

ÁREA TEMÁTICA: ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE

Antecedentes da Qualidade Percebida de um Curso de Administração: uma abordagem não linear

Background to the Perceived Quality of a Business Course: a nonlinear approach

*Antecedentes de la Calidad Percibida de un Curso de Administración:
un análisis no lineal*

Gérson Tontini¹
Silvana Anita Walter²

Recebido em 10 de dezembro de 2010 / Aprovado em 16 de setembro de 2011

Editor Responsável: João Maurício Gama Boaventura, Dr.

Processo de Avaliação: *Double Blind Review*

RESUMO

O presente estudo objetiva identificar o efeito não linear de dimensões antecedentes da qualidade percebida pelos alunos de um curso de graduação em Administração. A pesquisa utilizou um questionário estruturado, elaborado a partir da revisão de literatura, aplicado a 622 alunos do curso de administração da Universidade Regional de Blumenau. Para tratamento dos dados empregou-se o *software* SPSS 14.0. Realizou-se a análise fatorial que resultou em quinze fatores. Para identificação da influência não linear, realizou-se a regressão *stepwise*. Os atributos foram classificados conforme o modelo Kano por meio do Penalty and Reward Contrast Analysis (PRC). Os resultados demonstram que as dimensões aplicabilidade do conteúdo, aprendizagem percebida e atitude dos professores podem ser consideradas como unidimensionais. As dimensões método de ensino, atitude do coordenador, gra-

de curricular, integração na vida acadêmica e infraestrutura do *campus* podem ser consideradas como atrativas. Já imagem social da IES, confiança nas pessoas e na IES, atividades extracurriculares, nível de exigência e acesso à infraestrutura podem ser enquadradas como obrigatórias. As dimensões de maior impacto na qualidade percebida, quando apresentam desempenho superior à média, são: aplicabilidade do conteúdo das disciplinas, métodos de ensino utilizados e atitude do coordenador. Já as dimensões que apresentam maior impacto, quando possuem desempenho inferior à média, são: imagem social da IES, aplicabilidade do conteúdo das disciplinas, confiança na IES. Verifica-se que as dimensões de maior impacto positivo estão relacionadas diretamente ao curso, enquanto as que têm maior impacto negativo estão relacionadas a aspectos mais gerais da IES (exceto pela aplicabilidade do conteúdo).

1. Doutor em Engenharia Mecânica pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Professor da Universidade Regional de Blumenau – FURB. [gersontontini@gmail.com]

2. Doutora em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUC/PR. Professora da Universidade Regional de Blumenau – FURB. [silvanaanita.walter@gmail.com]

Endereço dos autores: Rua Antônio da Veiga, 140, Blumenau – SC Cep. 89012-900 – Brasil

Palavras-chave: Antecedentes da qualidade percebida. Alunos de graduação em Administração. Abordagem não-linear. Modelo Kano. Penalty and Reward Contrast Analysis.

ABSTRACT

This paper has as objective to study the perceived quality antecedents of a Business Management Course under a non linear perspective. The research was carried out by interviewing 622 business students of a Higher Education Institution (HEI), using a structured questionnaire with quality dimensions based on the literature review. For processing the data it was used the SPSS 14.0 software. It was performed the factorial analysis that resulted in fifteen factors. The non linear influence of the dimensions in the course perceived quality was identified by the Kano Model using the Penalty and Reward Analysis method. The dimensions “course content applicability”, “perceived learning” and “Teachers attitude” can be classified as performance factors. The dimensions “teaching methods”, “course coordinator attitude”, “curricular grid”, “student integration in the academic life” and “campus infrastructure” can be classified as excitement factors. The dimensions “HEI social image”; “trust in the employees”; “extracurricular activities”; “course workload” and “access to infrastructure” can be classified as basic factors. The dimensions that have highest impact on perceived quality when they have above average performance are: “course content applicability”, “teaching methods” and “course coordinator attitude”. It is observed that the dimensions that have highest impact on the perceived quality when they have below average performance are “HEI social image”, “course content applicability”, “trust in the IES”. We can see that the dimensions with highest positive impact are related to the course and those with highest negative impacts are related to the general aspects of the HEI (except for the content applicability).

Key words: Perceived quality background. Administration graduation students. Nonlinear approach. Kano model. Penalty and Reward Contrast Analysis.

RESUMÉN

El presente estudio tiene el objetivo de identificar el efecto no lineal de las dimensiones antecedentes de la calidad percibida por los alumnos de un curso de graduación en Administración. La investigación utilizó un cuestionario estructurado elaborado a partir de la revisión de la literatura y aplicado a 622 alumnos del curso de administración de la Universidad Regional de Blumenau. Para procesar los datos se utilizó el *software SPSS 14.0*. Se realizó un análisis factorial, que resultó en quince factores. Para identificar la influencia no lineal, se realizó la regresión *stepwise*. Los atributos se clasificaron de acuerdo con el modelo Kano por medio del *Penalty and Reward Contrast Analysis (PRC)*. Los resultados demuestran que las dimensiones aplicabilidad del contenido, aprendizaje percibido y actitud de los profesores pueden ser consideradas unidimensionales. Las dimensiones métodos de enseñanza, actitud del coordinador, plan de estudios, integración en la vida académica e infraestructura del *campus* pueden ser consideradas atractivas. Ya la imagen social de la IES, la confianza en las personas y en la IES, las actividades extracurriculares, el nivel de exigencia y el acceso a la infraestructura pueden catalogarse como obligatorias. Las dimensiones con mayor impacto en la calidad percibida, cuando presentan rendimiento superior a la media, son: la aplicabilidad del contenido de las disciplinas, los métodos de enseñanza utilizados y la actitud del coordinador. Las dimensiones que presentan mayor impacto cuando el rendimiento es inferior a la media son: la imagen social de la IES, la aplicabilidad del contenido de las disciplinas, la confianza en la IES. Se observa que las dimensiones con mayor impacto positivo están directamente relacionadas con el curso, mientras que las que tienen mayor impacto negativo se relacionan con los aspectos más generales de la IES (excepto por la aplicabilidad del contenido).

Palabras clave: Antecedentes de la calidad percibida. Estudiantes de grado en administración. Análisis no lineal. Modelo Kano. Penalty and Reward Contrast Analysis.

1 INTRODUÇÃO

O ambiente educacional encontra-se a cada dia mais competitivo, principalmente com a saturação da demanda por vagas no ensino superior. Nesse cenário, a eficácia das estratégias de gestão das Instituições de Ensino Superior (IES) torna-se fundamental na competição para manter e conquistar alunos. Visando a obter eficácia nas estratégias de gestão, Alves (2003) e Gonçalves (2003) alertam para a necessidade de as IES serem administradas com qualidade, tendo sempre como foco o aluno e a satisfação de suas necessidades de educação superior como fator de sobrevivência e de prosperidade da organização.

Desta forma, as necessidades do usuário-aluno, quanto aos fatores estruturais, administrativos e pedagógicos da IES, devem ser identificadas permanentemente, o que terá como consequência a melhoria da qualidade do ensino superior da instituição no seu todo e da capacidade de aprendizado dos alunos. Para tanto, é importante a adoção de sistemas padronizados de melhoria contínua na IES como forma de acompanhar a evolução do ensino ministrado e de direcionar as ações e esforços da organização rumo à excelência na prestação de serviços educacionais.

Da mesma forma como ocorreu no setor de serviços em geral, os estudos realizados a respeito de serviços de educação universitária indicaram que a qualidade é um antecedente da satisfação do usuário (BROWNE et al., 1998; GUOLLA, 1999). Como a satisfação dos usuários das IES está relacionada à qualidade percebida em várias dimensões, identificar os antecedentes da qualidade percebida e como esta afeta a satisfação dos alunos torna-se crítico para o planejamento das atividades de melhoria e manutenção das instituições.

