

ARTIGOS

A RELAÇÃO ENTRE PERCEPÇÃO DE QUALIDADE
NA EDUCAÇÃO SUPERIOR E MOTIVAÇÃO DE
DISCENTES UNIVERSITÁRIOS

RESUMO

Mediante o crescimento do mercado universitário brasileiro, o objetivo deste trabalho é identificar a existência de relação entre a percepção de qualidade e a motivação de discentes universitários em relação à IES. Saber a opinião dos clientes/alunos é importante para que seja possível oferecer serviços mais adequados, mantendo-se no competitivo mercado. Neste trabalho, realizou-se uma pesquisa quantitativa, de campo, com 179 discentes de Administração de duas IES, uma pública e outra privada. Os resultados apontaram que existe relação entre os constructos motivação e qualidade.

Palavras-chave: Qualidade. Motivação. Ensino superior.

Joelma Soares da Silva
joelma.soares@ufc.br

*Doutoranda em Administração.
Professora Adjunta no
Departamento de Administração
da Universidade Federal do
Ceará, UFC - Fortaleza – CE - BR.*

Izabelle Quezado Barbosa
izabellequezado@gmail.com

*Doutora em Administração de
Empresas pela Universidade de
Fortaleza, UNIFOR - Fortaleza
- CE - BR.*

Ellen Campos Sousa
ellensousa@yahoo.com.br

*Doutoranda em Administração
pela Universidade de Fortaleza
com pesquisa na Universidade
Internacional da Flórida - FIU - EUA.*

Estevão Lima de Carvalho Rocha
estevao.lcr@gmail.com

*Mestre em Administração.
Pró-Reitor de Planejamento
e de Administração do Centro
Universitário Christus,
Unichristus - Fortaleza - CE - BR.*

Verónica Peñaloza
vero.pf@hotmail.com

*Doutora em Economia. Professora
no Programa de Pós-graduação
em Administração da Universidade
Estadual do Ceará, UECE -
Fortaleza - CE - BR.*

1 INTRODUÇÃO

A educação superior brasileira passou por muitas mudanças desde que foi constituída. A partir da década de 1990, políticas de expansão do ensino superior incentivaram o aumento do número de cursos de graduação e da quantidade de vagas. Desde o ano 2000, o expressivo aumento no número de Instituições de Ensino Superior (IES) no Brasil é uma realidade que as colocou em acirrada competitividade.

De acordo com o último censo divulgado da educação superior, em 2013, o país já contava com 2.391 IES, sendo apenas 301 públicas, e a maioria delas, 2.090 instituições, são privadas (BRASIL, 2013). Além do número de instituições, observa-se, também, uma discrepância no quantitativo de matrículas em cursos de graduação presenciais. Em todo o Brasil, no ano de 2013, um total de 6.152.405 alunos estava matriculado, sendo a maioria, 4.374.431 (71%), no setor privado.

Na percepção de Brunner e Uribe (2007), o tratamento do ensino superior como mercado de educação é uma tendência mundial. Essa “mercantilização” não é atributo específico das faculdades privadas, vai além dessa divisão. As IES públicas no Brasil, e em todo o mundo, precisam competir entre si e com as IES privadas, por projetos, por estudantes (clientes), por prestígio, recursos, entre outros.

Por isso, suas organizações têm-se transformado, continuamente, em empresas, a partir do estabelecimento de estratégias, prioridades e com missões mais explícitas (SCHWARTZMAN, 2009). Brunner (1995) afirma, ainda, que os mecanismos de mercado desempenham um papel de coordenação nos sistemas de ensino superior, e que, tanto as instituições públicas quanto as privadas operam nesse segmento, respondendo às demandas do mercado consumidor, ou seja, dos alunos.

Estudos têm sido desenvolvidos com enfoque nas IES, considerando-as, em sua essência, como empresas prestadoras de serviços (MELLO; DUTRA; OLIVEIRA, 2001; ONU-SIC, 2011; MAINARDES; DOMINGUES, 2011). Dessa forma, é importante que a IES tenha orientação de marketing para que consiga perceber e satisfazer os desejos de seu consumidor, mantendo-se competitiva no mercado, uma vez que passa por avaliação diária e não oficial, condicionada à percepção individual que o cliente tem sobre a qualidade do serviço que lhe é ofertado.

Neste trabalho, adota-se como cliente todo aluno matriculado na IES, conforme defendido por Mezomo (2004). Portanto, identificar a qualidade percebida pelo aluno e saber se existe relação entre essa qualidade e a motivação do estudante torna-se relevante para que a IES atenda às necessidades de seus clientes e mantenha-se saudável neste competitivo mercado.

O conceito de qualidade é complexo, dada a subjetividade que o envolve. No caso da educação, esse conceito assume uma particularidade mais significativa, pois não há produto tangível a ser avaliado, mas antes uma prestação de serviço de entrega contínua direcionado ao intelecto, à mente do cliente (LOVELOCK, 1983). Delimitando-se ao ensino superior, a percepção de qualidade perpassa pelo contexto social, expectativas profissionais e cognitivas, além de aspectos pessoais do discente.

Para Nakagawa (1995), a qualidade do ensino não é apenas o que se compreende como qualidade de aula, experiência e prática de professores, entre outros, e, sim, a consequência de

diversos processos de negócio, desde a criação do curso até a satisfação completa de expectativas e necessidades do mercado. Para se obter essa qualidade, é necessário que os clientes sejam ouvidos, a fim de descobrir suas necessidades e expectativas, e que haja o envolvimento de todos os docentes e funcionários da própria organização com o processo de contínuo aperfeiçoamento (NAKAGAWA, 1995).

De acordo com Gil (2009, p.43), “os estudantes não constituem uma massa homogênea” e, nessas condições, inúmeras variáveis exercem influência sobre eles, “principalmente aquelas que se constituem não educacionais, como a capacidade de aprender, que podem ser físicas, psicológicas ou ambientais.” (GIL, 2009, p. 53). Um aluno desmotivado pode desistir de seu curso e evadir-se. A evasão estudantil nas IES é um problema identificado em âmbito mundial.

A perda dos alunos/clientes que abandonam os cursos é um desperdício social, acadêmico e econômico, tanto para instituições públicas quanto para as privadas (SILVA FILHO et al., 2007). Uma das formas de se estudar a evasão é pesquisando a não evasão, ou seja, o envolvimento e a percepção do aluno em relação à IES; por exemplo, a sua percepção de qualidade e sua motivação.

Neste sentido, destaca-se a motivação pessoal, que poderá advir de estímulos externos ou internos. A motivação do aluno é enfatizada, frequentemente, por estudiosos da área (GUIMARÃES; BORUHOVITCH, 2004; GAGNÉ, 1985) como componente essencial no incremento da aprendizagem, pois a qualidade obtida de um serviço que se adquire em uma IES depende, também, da receptividade do aluno para receber tal serviço. Acredita-se que o estudante tem que estar motivado e interessado em adquirir o conhecimento repassado.

Diversos estudos têm sido direcionados, ora para se avaliar a qualidade do serviço educacional prestado (SOUSA, 2009; MAINARDES; DOMINGUES, 2011; ONUSIC, 2011; HOFFMANN et al., 2014; LACERDA; FERRI, 2015), ora para se avaliar a motivação dos

alunos diante do serviço prestado em forma de ensino (MARINS; MOURÃO, 2007; BORUCHOVITCH, 2008; JOLY; PRATES, 2011). Entretanto, embora a qualidade e a motivação tenham sido apontadas como fatores associados ao setor de serviços educacionais, com vasta literatura abordando esses temas, não foram encontrados, na literatura consultada, estudos nacionais que enfoquem a relação entre esses dois temas no contexto do ensino superior.

