

Repad

Revista Estudos e
Pesquisas em Administração

v. 8, n. 2, Maio-Agosto/2024



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



UFMT

**UTILIZAÇÃO DO MÉTODO HIGHER EDUCATION
PERFORMANCE (HEDPERF) PARA AVALIAÇÃO DA
QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS EM UMA
FACULDADE PRIVADA NO MUNICÍPIO DE JACIARA, MATO
GROSSO**

Diego Campos Pereira
diegocpmt@hotmail.com
IFMG
São João Evangelista/MG

Janice Queiroz de Pinho Golçalves
Janice.pinho@ifmg.edu.br
<http://lattes.cnpq.br/6999919136931072>
<https://orcid.org/0000-0002-9325-0142>
IFMG
São João Evangelista/MG

RESUMO

Uma organização necessita conhecer a percepção dos clientes com relação aos produtos ou serviços prestados para que possa realizar as melhorias identificadas como pontos fracos. Desta forma, o presente estudo buscou identificar a qualidade dos serviços prestados em uma faculdade privada localizada no município de Jaciara, Mato Grosso. Para atingir o objetivo, utilizou-se o instrumento Higher Education Performance (HEdPERF) para a identificação da qualidade dos serviços prestados na instituição de ensino. Como resultado, identificou-se que foi atribuída uma nota média geral de 5 pontos, numa escala de 1 a 7 para os serviços prestados pela instituição. Utilizando a média geral como nota de corte, identificou-se que dos 41 atributos avaliados, 20 apresentaram desempenho inferior à média geral, requerendo atenção dos gestores da instituição para desenvolvimento de plano de melhorias.

PALAVRAS-CHAVE: Ensino superior; Marketing serviços; Qualidade serviços.

***USE OF THE HIGH EDUCATION PERFORMANCE METHOD
(HEDPERF) TO EVALUATE THE QUALITY OF SERVICES
PROVIDED IN A PRIVATE FACULTY IN THE MUNICIPALITY OF
JACIARA, MATO GROSSO***

ABSTRACT

An organization needs to know the perception of customers regarding the products or services provided so that it can make improvements identified as weaknesses. In this way, the present study sought to identify the quality of services provided in a private college located in the municipality of Jaciara, Mato Grosso. To achieve the objective, the Higher Education Performance instrument (HEdPERF) was used to identify the quality of services provided at the educational institution. As a result, it was identified that a general average score of 5 points was assigned, on a scale of 1 to 7 for the services provided by the institution. Using the overall average as the cut-off point, it was identified that of the 41 attributes evaluated, 20 performed below the overall average, requiring attention from the institution's managers to develop an improvement plan.

KEYWORDS: *Higher education; Marketing services; Quality services.*

Submetido: 18/08/2023

Revisões Solicitadas: 05/02/2024

Aceito: 03/05/2024

Publicado: 31/08/2024

1 INTRODUÇÃO

Segundo informações disponibilizadas no censo da educação superior de 2020, do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), o Brasil possui 2457 instituições de ensino superior, sendo que destas, 87,6% são privadas. Do universo de instituições privadas, 1891 são faculdades, que possuem 1.402.786 matrículas, representando 16,2% do total de alunos matriculados no ano 2020, em relação ao total 8.680.354 estudantes (INEP, 2022).

Este cenário aponta para um ambiente altamente competitivo, onde as faculdades menores estão competindo com grandes grupos pelos estudantes que pretendem se matricular em um curso superior (SAMPAIO, 2011). Neste ambiente, os futuros estudantes podem analisar as condições oferecidas pelas instituições, fazer comparações de desempenho e avaliar a qualidade dos serviços prestados. Desta forma, faz-se necessário entender quais as características e atributos que são valorizados pelos estudantes, além da qualidade do ensino (CAMPOS, NETO, MARTINS, 2013).

Neste sentido, para competir com centros universitários e universidades, as faculdades devem dedicar a melhorar a qualidade dos serviços prestados em educação, buscando atender aos anseios e necessidades dos estudantes, conciliando os critérios legais com o aperfeiçoamento do processo de ensino/aprendizagem (ALMEIDA e SILVA, 2020). Com base no cenário descrito, como avaliar a qualidade dos serviços prestados em uma faculdade, tomando como base os critérios estabelecidos pelos estudantes?

As informações obtidas, por meio de um instrumento de avaliação da qualidade dos serviços prestados, fornecerão subsídio para que as instituições possam reorganizar e desenvolver estratégias competitivas, a fim de melhorarem a percepção dos usuários de acordo com o nível de importância conferido por eles, com base na percepção da prestação de serviço ofertada pela faculdade (CAMPOS, NETO, MARTINS, 2013).

O sucesso de uma empresa está vinculado com a sua capacidade de se relacionar com os clientes e de prestar serviços de qualidade, o que poderá gerar a retenção do

público-alvo (CHURCHILL, PETER, 2012). Um instrumento de avaliação da prestação de serviços em uma instituição de ensino pode ser indispensável para a melhoria dos processos e satisfação dos estudantes (LOURENÇO e KNOP, 2011). Desta forma, o presente estudo tem como objetivo avaliar a qualidade dos serviços prestados em uma faculdade privada localizada no município de Jaciara, Mato Grosso. Para se atingir o objetivo, utilizou-se o instrumento Higher Education Performance (HEdPERF) para avaliação da qualidade dos serviços prestados na instituição de ensino.

2 QUALIDADE DO SERVIÇOS

Pode-se definir a qualidade de serviço, do ponto de vista do usuário, como aquilo que atende ou excede as expectativas dos clientes (LOVELOCK, WIRTZ, HEMZO, 2011). A qualidade dos serviços não é percebida pelos clientes de forma unidimensional, mas levando em consideração um conjunto de fatores relacionados ao contexto da experiência de consumo, demonstrando como as informações sobre a qualidade do serviço são estruturadas na mente dos consumidores (ZEITHAML, BITNER, GREMLE, 2014). Quando o serviço de uma empresa é executado, a sua qualidade está sendo testada pelo consumidor que a julga, levando em consideração suas percepções dos resultados gerados, do processo pelo qual o resultado foi produzido e da qualidade do ambiente físico em que o serviço é executado.

