

**A QUALIDADE DE CURSOS DE TURISMO, HOSPITALIDADE E LAZER EM UM  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO - UM ESTUDO COM A ESCALA SERVQUAL**

**PRISCILLA INFÂNCIO ANTUNES**

UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA (UNISUL)

**SANDRO VIEIRA SOARES**

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP)

**FERNANDO RICHARTZ**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC)

**FERNANDO MACIEL RAMOS**

UNIVERSIDADE DO CONTESTADO (UNC)

# A QUALIDADE DE CURSOS DE TURISMO, HOSPITALIDADE E LAZER EM UM INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO - UM ESTUDO COM A ESCALA SERVQUAL

## 1 INTRODUÇÃO

As universidades são entendidas como organizações complexas que apresentam desafios financeiros, políticos e sociais e que carecem de estudos mais aprofundados que permitam conhecer os diversos aspectos de natureza deste tipo de organização social (MEYER; PASCUCI; MANGOLIM, 2012). As teorias e ferramentas tradicionais da administração podem carecer de adaptações parciais ou quase completas para atendimento das características destas organizações (ANDRADE, 2002).

Assim, estas instituições necessitam de gestores e colaboradores atentos a soluções para suas problemáticas, que tenham conhecimento específico para este tipo particular de organização. As características peculiares de organizações acadêmicas fazem com que sua administração necessite de uma maneira distinta dos demais tipos de organizações (MEYER; LOPES, 2015).

Além das já mencionadas idiosincrasias comuns às instituições acadêmicas, estas agregam ainda mais desafios quando inseridas no âmbito público. Conforme exposto por Oliveira, Santana e Gomes (2014), existem inúmeros exemplos das particularidades do setor público, tais como: o atendimento único e específico ao que se recomenda nos princípios legais propostos na Constituição Federal de 1988 e nas demais formas de lei (que são mais presentes no setor público do que no setor privado); aspectos orçamentários e de sua execução; estrutura hierárquica rígida, bem como aspectos políticos, que acabam afetando, de forma direta e formal, a execução de atividades.

É necessário que as instituições de ensino públicas disponham de instrumentos que reflitam suas realidades e limitações. Para Magioni, Pascuci e Meyer (2014, p. 2) “As universidades assim como o setor público ainda carecem de metodologias de gestão próprias, ou na ausência destas, de adequações essenciais que reconheçam e minimizem as suas limitações ao novo contexto”.

Ao encontro das afirmações, Walsh (1994) já debatia em seus estudos a respeito do marketing aplicado ao domínio público, fazendo uma análise do desenvolvimento adequado de tal abordagem neste âmbito. Assim, o autor entende a necessidade de adequação de ferramentas de marketing para o setor público, respeitando os aspectos que formam e determinam este setor, a exemplo da ferramenta Servqual trabalhada neste estudo. A Servqual, quando aplicada as instituições de ensino, pode auxiliar na melhoria da qualidade de seus serviços de ensino para satisfazer as expectativas dos seus alunos, o que conseqüentemente se torna uma questão estratégica para desenvolvimento social e tecnológico do país (OLIVEIRA; FERREIRA, 2008).

## 2 PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

Desse modo, considerando as informações apresentadas, a finalidade desta pesquisa é estudar os cursos das áreas de Turismo, Hospitalidade e Lazer do Instituto Federal de Santa Catarina – Câmpus Florianópolis-Continente sob a perspectiva de seus discentes, estabelecendo a pergunta de pesquisa a ser respondida: **Qual a percepção dos alunos dos cursos das áreas de Turismo, Hospitalidade e Lazer do IFSC sobre a qualidade do serviço prestado?** Ante o problema de pesquisa, o objetivo geral deste estudo é o de analisar a percepção dos alunos sobre a qualidade do serviço oferecido nos cursos das áreas de Turismo, Hospitalidade e Lazer do IFSC – Câmpus Florianópolis-Continente, com base na escala Servqual.

Pretende-se, assim, colaborar na identificação de lacunas (*gaps*) existentes entre o que os estudantes esperam e o que eles percebem em relação aos cursos, com base na escala Servqual. Através das informações geradas a instituição poderá desenvolver ações e melhorar a qualidade dos cursos, o que, conseqüentemente, ocasiona aperfeiçoamento dos profissionais inseridos no setor.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, efetua-se uma análise das publicações científicas que relacionam a utilização do modelo Servqual em instituições de ensino, baseando-se no estudo realizado por Garcia *et al* (2019), cujo levantamento bibliométrico teve como critério artigos indexados nas bases de dados Biblioteca Gama Filho, DOAJ, Ebscohost, Emerald, Latindex, Web of Science, JSTOR, Redalyc, Scielo, Spell, Scopus e Sumários.org.

Para a seleção de artigos, foi feita pesquisa nos títulos e nos resumos ou *abstracts* dos estudos indexados nas bases citadas no parágrafo anterior, inserindo-se os termos “Servqual” e “education institution”; “Servqual” e “instituições de ensino”. Vale esclarecer que o uso das aspas na expressão “education institution” e “instituições de ensino” permite a busca das duas palavras de forma conjunta. Ainda quanto aos critérios de escolha, foram mantidos somente estudos publicados entre os anos de 1993 a 2018, tendo a apuração desses dados ocorrida nos meses de novembro e dezembro de 2018. A amostra, ao final, ficou composta por 72 artigos.

Observa-se que, mesmo que o modelo Servqual seja de 1985, o maior volume de publicações sobre o uso da escala no contexto das instituições de ensino encontra-se na última década do período pesquisado, representando cerca de 75,6% do total encontrado (GARCIA *et al.*, 2019).

Com o objetivo de descrever um meio pelo qual a qualidade da oferta educacional pode ser medida, McElwee e Redman (1993) formularam a QUALED, a qual, através de uma adaptação do modelo de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), surge como um questionário voltado à avaliação de discentes e colaboradores quanto à qualidade percebida nas instituições de ensino superior. Como conclusões, os autores indicaram que as avaliações da qualidade do ensino não se baseiam apenas em um resultado final, mas também envolvem uma avaliação do processo e do conteúdo da entrega de um curso, materiais didáticos, apostilas, pontualidade e *feedback*.

Na Índia, Narang (2012), ao tentar determinar a lacuna de qualidade na educação gerencial em institutos de educação pública, empregou uma versão modificada do Servqual, o EduQUAL, que contém 28 itens, divididos em cinco dimensões, sendo elas: resultados de aprendizagem; capacidade de resposta; instalações físicas; desenvolvimento da personalidade; e acadêmicos.

Soutar, McNeil e Lim (1994), seguindo as indicações de que o Servqual é aplicável a qualquer modelo de serviços, optaram por aplicar a ferramenta em 10 instituições de ensino da Austrália, a fim de examinar as percepções de estudantes estrangeiros sobre a qualidade do serviço prestado. E enfatizam a validade das cinco dimensões propostas no Servqual no contexto educacional, demonstrando, inclusive, que, dentre as dimensões, a qualidade dos serviços era um problema maior nas áreas de confiabilidade e tangibilidade, sendo a responsividade o atributo menos problemático. Os estudantes estrangeiros indicaram esperar mais da experiência em serviços educacionais, apontando como principal influenciador para suas escolhas de instituição a propaganda boca a boca. Ao final, os autores apontam que, em geral, as instituições examinadas não estavam atendendo as expectativas dos estudantes em seu desempenho no serviço (SOUTAR; MCNEIL; LIM, 1994).