Diante das pesquisas anteriormente aduzidas, o presente estudo visa a responder a seguinte questão: qual a relação entre a qualidade percebida no serviço educacional e a motivação dos alunos para receber esse serviço em forma de aprendizagem? A fim de responder a essa questão, foi considerado o avanço dos estudos, tanto da qualidade quanto da motivação no setor educacional. Duas escalas, adaptadas e validadas para o segmento do ensino superior, foram utilizadas na composição da metodologia deste trabalho (ONUSIC, 2011; SOBRAL, 2003). Dessa forma, foi estabelecido, como objetivo geral, identificar a relação entre a percepção de qualidade e motivação de discentes universitários em relação à IES.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 QUALIDADE NO ENSINO SUPERIOR

A qualidade dos serviços tem sido um tema frequentemente estudado no marketing de serviços. Para Lovelock e Wright (2004), as características principais deste tipo de marketing são a intangibilidade, a inseparabilidade entre produção e consumo, o não armazenamento para utilização futura e a heterogeneidade, pois serviços envolvem pessoas, e estas são diferentes. Para Berry e Parasuraman (1992), a essência do marketing de serviços é o próprio serviço, e a qualidade do serviço é a base do marketing para esse tipo de empresa. Os autores afirmam que, para o mix de marketing - produto, praça, preço e promoção - funcionar, é essencial que exista um "Q" maiúsculo de Qua-

lidade, e que, em uma economia de serviços, a competitividade empresarial ocorre pela qualidade dos serviços prestados.

O conceito de qualidade é de difícil definição, uma vez que envolve fatores multidimensionais e de medições complexas. Sua interpretação depende de quem o está utilizando, mas, normalmente, a definição desse termo está relacionada com seu elemento central, que é o cliente. A qualidade percebida pelos clientes de uma empresa de serviços é um de seus pontos-base de competitividade (MARINHO; POFFO, 2016). Ela exerce influência no comportamento de escolha do consumidor (ANJOS NETO; MOURA, 2004). De acordo com Tureta, Rosa e Oliveira (2007), é mais complexo mensurar a qualidade em um serviço do que de um bem manufaturado, pois este possui elementos tangíveis, enquanto os serviços são compostos de elementos intangíveis, sendo, dessa forma, um processo bastante subjetivo.

A qualidade do serviço prestado deve ser vista como uma resposta subjetiva do consumidor em referência ao desempenho do prestador de serviço, ou seja, é um conceito relativo, uma opinião pessoal de cada cliente (PARASURAMAN; ZEITHAML; BERRY, 1988). Sabe-se, ainda, que um dos requisitos básicos para o sucesso da organização é oferecer qualidade superior nos serviços. Por isso, torna-se necessário que a empresa identifique a percepção de seus clientes (ANJOS NETO; MOURA, 2004).

A qualidade do serviço educacional é ainda mais difícil de ser mensurada, uma vez que se trata de um serviço realizado continuamente, no dia a dia, que se destina ao intelecto, a partir transmissão de conhecimento aos discentes (LOVELOCK, 1983). De acordo com Estrada (1999), a qualidade do serviço nesse setor implica um processo contínuo de melhoria em cada um de seus elementos, também requerendo, necessariamente, sucessivas avaliações. Segundo o autor, a qualidade da educação pode ser expressa como uma opinião de valor sobre um elemento ou um conjunto de elementos educacionais, e a avaliação é o juízo de valor dado a esses elementos.

A educação superior tem que ter, como diretriz, não só a qualidade imediata, devendo estar comprometida com o desenvolvimento pessoal e profissional do aluno, promovendo a integração geral do saber e contribuindo para a formação total do indivíduo como ser humano (OLIVEIRA, 1995). A qualidade das instituições de ensino está diretamente ligada ao desenvolvimento do aluno, que é observado por resultados cognitivos, acadêmicos e não acadêmicos (VENÂNCIO; OTERO, 2003).

A dificuldade de se analisar a qualidade de um serviço educacional, para Bandeira et al. (1998), está no fato de a necessidade do cliente precisar experimentá-lo antes ou orientar-se por indicadores indiretos, como o sucesso de ex-alunos em exames oficiais. Mainardes e Domingues (2011) também concordam que qualidade é algo de avaliação subjetiva. Para eles, o fato de cada instituição criar sua forma de análise e mensuração pode gerar interpretações diferentes, levando a entendimentos múltiplos em relação ao reconhecimento de qualidade das IES. Schwartzman (1997) percebe a educação superior como um processo produtivo que precisa ter qualidade nos insumos e na gestão, da mesma forma que qualquer outro serviço ou mesmo no setor industrial.

O expressivo aumento do número de Instituições de Ensino Superior (IES) no Brasil é uma realidade que as colocou no foco de avaliações constantes, tanto externas, por parte do governo, quanto internas, pela própria instituição, no intuito de se ter assegurada a qualidade dos serviços educacionais e, na visão gerencial, manter a instituição competitiva. Atualmente, no Brasil, o órgão do governo que regula e avalia a qualidade das IES é o Ministério da Educação (MEC). Essa avaliação institucional é integrada por diversos instrumentos que se complementam, formando o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), criado em 2004 (BRASIL, 2004). Um dos instrumentos avaliativos utilizados que compõe o SINAES é a autoavaliação, feita internamente pela própria instituição, seguindo um roteiro geral proposto pelo MEC. Os resultados do estudo de Marinho

e Poffo (2016) sugerem, todavia, que os indicadores de qualidade da avaliação do MEC apontam um resultado inferior àqueles percebidos pelos sujeitos da amostra, que engloba discentes, docentes e gestores de IES.

Tal achado evidencia a importância de avaliações da qualidade dos serviços dos cursos de IES para que sejam diagnosticadas as percepções dos alunos em relação ao serviço oferecido. Percebe-se, dessa forma, uma abertura nesse campo teórico para estudos e pesquisas, adotando-se modelos de mensuração da qualidade de serviços, como o de Siqueira e Carvalho (2006), que pesquisaram 213 alunos de cursos de administração e perceberam que os estudantes da instituição particular tiveram maior percepção global de qualidade em relação aos alunos da IES pública.

No presente estudo, o modelo de mensuração adotado foi o utilizado e validado por Onusic (2011) em uma pesquisa com alunos da FEA/USP. Em seu estudo, Onusic (2011) investigou a qualidade dos serviços educacionais de quatro cursos de graduação, com o objetivo de identificar os fatores que contribuem para que o aluno fique satisfeito e seja leal ao curso escolhido. Uma das hipóteses propostas pela autora, que foi confirmada em sua pesquisa, relacionava a qualidade percebida com a satisfação dos alunos.

A autora adaptou para a realidade de instituições de ensino, com constructos e variáveis que contemplam os quesitos necessários, o modelo criado por Bloemer, Ruyter e Peeters (1998) para a avaliação da qualidade de serviços de instituições financeiras, que aborda quatro conceitos: qualidade, imagem, lealdade e satisfação. Somado a isso, as dimensões da escala SERVQUAL de Zeithaml, Parasuraman e Berry (1985) foram aplicadas no constructo de qualidade para se compreender melhor a percepção dos alunos em relação à qualidade da IES. Após a realização da pesquisa, a autora manteve todas as variáveis do constructo da qualidade, pois obtiveram um alpha de cronbach superior a 0,89 cada, atestando a confiabilidade da escala.

