RECIIN- Revista Científica Interdisciplinar

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

PERCEÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS POR INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR PÚBLICAS E PRIVADAS NA PROVÍNCIA DO HUAMBO/ANGOLA

DOMINGOS RAMOS LIWEMA

Mestre Em Gestão de Empresas pela Universidade Portucalense.

SISSILIANA BETHANIA DEL ROCIO VILCHEZ DE RABANAL

Doutora em ciências de Educação Universidade Ibero-americana

RESUMO: Esta pesquisa intitulada "Perceção da Qualidade dos Serviços Prestados por Instituições de Ensino Superior Públicas e Privadas na Província Do Huambo/Angola" constitui uma reflexão sobre esta problemática, e teve como objetivo "Avaliar a Perceção dos estudantes sobre a Qualidade dos Serviços que oferecem Instituições de Ensino Superior Públicas e Privadas". Os resultados mostram que se atingiu o objetivo geral e se deu resposta ao problema científico. A pesquisa bibliográfica realizada possibilitou estabelecer os conceitos fundamentais relacionados com o objeto de estudo. A metodologia foi sustentada na pesquisa exploratória e descritiva e no enfoque quantitativo. Trabalhou-se com uma amostra de 352 estudantes, maioritariamente de instituições privadas (81,2%), com (52,6%) do sexo feminino; com idades entre os 19 e 40 anos. Os resultados mostraram que, 73,3% dos estudantes avaliaram a Qualidade dos Serviços das instituições com Qualidade Ideal; 1,4% com Qualidade Satisfatória e 25,3% com Qualidade Inaceitável. Os testes de hipóteses mostraram que as variáveis independentes não influíram na Perceção da Qualidade dos Serviços. Como resultado fundamental encontrado afirma-se que a avaliação da Perceção da Qualidade dos Serviços pelos estudantes das Instituições de Ensino Superior revelou que sua satisfação depende diretamente da harmonia entre as Perceções e as Expectativas que experimentam no contexto das instituições.

PALAVRAS-CHAVE: Perceções; Expectativas; modelo SERVQUAL; Qualidade dos Serviços.

PERCEPTION OF THE QUALITY OF SERVICES PROVIDED BY PUBLIC AND PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THE PROVINCE OF HUAMBO, ANGOLA

ABSTRACT: This research, titled "Perception of the Quality of Services Provided by Public and Private Higher Education Institutions in the Province of Huambo, Angola", reflects on this issue and aimed to "evaluate students' perceptions regarding the quality of services offered by public and private higher education institutions." The results indicate that the general objective was achieved and the research problem was addressed. A literature review was conducted to establish the fundamental concepts related to the subject of study. The methodology was based on exploratory and descriptive research using a quantitative approach. The study involved a sample

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

of 352 students, the majority from private institutions (81.2%), of whom 52,6% were female, with ages ranging from 19 to 40 years. The findings show that 73,3% of the students rated the quality of services at their institutions as "ideal", 1,4% as "satisfactory", and 25,3% as "unacceptable". Hypothesis testing revealed that the independent variables did not influence the perception of service quality. A key finding is that the assessment of service quality by students at these higher education institutions indicates that their satisfaction depends directly on the alignment between their perceptions and the expectations they experience within the institutional context.

KEYWORDS: Perceptions; Expectations; SERVQUAL model; Service Quality.

1 INTRODUÇÃO

As Instituições de Ensino Superior são, presentemente, consideradas basilares para o desenvolvimento económico das regiões e dos países. Através das suas principais funções: a formação de capital humano, a criação de conhecimento e a transferência de *know how*, as Instituições de Ensino Superior colocam à disposição das sociedades, ativos valiosos e determinantes para competitividade e sustentabilidade das regiões.