As expectativas dos clientes podem resultar de várias fontes, como experiências anteriores, comunicação boca a boca e propaganda. Neste sentido, ocorre uma comparação entre o serviço percebido em relação ao esperado. Se o serviço percebido não atender às expectativas conforme esperado, os clientes ficarão decepcionados, podendo mudar de prestador de serviço. Com isso as empresas necessitam comparar as informações obtidas por meio de um instrumento de avaliação da qualidade às suas ofertas e benefícios a fim de satisfazerem os clientes, os surpreendendo e encantando (KOTLER, KELLER, 2018).

Visando melhorar a experiência do cliente em relação aos serviços prestados, faz-se necessário que os colaboradores da empresa participem de ações que favoreçam o entendimento comum para atacar questões como a medição da qualidade de serviço, a identificação das causas de deficiências e a elaboração e implementação de ações corretivas (LOVELOCK, WIRTZ, HEMZO, 2011). O nível adequado de serviço reflete o desempenho mínimo esperado pelo cliente após considerar experiências pessoais e informações externas, considerando as opções de serviço de empresas concorrentes. Empresas com desempenho no serviço abaixo do nível desejado pelos clientes apresentam-se em desvantagem competitiva, podendo despertar nos consumidores o interesse em fazer negócio com outra empresa que gere a percepção de ser uma alternativa melhor (ZEITHAML, BITNER, GREMLE, 2014).

Uma das formas para se identificar a qualidade dos serviços prestados, ocorre por meio da avaliação, que poderá ser realizada ao longo do processo de execução do serviço. Neste sentido, cada contato do cliente com os serviços denomina-se momento da verdade. Ao avaliar os pontos de contato a empresa pode identificar oportunidades de atender a expectativa do cliente. A satisfação do cliente ocorre pela comparação entre a percepção do serviço prestado com as expectativas do serviço desejado. Quando as expectativas são atendidas, o serviço é percebido como de qualidade, de forma contrária, quando não se atende às expectativas, a qualidade do serviço passa a ser vista como inaceitável (FITZSIMMONS, FITZSIMMONS, 2014).

2.1 QUALIDADE DO SERVIÇO NO ENSINO SUPERIOR

Nos serviços educacionais a qualidade é definida pelo estudante comparando as expectativas com relação aos serviços ofertados pela instituição, e a percepção dos serviços prestados. Neste sentido, uma avaliação que contemple a opinião do estudante pode trazer benefícios mais imediatos à instituição, permitindo a adoção de medidas corretiva sem relação aos serviços ofertados (NOGUEIRA, 2010).

Com os estudantes participando do processo de avaliação, ocorre a possibilidade de melhorar o engajamento desses a partir do protagonismo nas ações que visam satisfazer às expectativas da comunidade educacional. Um dos pontos mais importantes para uma instituição em ofertar um serviço de qualidade está relacionado à quantidade de estudantes matriculados e a sua retenção. Estudantes insatisfeitos podem abandonar o curso ou solicitar a transferência para outra instituição (COUTINHO, 2007).

Desta forma, para o desenvolvimento de serviços de qualidade, a instituição de ensino superior precisa adequar as ofertas às necessidades e aos desejos dos clientes pela criação de valor. Como os serviços são intangíveis e geralmente de difícil desenvolvimento de padrões para medir sua qualidade, considerar o que os consumidores procuram ao decidir qual serviço irão comprar poderá colaborar para que o gestor da instituição melhore os serviços ofertados (CHURCHILL, PETER, 2012).

Nesse contexto, a avaliação de serviços das instituições de ensino superior tem um papel fundamental, ao permitir o diagnóstico e o levantamento de ações prioritárias e corretivas de eventuais distorções identificadas, visando à melhoria contínua a partir da percepção dos clientes (COUTINHO, 2007). A qualidade na prestação de serviços se mostra fundamental em uma instituição de ensino superior, necessitando compreender os atributos de qualidade mais valorizados pelos estudantes. Aplicar um instrumento de avaliação que permita medir a qualidade torna-se de grande importância para as decisões de melhoria contínua nas empresas educacionais (FERREIRA, 2016).

Desconhecer o que os clientes esperam é uma das principais causas do fracasso na concretização de suas expectativas. A lacuna da compreensão do cliente ocorre pela diferença entre as expectativas do serviço e a compreensão da empresa acerca destas expectativas. Apesar disso, muitas empresas adotam um raciocínio equivocado, acreditando que conhecem o que os clientes desejam, e executando serviços de acordo com suas convicções, em vez de descobrir o que eles de fato estão demandando (ZEITHAML, BITNER, GREMLER, 2014).

2.2 MODELO DE MENSURAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS NO ENSINO SUPERIOR

O objetivo de um modelo de avaliação da qualidade na prestação de serviços favorecerá na determinação do nível de satisfação dos clientes. Com a identificação dos atributos mais valorizados pelos clientes, a instituição de ensino superior poderá verificar se os investimentos realizados na execução desses serviços estão sendo eficazes, bem como determinar os pontos de melhorias para atender as expectativas dos estudantes (LOVELOCK, WIRTZ, HEMZOG, 2011).

Neste sentido, um processo de avaliação da qualidade dos serviços prestados requer da empresa a aplicação de instrumentos que permitam mapear as considerações

dos clientes a partir de uma escuta sobre suas percepções, de modo que suas expectativas sejam atendidas (ZEITHAML, BITNER, GREMLE, 2014).

Uma proposta de instrumento para avaliação da qualidade dos serviços no ensino superior, desenvolvido por Abdullah (2006), o método Higher Education Performance (HEdPERF), cujo objetivo é fornecer subsídios de medição da qualidade de serviço, especificamente projetado para o setor de ensino superior. O instrumento busca determinar os fatores críticos de qualidade do serviço na perspectiva dos estudantes.

O estudo de Abdullah (2006) ocorreu em três etapas. Na primeira buscou-se identificar os fatores críticos da qualidade dos serviços ofertados no ensino superior, envolvendo uma pesquisa aprofundada da literatura para constatar os determinantes da qualidade do serviço. Utilizou-se também de grupos focais, compostos de 16 ex-estudantes e atuais estudantes convidados a participar da pesquisa. Esses grupos representativos de seis a sete indivíduos identificaram uma série de critérios relevantes de avaliação de qualidade de serviço ou fatores críticos.