No presente artigo, dos quatro constructos de Onusic (2011), utilizou-se exclusivamente o de qualidade. Os constructos de imagem, lealdade e satisfação não foram utilizados por não fazerem parte do objetivo desta pesquisa. O constructo aqui abordado, qualidade, é composto por trinta variáveis distribuídas em cinco fatores/dimensões, que são:

- a) **Corpo docente:** diferente da avaliação feita pelo MEC, que foca na titulação e experiência do professor, este fator da pesquisa tem o interesse em analisar alguns aspectos do docente em sala de aula, como sua metodologia, sua competência em relacionar a teoria com a prática e seu relacionamento com os alunos. Para Kotler e Fox (1994), ao se tratar de serviços educacionais, a função do professor é essencial. Ele deve entender que o aluno é consumidor e, ao mesmo tempo, um produto que está em desenvolvimento;
- b) **Corpo técnico-administrativo:** para esta pesquisa, entende-se como todos os demais funcionários que interagem diretamente com os alunos, exercendo funções administrativas, de atendimento, de apoio e de segurança. Para uma IES que preza pela qualidade de seus serviços, é essencial manter o corpo de funcionários qualificado, para que os alunos tenham suas necessidades e desejos atendidos (GUIMARÃES, 2003);
- c) **Relacionamento-discente:** entendendo o consumidor-aluno como também produto da IES, visto que o conhecimento é dirigido a seu intelecto, percebe-se que seu comportamento é fundamental para a boa qualidade do serviço. Este fator visa a avaliar a participação do estudante no processo de aprendizado como, também, o seu interesse e atenção durante as aulas e o respeito com os colegas;
- d) **Aspectos tangíveis:** este fator pesqui-

sado refere-se a aspectos como estrutura física, equipamentos, biblioteca, limpeza, segurança, localização, etc. Para Zeithaml e Bietner (2003), refere-se ao ambiente no qual ocorrem a execução do serviço e a interação com o cliente;

- e) **Processos administrativos:** de acordo com Zeithaml e Bietner (2003), os processos são os procedimentos, os mecanismos e os roteiros de atividades que fazem parte da execução do serviço. Para este estudo, consideram-se os processos relacionados com as atividades inerentes ao curso de graduação, como a matrícula, que podem influenciar na percepção do aluno em relação à qualidade do serviço prestado.

2.2 MOTIVAÇÃO NO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM NO ENSINO SUPERIOR

A motivação e seus reflexos têm sido objeto de estudo em diversos campos das organizações humanas. No emprego profissional, na prática de esportes, na vida social e nos estudos escolares, pesquisas têm sido desenvolvidas nos vários tipos e níveis de motivação, a fim interpretar seu papel em cada área específica (GAGNÉ; DECI, 2005; HEGARTY, 2010).

Em especial, no meio educacional, a motivação tem sido apontada como fator psicopedagógico que afeta diretamente o desempenho escolar dos estudantes. Pesquisas têm avançado com o intuito de investigar o impacto deste fenômeno na aprendizagem e no desenvolvimento educativo (GAGNÉ, 1985; GUIMARÃES; BORUCHOVITCH, 2004; MARINS; MOURÃO, 2007).

Na área educacional, trabalhos têm sido desenvolvidos com ênfase nas relações entre cognição e motivação acadêmica. Estuda-se de que forma construtos podem ter influência significativa no processo acadêmico de ensino-aprendizagem (JOLY; PRATES, 2011). Entre

os estudos científicos realizados no campo da motivação acadêmica, uma linha de pesquisa deriva da teoria da autodeterminação desenvolvida por Deci e Ryan (1985).

Essa teoria apresenta dois tipos de motivação: a intrínseca e a extrínseca. Enquanto a primeira abrange comportamento mais autônomo, de causalidade interna, a segunda é regida por influência do ambiente social, ou por causa de contingências recompensadoras. A ausência de motivação intrínseca ou extrínseca foi conceituada como desmotivação, compondo o grupo dos três tipos de motivação proposto na teoria de autodeterminação.

Uma subdivisão das motivações intrínseca e extrínseca tem sido utilizada nessa teoria para classificar os tipos de motivação quanto às manifestações individuais de interesse, satisfação e adaptação. Em relação à motivação intrínseca, observam-se os seguintes tipos: motivação intrínseca para conhecer; motivação intrínseca para realizações e motivação intrínseca para experiências estimuladas.

Quanto à motivação extrínseca, inclui-se: regulação externa; regulação introjetada e regulação por identificação (VALLERAND et al., 1992). Esses mesmos autores apresentam uma escala, embasada na teoria de autodeterminação, para fins de medição da motivação em alunos universitários, com o título em inglês de *Academic Motivation Scale* (AMS).

No Brasil, essa escala foi traduzida e utilizada por Sobral (2003) com estudantes do Curso de Medicina da Universidade de Brasília (UNB). O autor denominou-a de Escala de Motivação Acadêmica (EMA). Tal qual a escala americana AMS, essa escala consiste de 28 itens em forma de questões, que têm representado as razões pelas quais os estudantes decidem frequentar uma universidade. Essas questões estão separadas em sete grupos com quatro itens cada, distribuídos na seguinte divisão: três representam tipos de motivação intrínseca, três correspondem a tipos de motivação extrínseca e um como representante da desmotivação.

Os resultados da pesquisa realizada por Sobral (2003) atestam a confiabilidade e validam os construtos do instrumento apresentado. O autor enfatiza que os fundamentos da teoria de autodeterminação são apropriados para o ensino superior, em face de a abordagem tipificada da motivação apresentar implicações nos diversos resultados do processo ensino-aprendizagem.

Entretanto, autores como Guimarães e Boruchovitch (2004) alertam para a necessidade de mais aplicações da teoria da autodeterminação, por meio da escala EMA no Brasil. Criada originalmente para outras culturas educacionais estrangeiras, sua adaptação à realidade nacional pode ser melhorada a partir de mais resultados empíricos com estudantes brasileiros.

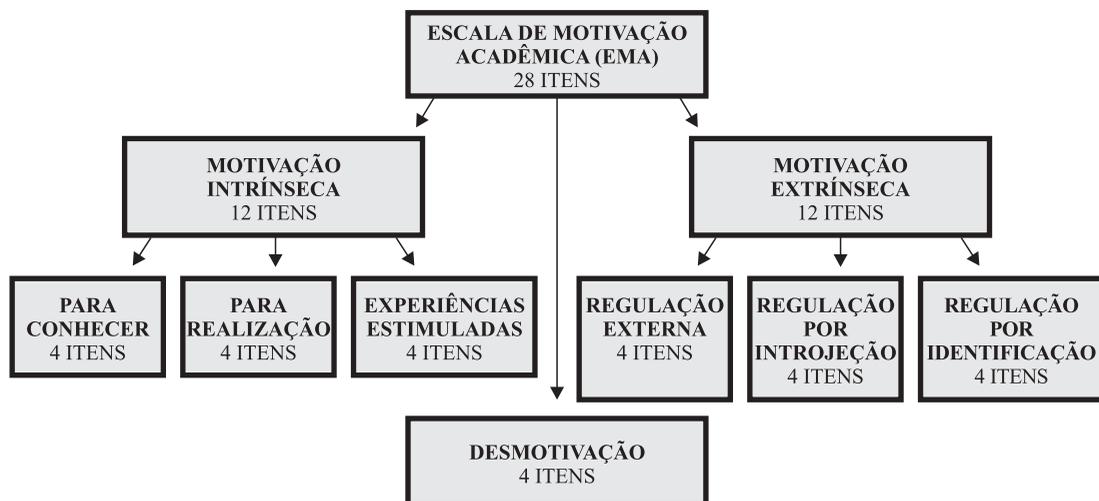


Figura 1 - Esquema da escala EMA.