A avaliação de dimensões relacionadas à qualidade percebida de uma IES, sob o ponto de vista dos usuários, e à satisfação de seus alunos com os serviços prestados já foi foco de estudos como os de Alves (2000), Alves e Raposo (1999), Owlia e Aspinwall (1996), Mainardes e Domingues (2010), Mainardes, Domingues e Deschamps (2009), Marks (2000) e Walter (2006). Contudo, nota-se que as metodologias de análises emprega-

das nestas pesquisas possuem como premissa a linearidade entre as dimensões analisadas e a qualidade do ensino e/ou satisfação com a IES. Estudos sobre serviços de IES que consideram a relação não linear entre desempenho das dimensões analisadas e o objeto de estudo podem ser encontrados a respeito da qualidade dos serviços de dormitório (CHEN; LEE, 2006) e satisfação de alunos (WALTER; TONTINI; DOMINGUES, 2005).

Neste contexto, percebe-se a importância de verificar, em uma perspectiva não linear, quais dos antecedentes da qualidade percebida em IES identificados nas pesquisas anteriores apresentam maior impacto sobre essa. Assim, tal pesquisa tem por objetivo identificar o efeito não linear de dimensões antecedentes da qualidade percebida pelos alunos de um curso de graduação em Administração. Dessa forma, na próxima seção, apresenta-se a revisão de literatura empregada para identificação das dimensões empregadas no instrumento de coleta de dados; na terceira seção, descreve-se a metodologia empregada na pesquisa; na quarta seção, exibem-se os resultados encontrados; e, na quinta seção, realizam-se as considerações finais.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Os serviços, para Lovelock e Wright (2001), consistem em um ato ou desempenho oferecido por um para outro. Assim, para estes autores, os serviços “são atividades econômicas que criam valor e fornecem benefícios para clientes em tempos e lugares específicos, como decorrência da realização de uma mudança desejada no – ou em nome do – destinatário do serviço” (LOVELOCK; WRIGHT, 2001, p. 5).

Oferecer um serviço de qualidade, de acordo com Tschohl e Franzmeier (1996), não é apenas mais uma ferramenta de vendas, mas uma forma de obter vantagem competitiva de longo prazo. Na realidade, em um mercado competitivo no qual todos fornecem o mesmo serviço, esse é um dos poucos itens que oferecem à organização a possibilidade de trabalhar o seu diferencial competitivo, segundo os autores.

Para Las Casas (2000), a qualidade no setor de serviços está relacionada à satisfação, pois o indivíduo satisfeito considerará o serviço como de qualidade, seja pela solução de um problema, seja pelo atendimento de uma necessidade ou de qualquer outra expectativa. Assim, segundo o referido autor, a prestação de serviços de qualidade é resultado de uma sequência de rotinas, como pesquisar, estabelecer uma cultura, desenvolver treinamento, criar um clima organizacional com o marketing interno, divulgar o plano e estabelecer mecanismos de controle.

Já Lovelock e Wright (2001) consideram que os clientes possuem uma expectativa anterior ao consumo que é baseada em suas necessidades individuais, experiências anteriores ou ainda em recomendações de outros clientes e, claro, no próprio marketing do serviço que é feito pela empresa. Porém, o cliente realiza a avaliação a partir da comparação da qualidade percebida do serviço que recebe com as suas expectativas iniciais.

Nos serviços de ensino superior, como indicam Marzo-Navarro, Pedraja-Iglesias e Rivera-Torres (2005), não há um consenso entre os autores sobre as dimensões que se relacionam à qualidade percebida e à satisfação. Alguns autores enfocam aspectos pedagógicos do professor como determinantes da qualidade percebida, e outros, a experiência geral dos estudantes em relação aos serviços universitários. No caso da satisfação, os aspectos mais citados concentram-se em infraestrutura, corpo docente e aspectos relacionados ao ensino.

No que se refere à qualidade em IES, Owlia e Aspinwall (1996) propõem uma correspondência entre as dimensões de avaliação da qualidade dos serviços do SERVQUAL (PARASURAMAN, ZEITHAML; BERRY, 1988) e os fatores da qualidade no ensino superior. Os resultados desse estudo sugerem seis dimensões por meio das quais é possível avaliar a qualidade percebida no ensino superior. São elas: a) tangíveis: equipamentos e instalações suficientes e atualizados, ambiente agradável e instalações de apoio (dormitórios, desportos, etc.); b) competência: formação, atualização, conhecimentos práticos, experiência, capacidade de ensino e quantidade dos professores;

c) atitude: compreensão das necessidades dos alunos, vontade de ajudar, disponibilidade de acesso e de tempo para orientação e simpatia; d) conteúdo: aspectos relacionados à relevância do conteúdo para os futuros empregos dos alunos, formação para trabalho em equipe e multidisciplinaridade dos conteúdos e cursos; e) prestação: métodos de ensino empregados, forma de apresentação do conteúdo e das aulas, justiça nas avaliações, *feedback* aos estudantes; f) confiabilidade: atribuição de diplomas válidos, cumprimento de promessas e gestão de queixas.

A partir do trabalho de Owlia e Aspinwall (1996), Alves e Raposo (1999) utilizaram as dimensões encontradas nos estudos daqueles autores para uma análise dos pontos fortes e fracos da Universidade Beira Interior (UBI), Portugal. Foram avaliados: aspectos gerais da universidade; biblioteca; serviços de laboratório e informática, serviços de ação social, acadêmicos e de docência; conteúdo dos cursos; e ligações da universidade com o exterior. Tais dimensões foram analisadas em três categorias: serviços centrais, complementares e periféricos. A referida pesquisa identificou como principais dimensões da qualidade percebida: serviços acadêmicos; serviços de laboratório e informática; conteúdo dos cursos; serviços de docência; e serviços de ação social.

Ainda com base no estudo de Owlia e Aspinwall (1996), Alves (2000) continuou estudando as dimensões da qualidade percebida na UBI, reunindo as variáveis em dois grupos: as relacionadas ao serviço central, isto é, relacionadas diretamente ao ensino, e as relacionadas ao serviço periférico, explorando o modo como os serviços são prestados. As dimensões que apresentaram maior impacto na qualidade percebida, para todos os grupos pesquisados na UBI, foram: a) docência: fatores relacionados à capacidade dos professores em sala de aula, métodos de ensino e avaliação utilizados, relacionamento entre professor e alunos, acessibilidade aos docentes e existência de bibliografia básica; b) instalações: variáveis relacionadas à modernidade e limpeza das instalações; c) atividades extracurriculares: variáveis relacionadas à existência de atividades desportivas, atividades culturais e associações de alunos;

d) empregabilidade potencial do curso: associada ao conteúdo atualizado do curso e diversidade de saídas profissionais oferecidas pelo curso; e e) prestabilidade dos serviços gerais.

Marks (2000) desenvolveu um instrumento de avaliação ao qual incorporou vários fatores identificados em estudos prévios como principais componentes de um ensino efetivo e os relacionou a duas medidas gerais: satisfação geral com o curso e com o professor. A pesquisa foi aplicada a 700 estudantes que participavam de cursos de Administração de curta duração, ministrados por um único professor, em uma universidade da região Centro-Oeste dos Estados Unidos. Os resultados da análise fatorial exploratória identificaram, como componentes principais de ensino efetivo percebido, os seguintes agrupamentos: organização (do curso e das aulas); carga de trabalho/nível de dificuldade; expectativa/justiça nas avaliações; relacionamento com o professor; e aprendizagem percebida. Tendo a satisfação geral com o curso como medida global, Marks (2000), por meio da análise fatorial confirmatória, concluiu que: relacionamento com o professor tem impacto na percepção de aprendizagem percebida e nos níveis de expectativa em relação à justiça das avaliações; quanto maior a carga de trabalho e o nível de dificuldade, menor a percepção sobre justiça nas avaliações; organização do curso tem impacto direto na percepção da aprendizagem percebida e na percepção da justiça nas avaliações; justiça das avaliações e aprendizagem percebida impactam a satisfação geral como medida global, sendo a aprendizagem percebida o fator mais importante. No modelo que tem a satisfação com o professor como medida global, os resultados permaneceram iguais aos do modelo da satisfação geral, exceto: a aprendizagem percebida, que impactava a satisfação com o curso, deixa de ter impacto na satisfação com professor; o relacionamento com o professor e organização, que não impactava a satisfação com o curso, passa a impactar a satisfação com o professor. Para Marks (2000), conteúdo apropriado e nível de exigência mais elevado geram aprendizagem, embora não tragam satisfação; porém, o nível de dificuldade e a carga de trabalho só afetam a satisfação com

o professor quando os estudantes sentem que a exigência feita é injusta.