Na segunda etapa buscou-se o desenvolvimento do instrumento de pesquisa que iniciou com o teste piloto do questionário, que consiste em aplicá-lo a um número reduzido de participantes com o propósito de identificar possíveis falhas que comprometam a compreensão desses, partindo daí as correções para melhoria. A minuta do questionário é composta de três seções A, B e C. Na seção A são apresentadas 9 perguntas referentes ao perfil do respondente. Na seção B é composta por 45 itens relacionados a diferentes aspectos da oferta de serviços da instituição. Os itens foram apresentados aleatoriamente, como afirmações, com a mesma escala de classificação utilizada em todo o questionário. Como critério de medida desses itens utilizou-se a escala tipo Likert, contendo 7 pontos com variação entre 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente). Além da escala principal abordando itens individuais, os entrevistados foram solicitados na Seção C a fornecerem uma classificação geral quanto à qualidade do serviço, nível de satisfação e visita futura. O teste-piloto do questionário foi submetido a 30 estudantes representativos de várias instituições terciárias na Malásia e a 10 especialistas (acadêmicos, pesquisadores e profissionais) convidados a comentarem sobre quaisquer ambiguidades, omissões ou erros percebidos em relação ao questionário. Após o *feedback* dos participantes foram feitas as alterações, podendo o questionário ser aplicado em uma pesquisa de grande abrangência (ABDULLAH, 2006).

A terceira etapa consiste na aplicação do questionário a 680 estudantes de seis instituições terciárias de ensino superior em toda a Malásia, no período de junho a agosto de 2003. Os dados foram coletados pela abordagem de contato pessoal (ABDULLAH, 2006). Após a validação do instrumento por meio de testes estatísticos, o instrumento desenvolvido se estruturou em seis dimensões: reputação, acesso, aspectos acadêmicos, conteúdos programáticos, aspectos não acadêmicos e compreensão, avaliados em 41 atributos propostos por Abdullah (2006, p.573):

1. Reputação: relacionada à importância da instituição como imagem profissional;
2. Acesso: diz respeito a requisitos de proximidade, facilidade de contato, viabilidade e conveniência;
3. Aspectos acadêmicos: representa as responsabilidades de comunicação, possibilitando discussões suficientes e estando apto a fornecer uma avaliação regular;
4. Conteúdos programáticos: enfatiza a importância de oferecer uma gama extensiva e respeitável de cursos acadêmicas com estrutura e conteúdo flexíveis;

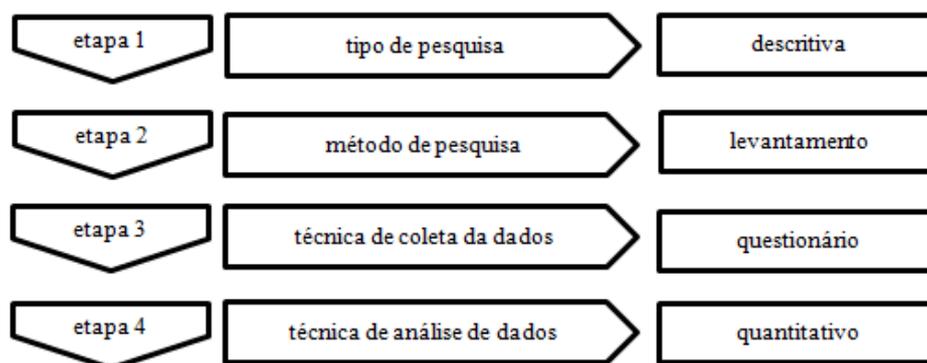
5. Aspectos não acadêmicos: aborda itens que são essenciais para que os estudantes cumpram as obrigações de estudo e as relações entre deveres e responsabilidade do pessoal não acadêmico;
6. Compreensão: Envolve itens relacionados à compreensão das necessidades específicas dos estudantes em termos de aconselhamento e serviços de saúde.

Nesse sentido, o instrumento Higher Education Performance (HEdPERF) se apresenta como uma alternativa para avaliação da qualidade dos serviços prestados, do ponto de vista do estudante.

3 METODOLOGIA

Para atingir o objetivo de identificar a qualidade dos serviços prestados em uma faculdade localizada no município de Jaciara, Mato Grosso, a metodologia foi dividida em 4 etapas, como demonstrado na figura 1.

Figura 1 – Etapas para o desenvolvimento da pesquisa



Fonte: Elaborada pelo autor, 2022

Na primeira etapa, a pesquisa descritiva foi a selecionada para o estudo, pois busca demonstrar a percepção dos estudantes com relação aos serviços ofertados pela instituição. A pesquisa descritiva utiliza procedimentos científicos para coletar dados que demonstrem a percepção do público-alvo em relação aos serviços prestados, apontando as preferências do consumidor (HAIR, WOLFINBARGER, ORTINAU, BUSH, 2010).

A segunda etapa consiste na determinação do método mais adequado para a condução da pesquisa. Como o objetivo está relacionado à verificação da percepção dos estudantes com relação aos serviços prestados, optou-se pelo método de pesquisa de levantamento, que consiste na identificação das características e aspectos do universo pesquisado, possibilitando a sua caracterização, sua operacionalização ocorre pela aplicação do questionário a uma amostra da população foco do estudo (KLEIN, SILVA, MACHADO, AZEVEDO, 2015). Fizeram parte do universo da pesquisa estudantes dos cursos de bacharelado: Ciências Contábeis, Agronomia, Engenharia Civil, Psicologia, Enfermagem, Direito e Zootecnia, de uma faculdade particular do município de Jaciara/MT.

Para o cálculo da amostra, verificou-se com a secretária da instituição o número de estudantes matriculados por curso no ano de 2022, sendo: Agronomia (212); Ciências

Contábeis (128); Direito (235); Enfermagem (138); Engenharia Civil (81); Psicologia (116); e Zootecnia (35). A amostragem utilizada para definir a quantidade de estudantes participantes da pesquisa foi do tipo probabilístico estratificada.

A amostragem probabilística se caracteriza pelo conhecimento da probabilidade de que cada elemento da população possa ser selecionado para compor a amostra, garantindo que no processo de escolha dos participantes não ocorra interferência do pesquisador, em relação aos entrevistadores de campo, ou mesmo do entrevistado. Com a amostra estratificada se garante que todos os cursos terão representantes proporcionalmente a quantidade de estudantes matriculados (MATTAR, 2012). A figura 2 demonstra a fórmula utilizada para o cálculo da amostra.