Fonte: adaptado de Gagné e Deci (2005).

Em um estudo realizado com 225 alunos de IES públicas e privadas, Boruchovitch (2008) percebeu diferença nas médias das motivações. Os alunos da IES pública apresentaram maior média nas motivações intrínseca e extrínseca. Já no estudo de Falcão e Rosa (2008), com 267 estudantes, foram os alunos da IES privada que obtiveram maiores escores nas médias motivacionais. Os autores acreditam que um dos fatores responsáveis por esse resultado são as instalações e a tecnologia, considerados fatores preponderantes e motivadores, que, na IES pública, deixam a desejar.

Nesse sentido, o presente trabalho visa a ampliar o espectro do estudo da motivação acadêmica. Pretende-se analisar as relações entre a qualidade do serviço educacional e a motivação acadêmica. Dessa forma, ao estudar essas relações, intenciona-se apresentar resultados que indiquem que a qualidade do serviço educacional pode contribuir, positivamente, para o resultado da aprendizagem dos alunos.

Considerando a subjetividade que norteia a percepção de qualidade e a motivação, as hipóteses a seguir são estabelecidas como possíveis respostas ao problema suscitado anteriormente:

- H₁: Os alunos da IES privada são mais motivados extrinsecamente.
- H₂: Os alunos da IES pública são mais motivados intrinsecamente.
- H₃: Os alunos da IES particular percebem uma maior qualidade na IES em que estudam do que os alunos da IES pública.
- H₄: Os alunos mais motivados avaliam a qualidade como sendo melhor.

3 METODOLOGIA

O presente estudo é exploratório-descritivo com abordagem quantitativa. A amostra é de natureza não probabilística por conveniência, composta por 179 estudantes de dois cursos de Administração de duas IES, sendo uma universidade pública e uma faculdade privada, ambas localizadas na cidade de Fortaleza/CE.

A escolha da IES privada pesquisada

neste trabalho foi feita em três etapas. Primeiramente, analisou-se o conceito remetido pelo MEC referente aos cursos de graduação de todas as faculdades particulares da cidade de Fortaleza-CE, Brasil. Foram selecionadas as três faculdades com os maiores Índices Gerais de Cursos (IGC) do ano de 2010. O IGC é uma métrica estipulada pelo MEC utilizada como indicador de qualidade dos cursos de instituições de educação superior. O valor atribuído para o IGC de um determinado ano depende em maior grau do Conceito Preliminar de Curso (CPC) do triênio corrente e em menor grau do conceito dos cursos de pós-graduação da IES, o valor resultante irá variar de 0 a 5 pontos (BITTENCOURT; CASARTELLI; RODRIGUES, 2009).

No momento seguinte, optou-se por escolher uma faculdade privada para se realizar a pesquisa seguindo o critério de antiguidade. Foi analisada, junto ao portal do MEC, a data de credenciamento das três faculdades com melhores IGC. Dessa forma, foi escolhida a Faculdade Christus, devido a seu credenciamento ter ocorrido em 1994, enquanto as outras duas faculdades analisadas foram credenciadas posteriormente: a Faculdade 7 de Setembro (credenciada em 2000), e a Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza (credenciada em 2002). A IES pública escolhida foi a Universidade Estadual do Ceará (UECE) seguindo o critério de acessibilidade e facilidade.

A escolha do curso é justificada por sua grande representatividade no contexto brasileiro. Nos últimos 10 anos de censo da educação superior, realizado pelo MEC, a área de Ciências Sociais, Negócios e Direito é a que contempla o maior número de cursos de graduação presencial, e, dentro dessa área, os cursos de Gerenciamento e Administração representam a maioria (BRASIL, 2013).

Em dados numéricos, no censo do ano de 2013, existiam 30.791 cursos de graduação presencial em todo o país. Desses, 9.156 correspondiam à área de Ciências Sociais, Negócios e Direito, sendo especificamente 4.111 cursos de Gerenciamento e Administração. Se a análise for feita a partir dos dados referentes

a vagas ofertadas, a importância desse curso se torna ainda mais evidente. Do quantitativo de 3.429.715 vagas ofertadas, um total de 687.326 (20%) corresponde a vagas nos cursos de Gerenciamento e Administração, sendo o que possui maior oferta entre todos os outros cursos superiores presenciais (BRASIL, 2013).

Como instrumento de pesquisa, foi utilizado um questionário estruturado dividido em três partes. A primeira apresenta a escala de Qualidade proposta por Onusic (2011), composta de 30 (trinta) itens. A segunda parte foi composta pela Escala de Motivação Acadêmica (EMA), oriunda da *Academic Motivation Scale* (AMS). Traduzida e validada no Brasil por Sobral (2003), a EMA é constituída de 28 itens.

A terceira parte aborda as questões de natureza socioeconômica, que serviram para caracterização dos respondentes. As questões foram aplicadas por meio de uma escala tipo Likert, de 10 pontos, em que, na Escala de Qualidade, 0 corresponde a “nada satisfeito” e 10 corresponde a “muito satisfeito”, e, na EMA, 0 corresponde a “nada importante” e 10 corresponde a “muito importante”. Além dessas questões, foram incluídas outras de natureza socioeconômica, como gênero, idade, estado civil e exercício de atividade remunerada para caracterização dos respondentes.

A aplicação dos questionários foi realizada, nos períodos da manhã e noite, por três pesquisadores, que deram instruções sobre como lhes responder. Estes interviam o mínimo possível no processo de aplicação, dando apenas explicações quando solicitadas. Cada entrevistado levou, em média, 15 minutos para finalizar o preenchimento do questionário.

Os dados foram trabalhados no *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versão 19.0, módulos de estatística descritiva, Análise Fatorial Exploratória, Análise de Correlação e Análise de Variância (ANOVA).

4 RESULTADOS

A análise descritiva dos dados obtidos permitiu elencar as seguintes considerações:

dos 179 sujeitos pesquisados, a maior parte dos estudantes da universidade pública, 63,3%, são homens, enquanto, na faculdade privada, a divisão por gênero mostrou-se igualitária. Com relação ao estado civil, observam-se índices bem semelhantes entre as IES: a maioria dos estudantes, tanto na faculdade privada como na universidade pública, afirmaram ser solteiros com percentuais de 88,8 % e 95,6%, respectivamente. Um índice baixo declarou ter filhos: 5,6% na IES privada e 2,2 % na IES pública. Os *missing* verificados se referiam à renda familiar. Por apresentar um índice alto, optou-se por subtrair esta questão da pesquisa.

A Tabela 1 mostra os resultados da análise fatorial (AF) da escala de qualidade. O teste de esfericidade de Barlett indicou que os dados são adequados para esta análise, uma vez que foi significativo ao nível de 0,0% ($\chi^2=3731.696$), e o teste de Kaiser-Meyer-Olkin, que indica o grau de explicação dos dados a partir dos fatores encontrados, foi maior que 0,7 (KMO=0,932).

Seguindo a orientação de Hair Junior et al. (2005), foram eliminadas três variáveis, já que “Alimentação oferecida pela lanchonete” apresentou baixa comunalidade, e os itens “Colaboração para manter a limpeza e a conservação da faculdade” e “Facilidade na obtenção de informações sobre as regras e normas da faculdade” alocaram-se inadequadamente. Foram extraídos cinco fatores que, em conjunto, explicaram 72,982% da variância total. Todos os fatores apresentaram Alpha de Cronbach superior a 0,8, sendo em conjunto $\alpha = 0,958$ o que demonstra a boa confiabilidade da escala.