Obtendo semelhante conclusão em seu estudo, Rezaei *et al.* (2017) indicaram que a qualidade dos serviços educacionais, prestada nas universidades pesquisadas, não atendia as

expectativas dos alunos em nenhuma das cinco dimensões. As expectativas dos alunos superavam suas percepções com uma diferença significativa. Anteriormente, Hossain (2014) constatou que a expectativa irrealisticamente alta dos usuários por serviços de qualidade é uma das principais fontes de insatisfação. As outras causas de insatisfação incluem falta de relacionamento usuário-funcionário, falta de atenção às necessidades dos usuários, uma lacuna de comunicação externa entre a biblioteca e os usuários e falta de atenção para melhorar o desempenho da equipe.

Duarte *et al.* (2015), utilizando um questionário adaptado por Sonehara (2011), concluíram que os discentes possuem altas expectativas ao contratar um serviço de Pós-Graduação *lato sensu*. A dimensão que obteve a média mais alta, referente à expectativa, foi a confiabilidade, com os itens “Professores preocupados em oferecer um conteúdo atualizado” e “Exposição, com clareza, do conteúdo da matéria pelos professores”. Os itens que geraram menores expectativas dizem respeito às dimensões tangibilidade e empatia.

Já estudo de Araújo *et al.* (2017) indicou a dimensão segurança (retratada como garantia e ligada a fatores, como clareza e domínio do conteúdo do curso por parte do professor), como de maior importância, seguida pela responsividade e pela tangibilidade. Isso implica, segundo os autores, a priorização das instituições que devem investir na contratação e retenção de bons professores e coordenadores e concentrar-se nas questões relacionadas à infraestrutura.

Em uma tentativa de medir o efeito de sexo e nacionalidade na qualidade do serviço nas universidades privadas da Malásia, Ansary, Jayashree e Malarvizhi (2014), usando o instrumento Servqual, e afirmaram que não há evidências suficientes sobre o efeito do sexo na qualidade do serviço nas instituições de ensino superior. No entanto, características demográficas, como a nacionalidade, têm um pequeno efeito na dimensão da capacidade de resposta da qualidade do serviço. Em média, o nível de satisfação dos malaios é superior ao dos não malaios na dimensão responsividade.

Com o objetivo de comparar a percepção de qualidade em instituições de ensino públicas e privadas, Pereira e Gil (2007) demonstraram que, nas universidades brasileiras, instituições públicas e privadas apresentam lacunas diferentes. Enquanto a universidade pública tem um *gap* maior na dimensão empatia as instituições particulares o têm na dimensão tangibilidade. Pode-se relacionar este último fator a questões como o pagamento efetuado pelos alunos de universidades particulares, que, assim, esperam um nível de serviço superior neste quesito, bem como a superioridade de universidades públicas, que têm estruturas físicas de ponta.

Em um contexto espanhol, os resultados de estudos sugerem que tanto para o contexto privado quanto público, a empatia e a tangibilidade são as dimensões mais importantes da qualidade percebida. Observam-se diferenças significativas da qualidade percebida entre centros universitários públicos e privados, tendo os centros privados melhor avaliação na maioria das dimensões analisadas (CALVO-PORRAL; NOVO CORTI; LEVY-MANGIN, 2013).

Ao observarem que, tradicionalmente, a qualidade do serviço das instituições de ensino é avaliada em fatores relacionados às percepções dos alunos, Mbiase e Tuninga (2013) estenderam a aplicação da escala também a colaboradores, constatando que, enquanto os discentes observaram a dimensão tangibilidade como a mais relevante, os funcionários elencaram a capacidade de resposta. Partindo da mesma observação, Mazaro, Sadoyama e Leal (2017) analisaram a qualidade percebida por discentes, docentes e gestores, obtendo, também, como resultado, divergência nas opiniões. Para discentes e docentes, a dimensão apontada como mais importante foi a confiabilidade; enquanto, que para gestores, a tangibilidade foi elencada com mais relevante.

Kassin, Bogari e Zain (2015) restringiram seu público-alvo de investigação, analisando a percepção de alunas sobre a qualidade do serviço no contexto de uma faculdade de negócios,

segregada por sexo, em uma universidade pública na Arábia Saudita. A faculdade, de maneira geral, não estava, de fato, atendendo às expectativas das alunas em relação a três das cinco dimensões da qualidade do serviço, isto é, embora a capacidade de resposta e a tangibilidade atendessem às expectativas das participantes, havia lacunas significativas na qualidade do serviço nas dimensões empatia, garantia e confiabilidade.

Nogueira e Las Casas (2015) avaliaram a qualidade dos serviços prestados por três setores de apoio de uma instituição de ensino superior de São Paulo, concluindo que há uma insatisfação geral dos alunos com os serviços avaliados. Ressaltaram que uma porcentagem significativa dos discentes pouco havia experienciado os serviços avaliados, mesmo estando próximo da conclusão do curso. Dentre os serviços, verificaram a menor frequência de uso para a biblioteca e laboratório de informática, estando em extremo oposto os serviços de apoio administrativo. Tal fato pode sugerir “a atribuição de maior peso aos serviços de apoio administrativos para a satisfação geral com os serviços prestados pela instituição do que aos serviços de apoio didático” (NOGUEIRA; LAS CASAS, 2015, p. 124).

Soares, Novalski e Anholon (2017) relataram a percepção do corpo discente quanto à qualidade dos serviços administrativos ofertados. Os resultados demonstraram que a única dimensão com resultados positivos foi a tangibilidade, tendo, em todas as outras dimensões, a qualidade percebida menor do que a esperada. A dimensão pior analisada foi a responsividade, principalmente no que diz respeito à disposição para resolução de problemas, dimensão também com maior lacuna no estudo de Abili, Thani e Afarinandehbin (2012).

Em estudo anterior, Lourenço e Knop (2011) obtiveram resultados contrários, afirmando que a responsividade e a segurança tiveram avaliação além das expectativas. Já a tangibilidade e empatia apenas corresponderam às expectativas, enquanto a confiabilidade se apresentou abaixo do esperado.

Quanto à dimensão tangibilidade, o estudo de Dettmer, Socorro e Katon (2002), aplicado em uma instituição de ensino de Santa Catarina, apontou que essa dimensão requer maior atenção. Ou seja, deve a universidade dar maior atenção a questões, como equipamentos disponíveis, funcionários e material de comunicação, focando, principalmente, nas suas instalações físicas, visto que a lacuna apresentada nesta questão foi a de maior média. Já a dimensão empatia obteve a segunda maior lacuna, devendo ser reavaliados itens, como falta de interesse no bem-estar do aluno, falta de conhecimento profundo das necessidades do cliente, atenção individualizada para os alunos por conta da empresa e dos funcionários.

Na Tailândia, estudo de Yousapronpaiboon (2013) apresentou resultados semelhantes, apontando a tangibilidade como a dimensão de maior lacuna, necessitando, portanto, de investimentos em instalações e equipamentos da instituição. A empatia, contudo, aparece como a dimensão com menor *gap*, embora não signifique que não necessite de correções.

Kassin e Zain (2010), em estudo sobre as dimensões críticas de serviço de qualidade em uma faculdade de negócios, identificaram que ela deveria empreender esforços significativos na educação de professores, na área de qualidade de serviço e atendimento ao cliente, já que as expectativas dos alunos foram maiores na área de empatia. Pillay, Mbambo e Manson (2017), ao explorarem as razões pelas quais os alunos escolhem suas instituições de ensino, constataram ser a confiabilidade a dimensão de maior *gap*. Atribui-se tal fato à inconsistência entre o que é comunicado externamente (prometido) e o que o sistema de prestação de serviços, de fato, fornece. Observou-se, ainda, que as lacunas para todas as dimensões foram negativas e relativamente altas, indicando uma total falta de satisfação.