Figura 2 – Fórmula para cálculo amostral

$$n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N-1) + Z^2pq}$$

Onde:

N= Universo

n = Amostra

Z = Confiança

E = Erro

p q = Distribuição dos elementos da amostra

p = Nível de aprovação

q = Nível de reprovação

Fonte: MANN, P. S. LACKE, C. J. (2015)

Para o desenvolvimento do cálculo utilizou-se como parâmetros um universo de 945 estudantes distribuídos em 7 cursos. O grau de confiança definido foi de 95%, com um erro amostral de 5% e distribuição da amostra de 50% para aqueles que devem aprovar e não aprovar a qualidade dos serviços prestados. Como resultado se obteve uma amostra de 274 estudantes participantes da pesquisa. A tabela 1 demonstra a amostra estratificada com a quantidade de participantes da pesquisa por curso.

Tabela 1 – Amostra de participantes por curso

Cursos	Total de estudantes	% participação por curso	Total de participantes por curso
Direito	235	25%	68
Agronomia	212	22%	61
Enfermagem	138	15%	40
Ciências Contábeis	128	14%	37
Psicologia	116	12%	34
Engenharia civil	81	9%	23
Zootecnia	35	4%	10

total	945	amostra	274
-------	-----	---------	-----

Fonte: Elaborado pelo autor, 2022

Na terceira etapa utilizou-se um questionário para coleta de dados, conforme demonstrado no apêndice A. O instrumento de coleta de dados aplicado na pesquisa foi desenvolvido com base no questionário utilizado por Silva (2018), contendo as características do estudo de Abdullah (2006) sobre o Higher Education Performance (HEdPERF), com 5 das 6 dimensões propostas, pois a dimensão Compreensão ainda não está implantada na instituição, sendo, portanto, avaliadas a Reputação, Acesso, Aspectos Acadêmicos, Conteúdos Programáticos e Aspectos não acadêmicos.

O questionário disponibilizado aos estudantes, como instrumento de avaliação, utilizou-se da escala Likert de sete pontos para verificação da percepção dos estudantes com relação aos atributos de cada dimensão. A escala de Likert permite aos respondentes exporem o quanto concordam ou discordam com os atributos relacionados ao serviço ofertado (HAIR, WOLFINBARGER, ORTINAU, BUSH, 2010). Ao assinalar os números de 1 a 3 o respondente apresenta discordância; que se interpreta como baixa qualidade da dimensão; o número 4 revela sua neutralidade quanto à avaliação do item; ao assinalar 5, 6 ou 7 o respondente avalia o atributo como de alta qualidade.

Na etapa quatro, por meio da estatística descritiva viabilizou-se a análise dos dados. Neste sentido, após a aplicação do instrumento de avaliação, foi utilizado o software Microsoft Excel versão 2016 para a organização dos dados que demonstraram a opinião dos estudantes com relação às 5 dimensões do HEdPERF. Pela aplicação da estatística descritiva pode-se organizar, exibir e descrever dados oriundos da pesquisa realizada (MANN, LACKE, 2015).

Seguindo orientações da resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012, do conselho nacional de saúde que dispõe sobre pesquisas realizadas com seres humanos, o projeto de pesquisa foi submetido na Comissão de Ética e Pesquisa – CEP, com o Certificado de Apresentação de Apreciação Ética (CAAE): 67457622.4.0000.5134, que com a aprovação, pelo parecer: 5.943.477, viabilizou a aplicação do questionário. Para participar da pesquisa foi necessário que o participante concordasse com o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) que descreveu qual o objetivo da pesquisa, os riscos, os benefícios e a forma de divulgação dos resultados. Neste sentido, a participação na pesquisa não era obrigatória podendo os estudantes a qualquer momento da pesquisa desistir e retirar seu consentimento. Na sequência apresenta-se a análise dos resultados encontrados na pesquisa.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

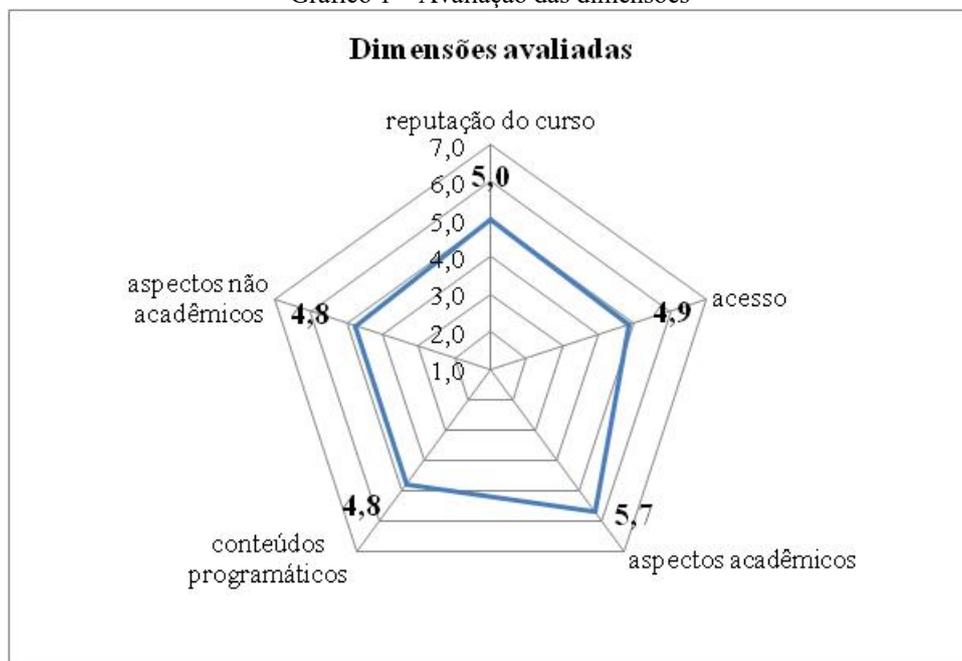
A aplicação do questionário ocorreu nos meses de outubro e novembro de 2022 em uma faculdade particular localizada no município de Jaciara, Mato Grosso. A tabela 2 demonstra o perfil da amostra, com quantidade de estudantes participantes por curso, e o sexo.