Tabela 1 - Matriz de Componentes Rotacionada Qualidade

Variáveis	Fatores				
	1	2	3	4	5
Equipamentos audiovisuais das salas.	,829				
Laboratórios e equipamentos de informática.	,812				
Acervo da biblioteca.	,764				
Iluminação nas dependências do curso.	,749				
Localização da faculdade.	,739				
Segurança nas dependências da faculdade.	,735				
Limpeza de todas as dependências da faculdade.	,684				
Facilidade de navegação e atualização do site.	,578				
Metodologia de ensino		,763			
Conhecimento sobre a realidade dos alunos, facilitando o processo de aprendizagem.		,739			
Relacionamento com os alunos.		,721			
Capacidade para utilizar adequadamente o tempo da aula.		,688			
Estímulo à participação dos alunos em sala de aula.		,658			
Atenção dada às solicitações e intervenções dos alunos.		,606			
Competência em relacionar teoria com a prática.		,603			
Boa vontade em resolver os problemas acadêmicos dos alunos.			,795		
Conhecimento suficiente para fornecer informações aos alunos.			,789		
Educação no tratamento com os alunos.			,745		
Capacidade para cumprir exatamente as solicitações dos alunos.			,722		
Agilidade no atendimento.			,717		
Interesse e atenção durante as aulas.				,873	
Respeito entre os alunos.				,749	
Interesse na execução dos exercícios e trabalhos solicitados pelos professores.				,727	
Assiduidade nas aulas do curso.				,661	
Adequação da carga horária do curso.					,728
Rapidez e facilidade no processo de matrícula e retificação.					,681
Facilidade na obtenção do histórico escolar, carteirinhas, aproveitamento de estudos.					,648
Variância Explicada (%)	48,97	8,01	6,31	5,45	4,25
Alpha de Cronbach	0,94	0,92	0,93	0,82	0,78

Fonte: SPSS

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Procedeu-se ao estudo com a AF da escala de motivação. Após a primeira tentativa, a escala se mostrou apropriada com a retirada de três variáveis. A variável “Porque o curso me capacitará, no final, a entrar no mercado de trabalho de uma área que eu gosto” (do constructo motivação extrínseca-identificação) foi excluída por apresentar *comunalidades* inferior a 0,5.

As variáveis “Pelo prazer que sinto quando supere a mim mesmo em alguma de minhas realizações pessoais” (do constructo motivação intrínseca para realização) e “Porque isso me ajudará a escolher melhor minha orientação profissional” (do constructo motivação extrínseca-identificação) foram retiradas por não se agruparem em fatores correspondentes.

O teste de esfericidade de Bartlett foi

significativo ao nível de 0,0% ($\chi^2 = 2576,015$), indicando que os dados são adequados para a realização da análise fatorial. Para analisar a consistência interna do questionário, foi aplicado o teste de Alpha de Cronbach que apresentou $\alpha = 0,879$, evidenciando a fidedignidade dos dados. O valor do KMO obtido nesta amostra foi de 0,881. Diferente da escala original, que se divide em sete fatores, neste estudo, foram extraídos seis fatores que, juntos, explicaram 71,986% da variância total.

Nos resultados obtidos, conforme Tabela 2, as onze variáveis do constructo de motivação interna se uniram em um único fator que foi intitulado “Intrínseca”, e não em três, como na escala original. No segundo fator, têm-se as quatro variáveis da motivação “Extrínseca-In-

trojeção” que permaneceram juntas. Da mesma forma que a escala original, as variáveis do constructo “Desmotivação” permaneceram agrupadas, formando o terceiro fator. O quarto fator foi constituído por três variáveis da motivação “Extrínseca Controle-Externo”. As duas variáveis do constructo motivação “Extrínseca-Identificação” permaneceram juntas formando o quinto fator. No sexto fator, ficou isolada uma única variável do constructo de motivação extrínseca-controle externo, que foi intitulada “Extrínseca-Diploma”.

va, foi utilizado o método de Correlação de *Pearson*, conforme pode ser observado na Tabela 3.

Percebe-se que existe relação positiva entre a motivação Intrínseca e a motivação Extrínseca-Identificação com os cinco fatores de Qualidade, sendo o Corpo Docente o fator da Qualidade que obteve relacionamentos mais fortes, com valor de 0,457 e 0,429 respectivamente. Tal relação evidencia a importância desses profissionais, que lidam com processos diários relacionados à vida acadêmica dos alunos. Esses dados demonstram que o aluno que pos-

Tabela 2 - Matriz de Componentes Rotacionada Motivação

Variáveis	Fatores					
	1	2	3	4	5	6
Pelo prazer que sinto quando descubro coisas novas, que eu nunca tinha visto ou conhecido antes.	,829					
Pelo prazer que tenho em ampliar meu conhecimento sobre assuntos que me atraem.	,803					
Porque pra mim a Faculdade é um prazer	,771					
Porque meus estudos permitem que eu continue a aprender sobre muitas coisas que me interessam.	,765					
Porque sinto satisfação e prazer enquanto aprendo coisas novas.	,746					
Pela satisfação que sinto quando estou no processo de realização de atividades acadêmicas difíceis.	,727					
Pelo prazer que tenho quando me envolvo em debates com professores interessantes.	,676					
Pela euforia que sinto quando leio sobre vários assuntos interessantes.	,658					
Pelo prazer que sinto quando supero a mim mesmo nos estudos.	,650					
Porque gosto muito de vir à Faculdade.	,633					
Porque a Faculdade me permite sentir uma satisfação pessoal na minha busca por excelência na formação.	,564					
Para provar a mim mesmo que sou capaz de completar o curso.		,825				
Para mostrar a mim mesmo que sou uma pessoa inteligente.		,784				
Porque quero mostrar a mim mesmo que posso ter sucesso nos meus estudos.		,711				
Por causa do fato que me sinto importante quando sou bem sucedido na Faculdade.		,664				
Não sei, não entendo o que estou fazendo na Faculdade.			,863			
Honestamente, não sei; acho que estou perdendo meu tempo na Faculdade.			,848			
Não atino (percebo) porque venho à Faculdade e, francamente, não me preocupo com isso.			,746			
Já tive boas razões para isso; agora, entretanto, eu me pergunto se devo continuar.			,705			
A fim de ter uma boa remuneração no futuro.				,847		
A fim de obter um emprego de prestígio, no futuro.				,815		
Porque quero levar uma boa vida no futuro.				,739		
Porque eu creio que esta formação aumentará minha competência como profissional.					,744	
Porque acho que esta formação ajuda a me preparar melhor para a carreira que escolhi.					,564	
Porque preciso do diploma, ao menos, a fim de conseguir uma ocupação bem remunerada no futuro.						,792
Variância Explicada (%)	37,20	11,33	8,55	6,38	4,48	4,04
Alpha de Cronbach	0,93	0,84	0,81	0,79	0,71	

Fonte: SPSS

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 10 iterations.

Com o intuito de identificar o grau de correlação entre os fatores encontrados, bem como a direção dessa correlação, se positiva ou negati-

sua motivação interna e o que possui motivação externa por identificação têm maior percepção da qualidade que os demais estudantes.