Uma parte considerável dos estudos aponta hiatos em todas as dimensões, mostrando que as pontuações para percepção se encontram constantemente inferiores às pontuações das expectativas, como foi o caso dos estudos de Mongay (2014), aplicado em Barcelona; Bhuiyan (2016), no Catar; e em uma faculdade de medicina, por Kouchaki e Motaghi (2017). Esses estudos demonstram a primordialidade da integração entre planejamento institucional e

informações extraídas da análise da qualidade de serviço, já que pode ocasionar a reorientação de ações e auxiliar a gerência a traçar estratégias futuras, aumentando a qualidade dos serviços educacionais. Tan e Kek (2004, p. 17) afirmam que “a avaliação da qualidade do serviço educacional é essencial para motivar e dar *feedback* sobre a eficácia dos planos e da implementação educacional”.

Desses estudos apresentados, ressalta-se que nenhum deles cita a aplicação em instituições de ensino técnico, evidenciando uma lacuna nesse âmbito. Aponta-se, também, que poucos foram os estudos que citaram os cursos nos quais foi feita a aplicação, e quando citaram a maior parte foi em curso de Administração. Assim, a partir desse levantamento, percebe-se uma oportunidade para a realização de estudos que permitam melhor compreender a relação da qualidade de serviço com o perfil e as características do público de instituições de ensino técnico e tecnológico, nas áreas de Turismo, Hospitalidade e Lazer.

#### 4 METODOLOGIA

O delineamento deste estudo enquadra-se como um estudo quantitativo, quanto à abordagem do problema; descritivo, quanto aos objetivos de pesquisa; de horizonte de tempo transversal, e *survey* quanto ao procedimento, utilizando-se de questionário para a coleta de dados e de estatística descritiva (mais precisamente de média e desvios padrão) para a análise de dados.

No tocante a coleta de dados, optou-se pela utilização de um modelo adaptado da escala Servqual, proposta por Smania (2019), que sugeriu alterações no instrumento, adequando-o ao objeto de estudo, no caso, uma instituição de ensino. Destaca-se que alterações na redação do questionário para os diferentes cursos também foram realizadas, no intuito de melhorar a compreensão dos respondentes, sem necessidade, no entanto, de aprofundar as peculiaridades de cada curso.

O questionário original dispunha de 44 itens, que foram mantidos no instrumento utilizado, utilizando-se de uma escala intervalar de 7 pontos para cada questão. Assim, os itens foram distribuídos em dois blocos: o primeiro relativo às expectativas; e o segundo, as percepções quanto aos serviços prestados pelo curso e pela instituição que frequentavam. Os blocos foram organizados conforme as cinco dimensões originais, propostas por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988): tangibilidade, confiabilidade, segurança, presteza e empatia.

Como critério para a população, selecionou-se os discentes com matrícula de *status* ativa no Câmpus Continente, envolvendo tanto alunos dos cursos técnicos de confeitaria, cozinha, eventos, guia de turismo nacional, guia de turismo regional, panificação e restaurante e bar, quanto estudantes dos cursos tecnológicos de Gastronomia, Hotelaria e Gestão do turismo de todos os módulos (fases). Cada curso técnico tem duração de dois módulos e os tecnológicos de seis módulos. O mapeamento do quantitativo de alunos por curso foi realizado em consulta ao Instituto Federal de Santa Catarina.

Os dados foram extraídos através do sítio eletrônico da própria organização, contando a população do estudo um total de 551 alunos, obtendo-se uma amostra de 209 respondentes. O acesso aos respondentes foi autorizado após consulta e requerimento dos pesquisadores à instituição.

Antes de sua aplicação definitiva, no dia 13 de novembro de 2019, aplicou-se os questionários, a título de pré-teste, a um pequeno quantitativo de alunos para verificação e eliminação de possíveis falhas e erros (tanto gramatical, quanto de interpretação ou visual).

Após este procedimento, foram aplicados os instrumentos para coleta dos dados primários por meio de questionário auto administrado, ou seja, preenchidos pelos próprios pesquisados, no período de 18 de novembro de 2019 a 29 de novembro de 2019. Entregou-se em sala de aula aos respondentes questionários impressos, acompanhado de convite

personalizado, que teve como função explicar os objetivos da pesquisa, estimulando a participação e fornecendo orientações necessárias quanto ao preenchimento.

## 5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta seção é composta pela seção 5.1 em que é feita a análise dos resultados e pela seção 5.2 em que os resultados são discutidos à luz da literatura.

### 5.1 Análise dos Dados

Esta seção tem como objetivo identificar as maiores lacunas existentes em cada curso. Para identificação destas lacunas, foram calculadas estatísticas descritivas nos nove cursos já referidos, o que resultou em atribuição de médias para todos os itens perguntados. A partir das médias atribuídas às questões, calculou-se a diferença entre a média da qualidade percebida (questões numeradas de 23 a 44) e a média da expectativa (questões numeradas de 1 a 22). Para efeitos de entendimento, as pontuações negativas caracterizam lacunas a serem melhoradas pela instituição. A Tabela 1 apresenta o resumo dos maiores e menores *gaps* de itens de cada curso.

Tabela 1 – *Gaps* por item e curso

Curso	Menor <i>gap</i> / Expectativas excedidas	Item	Dimensão	Maior <i>gap</i>	Item	Dimensão
Confeitaria	0,38	Q4 e Q26	Tangibilidade	-1,06	Q6 e Q28	Confiabilidade
Cozinha	-0,03	Q3 e Q25	Tangibilidade	-0,52	Q20 e Q42	Empatia
Eventos	0,38	Q19 e Q41	Empatia	-1,00	Q21 e Q43	Empatia
	0,38	Q17 e Q39	Segurança	-1,00	Q4 e Q26	Tangibilidade
Gastronomia	0,43	Q3 e Q25	Tangibilidade	-1,49	Q10 e Q32	Presteza
Gestão de Turismo	0,25	Q17 e Q39	Segurança	-0,75	Q2 e Q24	Tangibilidade
Guia Regional	0,62	Q6 e Q28	Confiabilidade	-0,77	Q2 e Q24	Tangibilidade
Hotelaria	0,00	Q3 e Q25	Tangibilidade	-1,05	Q22 e Q44	Empatia
Panificação	0,38	Q10 e Q32	Presteza	-0,50	Q1 e Q23	Tangibilidade
				-0,50	Q2 e Q24	Tangibilidade
Rest. & bar	0,27	Q15 e Q37	Segurança	-1,20	Q1 e Q23	Tangibilidade
				-1,20	Q2 e Q24	Tangibilidade

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Ante os dados expostos na Tabela 2, torna-se possível identificar, através das médias, os maiores e menores *gaps* de itens encontrados em cada curso. Analisando o curso de Confeitaria, por exemplo, observa-se que as questões 6 e 28 resultaram em um *gap* negativo (-1,06). Inclusas na dimensão confiabilidade, esses itens abordam os canais de atendimento, disponibilizados pela instituição ao aluno para a solução de problemas (como, por exemplo, dificuldades de aprendizagem e procedimentos administrativos).

Já as questões 4 e 26 resultaram em um *score* positivo (0,38), o que representa que a expectativa superada pelo curso. Esses itens pertencem à dimensão tangibilidade e questionam a biblioteca e sua disposição de livros e outros materiais em boas condições de uso. A dimensão tangibilidade também não apresentou *déficit* na diferença entre as questões 3 e 25, as quais questionam a quantidade e o bom estado de equipamentos, como lousas e carteiras.