Tabela 2 – Distribuição dos estudantes por curso e sexo

curso	quantidade participantes	% participação
Zootecnica	8	3%
Psicologia	40	15%
Ciências Contábeis	47	17%
Enfermagem	28	10%
Engenharia Civil	29	11%
Agronomia	59	22%
Direito	63	23%
Total	274	100%
Masculino	116	42%
Feminino	158	58%
Total	274	100%

Como observado na tabela 2, fizeram parte da pesquisa 274 estudantes de sete cursos, sendo 116 do sexo masculino e 158 do sexo feminino. A pesquisa avaliou a qualidade dos serviços prestado na instituição em cinco dimensões, como demonstrado no apêndice A: reputação do curso, acesso, aspectos acadêmicos, conteúdos programáticos e aspectos acadêmicos. O gráfico 1 demonstra o valor médio obtido pela instituição considerando uma escala de 7 pontos.

Gráfico 1 – Avaliação das dimensões



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Como demonstrado no gráfico 1, na primeira dimensão, buscou-se identificar qual a percepção dos estudantes com relação à reputação da instituição perante a sociedade. Neste aspecto, a instituição obteve uma média de 5 pontos em uma escala de 7,

demonstrado que o estudante possui uma percepção mediana com relação a reputação que a instituição possui.

Com relação à dimensão acesso, que buscou identificar como os estudantes visualizam sua relação com os departamentos da instituição, a nota atribuída foi 4,9. Nesta dimensão, as percepções dos estudantes demonstram que a instituição possui algumas falhas no atendimento pessoal aos discentes.

Com relação aos aspectos acadêmicos, a instituição obteve uma média de 5,7 pontos. Nesta dimensão, buscou-se identificar a percepção dos estudantes com relação aos docentes, sua didática e seu relacionamento com os estudantes. Esta dimensão apresentou a melhor avaliação dos estudantes, demonstrando sua satisfação com os professores que ministram as disciplinas.

A quarta dimensão verificou a compreensão dos estudantes com relação aos conteúdos programáticos, a disponibilidade de plano de ensino no curso e a sua execução. Nesta dimensão, a instituição obteve uma média de 4,8 pontos. Desta forma, apesar de uma avaliação satisfatória aos professores, existem pontos do plano de ensino e a sua execução que necessitam de melhorias.

Na quinta dimensão, se avaliou os aspectos não acadêmicos, que tinham como objetivo verificar a percepção dos estudantes com relação ao atendimento do pessoal do administrativo, coordenação e direção. Nesta dimensão, a instituição obteve uma média de 4,8 pontos, demonstrando que a faculdade deverá verificar a execução de seus processos, bem como realizar treinamento para melhorar o atendimento aos estudantes.

Cada dimensão possui vários atributos que são avaliados para a composição da média de notas da dimensão avaliada. A tabela 3 demonstra as notas que os estudantes atribuíram para cada atributo relacionado às suas respectivas dimensões.

Tabela 3 – Avaliação dos atributos com suas respectivas dimensões

Dimensões	Atributos avaliados	Média
Reputação do curso	1. O curso tem uma imagem profissional.	5,5
	2. Os equipamentos são adequados e atendem minhas necessidades	4,3
	3. Os recursos acadêmicos são adequados ao ensino.	4,8
	4. O curso oferta programas com qualidade excelente.	4,6
	5. As áreas de convivência e lazer do curso são adequadas.	5,0
	6. Os tamanhos das salas permitem um aprendizado adequado.	5,2
	7. A localização do curso é ótima.	5,4
	8. O curso oferece programas bem-conceituados.	4,9
	9. O curso oferece fácil empregabilidade.	4,9
	10. O layout do prédio é adequado.	5,4
Total geral		5,0
Acesso	11. Os estudantes são tratados de forma igual e com respeito pelos funcionários/ servidores do curso.	5,6
	12. Os estudantes têm a liberdade adequada para expressar suas opiniões.	5,1
	13. O pessoal administrativo respeita a minha confidencialidade quando exponho alguma informação.	5,5
	14. É fácil contatar o pessoal administrativo por telefone.	4,7
	15. O curso oferece aconselhamento estudantil.	4,3
	16. O curso estimula e promove a existência de centros acadêmicos.	4,6

	17. O curso valoriza o feedback dos estudantes para melhorar o desempenho de seus serviços.	4,3
	18. O curso tem procedimentos simples e padronizados para oferecer serviços.	4,7
	Total geral	4,9
Aspectos acadêmicos	19. Os docentes possuem o conhecimento para responder meus questionamentos em relação ao conteúdo do curso.	5,8
	20. Os docentes são atenciosos e corteses na comunicação com os estudantes.	5,9
	21. Os docentes sempre estão dispostos para atender meus pedidos de auxílio.	5,6
	22. Quando tenho um problema, os docentes mostram um interesse sincero em resolvê-lo.	5,6
	23. Os docentes demonstram uma atitude positiva com relação aos estudantes.	5,9
	24. Os docentes têm uma boa comunicação em sala de aula.	5,8
	25. Os docentes revelam o progresso do estudante durante o semestre.	5,5
	26. Os docentes oferecem tempo suficiente e conveniente para consultas acadêmicas.	5,4
	27. Os docentes são bem instruídos e experientes nos seus respectivos campos de conhecimento.	5,8
	Total geral	5,7
Conteúdos programáticos	28. O curso oferece programas de estudos em diversas áreas do curso.	4,7
	29. O curso oferece disciplinas com planos de ensino flexíveis e estruturados.	4,8
	Total geral	4,8
Aspectos não acadêmicos	30. Quando tenho um problema, o pessoal administrativo mostra interesse sincero em resolvê-lo.	4,4
	31. O pessoal administrativo é preocupado em dar atenção cuidadosa e individual.	4,4
	32. Questionamentos/reclamações são resolvidas de forma ágil e eficiente.	3,9
	33. O pessoal administrativo está sempre disposto a atender os meus pedidos.	4,4
	34. A secretaria/administração mantém um cuidadoso e recuperável arquivo.	5,0
	35. O pessoal administrativo cumpre as datas conforme o prometido.	4,9
	36. O horário de funcionamento da secretaria/administração é adequado.	5,6
	37. O pessoal administrativo demonstra uma atitude positiva no seu trabalho com relação aos estudantes.	5,0
	38. O pessoal administrativo se comunica bem com os estudantes.	4,9
	39. O pessoal da coordenação do curso tem bom conhecimento dos sistemas/procedimentos.	5,3
	40. Eu me sinto seguro e confiante nas negociações com a coordenação/direção.	4,8
	41. O curso provê serviços com prazo adequado as minhas necessidades.	4,8
	Total geral	4,8
	Média geral	5,0