Tabela 3 - correlação de Pearson

	Coeficiente de Correlação											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Qualidade												
1. CORPO_DOCENTE	Sig.											
	(2-tailed)											
2. CORPO_TEC_ADM	0,695**	1										
	<u>0,00</u>											
3. RELAC_DISCENTE	0,535**	0,403**	1									
	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>										
4. ASP_TANGIVEIS	0,678**	0,676**	0,413**	1								
	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>									
5. PROCESSOS_ADM	0,604**	0,613**	0,435**	0,594**	1							
	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>								
Motivação												
6. INTRINSECA	0,457**	0,275**	0,284**	0,355**	0,344**	1						
	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>							
7. EXTR_INTROJ	0,276**	0,121	0,115	0,158**	0,090	0,584**	1					
	<u>0,00</u>	<u>0,12</u>	<u>0,14</u>	<u>0,04</u>	<u>0,25</u>	<u>0,00</u>						
8. EXTR_IDENTIF	0,429**	0,298**	0,260**	0,287**	0,221**	0,636**	0,315**	1				
	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>					
9. EXTR_CONT_EXT	0,124	0,079	0,059	0,031	0,049	0,300**	0,401**	0,307**	1			
	<u>0,11</u>	<u>0,30</u>	<u>0,44</u>	<u>0,69</u>	<u>0,52</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>				
10. EXTR_DIPLOMA	0,095	0,086	0,089	0,06	0,104	0,065	0,124	-0,048	0,328**	1		
	<u>0,22</u>	<u>0,26</u>	<u>0,24</u>	<u>0,44</u>	<u>0,18</u>	<u>0,40</u>	<u>0,11</u>	<u>0,53</u>	<u>0,00</u>			
11. DESMOTIV	-0,211**	-0,064	-0,271**	-0,064	-0,172**	-0,361**	-0,139	-0,393**	-0,081	0,151	1	
	<u>0,01</u>	<u>0,40</u>	<u>0,00</u>	<u>0,41</u>	<u>0,03</u>	<u>0,00</u>	<u>0,07</u>	<u>0,00</u>	<u>0,30</u>	<u>0,05</u>		

Fonte:SPSS

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

A motivação Extrínseca-Introjeção se relacionou, positivamente, com os constructos Corpo Docente e Aspectos Tangíveis da qualidade, enquanto o constructo motivação Extrínseca-Diploma não se relacionou com nenhum constructo da qualidade. Esse fato retrata que o estudante que está na IES apenas com o objetivo de ter o diploma, não se preocupa com nenhum atributo de qualidade, nem mesmo com o Corpo Docente.

Como era esperado, a Desmotivação se relacionou negativamente com a maioria dos fatores da Qualidade - Corpo Docente, Relacionamento Discente e Processos Administrativos - sendo a relação com o Relacionamento Discente a mais forte, com valor de - 0,271 e significância de 0,00. Esse resultado demonstra que a postura do aluno e o relacionamento com os colegas de curso podem interferir na desmotivação do discente.

Dando seguimento ao trabalho, indo-se ao encontro dos objetivos, foi adotada a técnica do teste de diferença entre médias de grupos,

em face da intenção de se analisar as diferenças de percepção da qualidade e motivação entre uma IES particular e outra pública.

Os resultados da ANOVA apresentados neste estudo indicam situações distintas para o comportamento dos fatores dos constructos de qualidade e motivação. Para a Qualidade, os cinco fatores - Corpo Docente, Corpo Técnico Administrativo, Relacionamento Discente, Aspectos Tangíveis e Processos Administrativos - apresentaram números que confirmam a diferença entre as médias dos dois grupos. Os respectivos resultados, pela ordem: $F = 72,4$ e $\alpha = 0,000$; $F = 54,6$ e $\alpha = 0,000$; $F = 11,9$ e $\alpha = 0,001$; $F = 439,4$ e $\alpha = 0,000$; $F = 40,7$ e $\alpha = 0,000$, o que demonstra que a diferença entre as médias das IES pública e privada são significativas para todos os fatores da Qualidade.

Para a Motivação, três fatores apresentaram resultados que justifiquem diferença significativa entre as médias avaliadas. Estas são: Intrínseca, com $F = 11,5$ e $\alpha = 0,001$; Extrínseca por Introjeção, com $F = 3,9$ e $\alpha = 0,048$;

Extrínseca por Identificação, com $F = 9,3$ e $\alpha = 0,003$. Os demais fatores não apresentaram dados que justificassem uma diferença significativa entre as médias das duas IES, conforme demonstra a Tabela 4.

Tabela 4 - Médias e ANOVAS para os constructos de qualidade e motivação por faculdade pública e privada

Fatores	Médias		ANOVA	
	Privada	Pública	F	Sig.
Qualidade				
CORPO_DOCENTE	55,32	41,83	72,42	0,00
CORPO_TECN_ADMINISTRATIVO	37,36	25,79	54,64	0,00
RELACIONAMENTO_DISCENTE	30,74	27,57	11,97	0,00
ASPECTOS_TANGIVEIS	70,82	35,18	439,48	0,00
PROCESSOS_ADMINISTRATIVOS	23,72	18,19	40,79	0,00
Motivação				
INTRINSECA	85,59	75,11	11,51	0,00
EXTR_INTROJEÇÃO	27,37	24,26	3,98	0,05
EXTR_IDENTIFICAÇÃO	18,80	17,62	9,36	0,00
EXTR_CONTROLE_EXTERNO	25,90	26,61	1,05	0,31
EXTR_DIPLOMA	7,23	7,39	0,13	0,72
DESMOTIVAÇÃO	3,71	4,18	0,22	0,64

Fonte:SPSS

A partir destes resultados da ANOVA, as comparações entre as médias dos dois grupos foram utilizadas como medidas de aferição dos objetivos deste estudo. Essas comparações procederam-se com a utilização somente dos fatores que apresentaram níveis estatísticos significantes. Dessa forma, a fim de testar a hipótese H1, foram utilizados os fatores Motivação Extrínseca por Introeção e Motivação Extrínseca por Identificação. De acordo com a Tabela 4, os resultados demonstram que as médias respectivas desses fatores da IES privada são maiores que as médias da IES pública: $27,4 > 24,2$ e $18,7 > 17,6$. Com isso, é possível afirmar que, neste estudo, os alunos da IES privada são mais motivados, extrinsecamente, confirmando a hipótese H1.

Usando o mesmo procedimento de comparação entre as médias, os resultados indicam que a hipótese H2 não pode ser confirmada. O valor da média do fator Motivação Intrínseca da IES pública (75,1) é menor que o valor da IES privada (85,5). Portanto, ao contrário da afirmação da hipótese H2, os alunos da IES pública são menos motivados intrinsecamente.

O constructo Qualidade seguiu representado pelos cinco fatores que apresentaram nível estatístico significativo. Diante disso, para se avaliar o comportamento dos alunos perante

esse constructo, foi necessário comparar todas as médias dos grupos representativas de cada fator. Os resultados da Tabela 4 mostraram que, nos cinco fatores, a IES privada apresentou médias maiores que as da IES pública, destacando-se a diferença mais acentuada para o fator Aspectos Tangíveis, com 70,8 contra 35,1. Dessa forma, foram encontradas evidências que dão suporte à hipótese H3, confirmando maior percepção de qualidade pelos alunos da IES privada.

Os fatores com nível estatístico significativo que representam os constructos Qualidade e Motivação ajudaram a testar a hipótese H4. A comparação entre as médias, conforme Tabela 4, apontou que os alunos da IES privada apresentaram-se mais motivados em relação ao grupo da IES pública. Da mesma forma, a comparação entre as médias entre os grupos confirmou maior percepção de qualidade para o grupo de alunos da IES privada. Diante disso, ficou evidente que existe uma relação positiva entre o constructo Motivação e o constructo Qualidade. Portanto, pode-se afirmar que, neste estudo, a hipótese H4 é verdadeira: alunos mais motivados tendem a avaliar melhor a qualidade da IES.