Ressalta-se que todas as dimensões apresentaram *scores* positivos. É o caso das questões 8 e 30 (com valor 0,19) da dimensão confiabilidade, que retratam sobre a pontualidade e assiduidade de servidores (funcionários e docentes); bem como questões 13 e 35 (com valor

0,06) da dimensão *presteza*, que avalia a prontidão no atendimento ao aluno. Na dimensão *segurança*, dois itens excederam expectativas: com *scores* de 0,06, as questões 16 e 38 (“Os funcionários da sua instituição de ensino são sempre atenciosos com os alunos”) e com *scores* de 0,19, as questões 17 e 39 (“Os funcionários da sua instituição de ensino têm conhecimento para responder às perguntas dos alunos”).

A dimensão *empatia* foi a que mais entregou aquilo que os discentes esperavam, já que alcançou dois *scores* de valor 0,13, nas questões 20 e 42 e 22 e 44 - que retratam o atendimento às demandas específicas de seus alunos por parte tanto da instituição quanto pelo curso - e nas questões 18 e 40, com valor igual a zero – que questiona a devida atenção dada pela instituição aos alunos.

O curso de Cozinha apresentou lacunas negativas em todos os itens de todas as dimensões, demonstrando que as expectativas dos alunos não são superadas em nenhum dos 22 aspectos questionados. A maior lacuna (-0,52) se encontra na diferença das médias dos itens 20 e 42, da dimensão *empatia*, que questiona o atendimento por parte da instituição de ensino às demandas específicas de seus alunos. Já a menor lacuna (-0,03) é a diferença entre os itens 3 e 25, da dimensão *tangibilidade*, abordando a aparência de servidores da instituição de ensino. Ainda que apresente valores negativos em todos os itens, tais lacunas apresentaram sempre valores pequenos, próximos de zero.

No curso de Eventos, dois itens obtiveram *gap* de 1,0 ponto negativo na escala: na dimensão *tangibilidade* (questionando a biblioteca da instituição, bem como livros e outros materiais disponibilizados) e da dimensão *empatia* (indagando o atendimento por parte do curso quanto aos diversos objetivos dos discentes). Ainda neste curso, dez itens apresentaram valores positivos na diferença entre as médias das percepções e expectativas, sendo dois itens os de maior valor: o item que questiona o conhecimento dos funcionários para responder às perguntas dos alunos (da dimensão *segurança*), e o item da dimensão *empatia*, que questiona os horários de funcionamento da instituição, ambos com *score* positivo de 0,38. Cabe destacar que, no curso de Eventos, quatro dos cinco itens da dimensão *confiabilidade* obtiveram valores positivos.

O curso de Gastronomia chama a atenção por obter os menores índices, dentre todos os cursos, quanto à percepção dos discentes. O item sobre a informação aos discentes quanto a alterações de cronograma obteve lacuna de -1,49, sendo este da dimensão *presteza*. Ressalta-se, ainda, que outros cinco itens atingiram mais do que um ponto negativo na escala, sendo dois na dimensão *confiabilidade*. Apenas um item superou as expectativas dos discentes, sendo este da dimensão *tangibilidade* (“Os servidores da instituição de ensino são bem apresentáveis e cuidam de sua aparência?”).

Já no curso de Gestão de Turismo, cinco variáveis resultaram positivas, com expectativas dos alunos excedidas pelo curso, na percepção dos respondentes. Todas as questões são atribuídas às dimensões *segurança* e *empatia*, quais sejam: as questões 16 e 38, que questionam se os servidores são atenciosos com os discentes; 17 e 39, que buscam entender o conhecimento para responder às perguntas dos alunos, com valor de 0,25 (maior valor atribuído a um item); 19 e 41, que perguntam sobre os horários de funcionamento da instituição; 21 e 43, referentes ao atendimento dos diversos objetivos dos alunos; 22 e 44, que questionam o atendimento às demandas específicas dos alunos por parte do curso. A questão que apresentou maior distância entre expectativa e percepção pertence à dimensão *tangibilidade*, a qual indaga sobre o estado e a suficiência das instalações físicas do curso técnico a que se refere, resultando em -0,75 pontos na escala.

O curso de Guia de Turismo Regional se distingue por apresentar os resultados mais positivos dentre todos. Os discentes deste curso indicaram ter suas expectativas atendidas e superadas em 14 dos 22 itens. Destaca-se que, nas dimensões *empatia* e *segurança* não há nenhum *déficit* de percepção por parte dos alunos, tendo sua avaliação mais bem cotada no item

da dimensão confiabilidade em que se questiona a resolução de problemas através de canais de atendimento (0,62). Os demais itens, que manifestaram uma menor entrega, referem-se, em quase sua totalidade, à dimensão tangibilidade, considerando como pior entrega o item que questiona sobre as instalações físicas (como salas de aula, laboratórios e iluminação) onde é prestado referido curso.

Embora não na mesma proporção, o curso de Panificação obteve também destaques positivos em seus resultados. Os *gaps* não atingiram valores muito altos, sendo os piores dimensionados dois itens da dimensão tangibilidade: um referente ao estado dos equipamentos, e outro das instalações físicas utilizadas pelo curso. A instituição e o curso, no entanto, mostraram-se além das expectativas dos discentes, principalmente, na dimensão Presteza, que obteve índices positivos em todos os quatro itens. A mesma má percepção quanto aos itens da dimensão tangibilidade, que tratam sobre equipamentos e instalações físicas, foi apontada no curso de Restaurante e Bar, obtendo um *gap* de valor maior (-1,20). Esse curso técnico apresentou apenas um ponto em que a expectativa de seus alunos foi atendida, referente à dimensão segurança, avaliando a confiança por parte do aluno na instituição de ensino que oferece o curso.

Em um panorama geral, comparando-se as questões que apareceram repetidamente com os maiores e menores *gaps*, é possível identificar que itens da dimensão tangibilidade se destacam mais de uma vez entre os nove cursos em questão. O item que se refere à apresentação e aparência dos servidores da instituição de ensino (questões 3 e 25) se destacou em três cursos – Cozinha, Gastronomia e Hotelaria – por apresentarem menores lacunas, demonstrando que a instituição atende as expectativas dos discentes nesse quesito.

Outros dois itens da dimensão tangibilidade, no entanto, apareceram, com frequência, elencados com os maiores *gaps* (negativos) encontrados. O item que se refere à adequação, luminosidade e agradabilidade das instalações físicas dos cursos (questões 2 e 24) foi cotado como o de maior lacuna em quatro cursos (Gestão de Turismo, Guia de Turismo Regional, Panificação, e Restaurante e Bar). Já, o item que questiona o estado dos equipamentos (como lousas e carteiras) utilizados foi negativamente cotado em dois cursos (Panificação, e Restaurante e Bar), demonstrando que há necessidade de melhoria nesses aspectos.

Para melhor entendimento de quais dimensões apresentaram a maior lacuna na prestação de serviços entre os cursos, foram realizadas análises por dimensão. Na Tabela 2, apresenta-se o resultado dos *gaps* encontrados por dimensão da Servqual, bem como das maiores e menores expectativas e percepções das dimensões, por curso.