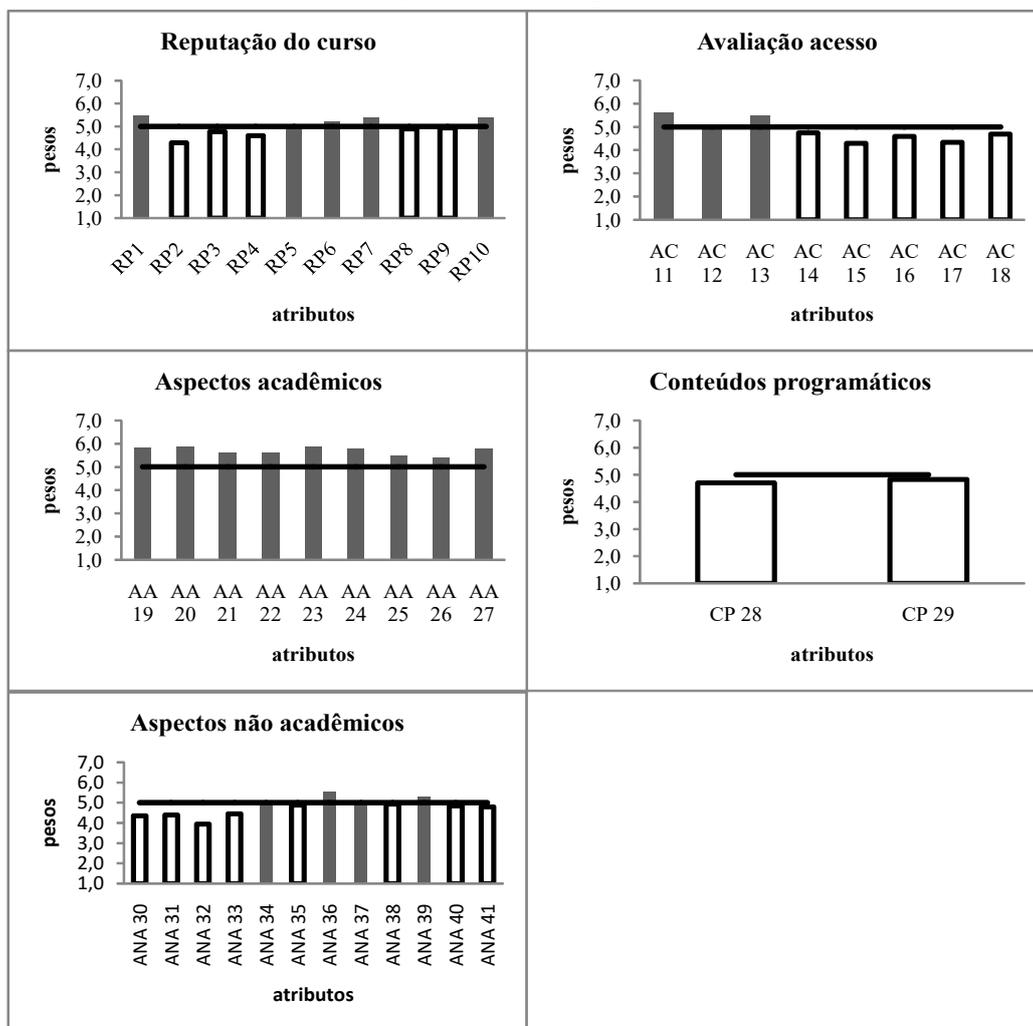
Fonte: Elaborado pelo autor (2023) adaptado de Silva (2018).

Como demonstrado na tabela 3, os estudantes avaliaram a instituição com uma média geral de 5 pontos em uma escala de 7, representando uma concordância parcial com relação as dimensões e atributos avaliados. A dimensão que avaliou os aspectos acadêmicos apresentou a melhor média, como todos os atributos sendo avaliados acima da média geral de 5 pontos, demonstrado uma melhor percepção dos docentes e seu relacionamento com os estudantes.

Com uma média geral de 5 pontos, a instituição teve uma avaliação acima da média em uma escala de 7 pontos, porém, como demonstrado na tabela 3, existem atributos a serem melhorados para que a faculdade possa estipular uma meta de satisfação maior. Neste sentido, utilizou-se a média geral como um fator de corte para identificar os atributos que devem ser melhorados, para que a instituição possa se consolidar com uma percepção adequada perante os estudantes.

O gráfico 2 apresenta a avaliação para a identificação dos atributos que possuem uma nota abaixo da média geral de 5 pontos apresentada na tabela 3.

Gráfico 2 – Identificação dos atributos que devem ser melhorados



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Como demonstrado no gráfico 2, após comparar a nota dos atributos com a média geral obtida, identificou-se que dos 41 atributos avaliados pelos estudantes, 20 apresentaram desempenho abaixo da média geral de 5 pontos estabelecido com nota de corte. A tabela 4 apresenta os atributos que devem ser melhorados pela instituição.

Como demonstrado na tabela 4, 20 atributos devem receber atenção da direção da faculdade para melhorar a percepção dos estudantes com relação aos serviços prestados. Na dimensão reputação, os atributos identificados são: equipamentos, recursos acadêmicos, oferta de programas com qualidade excelente, oferta de programas bem-conceituado e fácil empregabilidade.

Tabela 4 – Atributos que devem ser melhorados

Dimensões	Atributo	Média	Média geral	gap	Dimensões	Atributo	Média	Média geral	gap
Reputação	RP2	4,3	5,0	-0,7	conteúdos programáticos	CP28	4,7	5,0	-0,3
	RP3	4,8	5,0	-0,2		CP29	4,8	5,0	-0,2
	RP4	4,6	5,0	-0,4	aspectos não acadêmicos	ANA30	4,4	5,0	-0,6
	RP8	4,9	5,0	-0,1		ANA31	4,4	5,0	-0,6
	RP9	4,9	5,0	-0,1		ANA32	3,9	5,0	-1,1
Acesso	AC14	4,7	5,0	-0,3		ANA33	4,4	5,0	-0,6
	AC15	4,3	5,0	-0,7		ANA35	4,9	5,0	-0,1
	AC16	4,6	5,0	-0,4		ANA38	4,9	5,0	-0,1
	AC17	4,3	5,0	-0,7	ANA40	4,8	5,0	-0,2	
	Acesso	AC18	4,7	5,0	-0,3	ANA41	4,8	5,0	-0,2

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Com relação à dimensão acesso, os atributos identificados foram: contato com o pessoal administrativo por telefone, oferta de aconselhamento estudantil, estímulo ao desenvolvimento de centros acadêmicos, valorização do feedback dos estudantes para melhorar o desempenho dos serviços, procedimentos simples e padronizados na oferecer de serviços. Na dimensão conteúdo programático, os atributos identificados foram: oferta de programas de estudos em diversas áreas do curso e oferta de disciplinas com planos de ensino flexíveis e estruturados.