A importância do Ensino Superior no crescimento e desenvolvimento económico das sociedades é aceite por todos os países, fundamentalmente, aqueles em fase de desenvolvimento. Isso porque, tem sido grande a contribuição das múltiplas investigações e análises em que o objeto central de estudo é o Ensino Superior nas suas variadas contribuições para a sociedade. Pelo que, com o crescimento do sector de Educação Superior em Angola, as Instituições de Ensino Superior passam pelo desafio de garantir o acesso e a Qualidade dos Serviços prestados para um número cada vez maior de estudantes. Neste sentido, conhecer e ir ao encontro das necessidades dos estudantes, num contexto de crescente massificação e heterogeneidade de públicos, tornou-se uma tarefa complexa e central das Instituições de Ensino Superior, tarefa que se torna mais difícil dado que os estudantes se estão a transformar crescentemente em sujeitos de escolhas, isto é, em "clientes" pelos quais as Instituições de Ensino Superior têm de competir (MAGALHÃES, 2021).

Sendo assim, os estudantes são os "clientes" pelos quais as Instituições de Ensino Superior competem. Por isso elas precisam de ter uma visão clara das suas necessidades, das suas expectativas, da satisfação que sentem relativamente à instituição, nas suas múltiplas dimensões, tanto mais que é hoje reconhecido que nem sempre os estudantes utilizam uma abordagem totalmente racional nas suas escolhas (ROBERTS; HIGGINS, 1992).

Embora existam debates sobre o termo cliente, a maioria dos estudos atuais trata o aluno como o principal avaliador. A Perceção do aluno é o indicador mais

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

utilizado para medir a qualidade, pois a sua satisfação está diretamente ligada à retenção (evitar a evasão escolar) e à lealdade à instituição.

Em Angola, a avaliação institucional, como formas de melhorar a qualidade de ensino e aprendizagem não se pratica regularmente, apesar de que a sua relevância e pertinência seja patente nos debates e consensos nas instituições financeiras e das associações das universidades africanas. Isso leva, a que as variáveis: corpo docente, infraestrutura e equipamentos e recursos financeiros, têm contribuído para o fracasso de alguns sistemas de Ensino Superior em maior ou menor grau (SIMÕES et al., 2024).

Autores como Fior et al. (2022) referem que, a análise detalhada dos aspetos vinculados à satisfação das necessidades dos estudantes nas Instituições de Ensino Superior destaca questões específicas relacionadas a sua Perceção da Qualidade dos Serviços. Quando confrontados com questões como o baixo rendimento nas disciplinas, a evasão universitária, a redução no número de ingressantes e a diminuição da frequência dos estudantes em sala de aula. Percebe-se então que estes problemas podem ser reflexos diretos ou indiretos da Qualidade dos Serviços oferecidos pelas Instituições de Ensino Superior.

O desenvolvimento do Ensino Superior em Angola tem sido marcado pelo surgimento quase em avalancha de Instituições de Ensino Superior muito mais privadas do que públicas, o que tem permitido o aumento da capacidade de absorvência de estudantes. No entanto, esta realidade nem sempre foi acompanhada da oferta de serviços com a qualidade desejada. Na visão de Silva et al. (2022), a problemática da Qualidade dos Serviços não se coloca apenas em relação às próprias Instituições de Ensino Superior, mas também em relação aos indivíduos que constituem suas comunidades académicas e ao ambiente social mais vasto em geral. Dai a necessidade de que os gestores destas instituições valorizem o fato de que os impactos que influenciam a satisfação dos estudantes que frequentam seus cursos estão determinados por fatores relacionados com: a qualidade do ensino; a infraestrutura adequada em suas instalações, o que inclui tecnologias e recursos didáticos; a qualificação e valorização dos professores; um Projeto Pedagógico com currículo atualizado e relevante que contribua com uma gestão institucional democrática.

Por isso, a análise dos aspetos associados à satisfação das necessidades dos estudantes das Instituições de Ensino Superior revela-se desafiadora em virtude das peculiaridades inerentes este tipo de clientes. No setor de serviços, esta questão torna-se ainda mais complexa, tendo em vista a natureza intangível e variável desses serviços, que, frequentemente, dependem da interação pessoal e da Perceção subjetiva destes consumidores. Pelo que, com o intuito de ter mais conhecimento sobre estes aspetos formula-se a seguinte questão de investigação ou problema científico: Qual a perceção dos estudantes em relação à Qualidade dos Serviços

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

prestados pelas Instituições de Ensino Superior Públicas e Privadas na Província do Huambo/Angola?