Tabela 2 – *Gaps* por dimensão

Cursos	Tangibilidade			Confiabilidade			Presteza			Segurança			Empatia		
	Expectativa	Qualidade percebida	Gap	Expectativa	Qualidade percebida	Gap	Expectativa	Qualidade percebida	Gap	Expectativa	Qualidade percebida	Gap	Expectativa	Qualidade percebida	Gap
Confeitaria	6,00*	5,81*	<b>-0,19</b>	6,59	6,29	<b>-0,30</b>	6,61**	6,47**	<b>-0,14</b>	6,47	6,45	<b>-0,02</b>	6,29	6,31	<b>0,02</b>
Cozinha	6,26*	6,05	<b>-0,21</b>	6,26*	5,99*	<b>-0,27</b>	6,43	6,15	<b>-0,28</b>	6,48**	6,29**	<b>-0,19</b>	6,39	6,04	<b>-0,35</b>
Eventos	6,34	5,91*	<b>-0,43</b>	6,40	6,43	<b>0,03</b>	6,66**	6,41	<b>-0,25</b>	6,50	6,56**	<b>0,06</b>	6,25*	5,93	<b>-0,32</b>
Gastronomia	6,25*	5,51*	<b>-0,74</b>	6,37	5,54	<b>-0,83</b>	6,54	5,94	<b>-0,60</b>	6,56**	5,96**	<b>-0,60</b>	6,27	5,53	<b>-0,74</b>
Gestão de turismo	6,06*	5,75*	<b>-0,31</b>	6,31	6,21	<b>-0,10</b>	6,48	6,30	<b>-0,18</b>	6,53**	6,45**	<b>-0,08</b>	6,24	6,19	<b>-0,05</b>
Guia Regional	5,77	5,29*	<b>-0,48</b>	5,89	5,97	<b>0,08</b>	6,13	6,04	<b>-0,09</b>	6,19**	6,42**	<b>0,23</b>	5,74*	6,09	<b>0,35</b>
Hotelaria	6,34*	5,96*	<b>-0,38</b>	6,53	5,96*	<b>-0,57</b>	6,66**	6,21	<b>-0,45</b>	6,66**	6,30**	<b>-0,36</b>	6,61	6,01	<b>-0,60</b>
Panificação	6,45*	6,17*	<b>-0,28</b>	6,74**	6,71	<b>-0,03</b>	6,64	6,78**	<b>0,14</b>	6,70	6,70	<b>0,00</b>	6,68	6,65	<b>-0,03</b>

Rest. & bar	6,23*	5,58*	<b>-0,65</b>	6,33	5,91	<b>-0,42</b>	6,52**	5,98	<b>-0,54</b>	6,29	6,14**	<b>-0,15</b>	6,51	5,96	<b>-0,55</b>
-------------	-------	-------	--------------	------	------	--------------	--------	------	--------------	------	--------	--------------	------	------	--------------

\*Menor Expectativa/Percepção encontrada no curso \*\*Maior Expectativa/Percepção encontrada no curso

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

A partir da Tabela 3, destacam-se as maiores e menores expectativas e percepções dos discentes por curso. A dimensão tangibilidade apresentou as menores expectativas em quase 78% dos cursos avaliados, sendo eles: Confeitaria, Cozinha, Gastronomia, Gestão de Turismo, Hotelaria, Panificação, e Restaurante e Bar, com média entre 6 a 6,45. Já os discentes das turmas de Eventos e Guia de Turismo Regional apresentaram as menores expectativas na dimensão empatia, com médias 6,25 e 5,74, respectivamente.

Por outro lado, as maiores expectativas se concentraram nas dimensões Segurança e Presteza. Os discentes dos cursos de Cozinha, Gastronomia, Gestão de Turismo, Guia de Turismo Regional, e Hotelaria esperavam mais quanto a conhecimento e cortesia dos funcionários e sua capacidade de transmitir segurança. Já os discentes dos cursos de Confeitaria, Hotelaria, e Restaurante e Bar esperavam mais quanto à disposição dos servidores para ajudar e prestar serviços sem demora, relativo à dimensão presteza. Apenas os discentes do curso de Panificação entendem a confiabilidade como dimensão de maior expectativa.

As dimensões tangibilidade e segurança também se destacaram quanto às percepções. Entre as dimensões de menor qualidade percebida, a dimensão tangibilidade configura em oito dos nove cursos, tendo menor *score* entre discentes dos cursos de Confeitaria, Eventos, Gastronomia, Gestão de Turismo, Guia de Turismo Regional, Hotelaria, Panificação, e Restaurante e Bar. As melhores percepções configuram-se, principalmente, na dimensão segurança, para os discentes dos cursos de Cozinha, Eventos, Gastronomia, Gestão de Turismo, Guia de Turismo Regional, Hotelaria e Panificação. A disposição para ajudar e prestar os serviços sem demora (referente à dimensão presteza) se destacou entre os cursos de Confeitaria e Panificação.

No que tange aos *gaps* por dimensão, a amostra do curso de Confeitaria apresentou menor valor na dimensão empatia (0,02), enquanto a dimensão de maior *gap* neste curso foi a confiabilidade (-0,30). O mesmo não ocorreu para os cursos de Cozinha e Hotelaria, que apresentaram na empatia a maior lacuna (-0,35 e -0,60, respectivamente) entre todas as dimensões. A dimensão segurança foi a de menor *gap* para ambos os cursos, com lacunas de -0,19 e -0,36, respectivamente.

O curso de Eventos apresentou duas dimensões em que as expectativas foram excedidas: confiabilidade (0,03) e segurança (0,06). Dentre seus maiores *gaps*, destaca-se a dimensão tangibilidade, com valor de -0,43. O curso de Gastronomia se destacou pelos maiores *gaps* em todas as dimensões, entre todos os cursos, evidenciando-se, principalmente, a confiabilidade (-0,83).

No que tange ao curso de Gestão de Turismo, a dimensão tangibilidade apresentou a maior lacuna (-0,31), enquanto a dimensão empatia obteve o menor *gap* (-0,05). O curso de Guia de Turismo Regional se destacou pelos menores *gaps* encontrados em três dimensões: confiabilidade (0,08), segurança (0,23) e empatia (0,35). A dimensão tangibilidade revelou-se, novamente, com o pior índice, com lacuna de -0,48. Essa dimensão também se destaca com os menores índices nos cursos de Panificação (-0,28) e Restaurante e Bar (-0,65). Concluída esta análise, os *gaps* de cada curso foram compilados, posicionando-os por *ranking* do maior para o menor, conforme exposto na Tabela 3.

Tabela 3 – Ranking de maiores *gaps* por curso

Ranking de maiores <i>gaps</i> por curso									
Curso/ Dimensão	Confeitaria	Cozinha	Eventos	Gastronomia	Gestão de turismo	Guia Regional	Hotelaria	Panificação	Rest. & Bar

<b>Confiabilidade</b>	1°	3°	4°	1°	3°	3°	2°	3°	4°
<b>Empatia</b>	5°	1°	2°	3°	5°	5°	1°	2°	2°
<b>Presteza</b>	3°	2°	3°	4°	2°	2°	3°	5°	3°
<b>Segurança</b>	4°	5°	5°	5°	4°	4°	5°	4°	5°
<b>Tangibilidade</b>	2°	4°	1°	2°	1°	1°	4°	1°	1°

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Analisando os dados expostos, observa-se que a dimensão tangibilidade apresentou os maiores *gaps* dentre todas as dimensões, em cinco cursos: Eventos, Gestão de Turismo, Guia de Turismo Regional, Panificação, e Restaurante e Bar. Esse fato aponta a dimensão como a de maior lacuna entre as expectativas e qualidade percebida pelos alunos acerca dos serviços prestados pelos cursos e pela instituição.