Por fim, na dimensão aspectos não acadêmicos, os atributos que devem ser melhorados são: resolução de problemas pelo pessoal administrativo, atenção individual e cuidadosa com os problemas dos estudantes, resolução de questionamentos/reclamações de forma ágil e eficiente, disposição para atender os pedidos dos estudantes, cumprimento das datas conforme o prometido, comunicação adequada com os estudantes, sentimento de segurança e confiança nas negociações com a coordenação/direção, oferta de serviços com prazo adequado às necessidades dos estudantes.

Neste sentido, com a identificação dos atributos que devem ser melhorados, a instituição de ensino poderá estabelecer um plano de ação para melhorar a oferta de serviços bem como a percepção dos estudantes.

5 CONCLUSÃO

Uma organização necessita conhecer a percepção dos clientes com relação aos produtos ou serviços prestados para que possa realizar as melhorias identificadas como pontos fracos. Neste contexto, identificar a percepção dos estudantes sobre os serviços ofertados poderá colaborar com a gestão da instituição de ensino para aumentar a fidelidade e confiabilidade dos estudantes na organização. Neste sentido, o estudo buscou identificar a qualidade dos serviços prestados em uma faculdade privada localizada no município de Jaciara, Mato Grosso, com a utilização do Higher Education Performance (HEDPERF).

Desta forma, para alcançar o objetivo, utilizou-se uma pesquisa descritiva, com o método de levantamento, que ocorreu por meio da aplicação de um questionário, contando com a participação de 274 estudantes para a coleta de dados. A análise dos dados foi subsidiada pela aplicação de técnicas da estatística descritiva. A pesquisa avaliou a percepção dos estudantes sem cinco dimensões: reputação do curso, acesso, aspectos acadêmicos, conteúdos programáticos e aspectos não acadêmicos.

Como resultado, identificou-se que foi atribuída uma nota média geral de 5 pontos, numa escala de 1 a 7 para os serviços prestados pela instituição. Utilizando a média geral como nota de corte, identificou-se que dos 41 atributos avaliados, 20 apresentaram desempenho inferior à média geral, requerendo atenção dos gestores da instituição para desenvolvimento de plano de melhorias. Das dimensões avaliadas, o aspecto acadêmico e a reputação do curso obtiveram média acima de 5 ponto. As dimensões de acesso, conteúdo programático e aspectos não acadêmicos obtiveram notas abaixo da média estabelecida como corte.

Na dimensão de reputação do curso, a instituição deverá melhorar os aspectos de infraestrutura, qualidade dos programas pela melhoria dos planos de ensino, e para a empregabilidade, a faculdade poderá desenvolver parcerias com empresas para melhorar o acesso dos estudantes a estágios que podem ser transformados em efetivação do trabalho. Com relação ao conteúdo programático dos cursos, a instituição deverá avaliar o Projeto Pedagógico dos Cursos (PPC), para melhorar a ementa das disciplinas, e sua execução juntos com os professores. Na dimensão de acesso e aspectos não acadêmicos, a faculdade deverá focar suas melhorias no treinamento dos colaboradores para o atendimento ao estudante, desenvolver ações de aconselhamento, bem como estimular a participação desses nos conselhos de classe e curso.

Neste sentido, com as informações obtidas a partir da avaliação dos atributos pelos estudantes, o gestor da instituição, juntamente com os coordenadores e conselhos, poderá desenvolver ações que visam à melhoria dos serviços prestados, seja na execução das aulas ofertadas aos estudantes, no atendimento desses pelo corpo administrativo ou na melhoria da imagem ou infraestrutura da instituição, demonstrando que o modelo de avaliação HEDPERF se mostra adequado como instrumento para a identificação da qualidade dos serviços prestados em uma instituição de ensino superior. Como estudo futuro recomenda-se a verificação da possibilidade de utilização do HEDPERF em conjunto com a comissão própria de avaliação (CPA) da instituição, que utiliza uma avaliação padrão que segue as exigências do ministério da educação.

REFERÊNCIAS

ABDULLAH, F. The Development of HEDPERF: a New Measuring Instrument of Service Quality for The Higher Education Sector. *International Journal of Consumer Studies*, v. 30, n. 6, p. 569–581, November 2006.

ALMEIDA, A. P. SILVA, E. E. D. A Qualidade dos Serviços Prestados Pela Universidade Federal de Campina Grande – Campus de Cajazeiras: Perspectiva dos Discentes. *Pesquisa e Ensino em Ciências Exatas e da Natureza*, 4: e1545, 2020.

CAMPOS, D. F. NETO, M. L. MARTINS, L. D. S. Qualidade dos Serviços na Educação Superior: uma Visão Comparativa Entre dois Cursos de Graduação. *Revista Contabilidade Vista & Revista: Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte*, v. 24, n. 2, p. 15-38, abril/junho 2013.

CHURCHILL, G. A. PETER, J. P. *Marketing: Criando Valor para os Clientes*. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

COUTINHO, F. C. C. Avaliação da Qualidade de Serviços de Uma Instituição de Ensino Superior. Dissertação (Mestrado em Administração) Universidade Federal da Bahia, p. 123, 2007.

FERREIRA, J. B. Avaliação da qualidade de Serviços em uma Instituição Privada de Ensino Superior do Alto Paranaíba/MG. Dissertação (Mestrado em Gestão Organizacional) Universidade Federal de Goiás. p. 135, 2016.

FITZSIMMONS, J. A. FITZSIMMONS, M. *Administração de Serviços: Operações, Estratégia e Tecnologia da Informação*. 7 ed., Porto Alegre: AMGH, 2014.

HAIR, J. F. J. WOLFINBARGER, M. F. ORTINAU, D. J. BUSH, R. P. *Fundamentos de Pesquisa de Marketing*. Porto Alegre: Bookman, 2010.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (Inep). *Censo da Educação Superior 2020: Notas Estatísticas*. Brasília, Distrito Federal: Inep, 2022.