Walter (2006) analisou, por meio da Modelagem de Equações Estruturais, os antecedentes da qualidade, da satisfação e da lealdade dos alunos de um curso de Administração na cidade de Curitiba, PR. Foram analisadas vinte e sete dimensões, identificadas por meio de revisão de literatura da área e aplicação de entrevistas com seis grupos de foco, sendo elas: aprendizagem percebida, atendimento dos funcionários da instituição, atitude da coordenação, atitude dos professores, atividades de estágio ou extracurriculares, atualização dos conteúdos das disciplinas, autoeficácia, auxílio financeiro, auxílio pedagógico, compromisso emocional, confiança nas pessoas da IES, desempenho pessoal, empregabilidade percebida, grade curricular, imagem social, infraestrutura do *campus*, infraestrutura do curso, integração na vida acadêmica, lealdade, métodos de ensino, nível de exigência dos professores, organização das atividades do curso, qualidade de ensino/desempenho do curso, relação teoria e prática, satisfação geral com o curso, situação financeira do aluno e valor do curso. Como principais resultados, a pesquisa de Walter (2006) apontou que os antecedentes da qualidade de ensino são relação teoria e prática nas disciplinas, adequação da grade curricular e facilidade e flexibilidade do curso, sendo que essa última tem influência negativa sobre a percepção da qualidade. Como antecedentes da satisfação geral dos alunos, foram identificadas a qualidade de ensino/desempenho do curso, a aprendizagem percebida e a autoeficácia e, como antecedentes da lealdade dos alunos, qualidade de ensino/desempenho do curso, compromisso emocional e satisfação geral do aluno com o curso. O estudo concluiu que, visando a melhorar a qualidade de ensino, o desempenho do curso e, consequentemente, a satisfação e lealdade dos alunos, devem ser direcionados esforços para melhorar a relação teoria e prática nas disciplinas, visto ser essa a variável que mais influencia a qualidade e que a qualidade é o principal antecedente da satisfação e da lealdade dos alunos.

Mainardes, Domingues e Deschamps (2009) buscaram determinar os atributos-chave para a

construção de uma imagem de qualidade nos serviços educacionais das instituições que oferecem educação superior. Foram testados 63 atributos por meio de questionário aplicado aos formandos de cinco IES de Joinville, SC, analisados a partir de estatística descritiva e multivariada de regressão múltipla linear. Identificou-se, no presente estudo, que os principais atributos que contribuem para a formação da percepção de qualidade pelos alunos pesquisados são qualidade da administração geral da IES e imagem da IES na comunidade. Os autores também testaram a representatividade de seis grupos de atributos sobre a imagem da IES: administração da instituição, curso realizado, atributos da IES em geral, atributos relacionados ao mercado de trabalho, equipe administrativa da IES e atributos do corpo docente. A esse respeito, verificaram que os grupos administração da instituição, atributos da IES em geral, atributos relacionados ao mercado de trabalho e atributos do corpo docente formam a percepção geral dos estudantes sobre a qualidade do curso e da IES, ou seja, a imagem da IES.

Por sua vez, Mainardes e Domingues (2010) verificaram a qualidade de dois cursos de Administração e das IES que os oferecem, situadas em Joinville, SC, no tocante a fatores ligados ao mercado de trabalho. Foram analisados seis atributos de mensuração da qualidade em organizações educacionais por meio de questionário aplicado aos formandos das duas IES pesquisadas: reputação do curso e da IES, relevância dos conteúdos aprendidos para a empregabilidade, valor do diploma do curso no mercado de trabalho, qualidade do curso para o trabalho em equipe, benefícios do curso à sociedade e qualidade do curso para o mercado de trabalho. Os resultados foram analisados por meio de estatística descritiva e multivariada de regressão múltipla linear. Os autores identificaram que os atributos de melhor desempenho, na opinião dos alunos, são relacionados à reputação dos cursos e da IES, bem como à valorização do curso no mercado de trabalho. Em contraposição, à relevância dos conteúdos aprendidos para a empregabilidade os alunos atribuíram o menor desempenho. Os atributos analisados também foram classificados em atributos-chave

(valor do diploma, benefícios à sociedade e qualidade do curso para o mercado de trabalho) e básicos (reputação, relevância dos conteúdos aprendidos para a empregabilidade e qualidade do curso para o trabalho em equipe).

Analisando os estudos referenciados até o momento, sobre avaliação da qualidade em serviços em IES e antecedentes da satisfação, pode-se perceber que os atributos relacionados às dimensões professor (docente), atividades didático-pedagógicas, percepção da qualidade do ensino e da aprendizagem e infraestrutura são os que mais influenciam a satisfação dos alunos.

Os estudos de Alves (2000), Alves e Raposo (1999), Mainardes e Domingues (2010), Mainardes, Domingues e Deschamps (2009), Marks (2000), Owlia e Aspinwall (1996) e Walter (2006) têm como premissa implícita que a relação entre o desempenho da IES nas diferentes dimensões e a qualidade percebida pelos alunos e sua satisfação é linear. Contudo, existem evidências de que esse relacionamento é não linear (ANDERSON; MITTAL, 2000; MATZLER; SAUERWEIN, 2002; MATZLER et al., 2004). O Modelo Kano de Qualidade Atrativa e Obrigatória (KANO et al., 1984; TONTINI, 2003a) tem sido utilizado em estudos como alternativa para identificar o efeito do desempenho dos atributos na satisfação de alunos (CHEN; LEE, 2006; WALTER; TONTINI; DOMINGUES, 2005), pois identifica a relação não linear entre o desempenho e a satisfação, classificando os atributos como atrativos (excitantes), unidimensionais (*performance*) e obrigatórios (básicos). Atributos básicos são aqueles cujo baixo desempenho traz grande insatisfação para os clientes, porém um alto desempenho não gera grande satisfação. Atributos unidimensionais são aqueles que trazem satisfação proporcional ao desempenho, isto é, baixo desempenho traz insatisfação e alto desempenho traz alta satisfação. Atributos atrativos são aqueles cujo alto desempenho provoca uma satisfação superior, porém um baixo desempenho não traz insatisfação.

Chen e Lee (2006) pesquisaram a qualidade dos serviços de dormitórios de uma Universidade de Taiwan por meio de um questionário baseado nas dimensões do Modelo SERVQUAL

(PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1991) e aplicado a 523 estudantes daquela universidade. Estes autores utilizaram o Modelo Kano de qualidade bidimensional (MATZLER, 1998) para avaliar o desempenho de 24 atributos e a análise de importância e desempenho para identificar vantagens, desvantagens, ameaças e oportunidades desses serviços. O estudo identificou, por meio da Matriz de Importância e Desempenho (MARTILLA; JAMES, 1977; SLACK, 1994), atributos com altos níveis de importância e de satisfação que podem ser transformados em futuras oportunidades; atributos com nível baixo de importância, porém satisfação alta, que poderão se tornar vantagens de competição no futuro; e atributos com baixa importância e baixa satisfação, que poderão se transformar em ameaças no futuro e deveriam ser melhorados imediatamente. O estudo conclui, de acordo com o Modelo Kano, que baixa taxa de ocupação nos dormitórios não só aumenta a satisfação, como diminui a insatisfação, e que, para a Universidade atrair alunos, necessita melhorar seus serviços de dormitórios. Observa-se que o estudo de Chen e Lee (2006) apresentou análises distintas para cada um dos modelos utilizados, Kano e Matriz de Importância e Desempenho, não sendo efetuada uma análise conjunta dos resultados dos dois modelos para identificação e priorização de melhorias.