De acordo com esta ótica, o objetivo geral desta investigação é: Avaliar a Perceção dos estudantes sobre a Qualidade dos Serviços que oferecem Instituições de Ensino Superior Públicas e Privadas na Província do Huambo/Angola. Quando se compreende como os estudantes avaliam a experiência de ensino e outros serviços que recebem, as Instituições de Ensino Superior podem aprimorar seus processos, padronizar serviços, reduzir desperdícios, e, consequentemente, melhorar a retenção dos seus estudantes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O Ensino Superior, Educação Superior ou Ensino Terciário é o nível mais elevado dos sistemas educativos, referindo-se normalmente a uma educação realizada em IES que conferem graus académicos ou diplomas profissionais. A nível mundial, o Pacto Internacional dos Direitos Económicos, Sociais e Culturais de 1966, das Nações Unidas, que estabelece no seu artigo 13.º que a Educação Superior deverá tornar-se de acesso igualitário para todos, com base na capacidade, por todos os meios apropriados e, em particular, pela introdução progressiva da educação gratuita (KAPLAN, 2021).

2.1 As Instituições de Ensino Superior

Criadas com o objetivo de serem concebidas como instrumentos de mudança e transformação social orientados para o enriquecimento da vida humana, as Instituições de Ensino têm a missão da realização máxima do potencial inerente ao indivíduo visando a sua formação integral. Na esteira, surgem as Instituições de Ensino Superior que almejam a concretização desse mesmo objetivo, com benefícios para quem as frequenta e para a sociedade, com claras vantagens que se refletem, em primeira e última instância na felicidade das pessoas (JUNQUEIRA; PADULA, 2017).

Segundo Varela (2015), nesta conceção, em que se evidencia a centralidade do conhecimento, estão claramente delineadas as três funções nucleares das Instituições de Ensino Superior: a investigação, ou seja, o conhecimento produzido; o ensino, isto é, a socialização do conhecimento no seio da academia; a extensão, que traduz o benefício social das universidades, através das diversas formas de interação com a sociedade, designadamente a prestação de serviços diversificados. Para o autor, quando se fala de Instituições de Ensino Superior, é essencial a interligação das três funções, sendo o conhecimento o elemento a ser desenvolvido nos três segmentos.

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

2.2 Elementos da Gestão de Serviços

A noção de serviço tem sido associada às mais diversas interpretações, resultado do próprio desenvolvimento da sociedade; já que o sector de serviços ocupa uma posição de destaque tanto nos países desenvolvidos como aquele em desenvolvimento. Segundo Maglio et al. (2017), as definições sobre serviço evoluíram e, atualmente, vem sendo considerado um sistema de redes de criação de valor composto de pessoas, tecnologias e processos.

Uma abordagem em relação aos serviços no final do século XX é a enunciada por Zeithaml e Bitner (1996), afirmando que os serviços compreendem todas as atividades económicas cujo *output* não é um produto físico, sendo, geralmente, consumido no momento em que é produzido, trazendo valor acrescido de diversas formas (conveniência, satisfação, conforto, saúde, etc.).

No contexto atual, e como uma atividade com grande incremento no mercado mundial, é possível verificar a participação crescente do sector de serviços no PIB das economias de países desenvolvidos e em desenvolvimento. Consideram-se os serviços como uma atividade com elevado agregado na movimentação de recursos financeiros, materiais e humanos para as economias mundiais. O crescimento desse sector não está apenas nas empresas de serviços tradicionais como saúde e educação (LOVELOCK, 2016).

Os serviços possuem quatro características que os diferem dos produtos, que segundo Kotler (2008) são: intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade. O entendimento destas características específicas do serviço possibilita uma maior compreensão do desenho dos processos das organizações: *Intangibilidade:* os serviços não podem ser vistos, provados, sentidos, ouvidos ou cheirados antes de serem comprados; *Inseparabilidade:* os serviços são produzidos e consumidos ao mesmo tempo; *Variabilidade:* os serviços têm elevada variação de resultado, pois dependem de quem os executa e de onde são realizados; *Perecibilidade:* os serviços não podem ser armazenados.

