sugere a importância das instituições de ensino superior em projetar uma imagem profissional. Conteúdo Programático: enfatiza a importância de oferecer amplo e respeitável programa acadêmico/especializações com estrutura e currículo flexível.	
<i>Confiabilidade</i>	Confiabilidade / Lealdade: desempenho e confiabilidade de fazer certo da primeira vez. A organização honra suas promessas.	Confiabilidade: habilidade de executar o serviço prometido de forma confiável e precisa.		
<i>Receptividade</i>	Receptividade: vontade ou disponibilidade dos funcionários para prestar o serviço.	Receptividade: disposição para ajudar os clientes e fornecer o serviço de alerta		
<i>Segurança</i>	Segurança: envolve a segurança física; segurança financeira e confidencialidade.	Segurança: Competência, comunicação e cortesia, confiança e segurança.		
<i>Tangível</i>	Tangível: instalações físicas; aparência do pessoal; ferramentas e	Tangíveis: instalações físicas, equipamentos e		Aspectos Acadêmicos: o conteúdo do curso, os materiais, o conhecimento do



	equipamentos utilizados para a prestação do serviço.	aparência do pessoal.		pessoal acadêmico, as instalações físicas e as ferramentas que são fundamentais no processo de entrega do serviço de ensino.
<i>Compreender /Conhecer o Cliente</i>	Compreender/ Conhecer o Cliente: entender as necessidades dos clientes, atenção individualizada e reconhecer o cliente regular.		Compreensão: compreender, aconselhar e prestar serviços de saúde.	Empatia: compreensão das necessidades e desejos do estudante, oferecer soluções para as necessidades específicas, ser confiável e ter credibilidade.

Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi analisar e comparar empiricamente três medidas alternativas de qualidade de serviço nas IES de acordo com as definições explicitadas na metodologia do artigo além de fornecer suporte para desenvolvimento da análise e discussão dos resultados apontados na metodologia.

O estudo abre também perspectivas para a realização de novas pesquisas futuras que possam contribuir para a construção do conhecimento sobre o referido tema. Todos os estabelecimentos estudados nesse trabalho podem ser caracterizados como modelos com características comuns que podem oferecer subsídios para formar uma base de sustentação para realização na medida de qualidade dos serviços em ensino superior.

Saber a opinião do aluno sobre a qualidade dos serviços prestados é um instrumento de grande valor e importância. Nesse sentido caso as organizações desejem realmente satisfazer seus clientes, se faz necessário questioná-los sobre os aspectos que os satisfazem em uma decisão de consumo bem como, aqueles que causam insatisfação com relação a proposta dos produtos e serviços oferecidos (Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, 1990).

Diante dos resultados bibliográficos e análise das dimensões e fatores pode-se chegar à conclusão de que método HEDPERF apresentou-se adequado para ser aplicado na IES onde o estudo foi realizado. Uma segunda conclusão relevante é que o método tem a capacidade para captar a percepção dos discentes sobre a qualidade da IES para seus serviços prestados, além disso, este método consegue demonstrar quais dimensões tem melhor e pior desempenho e ainda as covariáveis que influenciam no desempenho.

Por meio dos resultados, foi possível alcançar objetivo geral desta pesquisa e ainda levar informações importantes. Logo, esta pesquisa mostrou sua relevância tanto na parte teórica por isso recomenda-se que novas pesquisas venham surgir com este tema e método para que os estudos nesta área possam contribuir para o desenvolvimento do ensino superior no Brasil.