Investigando a satisfação de alunos, Walter, Tontini e Domingues (2005) aplicaram, em uma mesma pesquisa, o Modelo Kano de Qualidade Atrativa e Obrigatória (KANO et al., 1984; TONTINI, 2003a) e a Matriz de Importância e Desempenho para a identificação de oportunidades de melhoria em um curso de graduação em Administração. A pesquisa foi quantitativa e avaliou, em uma amostra de 362 alunos de graduação de uma instituição localizada no Vale do Itajaí, SC, vinte atributos agrupados em seis dimensões: atendimento nas secretarias, capacitação dos professores, métodos de ensino, atitude dos funcionários, conteúdo das disciplinas e infraestrutura. A pesquisa explorou as diferenças entre os dois métodos utilizados e identificou atributos prioritários para melhoria: quantidade de vagas no estacionamento, agilidade do laboratório de impressão,

modernidade dos laboratórios de informática e relação entre teoria e prática nas disciplinas. Walter, Tontini e Domingues (2005) concluíram que aspectos didático-pedagógicos (métodos de ensino e capacitação dos professores) são os que mais influenciam a satisfação geral e a avaliação da contribuição do curso para o desempenho profissional. Outra conclusão do estudo é que quanto maior o nível de exigência dos professores, menor a satisfação dos alunos com o curso. Uma das limitações do estudo de Walter, Tontini e Domingues (2005) foi o método empregado para o levantamento dos atributos avaliados, pois estes foram extraídos diretamente da relação ensino-aprendizagem e da estrutura da universidade. Para melhor eficácia na identificação dos atributos, o referido estudo poderia ter combinado a visão dos alunos, identificada por meio de etapa qualitativa prévia com entrevistas individuais ou de grupos focais, e a revisão de literatura. Outra limitação a ser apontada foi a ausência da análise fatorial como ferramenta para analisar o agrupamento dos atributos em dimensões.

Ambos os estudos – de Chen e Lee (2006) e de Walter, Tontini e Domingues (2005) – exploraram a relação não linear entre o desempenho dos atributos individuais e a satisfação dos alunos. Porém, fica a pergunta: O desempenho do curso apresenta, em suas diferentes dimensões, um impacto linear ou não linear na qualidade percebida pelos alunos? Todos os trabalhos pesquisados na literatura que tratam dos antecedentes da qualidade percebida utilizaram uma abordagem linear (ALVES, 2000; ALVES; RAPOSO, 1999; MAINARDES; DOMINGUES; DESCHAMPS, 2009; OWLIA; ASPINWALL, 1996; WALTER, 2006). Assim, o presente trabalho tem como objetivos verificar, por meio de um método não linear, a relação entre o desempenho do curso em suas diferentes dimensões e a qualidade geral percebida pelos alunos, e classificar essas dimensões de acordo com as categorias do Modelo Kano.

A partir da revisão destes estudos, apresenta-se no Quadro 1 as dimensões encontradas na revisão de literatura e empregadas para elaboração do instrumento de coleta de dados.

Neste estudo, procedeu-se a inclusão de duas novas dimensões com impacto na quali-

Dimensões	Fonte teórica
Infraestrutura do <i>campus</i>	Owlia e Aspinwall (1996): tangíveis
Infraestrutura do curso	Alves e Raposo (1999): biblioteca, serviços de laboratório e informática
Acesso à infraestrutura	Alves (2000): instalações
Relação teoria e prática nas disciplinas	Owlia e Aspinwall (1996): conteúdo (aplicabilidade) Walter, Tontini e Domingues (2005): métodos de ensino
Atualização do conteúdo das disciplinas	Walter (2006): relação teoria e prática Mainardes e Domingues (2010): relevância dos conteúdos aprendidos para a empregabilidade
Métodos de ensino	Owlia e Aspinwall (1996): competência (professores) Alves (2000): docência Walter, Tontini e Domingues (2005): métodos de ensino Marks (2000): organização (do curso e das aulas) Mainardes, Domingues e Deschamps (2009): corpo docente
Atitude dos professores	Owlia e Aspinwall (1996): atitude Alves e Raposo (1999) e Alves (2000): docência Walter, Tontini e Domingues (2005): capacitação dos professores Marks (2000): relacionamento com o professor Mainardes, Domingues e Deschamps (2009): corpo docente
Confiança nas pessoas e na IES	Owlia e Aspinwall (1996): confiabilidade (confiança) Marks (2000): expectativa/ justiça nas avaliações Mainardes, Domingues e Deschamps (2009): administração geral da IES
Atitude da coordenação	Owlia e Aspinwall (1996): atitude
Atendimento dos funcionários	Alves (2000): prestabilidade dos serviços gerais
Nível de exigência nas disciplinas	Walter, Tontini e Domingues (2005): nível de exigência Marks (2000): carga de trabalho/ nível de dificuldade Walter (2006): facilidade e flexibilidade do curso
Adequação da grade curricular	Alves e Raposo (1999): conteúdo dos cursos Walter (2006): grade curricular
Atividades extracurriculares	Alves (2000): atividades extracurriculares
Aprendizagem percebida	Marks (2000): aprendizagem percebida
Integração na vida acadêmica	Alves (2000): atividades culturais, desportivas e de associação entre alunos Walter (2006): integração na vida acadêmica
Imagem social da IES	Alves e Raposo (1999): serviços de ação social e ligações da universidade com o exterior Walter (2006): imagem social Mainardes, Domingues e Deschamps (2009): imagem da IES na comunidade Mainardes e Domingues (2010): benefícios do curso à sociedade

Quadro 1 – Dimensões encontradas na literatura revisada e empregadas na pesquisa.

Fonte: dos autores.

dade: integração na vida acadêmica da IES e imagem social da IES. Essas dimensões foram incluídas para verificar se aspectos gerais da IES influenciam a avaliação da qualidade do curso, visto que acredita-se que uma maior integração dos alunos leve a uma melhor avaliação da qualidade e que se os alunos perceberem a responsabilidade social da IES poderão associá-la com a qualidade do curso.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para o desenvolvimento desta pesquisa, utilizou-se o método quantitativo, e o instrumento utilizado para coleta de dados foi um questionário estruturado, adaptado de Walter (2006), o qual explora o desempenho dos atributos na percepção dos alunos do curso de Administração, da Universidade Regional de Blumenau (FURB).

A pesquisa teve sua população composta dos alunos matriculados nos cursos de administração da Universidade Regional de Blumenau (gestão empresarial e comércio exterior) nos turnos matutino e noturno, sendo que, para a amostra pesquisada, excluíram-se os primeiros e décimos períodos. Os primeiros períodos foram retirados da amostra em virtude de seu recente ingresso no curso e os décimos períodos, pelo fato de os alunos estarem em fase de finalização do trabalho de conclusão de curso, não havendo necessidade de frequência diária em sala, o que poderia dificultar a aplicação da pesquisa.

O curso de Administração da FURB nos turnos matutino e noturno, possuía, no momento da aplicação da pesquisa, 1.157 alunos matriculados em 32 turmas nas fases pesquisadas. O curso de Administração em gestão empresarial, turno matutino, possuía 197 alunos matriculados em 8 turmas nas fases pesquisadas, dos quais 143 foram respondentes. Nas turmas de Gestão Empresarial noturno, em que havia um total de 636 alunos matriculados em 15 turmas das fases pesquisadas, obtiveram-se 343 respondentes das 14 turmas pesquisadas. No curso de Administração em Comércio Exterior noturno, de 324 alunos matriculados em 9 turmas nas fases pesquisadas, obtiveram-se 193 respondentes de 8 turmas. Assim, a amostra desta pesquisa totalizou 679 respondentes, o que corresponde ao total de alunos presentes em sala de aula nas datas de aplicação dos questionários, representando um percentual de 58,68% da população pesquisada. Após o tratamento estatístico dos dados, foram excluídos da amostra 57 questionários por apresentarem respostas inconsistentes ou inválidas, perfazendo 622 questionários analisados.