5 CONCLUSÕES

A política de expansão do Ensino Superior, proporcionada pelo poder público, elevou o número de vagas ofertadas na última década. Entretanto, cabe analisar o comportamento estudantil quanto à ocupação e ao uso dessas vagas criadas. Tão importante quanto esse aumento de vagas, a conclusão do curso superior deve ser considerada no âmbito dessa política educacional, que visa a melhorar o desenvolvimento econômico-social do país. Portanto, analisar o comportamento do aluno no aspecto da sua percepção da qualidade relacionada com a sua motivação pode vir a se configurar como um bom instrumento de gestão para as IES.

A abordagem da avaliação da qualidade adotada pelo MEC concentra-se, especificamente, na avaliação das IES, dos cursos e do desempenho dos estudantes, incluindo aspectos como: ensino, pesquisa, extensão, responsabili-

dade social, gestão, corpo docente e instalações. As questões relacionadas ao comportamento do cliente/aluno diante do serviço educacional prestado não são contempladas. Conquistar e manter o aluno até o final do curso tem sido um desafio tanto para as IES públicas quanto para as privadas. Dessa forma, a gestão educacional precisa ampliar os recursos gerenciais, reconhecendo-se como uma empresa prestadora de serviços submetida às competições mercadológicas próprias do segmento do ensino superior. Tanto Onusic (2011) quanto Boruchovitch (2008) alertam para esta temática, fazendo-se necessário o avanço de estudos, focados nos discentes, no interior das IES. Entende-se a importância da motivação acadêmica e da percepção da qualidade discente para a evolução da educação superior, e, conseqüentemente, da sociedade como um todo. No entanto, existe uma lacuna em estudos que abordam, em conjunto, esses temas.

Neste estudo, as investigações realizadas indicaram que a percepção de qualidade da educação superior é subjetiva e condicionada ao contexto pessoal do discente. Porém, a partir das médias dos fatores, é possível inferir que a figura do docente ainda representa o simbolismo da educação, haja vista ter-se configurado como fator significativo nos resultados da correlação entre os fatores da motivação e o fator corpo docente. Dessa forma, na motivação Intrínseca, na Extrínseca por Introjecção ou mesmo na Desmotivação, a atuação do professor está radicada ao processo educativo, pois o discente o vislumbra como facilitador da realização de suas expectativas.

Outro aspecto a se registrar incorre em considerar que a realidade do mercado de trabalho, e da valorização do diplomado na sociedade de forma geral, influencia aqueles sujeitos cuja motivação maior centra-se no título da formação, representada nesta pesquisa pela obtenção do diploma. Para essas pessoas, nenhum dos fatores de qualidade da IES os influencia significativamente, visto que o principal objetivo vislumbrado não é o de adquirir conhecimento, e sim, o de obter o seu título.

Os testes das hipóteses suscitadas re-

forçam a característica da subjetividade nos constructos abordados no estudo. Os alunos da IES privada percebem uma maior qualidade na instituição em relação aos alunos da IES pública, principalmente em relação aos Aspectos Tangíveis. Esses alunos também foram os que se apresentaram mais motivados, o que pode sugerir que a estrutura física, laboratórios e bibliotecas são recursos físicos importantes na percepção de qualidade e motivação acadêmica. Nesse ponto, cabe o alerta quanto à valorização das instalações no que tange às estratégias de marketing institucionais, sobretudo, porque a percepção da qualidade e a motivação são constructos que caminham juntos, com forte relação, na vida acadêmica do discente.

A consistência estatística dos achados desta pesquisa assegura relevância ao estudo. Porém, tão importante quanto saber em qual IES o grupo de alunos apresentou maior percepção de qualidade e motivação, poder avaliar o nível em que se encontram estes dois constructos poderá subsidiar os gestores com informações úteis em tomadas de decisões que visem a melhorar o ambiente acadêmico. A relação detectada entre qualidade e motivação implica que os gestores precisam administrar os dois constructos simultaneamente. Com a validação das escalas utilizadas, é possível propor que, como indicadores, quanto mais elevado os níveis desses dois constructos, melhor a gestão da respectiva IES. Esses conhecimentos apresentados podem servir de direcionamento, fornecendo indicativos para uma postura inovadora e comprometida por parte das IES, tendo em vista a necessidade de um ensino superior que atenda às expectativas dos discentes e, conseqüentemente, reduza os índices de evasão da IES.

Finalmente, entende-se necessário que haja mais debates e estudos que abordem esses temas de forma mais profunda nas discussões educacionais. Os resultados apresentados não podem ser generalizados em razão dos limites estatísticos da amostra estudada. Porém, espera-se que este estudo possa ser replicado com diferentes amostras, cursos, regiões geográficas ou IES. Comparações com outras pesquisas

nesse tema poderão possibilitar a formação de conhecimentos empíricos que baseiem a criação de novos instrumentos para auxiliar a gestão empresarial das IES.

THE RELATIONSHIP BETWEEN QUALITY PERCEPTION IN HIGHER EDUCATION AND MOTIVATION OF UNIVERSITY STUDENTS

ABSTRACT

The growth regarding Brazilian academic market resulted in an increase in competition among Higher Education Institutions (HEI) and a modification of education. Therefore, it is important to identify the existence of a relationship between quality perception and the motivation by the university students in relation to the HEI: the aim of this paper. It is important to know the opinion from customers/students to provide more adequate services, sustaining in the competitive market. Survey was conducted with 179 management students from two HEI, one public and other private. The results revealed that motivational and quality constructs are related.

Keywords: Quality. Motivation. Higher education.

LA RELACIÓN ENTRE PERCEPCIÓN DE CALIDAD EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR Y MOTIVACIÓN DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

RESUMEN

Mediante el crecimiento del mercado universitario brasileño, el objetivo de este estudio es identificar la existencia de relación entre la percepción de calidad y la motivación de los estudiantes universitarios en relación las IES. Conocer la opinión de los clientes/alumnos es importante para que sea posible ofrecer ser-

vicios más adecuados, manteniéndose en el competitivo mercado. En este trabajo, realizó una pesquisa cuantitativa, de campo, con 179 estudiantes de Administración de dos IES, una pública y otra particular. Los resultados apuntaron que existe relación entre los conceptos motivación y calidad.

Palabras-clave: Calidad. Motivación. Enseñanza superior.

REFERÊNCIAS

ANJOS NETO, M. R.; MOURA, A. I. Construção e teste de um modelo teórico de marketing de relacionamento para o setor de educação. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD – ENANPAD, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.

BANDEIRA, M. L. et al. Avaliação da qualidade do ensino de pós-graduação: elementos para a construção e validação de um instrumento de pesquisa. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD – ENANPAD, 22., 1998, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: ANPAD, 1998.

BERRY, L.; PARASURAMAN, A. **Serviços de Marketing:** competindo através da qualidade. São Paulo: Maltese Norma, 1992.

BITTENCOURT, H. R.; CASARTELLI, A. O.; RODRIGUES, A. C. M. Sobre o Índice Geral de Cursos (IGC). **Avaliação**, Campinas, v. 14, n. 3, p. 667-682, 2009.

BLOEMER, J.; RUYTER, K.; PEETERS, P. Investigating drivers of bank loyalty: the complex relationship between image, service quality and satisfaction. **Internacional Journal of Bank Marketing**, Bradford, v. 16, n. 7, p. 276-286, 1998.