As dimensões empatia e confiabilidade também se destacaram, apresentando os maiores *gaps* em dois cursos cada uma. Por outro lado, a dimensão segurança obteve o menor *gap* em cinco dos cursos explorados (Cozinha, Eventos, Gastronomia, Hotelaria, e Restaurante e Bar). Destaca-se essa dimensão, também, por apresentar índices positivos, demonstrando o atendimento das expectativas dos discentes em três cursos: Eventos, Guia de Turismo Regional e Panificação.

## 5.2 Discussão dos Resultados

Encerrada a análise de dados, discute-se aqui os resultados obtidos sobre as expectativas e percepções dos estudantes, os *gaps* com foco nas dimensões e com foco nos itens que se destacaram de forma individual. Os achados desta pesquisa identificaram que as dimensões tangibilidade, segurança e presteza tem destaques tanto negativos quanto positivos nas expectativas e percepções dos estudantes.

A dimensão tangibilidade se destacou negativamente, tendo em vista apresentar as menores médias nas expectativas de discentes dos cursos de Confeitaria, Cozinha, Gastronomia, Gestão de Turismo, Hotelaria, Panificação, e Restaurante e Bar. Nessa mesma linha, a dimensão obteve também os menores *scores* quanto à qualidade percebida entre os alunos dos cursos de Confeitaria, Eventos, Gastronomia, Gestão de Turismo, Guia de Turismo Regional, Hotelaria, Panificação, e Restaurante e Bar, representando cerca de 89% dos cursos pesquisados.

Os resultados demonstram que, mesmo apresentando baixas expectativas dos estudantes, o estado e a suficiência das instalações físicas dos cursos e da instituição não têm sido entregues conforme eles anseiam. Esses achados divergem dos resultados encontrados por Calvo-Porrall, Lévy-Mangin e Novo-Corti (2013), os quais indicaram os aspectos tangíveis como a dimensão de melhor percepção entre alunos de instituições públicas.

As maiores médias em relação às expectativas e percepções referem-se às dimensões segurança e presteza. Os discentes dos cursos de Cozinha, Gastronomia, Gestão de Turismo, Guia de Turismo Regional, e Hotelaria esperam mais quanto ao conhecimento e cortesia dos funcionários e sua capacidade de transmitir segurança. Já os discentes dos cursos de Confeitaria, Hotelaria, e Restaurante e Bar esperam mais quanto à disposição dos servidores para ajudar e prestar serviços sem demora, relativo à dimensão presteza. Esses resultados se aproximam dos achados de Smania (2019), a qual, ao comparar cursos de instituições de ensino tecnológicas, identificou que a dimensão de maior expectativa entre os alunos de um *campus* específico era a presteza, seguida pela segurança. A dimensão segurança se mostrou um ponto importante, também, na opinião dos alunos quanto às percepções, ocupando o primeiro lugar nos cursos de Cozinha, Eventos, Gastronomia, Gestão de Turismo, Guia de Turismo Regional, Hotelaria e Panificação.

Quanto à análise de *gaps* por dimensão, a confiabilidade teve entrega menor do que a esperada pelos alunos nos cursos de Confeitaria, Cozinha, Gastronomia, Gestão de Turismo, Hotelaria, Panificação, e Restaurante e Bar. Lourenço e Knop (2011) encontraram o mesmo em sua pesquisa, assim como Pillay, Mbambo e Manson (2017), em cujo estudo, a dimensão confiabilidade apresentou qualidade percebida abaixo do esperado.

Conforme observado por Bateson e Hoffman (2015) e Lovelock e Wright (2006), a dimensão confiabilidade é considerada como uma das dimensões mais importantes perante as demais, dada a relação com o resultado do serviço prestado. Assim, os cursos e a instituição precisam focar maior atenção a esse aspecto, principalmente os cursos de Confeitaria e Gastronomia, que apresentaram seus piores resultados na referida dimensão. Ressaltam-se, nesta análise, os cursos de Eventos, e Guia de Turismo Regional que, ao contrário dos demais cursos e estudos apontados, obtiveram resultados positivos, indicando que os serviços entregues têm sido confiáveis e superam as expectativas de seus alunos.

Já a dimensão prestação foi identificada, neste estudo, com *gaps* negativos em oito dos nove cursos. A dimensão foi a pior, principalmente, no que diz respeito à disposição para resolução de problemas, também nos estudos de Abili, Thani e Afarinandehbin (2012) e Soares, Novalski e Anholon (2017).

O único curso que supriu as expectativas de seus alunos na dimensão prestação foi Panificação. Esse resultado é corroborado pelos estudos de Lourenço e Knop (2011), que apresentaram as dimensões prestação e segurança além das expectativas. Smania (2019) também aponta, em seu estudo aplicado a uma instituição de ensino tecnológica, a dimensão prestação como um ponto importante na opinião dos alunos. Assim, no entendimento dos alunos do curso de Panificação, a instituição está disposta a ajudá-los e a prestar com prontidão seus serviços.

Destaca-se a dimensão segurança por exceder expectativas em quatro dos cursos explorados (Cozinha, Eventos, Hotelaria, e Restaurante e Bar), remetendo ao atendimento das expectativas dos discentes desses cursos por parte da instituição. Esse resultado é compatível com os estudos de Araújo *et al.* (2017), Lourenço e Knop (2001) e Smania (2019), nos quais as percepções dos respondentes sobre o serviço prestado foram ao encontro de suas expectativas, tendo a dimensão recebido a maior nota na escala.

A dimensão empatia obteve *gaps* negativos em sete cursos: Cozinha, Eventos, Gestão de Turismo, Gastronomia, Hotelaria, Panificação, e Restaurante e Bar. Esse resultado demonstra que, pela percepção dos alunos, os cursos e a instituição não atendem com cuidado as suas demandas. No entanto, dois cursos apresentaram *scores* positivos, destacando-se, principalmente, o curso de Guia de Turismo Regional, o qual obteve o maior valor atribuído em uma dimensão. Entende-se assim que, para os discentes desse curso, a instituição é empática, suprimindo suas demandas.

Os resultados dos cursos de Panificação e Guia de Turismo divergem dos estudos de Dettmer, Socorro e Katon (2002) e Smania (2019), segundo os quais a dimensão empatia obteve a segunda maior lacuna. Questões, como falta de interesse quanto ao bem-estar do aluno, falta de conhecimento profundo das necessidades do cliente, atenção individualizada para os alunos por conta da empresa e dos funcionários, foram destacadas, apontando necessidade de melhora.

Quanto à dimensão tangibilidade, a análise por dimensão apontou que há lacunas em todos os cursos, sugerindo que os respondentes não têm suas expectativas atendidas quanto à infraestrutura oferecida. Para os cursos de Eventos, Gestão de Turismo, Guia de Turismo, Panificação, e Restaurante e Bar, essa foi a dimensão de pior cotação. Complementando tal resultado, a análise por questões mostra que o maior *gap* foi atribuído, principalmente, às questões da dimensão tangibilidade. Assim, a questão que trata da adequação, luminosidade e agradabilidade das instalações físicas dos cursos (questões 2 e 24) é cotada como a de maior lacuna em quatro cursos (Gestão de Turismo, Guia de Turismo Regional, Panificação, e Restaurante Bar).