O questionário identificou a avaliação do aluno sobre a qualidade percebida do curso e o desempenho atribuído pelos alunos a dezesseis dimensões da qualidade percebida, sendo elas: atitude da coordenação, atitude dos professores, atendimento dos funcionários do *campus* e da secretaria, atividades de estágio ou extracurriculares, nível de exigência do curso, atualização dos conteúdos das disciplinas, adequação da grade curricular, infraestrutura do *campus*, infraestrutura do curso, acesso à infraestrutura, confiança nas pessoas e na institui-

ção, métodos de ensino, relação teoria e prática, imagem social da instituição, aprendizagem percebida e integração na vida acadêmica da instituição.

Para tratamento dos dados, com auxílio do *software* SPSS 14.0, primeiramente empregou-se a análise fatorial com método de extração de componentes principais e o método de rotação Varimax com Normalização Kaiser para testar as dimensões oriundas da literatura.

No tocante à avaliação do impacto do desempenho das dimensões na qualidade percebida, destaca-se que essa pode ser feita por três maneiras: perguntas de suficiência e insuficiência no desempenho com respostas categóricas (KANO et al., 1984; SAUERWEIN, 1996; TONTINI, 2003a), com escala ordinal (TONTINI, 2003b; TONTINI; SANT'ANA, 2006; TONTINI; SILVEIRA, 2005) e por análise de regressão com variáveis *dummy*, também chamada de análise do contraste da penalidade e da recompensa (PRC – Penalty and Reward Contrast Analysis) (ANDERSON; MITTAL, 2000; AUDRAIN-PONTEVIA, 2004; BRANDT, 1987; CHEUNG; LEE, 2005; FUCHS; WEIERMAIR, 2004; MATZLER; SAUERWEIN, 2002; MATZLER et al., 2004; PICOLO; TONTINI, 2006; TING; CHEN, 2002).

A análise do PRC, método utilizado neste artigo, consiste em ajustar uma regressão múltipla com variáveis *dummy* entre a avaliação geral e o desempenho dos atributos ($Y = \beta_0 + \beta_1 X1_{neg} + \beta_2 X1_{pos}$). Nesse caso, a avaliação com o atributo individual é recodificada em duas variáveis *dummy*. Quando o desempenho do atributo está acima de um determinado valor de referência, a variável *dummy* de recompensa ($X1_{pos}$) é maior que zero e a variável *dummy* de penalidade ($X1_{neg}$) é igual a zero. Se o desempenho do atributo for abaixo da referência, a variável *dummy* de penalidade ($X1_{neg}$) é menor que zero e $X1_{pos}$ é igual a zero. E quando o desempenho é igual à referência, $X1_{pos}$ e $X1_{neg}$ são iguais a zero. Assim, obtêm-se dois coeficientes de regressão para uma única variável independente: um coeficiente quando o desempenho do atributo for menor (penalidade), e outro, quando for maior (recompensa) do que o valor referencial determinado. A análise do PRC

também pode ser efetuada com um modelo multi-atributos ($Y = \beta_0 + \beta_1 X_{1pos} + \beta_2 X_{2neg} + \dots + \beta_n X_{npos} + \beta_n X_{nneg}$), no qual se analisa simultaneamente a interferência de vários atributos na avaliação geral (PICOLO; TONTINI, 2006).

A interpretação dos resultados da análise do PRC dependerá de que ponto a recompensa, ou seja, o coeficiente de X_{pos} é maior, igual ou menor à penalidade (coeficiente de X_{neg}). Um determinado atributo ou dimensão será classificado como atrativo se a recompensa for significativa e a penalidade for não significativa; como unidimensional, se tanto a recompensa quanto a penalidade forem significantes; e, como obrigatório, se apenas a penalidade for significativa. O método de identificação da classificação dos atributos segundo o modelo Kano por meio do PRC apresenta a vantagem de exigir apenas uma pergunta (nível atual de desempenho) para cada atributo. Assim, o PRC reduz o número de questões do questionário e torna-se mais adequado quando se tem um grande número de dimensões.

Neste trabalho, as respostas do questionário foram recodificadas de acordo com as dimensões da análise fatorial, utilizando a estimação dos dados pelo método da regressão das cargas fatoriais, resultando em novas variáveis com média zero e desvio padrão 1. Os valores foram então recodificados em variáveis *dummy* para cada dimensão, sendo o valor de referência 0. A análise do PRC foi efetuada utilizando-se o método *stepwise* com $p\text{-enter} = 0,05$ e $p\text{-remove} = 0,10$.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Nesta seção, apresentam-se os dados encontrados e faz-se a análise de cada um deles. A Tabela 1 mostra o resultado da análise fatorial.

Como pode ser observado na Tabela 1, por meio da análise fatorial, surgiram 15 componentes, sendo que atualização de conteúdo e, relação teoria e prática nas disciplinas se agruparam na mesma dimensão. Assim, esta dimensão foi renomeada para aplicabilidade prática do conteúdo ministrado nas disciplinas. As outras dimensões se agruparam como originalmente previsto, com

alfa de Cronbach superior a 0,7 em todas elas. A avaliação da qualidade percebida foi efetuada por meio de quatro perguntas, que apresentaram alfa de Cronbach 0,883.

Para identificação da influência não linear dos antecedentes na qualidade percebida, realizou-se a regressão *stepwise* para as 15 dimensões estudadas, como apresentado na Tabela 2.

Conforme apresenta a Tabela 2, o R^2 ajustado ficou em 0,631, mostrando bom resultado de ajuste.

Já a Figura 1 mostra os resíduos padronizados da regressão, demonstrando uma distribuição normal.

A Figura 2 mostra a análise do contraste da penalidade e da recompensa. As barras representam os coeficientes das variáveis *dummy* X_{pos} e X_{neg} . Os coeficientes positivos são a recompensa, isto é, os coeficientes de regressão de X_{pos} . Eles demonstram o ganho que pode ser obtido na qualidade percebida por se aumentar o desempenho da dimensão em uma unidade acima da média. Os coeficientes negativos são a penalidade, isto é, os coeficientes de regressão de X_{neg} multiplicados por -1. Eles representam a variação na qualidade percebida quando o desempenho da dimensão está abaixo da média.

Observa-se, na Figura 2, que as dimensões aplicabilidade do conteúdo, aprendizagem percebida e atitude dos professores podem ser consideradas como unidimensionais, pois seu impacto na qualidade percebida é similar quando o desempenho está acima ou abaixo da média. As dimensões método de ensino, atitude do coordenador, grade curricular, integração na vida acadêmica e infraestrutura do *campus* podem ser consideradas como atrativas, pois apresentam impacto maior na qualidade percebida quando tem desempenho superior à média. Já imagem social da IES, confiança nas pessoas e na IES, atividades extracurriculares, nível de exigência e acesso à infraestrutura apresentam maior impacto na qualidade percebida quando têm desempenho abaixo da média. Essas dimensões podem então ser enquadradas como obrigatórias.

A dimensão aplicabilidade do conteúdo das disciplinas, que engloba a relação teoria e prática e atualidade dos conteúdos, é a dimensão que apresenta maior impacto na qualidade percebida.

Tabela 1 – Análise fatorial das dimensões.