Para uma melhor compreensão do alvo para quem estão direcionados os serviços, Albrecht e Bradford (2015) caracterizam o cliente de uma organização como aquele que, de alguma forma, está relacionado com a compra e o uso de um produto ou serviço. Na abordagem tradicional do *marketing*, o cliente é o alvo das ações de *marketing* e vendas. No relacionado com as Expectativas e perceções Olson et al. (2006) definem as expectativas do consumidor como crenças sobre o futuro estado das coisas.

2.3 Qualidade dos serviços

O conceito de Qualidade dos Serviços é abordado por diferentes autores. Passuraman, Zeithaml e Berri (1990, p. 16), consideram que "qualidade do serviço é entendida pelos clientes como correspondendo à magnitude da discrepância entre

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

as expectativas dos clientes e as suas perceções relativamente ao serviço recebido". Para Oliver (2003), a Qualidade dos Serviços é sintetizada como uma atitude de longo prazo, ao passo que a satisfação do consumidor é definida como um julgamento transitório, formado a partir de um encontro específico na realização de um serviço. Tal julgamento vai além da avaliação do serviço, pois o consumidor utiliza, tanto elementos emocionais quanto cognitivos.

A avaliação da Qualidade dos Serviços prestado passa por diversos aspetos sentimentais e emocionais, os quais podem ser confundidos com o próprio sentimento da satisfação. Por outro lado, serviços não são coisas, mas sim atividades, com características peculiares como a intangibilidade, heterogeneidade, inseparabilidade e perecibilidade, mediadas por humanos, máquinas ou por ambos, que entregam valor, facilitam o atingimento dos resultados que os clientes desejam e podem ser oferecidos gratuitamente, vendidos ou permutados (PASSURAMAN; ZEITHAML; BERRI, 1990).

Para Kotler (2008, p. 42), a "satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento de uma pessoa resultante da comparação entre o desempenho percebido de um produto e suas expectativas". O autor explica que, as expectativas desempenham papel fundamental na avaliação da Qualidade dos Serviços e na satisfação do consumidor.

A avaliação da Qualidade dos Serviços é o processo de medir o grau de satisfação do cliente e comparar as Perceções dos serviços recebidos com as suas Expectativas. Souza, Griebeler e Godoy (2007) argumentam que, em virtude da complexidade existente para avaliar a Qualidade dos Serviços se torna indispensável levar em consideração a visão do cliente em relação à qualidade. Sendo assim, no sector de serviços não existe uma fórmula pronta e objetiva para medir a qualidade, mas o que ira avaliá-la é a maneira que os clientes a percebem. Para isso, alguns instrumentos são utilizados para Avaliação da Qualidade dos Serviços, tendo como objetivo comparar a expectativa em relação ao serviço prestado na visão do cliente, com intuito de reparar as falhas nas organizações e buscar mais oportunidades de crescimento.

2.4 Modelos de avaliação da qualidade dos serviços

Os métodos ou modelos de Avaliação da Qualidade dos Serviços medem a satisfação dos clientes comparando as Expectativas com as Perceções. Isso porque, a Qualidade dos Serviços reflete as Expectativas dos clientes e, possui ligação com o desempenho organizacional. A partir disso, surgiram diversos modelos de mensuração da qualidade e satisfação dos clientes que visam auxiliar as organizações que prestam variados tipos de serviços. Desse jeito, tais modelos de

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

mensuração da Qualidade dos Serviços se ocupam da relação entre a Expectativa do cliente e a sua Perceção da qualidade (FREITAS, 2018).

Ravanello et al. (2023) argumenta que, com a identificação das características de cada modelo foi possível verificar que estes são mais voltados ao setor privado, visto que essas organizações visam o lucro e passam por melhorias contínuas em seus processos. Com a importância cada vez mais acentuada do sector de serviços, desde a década de 80 do século XX alguns estudiosos perceberam a necessidade de empreender esforços em relação à mensuração da sua qualidade, buscando desenvolver modelos conceituais para mensurar a QS, considerando a perceção do cliente como foco principal desta avaliação. Esses modelos geralmente apresentam uma abordagem genérica, sendo essencialmente necessário adaptá-los à natureza do serviço a ser avaliado. Os modelos que mais se destacam são: i. O modelo de Grönroos (1984); ii. O modelo dos 5 Gaps (PARASURAMAN et al., 1985); iii. O modelo SERVPERF (CRONIN; TAYLOR, 2002); e iv. O modelo SERVQUAL (PARASURAMAN et al., 1990).