Destaca-se, também, da dimensão tangibilidade, o item que trata da suficiência e do estado dos equipamentos (questões 1 e 23), o qual obteve os mesmos valores de lacunas dimensionadas no item anterior, em dois cursos: Panificação, e Restaurante e Bar. Já o item que trata das bibliotecas e dos livros disponibilizados (questões 4 e 26) obteve o pior *gap* no curso de Eventos. Tais resultados, nas análises por dimensão e por questões, corroboram os achados dos estudos de Dettmer, Socorro e Katon (2002) e Yousapronpaiboon (2013), os quais apontaram que essa dimensão requer maior atenção e investimento por parte da instituição em suas instalações.

A percepção negativa para a dimensão tangibilidade, considerada, segundo Zeithaml, Berry e Parasuraman (2014), a menos importante perante as demais, não se assemelha ao encontrado por Galvão (2017). Em estudo realizado em nove institutos federais de educação, a tangibilidade obteve a maior percepção do serviço, sendo entendida como o melhor aspecto analisado (GALVÃO, 2017).

Diante disso, é possível concluir pela unanimidade da qualidade percebida pelos estudantes quanto à dimensão tangibilidade, que não atende as expectativas dos alunos em nenhum dos nove cursos apresentados. Através da análise dos *gaps*, percebe-se que, em cinco dos cursos, os respondentes não têm suas expectativas atendidas em nenhuma das dimensões: Cozinha, Gastronomia, Gestão de Turismo, Hotelaria, e Restaurante e Bar. Aponta-se que a não entrega daquilo que o discente espera, principalmente, nos cursos tecnólogos, foi unanimidade quanto à insatisfação, principalmente no curso de Gastronomia, que obteve os piores resultados nas lacunas das dimensões.

Em contrapartida, destacam-se os cursos de Confeitaria, Eventos, Guia de Turismo Regional e Panificação, que superaram, em pelo menos uma das dimensões, as expectativas de seus discentes. Esse resultado contrasta com os achados nos estudos de Bhuiyan (2016), Kouchaki e Motaghi (2017), Mongay (2014), Nascimento (2014), Rezaei *et al.* (2017) e Smania (2019), os quais apontam hiatos em todas as dimensões, demonstrando que os *scores* para percepção se encontram constantemente inferiores aos *scores* das expectativas.

## 6 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como principal objetivo analisar a percepção dos alunos sobre a qualidade do serviço nos cursos das áreas de Turismo, Hospitalidade e Lazer do IFSC com base na escala Servqual.

No que tange a identificação das expectativas dos estudantes sobre a qualidade percebida, observou-se que as maiores médias, relativas às expectativas dos discentes dos cursos de Cozinha, Gastronomia, Gestão de Turismo, Guia de Turismo Regional e Hotelaria estão atreladas à dimensão segurança; enquanto os cursos de Confeitaria, Eventos, Hotelaria, e Restaurante e Bar apresentaram maior média na dimensão prestação. Essas constatações sugerem que os respondentes possuem expectativas mais altas em relação à segurança e prestação do que em relação às demais dimensões avaliadas no estudo. Em sentido oposto, a dimensão tangibilidade foi a de menor expectativa nos cursos de Confeitaria, Cozinha, Gastronomia, Gestão de Turismo, Hotelaria, Panificação, e Restaurante e Bar. Para os cursos de Eventos e Guia de Turismo Regional, as piores médias se destacaram na dimensão empatia.

No que diz respeito à qualidade percebida, constatou-se que a dimensão segurança apresentou a maior média entre as dimensões, nos cursos de Cozinha, Gastronomia, Gestão de Turismo, Hotelaria, e Restaurante e Bar. Já nos cursos de Panificação e Confeitaria, as médias resultaram na maior qualidade percebida na dimensão prestação. As menores percepções quanto aos serviços prestados se referem, principalmente, à dimensão tangibilidade, referida em oito dos nove cursos pesquisados: Confeitaria, Eventos, Gastronomia, Gestão de Turismo, Guia de Turismo Regional, Hotelaria, Panificação, e Restaurante e Bar.

Para identificar os maiores *gaps*, foi realizada a diferença entre as expectativas e a qualidade percebida. Assim, percebeu-se que a dimensão tangibilidade apresenta lacunas em todos os cursos, sugerindo que estudantes de todos os cursos avaliados não têm suas expectativas atendidas quanto à infraestrutura oferecida. Para os cursos de Eventos, Gestão de Turismo, Guia de Turismo, Panificação, e Restaurante e Bar, esta foi a dimensão de pior *score*. Nos cursos de Confeitaria e Gastronomia, o maior *gap* situa-se na dimensão confiabilidade, enquanto, para os cursos de Hotelaria e Cozinha, situa-se na dimensão empatia.

Por outro lado, ressalta-se a dimensão segurança que, além de registrar o menor *gap* em cinco dos cursos pesquisados (Cozinha, Eventos, Gastronomia, Hotelaria, e Restaurante e Bar), se destaca também por apresentar *scores* positivos em três desses cursos (Eventos, Guia de Turismo Regional e Panificação). Diferente do apresentado por Garcia (2019), as dimensões deste trabalho não configuraram em sua totalidade como *gaps*, ou seja, alguns itens e dimensões atenderam às expectativas dos estudantes, sendo suas percepções superiores ao esperado. As dimensões confiabilidade, prestação, segurança e empatia apresentaram índices positivos em, pelo menos, um dos cursos estudados.

De maneira geral, foi possível analisar a percepção dos alunos sobre a qualidade do serviço nos cursos das áreas de Turismo, Hospitalidade e Lazer, do IFSC com base na escala Servqual. A partir das respostas dos estudantes se percebeu um *gap* principalmente quanto aos itens da dimensão tangibilidade.

Quanto às limitações dessa pesquisa, destaca-se o fato de serem coletados dados de apenas uma instituição. Outra limitação está atrelada a data de aplicação dos questionários (período de aplicação de avaliações e término do semestre letivo) que afetou o tamanho da amostra. Como sugestões futuras, propõem-se a aplicação do modelo Servqual em outras instituições de ensino que atuem nas áreas de Turismo, Hospitalidade e Lazer para efeitos comparativos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABILI, K.; NARENJI THANI, F.; AFARINANDEHBIN, M. Measuring university service quality by means of Servqual method. **Asian Journal on Quality**, v. 13, n. 3, p. 204-211. 2012.
- ANDRADE, A. R. A universidade como organização complexa. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 7, n. 3, p. 3-65, 2002.
- ANSARY, A.; JAYASHREE, S.; MALARVIZHI, C. A. N. The effect of gender and nationality on service quality in Malaysian higher education. **The Journal of Developing Areas**, v. 48, n. 4, p. 97-118, 2014.
- ARAÚJO, J. A. R.; SILVA, W.; GURGEL, J.; DERETTI, S. Quality evaluation in post-graduate diploma courses from the students' perspective: An exploratory study in Brazil. **The International Journal of Management Education**, v. 14, n. 3, p. 454-465, 2016.
- BATESON, J. E. G.; HOFFMAN, K. D. **Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos**. 4. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015.
- BHUIAN, S. N. Sustainability of Western branch campuses in the Gulf Region: Students' perspectives of service quality. **International Journal of Educational Development**, v. 49, p. 314-323, 2016.
- CALVO-PORRAL, C.; LÉVY-MANGIN, J.P.; NOVO-CORTI, I. Perceived quality in higher education: an empirical study. **Marketing Intelligence & Planning**, v. 31, n. 6, p. 601-619, 2013.