Dimensões	Componentes														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
TxPra253	,711														
TxPra254	,708														
TxPra251	,665														
TxPra252	,653														
AtCont72	,646														
AtCont71	,626														
AtCont73	,610														
AtProf44		,742													
AtProf41		,723													
AtProf42		,695													
AtProf43		,677													
AtProf45		,629													
InCur161			,732												
InCur162			,728												
InCur164			,686												
InCur163			,672												
Confi192				,830											
Confi191				,740											
Confi193				,735											
Confi194				,621											
AtCord34					,773										
ArCord33					,764										
AtCord31					,693										
AtCord32					,691										
ImSoc143						,770									
ImSoc141						,765									
ImSoc144						,730									
ImSoc142						,637									
NvExig63							,840								
NvExig62							,838								
NvExig61							,718								
NvExig64							,710								
MetEn223								,708							
MetEn222								,654							
MetEn221								,654							
MetEn224	,418							,562							
AteFun22									,826						
AteFun21									,787						
AteFun24									,643						
AteFun23									,606						
InCam153										,764					
InCam153										,764					
InCam154										,740					
InCam155			,442							,652					
InCam152										,587					
ExCurr53											,824				
ExCurr52											,813				
ExCurr51											,714				
Grade122												,779			
Grade121												,727			
Grade123												,531			
Grade124												,445			
ApPerc11													,729		
ApPerc13													,714		
ApPerc12													,689		
AcInf172														,689	
AcInf171														,682	
AcInf173														,633	
AcInf174														,551	
Integ181															,833
Integ182															,766
Integ183															,744
Eigenvalues	5,00	3,84	3,26	3,17	3,07	3,01	2,90	2,76	2,76	2,64	2,43	2,37	2,30	2,30	2,02
% Variância	8,20	6,29	5,34	5,20	5,04	4,93	4,76	4,52	4,52	4,33	3,98	3,89	3,78	3,78	3,32
Alfa Crombach	0,913	0,862	0,815	0,910	0,860	0,838	0,819	0,904	0,835	0,826	0,837	0,862	0,815	0,777	0,707

Método de extração: Análise de Componentes Principais.

Método de rotação: Varimax com Normalização Kaiser.

Fonte: dos autores.

Também com impacto significativo sobre a qualidade percebida, está a aprendizagem percebida provida pelo curso. Estes resultados vão ao encontro dos resultados obtidos por Alves (2000), Alves e Raposo (1999), Walter (2006), Walter, Tontini e Domingues (2005) e Mainardes e Domingues (2010). Ainda, a atitude dos professores em sala de aula, proporcionando um bom relacionamento entre professor e aluno, é um aspecto relevante na avaliação da qualidade do curso. Este resultado confirma o obtido por Owlia e Aspinwall (1996) e Marks (2000). A IES deve promover com ênfase ações relacionadas a essas dimensões para conseguir ter uma boa qualidade percebida do curso de Administração.

Apesar de terem pouca ou nenhuma influência, caso apresentem desempenho abaixo da média, métodos de ensino e atitude da coordenação podem contribuir para aumentar a qualidade percebida pelos alunos. A IES pode aumentar a qualidade percebida investindo na capacitação

de seus professores e aplicando métodos de ensino mais efetivos e motivadores. Coordenadores proativos, com bom relacionamento com os alunos e que proveem *feedback*, também afetarão positivamente a qualidade percebida. Com um peso menor, a percepção que os alunos possuem da organização e da adequação da grade curricular à sua formação profissional também ajuda a melhorar a qualidade percebida. Resultados semelhantes foram encontrados no trabalho de Walter (2006), que identificou essas dimensões como relevantes para a qualidade percebida.

Aspectos gerais da IES, como imagem social e confiança nas pessoas e na IES, apresentam um impacto significativamente maior, diminuindo a qualidade percebida, se apresentarem baixo desempenho. Essas dimensões são consideradas básicas. A confiança nas pessoas e na IES é fundamental para que o curso seja considerado de boa qualidade pelos alunos e confirma a dimensão confiabilidade, de Owlia e Aspinwall (1996).

Tabela 2 – Coeficientes de regressão linear por meio da origem.

Dimensão	Coefficientes não-padronizados	Erro padrão	Coefficientes padronizados	t	p-value
AplicabMA	,457	,058	,285	7,914	,000
AplicabME	,390	,043	,310	9,078	,000
AprdPercMA	,214	,055	,143	3,901	,000
AprdPercME	,252	,048	,190	5,288	,000
AtitCordMA	,282	,050	,187	5,617	,000
AtProfMA	,210	,058	,138	3,637	,000
AtProfME	,249	,047	,191	5,341	,000
AcsInfraME	,134	,042	,102	3,194	,001
ConfMA	,223	,055	,146	4,016	,000
ConfME	,309	,050	,237	6,159	,000
ExigME	,198	,042	,150	4,681	,000
ExtracurME	,118	,043	,090	2,767	,006
GradeMA	,200	,055	,134	3,622	,000
GradeME	,114	,046	,085	2,453	,015
ImagSocMA	,170	,057	,113	2,976	,003
ImagSocME	,414	,047	,313	8,899	,000
InfraCamMA	,136	,055	,090	2,457	,014
InfraCamME	,095	,046	,072	2,071	,039
IntegrMA	,117	,042	,089	2,782	,006
MetEnsMA	,392	,051	,274	7,699	,000
MetEnsME	,130	,050	,095	2,592	,010

Variável Dependente: Qualidade; R² Ajustado: 0,631

MA = Maior (recompensa) e ME = Menor (penalidade)

Fonte: dos autores.

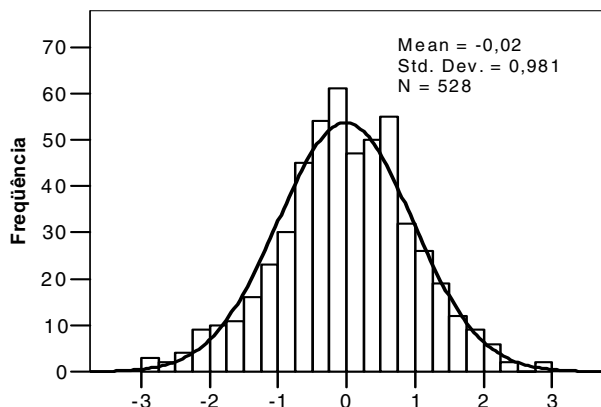


Figura 1 – Distribuição dos resíduos padronizados da regressão.

Fonte: dos autores.

Uma imagem de pouco compromisso social da IES tende a estar associada à menor percepção de qualidade no curso. Essa imagem, relacionada com ações com a comunidade e com preocupação e responsabilidade social, pode ser tanto causa como efeito da qualidade percebida, pois os alunos podem ter um melhor conceito geral da IES se o curso apresentar maior qualidade percebida. Esta relação é significativa, porém deve ser mais bem estudada para que se possa verificar qual dimensão é a causa e qual é o efeito.

O nível de exigência do curso somente afeta a qualidade percebida se apresentar baixo desempenho, isto é, pouca exigência diminui a percepção de qualidade. Porém, exigência acima da média deixa de ter relação com a qualidade percebida. Tal resultado confirma o obtido por Marks (2000), que aponta que o nível de exigência melhora o aprendizado e a qualidade percebida, podendo, entretanto, afetar negativamente a satisfação se for considerado como não justo. Walter (2006) também confirma esse resultado quando aponta que os alunos tendem a avaliar o curso como de menor qualidade quando é considerado fácil. Nível de exigência muito elevado deixa de influenciar a qualidade percebida, podendo contribuir para uma diminuição da satisfação, conforme mostra o estudo de Walter, Tontini e Domingues (2005).

As dimensões relacionadas à infraestrutura têm um impacto menor na qualidade percebida e possuem resultados divergentes. A infraestrutura do *campus* apresenta um impacto quase linear na qualidade percebida, apesar de pequeno. Já a infraestrutura do curso não apresentou relação com a qualidade percebida, o que pode ser decorrente do fato de o curso de Administração da FURB não possuir infraestrutura própria, pois as salas de aula