BORUCHOVITCH, E. A motivação para aprender de estudantes em cursos de formação de professores. **Educação**, Porto Alegre, v. 31, n. 1, p. 30-38, 2008.

- BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Sinopses estatísticas da educação superior**: graduação. Brasília, 2013. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/superior-censos-sinopse>>. Acesso em: 7 nov. 2015.
- _____. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior**: da concepção à regulamentação. Brasília, 2004. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/superior-sinaes>>. Acesso em: 25 nov. 2015.
- BRUNNER, J. J.; URIBE, D. **Mercados Universitarios**: el nuevo escenario de la educación superior. Santiago de Chile: Diego Portales, 2007.
- BRUNNER, J. J. et al. (Coord.). **Educación Superior en América Latina**: una agenda para el año 2000. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 1995.
- DECI, E. L.; RYAN, R. M. **Intrinsic motivation and selfdetermination in Human Behavior**. New York: Plenum, 1985.
- ESTRADA, L. R. G. Hacia un modelo de evaluación de la calidad de instituciones de educación superior. **Revista Iberoamericana de Educación**, Madrid, n. 21, p. 93-103, dez. 1999.
- FALCÃO, D. F.; ROSA, V. V. Um estudo sobre a motivação dos universitários do curso de administração: uma contribuição para a gestão acadêmica no âmbito público e privado. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD – ENANPAD, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.
- GAGNÉ, M.; DECI, E. L. Self-determination theory and work motivation. **Journal of Organizational Behavior**, v. 26, p. 331-362, 2005.
- GAGNÉ, R. M. **The conditions of learning and theory of instruction**. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1985.
- GIL, A. C. **Didática do ensino superior**. São Paulo: Atlas, 2009.
- GUIMARÃES, M. C. O Marketing de serviços e suas implicações para uma organização sem fins lucrativos. **Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 1, n. 1, p. 36-43, 2003.
- GUIMARÃES, S. É. R.; BORUCHOVITCH, E. O Estilo motivacional do professor e a motivação intrínseca dos estudantes: uma perspectiva da teoria da autodeterminação. **Psicologia Reflexão e Crítica**, Rio Grande do Sul, v. 17, n. 2, p. 143-150, 2004.
- GRÖNROOS, C. **Marketing**: gerenciamento e serviços: a competição por serviços na hora da verdade. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- HAIR JUNIOR, J. F. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HEGARTY, N. Application of the academic motivation scale to graduate school students. **The Journal of Human Resource and Adult Learning**, v. 6, n. 2, p. 48-55, 2010.
- HOFFMANN, C. et al. O desempenho das universidades brasileiras na perspectiva do Índice Geral de Cursos (IGC). **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 40, n. 3, p. 651-665, 2014.
- JOLY, M. C. R. A.; PRATES, E. A. R. Avaliação da escala de motivação acadêmica em estudantes paulistas: propriedades psicométricas. **Psico-USF**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 175-184, 2011.
- KOTLER, P.; FOX, K. **Marketing estratégico para instituições educacionais**. São Paulo: Atlas, 1994.
- LACERDA, L. L. V.; FERRI, C. Relações entre indicadores de qualidade de ensino e desempenho de estudantes dos cursos de Pedagogia do Brasil no Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes. **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**

- gicos**, Brasília, v. 96, n. 242, p. 129-145, 2015.
- LOVELOCK, C. H. Classifying services to gain strategic marketing insights. **Journal of Marketing**, v. 47, n. 3, p. 9-20, 1983.
- LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- MAINARDES, E. W.; DOMINGUES, M. J. C. S. Avaliação da qualidade de atributos específicos de instituições de ensino superior em cursos privados de administração em Joinville, SC. **Organ. Soc.**, Salvador, v. 18, n. 58, p. 429-444, 2011.
- MARINHO, S. V.; POFFO, G. D. Diagnóstico da qualidade em uma IES: a percepção da comunidade acadêmica. **Avaliação (Campinas)**, Sorocaba, v. 21, n. 2, p. 455-478, jul. 2016.
- MARINS, J. S.; MOURAO, L. Motivação do aprendiz de psicologia: uso da escala de motivação acadêmica. In: ENCONTRO NACIONAL DA ABRAPSO, 14., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ABRAPSO, 2007. v. 1. p. 1-13.
- MELLO, S. C. B.; DUTRA, H. F.O.; OLIVEIRA, P. A. S. Avaliando a Qualidade de Serviço Educacional numa IES: O impacto da Qualidade Percebida na Apreciação do Aluno de Graduação. **Organ. Soc.**, Salvador, v. 8, n. 21, p. 125-137, maio/ago. 2001.
- MEZOMO, J. C. **Gestão da qualidade na escola: princípios básicos**. São Paulo: Terra, 2004.
- NAKAGAWA, M. Estratégia de Implementação do TQM (Gestão da Qualidade Total) Aplicado ao Ensino de Ciências Contábeis. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CUSTOS E II CONGRESSO BRASILEIRO DE GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS, 4., 1995, Campinas. **Anais...** São Leopoldo: ABC - Associação Brasileiro de Custos, 1995.
- OLIVEIRA, F. B. de. Origem e evolução dos cursos de pós-graduação lato sensu no Brasil. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 29, n. 1, p. 19-33, 1995.
- ONUSIC, L. M. A Qualidade de serviços de ensino superior: o caso de uma instituição de ensino público. In: ENCONTRO DA ANPAD, 35., 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: AnPAD, 2011.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. SERVQUAL: a multiple-item scale for Measuring customer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, v. 64, n. 1, p. 12-40, 1988.
- SCHWARTZMAN, J. Um sistema de indicadores para as universidades brasileiras. In: SGUIS-SARDI, V. (Org.) **Avaliação universitária em questão: reformas do estado e da educação superior**. Campinas: Autores Associados, 1997.
- SCHWARTZMAN, S. Prólogo. In: BRUNNER, J. J. **Educación Superior En Chile: instituciones, mercados y políticas gubernamentales, 1967-2007**. Chile: Universidad De Diego Portales, 2009.
- SILVA FILHO, R. L. L. et al. Evasão no ensino superior brasileiro. **Cadernos de Pesquisa**, v. 37, n. 132, p. 641-659, 2007.
- SIQUEIRA, R.; CARVALHO, J. Qualidade do Serviço Educacional Prestado por Escolas de Administração: Confronto Entre uma Universidade Pública e uma Faculdade Privada. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD – ENANPAD, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.
- SOBRAL, D. T. Motivação do aprendiz de Medicina: uso da escala de motivação acadêmica. **Psicologiateoria e Pesquisa**, Brasília, v. 19, n. 1, p. 25-31, jan./abr. 2003.
- SOUSA V. J. Qualidade na educação superior:

lugar e sentido na relação público-privado. **Caderno Cedes**, Campinas, v. 29, n. 78, p. 242-256, maio/ago. 2009.

TURETA, C.; ROSA, A. R.; OLIVEIRA, V. C. S. Avaliação crítica de serviços educacionais: o emprego do modelo servqual. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v. 14, n. 4, p. 33-45, out./dez. 2007.

VALLERAND, R. J. et al. The Academic Motivation Scale: a measure of intrinsic, extrinsic, and amotivation in education. **Educational and Psychological Measurement**, v. 52, p. 1003-1017, 1992.

VENÂNCIO, I. M.; OTERO, A. G. **Eficácia e qualidade na escola**. Porto: Edições ASA, 2003.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

ZEITHAML, V.; PARASURAMAN, A.; 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.