6. REFERÊNCIAS

- Adil, M., Ghaswyneh, O. F. M. Al, & Albkour, A. M. (2013). SERVQUAL and SERVPERF: A Review of Measures in ServicesMarketing Research. *Global Journal of Management and Business Research Marketing*, 13(6), 64–76.
- Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1990). Five imperatives for improving service quality. *Sloan Management Review*, Summer, Pp. 29-38, Summer, pp.
- Cheong Cheng, Y., & Ming Tam, W. (1997). Multi-models of quality in education. *Quality Assurance in Education*, 5(1), 22–31. <http://doi.org/10.1108/09684889710156558>
- Cronin, J. Joseph Jr.; Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58, n. 1,.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. a. (1992). Measuring Quality : A Reexamination and. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <http://doi.org/10.2307/1252296>
- Douglas, J., McClelland, R., & Davies, J. (2008). The development of a conceptual model of student satisfaction with their experience in higher education. *Quality Assurance in Education*, 16(1), 19–35. <http://doi.org/10.1108/09684880810848396>
- Firdaus, A. (2006). Measuring service quality in higher education: HEDPERF versus SERVPERF. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(1), 31–47. <http://doi.org/10.1108/02634500610641543>
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2010). *Administração de Serviços. Operações, Estratégia e Tecnologia da Informação*. (Trad. Gust).
- Godoy, A. S. (1995). Introdução à Pesquisa Qualitativa e Suas Possibilidades. *Rae*, 35, n. 2,.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44. <http://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>
- Junior, L. D. C., Piratelli, C. L. (2006). Gestão da qualidade de serviços no ensino superior: aplicação do método hedperf (pp. 1–15).
- Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(2), 172–198. <http://doi.org/10.1108/17566690910971445>
- Maguad, B. A. (1999). A total quality approach to adventist education. In *Prepared for the 24th International Faith and Learning Seminar held at Andrews University, Berrien Spring, Michigan* (pp. 157–176). <http://doi.org/10.1.1.553.6797>
- Marcio, C., & Mendonça, C. De. (2012). Análise Da Importância , Desempenho E Influência De Serviços Na Retenção De Alunos Em Curso De Administração Analysis of Services Importance , Influence and Performance on Business Students ' Retention, 294–314.
- Mello, S. C. B. de, Dutra, H. F. de O., & Oliveira, P. A. da S. (2001). Avaliando a qualidade de serviço educacional numa IES: O impacto da qualidade percebida na apreciação do aluno de graduação. *Organizações & Sociedade*, 8(21).
- Owlia, M; Aspinall, E. (1996). A framework for the dimensions of quality in higher education. *Quality Assurance in Education*, Vol. 4 No.
- Parasuraman, A. Zeithaml, Valarie. A. and Berry, L., & Leonard. (1994). Alternative scales for measuring service quality: A comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of Retailing*, 70(3), 201–230. [http://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90033-7](http://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90033-7)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64 No.



- Retrieved from [http://areas.kenan-flagler.unc.edu/Marketing/FacultyStaff/zeithaml/Selected Publications/SERVQUAL- A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.pdf](http://areas.kenan-flagler.unc.edu/Marketing/FacultyStaff/zeithaml/Selected%20Publications/SERVQUAL-A%20Multiple-Item%20Scale%20for%20Measuring%20Consumer%20Perceptions%20of%20Service%20Quality.pdf)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual Model Service Its Quality and Implications for Future. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
<http://doi.org/10.2307/1251430>
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. (Atlas, Ed.) (3 ed.). São Paulo, SP.
- Sallis, E. (2008). Total Quality Management in Education. *Zanco Journal , the Scientific Journal of Salahaddin University*, (36), 177. Retrieved from
http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33235910/Total_quality_Managment_in_Education.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1470151101&Signature=n7uNX5f0lqx3f+g4C6UNgPu/bb4=&response-content-disposition=inline; filename=Total_Qu
- Sousa, T. C. G. de, Silveira, A., Fortes, Vi. C., & Domingues, M. J. C. de S. (2011). Comparação de modelos de qualidade de serviços: proposição estratégica para instituições de ensino superior. *Semead - Seminários Em Administração*, 1–15.
- Tan, D. L. (1986). The assessment of quality in higher education: a critical review of the literature and research. *Research in Higher Education*, 24(3), 223–265.
<http://doi.org/10.1007/BF00992074>
- Vergara, S. (1998). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. (Atlas, Ed.). São Paulo, SP.