- CHASTON, I. Are British universities in a position to consider implementing Total Quality management? **Higher Education Quarterly**, v. 48, n. 2, p. 118-134, 1994.
- DETTMER, B.; SOCORRO, C.; KATON, H. T. Marketing de serviços – análise da percepção da qualidade de serviços através da ferramenta Servqual em uma instituição de ensino superior de Santa Catarina. **Revista de Ciências da Administração**, v. 4, n. 8, p. 60-74, jan. 2002.
- DUARTE, N. O.; OLIVEIRA, F. S.; PIRES, M. A. L.; ANDRADE, F. M.; PAULA, P. P. Avaliação das Expectativas Relacionadas aos Serviços de Uma Instituição de Ensino Superior Segundo o Modelo Servqual. **Revista Alcance**, v. 22, n. 3, p. 410-424, 2015.
- FIRDAUS, A. Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF. **Marketing Intelligence & Planning**, v. 24, n.1, p.31-47, 2016.
- GALVÃO, L. **Avaliação da qualidade dos serviços educacionais na perspectiva da comunidade acadêmica de um Instituto Federal**: o emprego da escala Servqual. 2017. 105 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Organizacional) - Universidade Federal de Goiás, Catalão, 2017.
- GARCIA, A. C. F.; SMANIA, G. R.; WERNKE, P. R.; SARQUIS, A. B.; SOARES, S. V. Uso da escala Servqual em pesquisas sobre qualidade de serviços no contexto da instituição de ensino. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA, 19, 2019, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2019, p. 1-17.
- GREEN, P.; RAMROOP, S. Service delivery at a satellite campus: A Durban University of Technology case study. **International Journal of Educational Sciences**, v. 7, n. 3, p. 615-622, 2014.
- HOSSAIN, Muhammad Jaber. A Study of the Causes of User Dissatisfaction in Academic Libraries: A Case of University Students in a Developing Country. **Journal of Library Administration**, v. 54, n. 6, p. 462-482, 2014.
- INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA. **Histórico do Câmpus Continente**. Disponível em: <<http://www.ifsc.edu.br/web/campus-florianopolis-continente/historico>>. Acesso em: 2 out. 2019.
- KASSIN, N. M.; BOGARI, N.; ZAIN, M. Female students' perception of service quality in a gender-segregated college environment. **Social Behavior and Personality: an international journal**, v. 43, n. 6, p. 921-930, 2015.
- KASSIN, N. M.; ZAIN, M. Service quality: Gaps in the college of business. **Services Marketing Quarterly**, v. 31, n. 2, p. 235-252, 2010.
- KOUCHAKI, E. Education services quality of Kashan Medical Science University, based on Servqual model in viewpoints of students. **International Archives of Health Sciences**, v. 4, n. 4, p. 84. 2017.
- LOURENCO, 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 de Negócios**, v. 13, n. 39, p. 219-233, 2011.
- MAGIONI, B.; PASCUCI, L.; MEYER Jr, V. Managerialism em Universidades: Contribuições e Limitações da Adoção do Planejamento Estratégico em uma Universidade Pública Federal. In: ENCONTRO DA ANPAD, 38., 2014, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2014. p. 1-3.

- MAZARO, A. L.; SADOYAMA, A. S. P.; LEAL, G. S. Análise da qualidade de serviços educacionais de uma instituição de ensino superior privada. **Revista EDaPECI - Educação a Distância e Práticas Educativas Comunicacionais e Interculturais**, v. 17, n. 3, p. 6-19, 2017.
- MCELWEE, G.; REDMAN, T. Upward appraisal in practice: an illustrative example using the QUALED model. **Education Training**, v. 35, n. 2, 1993.
- MEYER JUNIOR, V.; LOPES, M. C. B. Administrando o imensurável: uma crítica às organizações acadêmicas. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 13, n. 1, p. 40-51, 2015.
- MEYER JUNIOR, V.; PASCUCCHI, L.; MANGOLIN, L. Gestão estratégica: um exame de práticas em universidades privadas. **Revista de Administração Pública**, v. 46, n. 1, p. 49-70, 2012.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário Estatístico do Turismo: Ano Base 2019**. Disponível em: < <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05/item/381-anuario-estatistico-de-turismo-2019-ano-base-2018/381-anuario-estatistico-de-turismo-2019-ano-base-2018.html>>. Acesso em: 02 de out de 2019.
- MONGAY, J.. Service Quality Measurement Using Servqual. An Applied Comparative Study on Customer Perceptions and Expectations under an International Approach. **Expert Journal of Marketing**, v. 2, n. 2, p. 82-85, 2014.
- NARANG, R. How do management students perceive the quality of education in public institutions? **Quality Assurance in Education**, v. 20, n. 4, p. 357-371, 2012.
- NOGUEIRA, T. G.; LAS CASAS, A. L. 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. **Pensamento & Realidade**, v. 30, n. 1, p. 23. 2015.
- OLIVEIRA, L. G.; SANTANA, R. L. F.; GOMES, V. C. Inovação no setor público: Uma reflexão a partir das experiências premiadas no Concurso Inovação na Gestão Pública Federal. **Cadernos Enap**, 38, p. 1-59. 2014.
- OLIVEIRA, O. J.; FERREIRA, E. C. Adaptação e aplicação da escala Servqual na educação superior. **GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, v. 3, n. 3, 133-146. 2008.
- PARASURAMAN A.; ZEITHAML, V.; BERRY, L. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing**, v. 49, n. 4, p. 41-50, 1985.
- PARASURAMAN A.; ZEITHAML, V.; BERRY, L. Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, **Journal of Retailing**, v. 64, n.1, p.14-40, 1988.
- PEREIRA, B. C. S.; GIL, C. Avaliando a Satisfação de Alunos de Escolas de Administração: uma nova perspectiva de gestão. **Revista de Administração**, v. 5, n. 1, p. 1-21, 2008.
- PILLAY, M. A.; MBAMBO, S. N.; MASON, R. B. Service quality's role in students' decisions to study at Further Education and Training Colleges. **International Journal of Educational Sciences**, v. 18, n. 1-3, p. 87-100, 2017.
- REZAEI, J. et al. Quality assessment of airline baggage handling systems using Servqual and BWM. **Tourism Management**, v. 66, p.85-93, 2018.
- RODRIGUES, L. Comparison of Servqual and Servperf metrics: an empirical study. **The TQM Journal**, v. 23, n. 6, p. 629-643, 2011.

- SMANIA, G. R. **Análise de um curso técnico integrado em uma instituição de ensino com o uso da escala Servqual**. 2019, 212f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis: 2019.
- SOARES, M.; NOVASKI, O.; ANHOLON, R. Servqual model applied to higher education public administrative services. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, v. 14, n. 3, p. 338-349, 2017.
- SOUTAR, G. N.; MCNEIL, M.M.; LIM, K.. Service quality and the overseas' student: Some Australian experiences. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, v. 6, n. 1/2, p. 28-40, 1994.
- SOUTAR, G.; MCNEIL, M.. Measuring service quality in a tertiary institution. *Journal of Educational Administration*, v. 34, n. 1, p. 72-82, 1996.
- TAN, K. C.; KEK, S. W. Service quality in higher education using an enhanced Servqual approach. *Quality in higher education*, v. 10, n. 1, p. 17-24. 2004.
- WALSH, Kieron. Marketing and Public sector management. *European Journal of Marketing*, v. 28, n.3, p. 63-71. 1994.
- YOUSAPRONPAIBOON, K. Servqual: Measuring higher education service quality in Thailand. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, v. 116, p. 1088-1095, 2014.
- ZEITHAML, V.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L. **A excelência em serviços: como superar as expectativas e garantir a satisfação completa de seus clientes**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.