KLEIN, A. Z. SILVA, L. V. MACHADO, L. AZEVEDO, D. *Metodologia de pesquisa em administração: uma abordagem prática*. São Paulo: Atlas, 2015.

KOTLER, P. KELLER, K. L. *Administração de Marketing*. 15 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

LOURENÇO, C. D. S. KNOP, M. F. T. Ensino Superior em Administração e Percepção da Qualidade de Serviços: Uma Aplicação da Escala SERVQUAL. *Revista Brasileira de Gestão e Negócio: São Paulo*, v.13, n.39, p. 219-233, abril/junho 2011.

LOVELOCK, C. WIRTZ, J. HEMZO, M. A. *Marketing de Serviços: Pessoas, Tecnologia e Estratégia*. 7 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MANN, P. S. LACKE, C. J. Introdução à Estatística. 8 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

MATTAR, F. N. Pesquisa de Marketing. 5 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012

NOGUEIRA, T. G. Avaliação da Qualidade na Prestação de Serviços em Uma Instituição de Ensino Superior: um Estudo Sobre os Serviços Complementares Através do uso da Escala Servqual. Dissertação (Mestrado em Administração) Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, p. 119, 2010.

SAMPAIO, H. O Setor Privado de Ensino Superior no Brasil: Continuidades e Transformações. Revista Ensino Superior Unicamp: São Paulo, ed. 4, 2011.

SILVA, R. H. S. A Qualidade de Cursos em um Campus Fora de Sede: Um Estudo sob a Ótica Discente a Partir da Escala Hedperf. 2018. 20 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Uberlândia, Ituiutaba, 2018.

ZEITHAML, V. A. BITNER, Z. J. GREMLE, D. D. Marketing de Serviços: A Empresa Com Foco no Cliente. 6 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

APÊNDICE A – INSTRUMENTOS AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS NA FACULDADE EDUVALE EM JACIARA

PARTE 1	
1. Meu curso de graduação é:	
<input type="checkbox"/> Ciências Contábeis	<input type="checkbox"/> Direito
<input type="checkbox"/> Zootecnia	<input type="checkbox"/> Psicologia
<input type="checkbox"/> Enfermagem	<input type="checkbox"/> Engenharia Civil
<input type="checkbox"/> Agronomia	
2. Gênero	
<input type="checkbox"/> masculino	<input type="checkbox"/> feminino
3. Idade()	
4. Período Cursado: (1º) (2º) (3º) (4º) (5º) (6º) (7º) (8º) (9º) (10º)	

PARTE 2	
A seguir apresentam-se algumas afirmativas referentes a aspectos relacionados à instituição e ao seu curso em uma escala qualitativa onde:	
1	Significa total discordância em relação à afirmativa;
2 e 3	Significa discordância parcial em relação à afirmativa;
4	Significa uma opinião neutra: você não concorda, nem discorda;
5 e 6	Significa concordância parcial em relação à afirmativa;
7	Significa concordância total em relação à afirmativa;

REPUTAÇÃO DO CURSO	1	2	3	4	5	6	7
1. O curso tem uma imagem profissional.							
2. Os equipamentos são adequados e atendem minhas necessidades							
3. Os recursos acadêmicos são adequados ao ensino.							
4. O curso oferta programas com qualidade excelente.							
5. As áreas de convivência e lazer do curso são adequadas.							
6. Os tamanhos das salas permitem um aprendizado adequado.							
7. A localização do curso é ótima.							
8. O curso oferece programas bem-conceituados.							
9. O curso oferece fácil empregabilidade.							
10. O layout do prédio é adequado.							

ACESSO	1	2	3	4	5	6	7
11. Os estudantes são tratados de forma igual e com respeito pelos funcionários/ servidores do curso.							
12. Os estudantes têm a liberdade adequada para expressar suas opiniões.							
13. O pessoal administrativo respeita a minha confidencialidade quando exponho alguma informação.							
14. É fácil contatar o pessoal administrativo por telefone.							
15. O curso oferece aconselhamento estudantil.							
16. O curso estimula e promove a existência de centros acadêmicos.							

17. O curso valoriza o feedback dos estudantes para melhorar o desempenho de seus serviços.							
18. O curso tem procedimentos simples e padronizados para oferecer serviços.							

ASPECTOS ACADÊMICOS	1	2	3	4	5	6	7
19. Os docentes possuem o conhecimento para responder meus questionamentos em relação ao conteúdo do curso.							
20. Os docentes são atenciosos e corteses na comunicação com os estudantes.							
21. Os docentes sempre estão dispostos para atender meus pedidos de auxílio.							
22. Quando tenho um problema, os docentes mostram um interesse sincero em resolvê-lo.							
23. Os docentes demonstram uma atitude positiva com relação aos estudantes.							
24. Os docentes têm uma boa comunicação em sala de aula.							
25. Os docentes revelam o progresso do estudante durante o semestre.							
26. Os docentes oferecem tempo suficiente e conveniente para consultas acadêmicas.							
27. Os docentes são bem instruídos e experientes nos seus respectivos campos de conhecimento.							

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS	1	2	3	4	5	6	7
28. O curso oferece programas de estudos em diversas áreas do curso.							
29. O curso oferece programas com planos de ensino flexíveis e estruturados.							

ASPECTOS NÃO ACADÊMICOS	1	2	3	4	5	6	7
30. Quando tenho um problema, o pessoal administrativo mostra interesse sincero em resolvê-lo.							
31. O pessoal administrativo é preocupado em dar atenção cuidadosa e individual.							
32. Questionamentos/reclamações são resolvidas de forma ágil e eficiente.							
33. O pessoal administrativo está sempre disposto a atender os meus pedidos.							
34. A secretaria/administração mantém um cuidadoso e recuperável arquivo.							
35. O pessoal administrativo cumpre as datas conforme o prometido.							
36. O horário de funcionamento da secretaria/administração é adequado.							
37. O pessoal administrativo demonstra uma atitude positiva no seu trabalho com relação aos estudantes.							

38. O pessoal administrativo se comunica bem com os estudantes.							
39. O pessoal da coordenação do curso tem bom conhecimento dos sistemas/procedimentos.							
40. Eu me sinto seguro e confiante nas negociações com a coordenação/direção.							
41. O curso provê serviços com prazo adequado as minhas necessidades.							