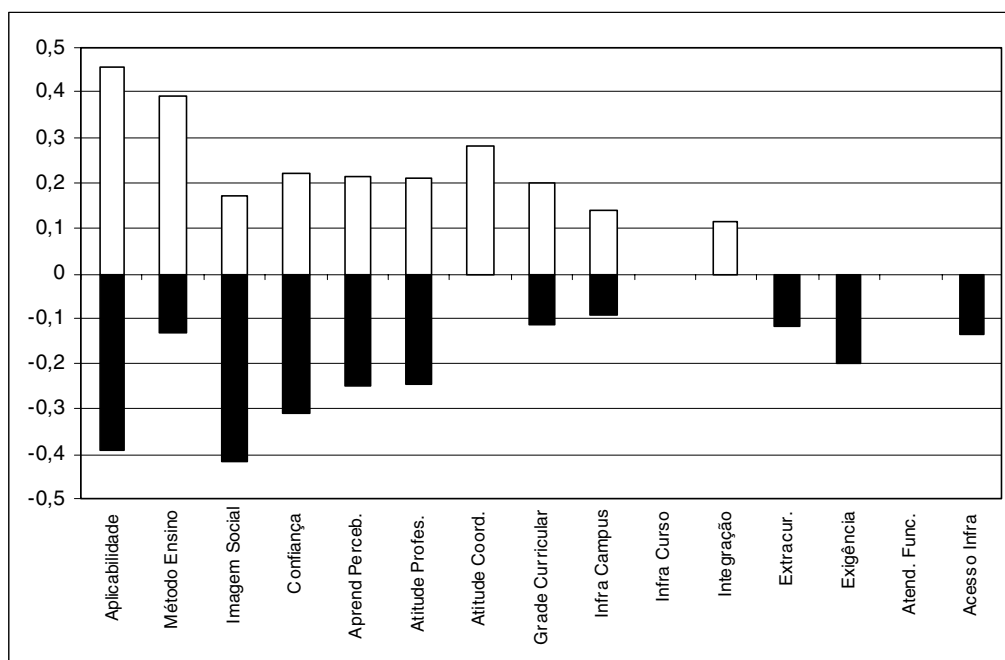


Figura 2 – Análise do PRC para as dimensões estudadas.

Fonte: dos autores.

e os laboratórios são compartilhados com outros cursos. Em relação ao acesso à infraestrutura, disponibilizada ao curso, esse é considerado um item básico, sendo que a falta ou dificuldade de acesso afetará negativamente a qualidade percebida.

Os alunos que se sentem mais integrados à vida acadêmica da IES tendem a perceber maior qualidade no curso. No entanto, a falta de integração não afeta negativamente a qualidade percebida. A integração na vida acadêmica da IES pode levar a uma melhoria da qualidade percebida devido ao envolvimento dos alunos com os professores, atividades extracurriculares e projetos de pesquisa. Esta integração leva a um maior comprometimento emocional e, conseqüentemente, a uma melhor percepção de qualidade.

Quanto às atividades extracurriculares, isto é, atividades como cursos de línguas, atividades desportivas, oficinas etc., tendem a afetar negativamente a qualidade percebida quando inexistentes, porém um desempenho superior não levará a uma alta percepção de qualidade.

Atendimento dos funcionários do *campus* e da secretaria não apresentou relação com a qualidade do curso. Esta dimensão pode ter relação com a satisfação com o curso e com a IES, mas não afeta a qualidade do curso percebida pelos alunos.

Analisando a Figura 2 de maneira geral, e fixando-se nas dimensões cujos coeficientes de penalidade e recompensa são maiores que $\pm 0,25$ (valor arbitrário), verifica-se que as dimensões que mais contribuem para aumentar a qualidade percebida (quando acima da média) são aplicabilidade do conteúdo das disciplinas, métodos de ensino utilizados e atitude do coordenador. Já em relação às dimensões que mais contribuem para diminuir a qualidade percebida, quando abaixo da média, são imagem social da IES, aplicabilidade do conteúdo, confiança nas pessoas e na IES, aprendizagem percebida e atitude dos professores.

Parasuraman, Zeithaml e Berry. (1988) propõem que o cliente avalia a qualidade de um serviço por meio de cinco dimensões: a) confiabilidade – a habilidade para executar o serviço prometido de modo seguro e preciso; b) responsividade – a vontade de ajudar os clientes e de prestar serviços sem demora; c) segurança – os conhe-

cimentos dos funcionários aliado à simpatia e à sua habilidade para inspirar credibilidade e confiança; d) empatia – o cuidado, atenção individualizada dedicada aos clientes; e) tangíveis – a aparência das instalações físicas, equipamento, pessoal e materiais impressos. Segundo os autores, confiabilidade é a dimensão mais importante e tangível, a de menor importância. Confiabilidade refere-se ao desempenho do serviço em seu propósito fundamental e está, neste trabalho, relacionada às dimensões aplicabilidade, métodos de ensino, grade curricular e aprendizagem percebida. Responsividade está relacionada à atitude da coordenação e atendimento dos funcionários. Segurança está relacionada à imagem social e confiança nas pessoas e na IES. Empatia está relacionada à atitude dos professores. A dimensão tangível está relacionada aos aspectos de existência e acesso à infraestrutura do *campus* e do curso. Avaliando a Figura 2, verifica-se que, conforme preconizado por Berry e Parasuraman (1992), a dimensão confiabilidade é a mais importante, apresentando maior impacto na qualidade percebida, e tangível, a menos importante.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os trabalhos que estudam os antecedentes da qualidade percebida em IES assumem a existência de uma relação linear entre o desempenho das diferentes dimensões e a percepção dos alunos de ensino superior a respeito da qualidade do curso. Este trabalho demonstrou a existência de uma relação não linear, comprovando o Modelo Kano (KANO et al., 1984) no âmbito dos antecedentes da qualidade percebida em IES.

As dimensões de maior impacto na qualidade percebida, quando apresentam desempenho superior à média, são: aplicabilidade do conteúdo das disciplinas, métodos de ensino utilizados e atitude do coordenador. Já as dimensões que apresentam maior impacto na qualidade percebida, quando possuem desempenho inferior à média, são: imagem social da IES, aplicabilidade do conteúdo das disciplinas, confiança nas pessoas e na IES. Verifica-se que as dimensões de maior

impacto positivo estão relacionadas diretamente ao curso, enquanto as que têm maior impacto negativo estão relacionadas a aspectos mais gerais da IES (exceto pela aplicabilidade do conteúdo).

Os resultados deste estudo vão ao encontro dos trabalhos de Alves (2000), Alves e Raposo (1999), Owlia e Aspinwall (1996), Walter (2006), Walter, Tontini e Domingues (2005), adicionando uma visão não linear na relação entre as dimensões antecedentes e a qualidade percebida. Ainda, quando comparados às dimensões do Modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), os resultados aqui obtidos corroboram a proposição de que confiabilidade dos serviços é a dimensão mais importante e que os tangíveis é a dimensão menos importante.

Espera-se que este estudo possa contribuir para o desenvolvimento do conhecimento a respeito dos antecedentes da qualidade percebida pelos alunos do ensino superior por meio da avaliação de diferentes dimensões encontradas na literatura e da identificação da relação não linear entre essas dimensões e a qualidade percebida. Esta perspectiva não linear, por meio do emprego do PRC, permitiu identificar, por exemplo, que as dimensões método de ensino, atitude do coordenador, grade curricular, integração na vida acadêmica e infraestrutura do *campus* podem ser consideradas como atrativas, ou seja, apresentam impacto maior na qualidade percebida quando tem desempenho superior à média. Por outro lado, imagem social da IES, confiança nas pessoas e na IES, atividades extracurriculares, nível de exigência e acesso à infraestrutura apresentam maior impacto na qualidade percebida quando têm desempenho abaixo da média, pois podem ser enquadradas como obrigatórias. Essas relações não lineares entre o nível de desempenho e o impacto na percepção da qualidade não poderiam ter sido verificadas com o emprego de uma metodologia que pressupõe linearidade, não tendo sido, portanto, identificada por estudos anteriores.

Uma possível limitação da análise do contraste da penalidade e da recompensa (PRC), utilizada neste trabalho, está na sensibilidade das conclusões quanto ao nível do desempenho atual das dimensões. A infraestrutura do curso, por exem-

plo, não apresentou relação com a qualidade percebida. No caso da FURB, essa infraestrutura é compartilhada com todos os cursos e, portanto, torna-se não significativa. Isto não quer dizer que a existência de uma infraestrutura própria e adequada não possa afetar positivamente a qualidade percebida. Outra limitação está nas possíveis conclusões do estudo. Como qualquer análise de regressão, a existência de uma relação significativa estatisticamente entre as variáveis dependente e independente não significa uma relação de causa e efeito. No caso estudado neste trabalho, uma baixa imagem social da IES estaria associada a uma qualidade percebida menor; porém fica a pergunta: Imagem social é causa ou efeito da qualidade percebida do curso? Assim, a existência de hipóteses racionais sobre as relações é fundamental para a plena validade do estudo. Por outro lado, o método PRC faz a relação entre as variáveis de forma conjunta e não-racional. Os outros métodos para identificação da classificação das dimensões ou atributos segundo o Modelo Kano (KANO et al., 1984) são baseados em respostas racionais dadas pelos clientes, nem sempre associadas à realidade da importância das relações.