O modelo SERVQUAL é uma ferramenta flexível e facilmente adaptável às mais várias situações. O procedimento de mensuração se dá por meio da diferença de escores obtidos através de um questionário, que aborda as dimensões da qualidade em serviços. O modelo proposto pelos autores mede as expectativas e perceções dos clientes no que concerne um serviço de qualidade (Confiabilidade,Responsabilidade,Segurança Empatia e Tangibilidade).

Zeithaml, Parasuraman e Berry (1990) tomando como base as dimensões da qualidade dos serviços, desenvolveram um questionário chamado de Escala SERVQUAL, utilizando as diversas ocorrências de satisfação por meio do modelo dos *Gaps*. Para Berry, Parasuraman e Zeithaml (2006), a qualidade percebida significa um julgamento global que o cliente faz da excelência ou superioridade do serviço, sendo uma forma de atitude relacionada, mas não equivalente à satisfação.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Gerhardt e Silveira (2009) referem que o termo metodologia origina-se do grego do qual *méthodo* significa organização e *logia* estudo sistemático, pesquisa e investigação, pelo que se pode entender com a organização de práticas de investigação, combinação de métodos e técnicas capazes de adequar-se ao objeto de estudo cujo resultado é atividade científica que se transforma em conhecimentos.

Assumindo o critério de Gil (2017), a fase inicial do estudo correspondeu à pesquisa *exploratória* e teve como finalidade uma maior familiaridade com o problema para sua maior evidência, o que também teve em consideração o levantamento bibliográfico e o critério de pessoas que tiveram experiência prática com o problema pesquisado. Trata-se também de um desenho *não-experimental* de

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

pesquisa, pelo fato de não se ter determinação aleatória, manipulação de variáveis ou grupos de comparação.

Segundo as áreas do conhecimento, estudo se enquadra na área das Ciências Humanas. Segundo as formas ou métodos de abordagem o estudo realizado foi de tipo quantitativo. O estudo segundo os objetivos é exploratório e descritivo. Segundo os métodos de procedimentos a pesquisa é bibliográfica e de levantamento de dados (ou survey).

No relacionado com a população e a amostra o procedimento de seleção que foi utilizado classifica-se como Amostragem Probabilística Estratificada Proporcional, a qual determina que o universo da pesquisa seja dividido em subgrupos relativamente homogéneos e não sobrepostos, denominados *estratos* (MALHOTRA, 2006). Na Tabela 1 se apresenta o tamanho da amostra de cada estrato.

Tabela 1. Tamanhos da amostra por estratos

N.º	***Instituições***	***Quantidade de estudantes***	***Percentagem de estudantes no estrato***	***Amostra por estrato***
1	*Instituto Superior Politécnico Sol Nascente*	13881	86,22% de 390	336
2	*Faculdade de Economia da Universidade Agostinho Neto*	1120	6,95% de 390	27
3	*Faculdade de Direito da Universidade Agostinho Neto*	1098	6,82% de 390	27
		16099	----	390

Fonte: Elaboração própria

Como mostra a Tabela 1, para o cálculo das amostras estratificadas utilizou a proporção percentual de cada estrato na população. Posteriormente, o valor total da amostra (390 estudantes) foi distribuído de acordo com a representatividade de alunos matriculados em cada uma das instituições.

Para a recolha de dados foi utilizado um instrumento estruturado em duas partes quanto à natureza das variáveis: variáveis sociodemográficas, composta por cinco questões de resposta fechada destinada à recolha da informação necessária para caracterizar a amostra; para a segunda parte do questionário considerou-se que a escala SERVQUAL era o instrumento mais adequado para dar resposta aos objetivos deste estudo, ao permitir avaliar a Perceção da Qualidade dos Serviços prestados pelas Instituições de Ensino Superior em estudo.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

Como mostra a Tabela 1, o estudo foi realizado com uma amostra de 390 estudantes que frequentavam três Instituições de Ensino Superior. A maior parte dos estudantes (81,2%) frequentam instituições privadas e 18,8% instituições públicas; deles, 52,6% são do sexo feminino e 47,4% correspondem ao sexo masculino; 60,2% da amostra tinha idades compreendidas entre 19 e 28 anos e 39,8% idades entre 29 e 40 anos.

Para avaliar as Perceções e as Espectativas nas cinco dimensões (Tangibilidade, Confiabilidade, Atendimento, Segurança e Empatia) a escala SERVQUAL foi estruturada em de duas seções (com 22 questões para as Expectativas e 22 questões para as Perceções). Para melhor entendimento e interpretação utilizou-se a *Média* capaz de resumir o grau de concordância dos estudantes com os itens da escala. Para caracterizar os valores das Médias de cada uma das dimensões foram utilizadas três categorias (*Baixa, Regular e Alta*).

Uma análise comparativa referente às médias de cada dimensão da escala da escala das *Perceções* (Figura 3), mostra que a dimensão *Confiabilidade* avaliada com *categoria Alta (M = 4,51)* foi a de maior satisfação de acordo com a perceção dos estudantes. A dimensão *Empatia* avaliada com *categoria Regular (M = 3,18)* foi a de menor satisfação.

Uma análise comparativa referente às médias de cada dimensão da escala das *Expectativas* (Figura 4), mostra que a dimensão *Empatia* avaliada com *categoria Alta (M = 4,43)* foi a de maior satisfação de acordo com a perceção dos estudantes. A dimensão *Confiabilidade*, também avaliada com *categoria Alta (M = 4,10)* foi a de menor satisfação.

No relacionado com o significado da *Empatia* nas Instituições de Ensino Superior, Medeiros et al. (2020) referem que ela significa tratar os estudantes como indivíduos únicos, reconhecendo as suas necessidades específicas e não apenas como mais um número de matrícula. Na avaliação da Qualidade dos Serviços, na escala SERVQUAL, teve-se em consideração que a mesma é avaliada pela diferença entre as *Perceções* e as *Expectativas* referentes a cada item ou a cada dimensão, segundo a fórmula: ***Gap = Pi – Ei***

O propósito dessa análise é identificar os Gaps (lacunas) existentes na Qualidade dos Serviços, sendo necessário para isso subtrair da *Perceção* do serviço recebido a *Expectativa* de atendimento esperado, resultando no *Gap médio*. Sob essa perspetiva, observa-se que quanto maior for o Gap, mais baixa será a avaliação da qualidade do serviço e quanto menor for o gap, mais elevada será a avaliação da qualidade do serviço. Caso o Gap seja igual a zero, não há diferença entre as Expectativas e as Perceções do serviço. Nesse sentido, Fitzsimmons e Fitzsimmons (2015) apresentaram as possibilidades de comparação das Expectativas versus Perceções do cliente, o resultado pode alcançar três situações: i (Expectativas <

RECIIN- Revista Científica Interdisciplinar

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

Perceções → ***Qualidade Inaceitável***); ii (Expectativas = Perceções → ***Qualidade Satisfatória***); iii (Expectativas > Perceções → ***Qualidade Ideal***).

Neste estudo, para alcançar uma análise da Qualidade dos Serviços de forma mais ampla, realizou-se a soma dos valores correspondentes às Perceções e Expectativas para cada dimensão e dividiu-se pelo total de itens presentes, obtendo-se os resultados expostos na Tabela 2. A partir dos resultados obtidos e apresentados nessa tabela, é possível perceber que as principais fragilidades das Instituições de Ensino Superior estão centradas nas dimensões *Empatia (Gap = - 1,25)* e na dimensão Tangibilidade *(Gap = - 0,77)* avaliadas com *Qualidade Inaceitável*. No entanto, na dimensão *Confiabilidade* obteve-se *(Gap = 0)*, avaliado com *Qualidade Satisfatória.* mesmo a média geral formando um gap negativo.