REFERÊNCIAS

ALVES, H. M. B. **Uma abordagem de marketing à satisfação do aluno no ensino universitário público: índice, antecedentes e conseqüências**. 2003. 285 f. Tese (Doutorado em Gestão)—Programa de Doutorado em Gestão, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2003.

_____. As dimensões da qualidade no serviço Educação. **Revista Portuguesa de Gestão**, Lisboa, v. 15, n. 4, p. 78-89, out. 2000.

_____; RAPOSO, M. O Marketing nas universidades: um estudo exploratório sobre a satisfação dos alunos como clientes no ensino superior. **Revista Portuguesa de Marketing**, Porto, v. 3, n. 8, p. 67-80, 1999.

ANDERSON, E. W.; MITTAL, V. Strengthening the satisfaction-profit chain. **Journal of Service Research**, Thousand Oaks, v. 3, n. 2, p. 107-120, 2000.

- AUDRAIN-PONTEVIA, A. F. A study of the attributes – overall satisfaction links for a service. In: CONFÉRENCE DE AUSTRALIAN AND NEW ZEALAND MARKETING ACADEMY, 1., 2004, Wellington. **Proceedings...** New Zealand: Victoria University of Wellington, 2004.
- BERRY, L. L.; PARASURAMAN, A. **Serviços de marketing: competindo através da qualidade**. São Paulo: Maltese, 1992.
- BRANDT, R. D. A procedure for identifying value-enhancing service components using customer satisfaction survey data. In: SURPRENANT, C. (Ed.). **Add value to your service**. Chicago: American Marketing Association. 1987. p. 61-65.
- BROWNE, B et al. Student as customers: factors affecting satisfaction and assessments of institutional quality. **Journal of Marketing for Higher Education**, Binghamton, v. 8, n. 3, p. 1-14, 1998.
- CHEN, T.; LEE, Y. Kano two-dimensional quality model and important-performance analysis in the student's dormitory service quality evaluation in Taiwan. **Journal of American Academy of Business**, Hollywood, n. 9, v. 2, p. 324-330, 2006.
- CHEUNG, C. M. K.; LEE, M. K. O. The asymmetric effect of website attribute performance on satisfaction: an empirical study. In: HAWAII INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM SCIENCES, 37., 2005, Big Island, USA. **Proceedings...** Washington, DC: IEEE Computer Society, 2005.
- FUCHS, M.; WEIERMAIR, K. Destination benchmarking: an indicator system's potential for exploring guest satisfaction. **Journal of Travel Research**, Thousand Oaks, v. 42, n. 3, p. 212-225, Feb. 2004.
- GONÇALVES, C. F. F. Qualidade do serviço da universidade pública: uma avaliação perceptiva. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 10., 2003, Bauru. **Anais...** Bauru: [s.n.], 2003. p. 1-9.
- GUOLLA, M. Assessing the teaching quality to student satisfaction relationship: applied customer satisfaction research in the classroom. **Journal of Marketing Theory and Practice**, Armonk, v. 7, n. 3, p. 87-98, 1999.
- KANO, N. et al. Attractive quality and must-be quality. **The Journal of the Japanese Society for Quality Control**, [S. l.], v. 14, n. 2, p. 39-48, abr. 1984.
- LAS CASAS, A. L. **Marketing de serviços**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2001.
- MAINARDES, E. W.; DOMINGUES, M. J. C. S. Qualidade de cursos de administração e instituições de ensino superior em Joinville – SC: um estudo sobre fatores relacionados ao mercado de trabalho na percepção dos alunos. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 12, n. 35, p. 208-223, abr./jun. 2010.
- _____; _____. AVALIAÇÃO da qualidade nos serviços educacionais das instituições de ensino superior de Joinville, SC. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 17-32, jan./mar. 2009.
- MARKS, R. B. Determinants of student evaluations of global measures of instructor and course value. **Journal of Marketing Education**, Thousand Oaks, v. 22, n. 2, p. 108-119, Aug. 2000.
- MARTILLA, J. A.; JAMES, J. C. Importance-performance analysis. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 41, n. 1, p. 77-79, 1977.
- MARZO-NAVARRO, M.; PEDRAJA-IGLESIAS, M.; RIVERA-TORRES, M. P. Measuring customer satisfaction in summer courses. **Quality Assurance in Education**, Bradford, v. 13, n. 1, p. 56-65, 2005.
- MATZLER, K.; SAUERWEIN, E. The factor structure of customer satisfaction. An empirical

test of the importance grid and the penalty-reward-contrast analysis. **International Journal of Service Industry Management**, Bradford, v. 13, n. 2, p. 314-332, 2002.

_____ et al. The asymmetric relationship between attribute-level performance and overall customer satisfaction: a reconsideration of the importance-performance analysis. **Industrial Marketing Management**, New York, v. 33, n. 4, p. 271-277, 2004.

OWLIA, M.; ASPINWALL, E. A framework for the dimensions of quality in higher education. **Quality Assurance in Education**, Bradford, v. 4, n. 2, p. 12-120, 1996.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.; BERRY, L. Servqual: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, Greenwich, v. 64, n. 1, p. 12-40, 1988.

_____; _____. Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. **Journal of Retailing**, Greenwich, v. 67, n. 4, p. 420-450, 1991.

PICOLO, J. D.; TONTINI, G. Análise do contraste da penalidade e da recompensa (PRC): identificando oportunidades de melhoria em um serviço. In: ENCONTRO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

SAUERWEIN, E. The Kano model: how to delight your customers. In: INTERNATIONAL WORKING SEMINAR ON PRODUCTION ECONOMICS, 9., 1996, Innsbruck. **Proceedings...** Innsbruck, 1996. v. 1, p. 313-327.

SLACK, N. The importance-performance matrix as a determinant of improvement priority. **International Journal of Operations & Production Management**, Bradford, v. 14, n. 5, p. 59-75, May 1994.

TING, S. C.; CHEN, C. N. The asymmetrical and non-linear effects of store quality attributes on

customer satisfaction. **Total Quality Management**, Abingdon, v. 13, n. 14, p. 547-569, 2002.

TONTINI, G. Como identificar atributos atraentes e obrigatórios para o consumidor. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 8, n. 1, p. 19-28, 2003a.

_____. Determining the degree of satisfaction of customer requirements: a modified Kano method. **California Journal of Operations Management**, Turlock, v. 1, n. 1, p. 95-103, 2003b.

_____; SANT'ANA, A. J. Identificação de atributos críticos de satisfação em vídeo locadoras através da análise competitiva do gap de melhoria. In: SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INTERNACIONAIS, 9, 2006, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2006. 1 CD-ROM.

_____; SILVEIRA, A. Identification of critical attributes of success in products and services: an alternative to importance – performance analysis. In: BUSINESS ASSOCIATION OF LATIN AMERICAN STUDIES, 2005, Madrid. **Proceedings...** Madrid: Instituto de Empresa, 2005. p. 1-15.

TSCHOHL, J.; FRANZMEIER, S. **A satisfação do cliente**. Traduzido por Anna Terzi Giova, São Paulo: Makron Books, 1996.

WALTER, S. A. **Antecedentes da satisfação e da lealdade de alunos de uma instituição de ensino superior**. 2006. 167 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2006.

_____; TONTINI, G.; DOMINGUES, M. J. C. de S. Identificando oportunidades de melhoria em um curso superior através da análise da satisfação dos alunos. In: ENCONTRO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29., 2005, Brasília. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2005. 1 CD-ROM.