Tabela 2. Avaliação dos Gaps por dimensão

	Dimensões	**Perceções**	**Expectativas**		**Gaps**
		Média	**Média**		**(Pi – Ei)**
I	***Tangibilidade***	3,61	4,38		***- 0,77***
II	***Confiabilidade***	4,10	4,10		***0***
III	***Atendimento***	3,81	4,23		***- 0,42***
IV	***Segurança***	3,65	4,24		***- 0,59***
V	***Empatia***	3,18	4,43		***- 1,25***
Global		***3,67***	***4,28***		***- 0.61***

Fonte: Dados do trabalho de campo

Como se apresenta na Tabela 41, o valor global da Qualidade dos Serviços *(Gap = - 0,61)* foi avaliado com *Qualidade Inaceitável* o que se corresponde com o fato de que globalmente as Expectativas foram sempre superiores às Perceções, com exceção da dimensão Confiabilidade. Este fato também pode-se observar no Figura 5, as Expectativas encontram-se acima das Perceções nas cinco dimensões da escala SERVQUAL, com a exceção da dimensão *Confiabilidade* onde ***Pi – Ei = 0***.

Uma análise da Figura 5 mostra que os Gaps encontrados por Parasuraman et al. (1985), possibilitam identificar um serviço de baixa qualidade e suas causas, dentre as cincos dimensões da qualidade analisadas.

A avaliação da Perceção da Qualidade dos Serviços pelos estudantes teve como finalidade de atender ao objetivo geral da pesquisa. Os critérios de avaliação aplicados levam em consideração os Gaps, ou seja, as suas Perceções (categorizados como: *Qualidade Ideal*, *Qualidade Satisfatória* e *Qualidade Inaceitável*. Estes Gaps são grandes obstáculos na tentativa de se atingir um nível de excelência, na prestação de serviços nas Instituições de Ensino Superior.

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

Na análise global dos resultados, como mostra a Figura 6, 73,3% dos estudantes avaliaram a QS das Instituições de Ensino Superior com *Qualidade Ideal*; 1,4% as avaliaram com *Qualidade Satisfatória* e 25,3% com *Qualidade Inaceitável*.

Estes resultados fazem refletir no sentido de que, mais do que apresentar estas percentagens, é mais importante compreender como os Gaps entre *Expectativas* e *Perceções* refletem a Qualidade dos Serviços e orientam melhorias na gestão das Instituições de Ensino Superior.

5.CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no trabalho realizado, a conclusão mais importante a que se chegou neste estudo, é que se atingiu o objetivo geral proposto, respondendo ao problema científico como pergunta geral e que, como núcleo fundamental deste estudo, considerou-se que com a utilização do modelo SERVQUAL adaptado e associado a uma pesquisa sobre a Perceção da Qualidade dos Serviços por estudantes de Instituições de Ensino Superior Públicas e Privadas, em geral, e as cinco dimensões propostas no modelo desdobradas para os serviços que oferecem essas instituições, foram avaliadas as Qualidade dos Serviços sem dificuldades pelos estudantes e não houve observações relacionadas aos aspetos não considerados por elas.

Conclui-se também que, o objetivo de apresentar os resultados desta pesquisa, não foi majorar a competição entre as Instituições de Ensino Superior Públicas e Privadas, o intuito foi apenas apresentar indícios do que é percebido em termos de Qualidade dos Serviços e do que pode ser melhorado pelas Qualidade dos Serviços analisadas em relação às variáveis das dimensões do modelo SERVQUAL. Isto resumiu-se em ter a certeza se a Qualidade dos Serviços satisfaz as reais necessidades dos estudantes, procurando avaliar o grau de discrepância existente entre suas Expectativas e as Perceções relação ao serviço.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBRECHT, K.; BRADFORD, L. **Serviços com qualidade: a vantagem competitiva**. São Paulo: Mercado das Letras. 2002.

BERRY, L.; PARASURAMAN. A.; ZEITHAML, V. Um Modelo Conceitual de Qualidade de Serviços e Suas Implicações para a Pesquisa no Futuro. **RAE Revista de Administração de Empresas**. V 46.n°4 . 96 a 107. Outubro /Dezembro. 2006.

CRONIN, J.; TAYLOR, S. Measuring Quality: A Reexamination. **Journal of Marketing**, 56(3), 55–68. 2002.

FIOR, G. et al. Customer satisfaction, market share and profitability. **Journal of Marketing.** *Vol.* 58, p. 53-66. 2022.

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

FITZSIMMONS, J.; FITZSIMMONS, M. **Administração de Serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação. (6ª ed.).** São Paulo: Thomson Learning. 2015.

FREITAS. T. Avaliação da qualidade do serviço de clínicas médicas: uma comparação entre os requisitos do cliente e os modelos SERVQUAL e GRONROOS. **Biblioteca digital da Unicamp**. v. 32, n. 1, p. 121-137. 2018.

GERHARDT, T.; SILVEIRA, D. **Métodos de pesquisa**. São Paulo: Editora da UFRGS. 2009.

GIL, A. (2017). **Como elaborar projetos de Pesquisa. (7ª ed.).** São Paulo: Atlas.

GRÖNROOS, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. **European Journal of Marketing**.1984.

JUNQUEIRA, L., & PADULA, R. **Aprendizagem no Ensino Superior no século XXI desafios e tendências**. São Paulo: Cortez. 2017.

KAPLAN, A. **Higher Education at the crossroads of disruption the university of the 21st century.** Brasília: Ed. IFB. 2021.

KOTLER, P. **Administração de Marketing. (15ª ed.).** Brasília: Pearson Education. 2018.

LOVELOCK, C. **Principles of Service Marketing and Management**. São Paulo: Cortez. 2014.

MAGALHÃES, A. A Identidade do Ensino Superior: a educação superior e a identidade. **Revista Lusófona de Educação**, 7, 13-40. 2021.

MAGLIO, P. et al. Service Systems, service scientists. **SSME and innovation. Communications of the ACM**. 2017.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. (4ª ed.).** Lisboa: Gradiva. 2019.

MEDEIROS, M. et al. (2020). Aplicação do modelo SERVQUAL na avaliação da qualidade do serviço prestado por uma empresa de segurança em uma Instituição de Ensino Superior. GEPROS. **Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, v. 15, nº 1, p. 01 – 22. 2020.

OLSON, J. et al. **Modelo de tomada de decisões do consumidor**. São Paulo: Papirus. 2006.

PARASURAMAN, A. et al. 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. (1990). **Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations**. New York: Free Pr. 1990.

Vol I, No.1, 101-198.8, 2026 I,Ed.CEAPE-ANGOLA, ISBN. 978989-9133-90-7

RAVANELLO, R. et al. **Modelos de avaliação da qualidade em serviços**. Brasília: Editora Científica Digital. 2023.

Roberts, D.; Higgins, T. **Higher Education: The Student Experience – The Findings of a Research Programme into Student Decision-Making and Consumer Satisfaction**. London: Cassell Villiers House. 1992.

SILVA, M. et al. Quality in higher education: an evaluation in a graduation course in administration at a large university in the municipality of São Paulo. **Revista de Administração da UFSM,** 15(2), 236-256. 2022.

SIMÕES, C. et al. Ensino superior em Angola: desafios e oportunidades ao nível institucional de ensino superior. **Revista Forges**. 3(1), 1-43. 2024.

SOUZA, A.; GRIEBELER, D.; GODOY, P. Qualidade na Prestação de Serviços fisioterápicos, estudo de caso sobre expectativas e perceções de clientes. **Revista Produção**, V. 17, nº 3. 2007.

VARELA, B. **Missão e desafios da universidade do século XXI.** São Paulo: Cortez. 2015.

ZEITHAML, V.; BITNER, M. **Services Marketing**. México: McGraw-Hill. 1996.

ZEITHAML, V.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L. **Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations**. Lomdon: The Free Press. 1990.

Submetido: Data/ Revisado: 25 de Outubro de 2026

Data/ Aceite: 27 de Outubro de 2026

Publicado:29 de Outubro de 2026