

## **A AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELO NÚCLEO DE PRÁTICA CONTÁBIL: UMA ANÁLISE NO CONTEXTO ACADÊMICO**

*EVALUATION OF SERVICES PROVIDED BY THE ACCOUNTING PRACTICE CENTER:  
AN ANALYSIS IN THE ACADEMIC CONTEXT*

**ADRIANA MENDONÇA DA SILVA**  
UNIVERSIDADE FUMEC

**LUIZ RODRIGO CUNHA MOURA**  
UNIVERSIDADE FUMEC

**ANDREA MENDONÇA DA SILVA BASTOS**  
UNIVERSIDADE FUMEC

### **Comunicação:**

O XIII SINGEP foi realizado em conjunto com a 13th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

## **A AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELO NÚCLEO DE PRÁTICA CONTÁBIL: UMA ANÁLISE NO CONTEXTO ACADÊMICO**

### **Objetivo do estudo**

Analisar o grau de satisfação dos alunos com os serviços prestados pelo Núcleo de Prática Contábil (NPC) de uma instituição de ensino superior, verificando seu impacto na fidelização discente e na efetividade das ações institucionais.

### **Relevância/originalidade**

O estudo contribui ao aplicar o modelo SERVQUAL em um núcleo de prática contábil, validando sua pertinência em contextos educacionais voltados à prática profissional e ampliando a compreensão da percepção de valor no ensino superior.

### **Metodologia/abordagem**

Pesquisa aplicada, de natureza descritiva e abordagem qualitativa. Os dados foram coletados por meio de entrevistas estruturadas com 15 alunos do Núcleo de Prática Contábil (NPC), analisados pela técnica de análise de conteúdo segundo Bardin, considerando as cinco dimensões do modelo SERVQUAL.

### **Principais resultados**

A tangibilidade apresentou avaliação positiva, embora com lacunas tecnológicas. Confiabilidade e segurança indicaram elevado domínio técnico docente, mas demandam padronização de processos. A responsividade evidenciou agilidade e boa vontade, enquanto a empatia surgiu como elemento central para a satisfação dos alunos.

### **Contribuições teóricas/metodológicas**

O estudo reforça a aplicabilidade do SERVQUAL para avaliar serviços educacionais, especialmente em ambientes de prática contábil, e evidencia a relevância de dimensões intangíveis, como empatia e responsividade, na percepção de qualidade e fidelização discente.

### **Contribuições sociais/para a gestão**

Propõe ações para melhoria da infraestrutura tecnológica, padronização de processos e capacitação contínua de docentes e funcionários, visando elevar a qualidade do atendimento, fortalecer a confiança dos alunos e consolidar a imagem institucional em um cenário educacional competitivo.

**Palavras-chave:** Marketing de Serviços, Núcleo de Prática Contábil, Percepção de Valor, Prestação de Serviços, Qualidade dos Serviços Educacionais

## *EVALUATION OF SERVICES PROVIDED BY THE ACCOUNTING PRACTICE CENTER: AN ANALYSIS IN THE ACADEMIC CONTEXT*

### **Study purpose**

To analyze student satisfaction with the services provided by the Accounting Practice Center (NPC) of a higher education institution, assessing its impact on student retention and the effectiveness of institutional initiatives.

### **Relevance / originality**

This study contributes by applying the SERVQUAL model to an accounting practice center, validating its relevance in educational contexts focused on professional practice and expanding the understanding of value perception in higher education.

### **Methodology / approach**

This is an applied, descriptive, qualitative study. Data were collected through structured interviews with 15 students from the Accounting Practice Center (NPC). Data were analyzed using Bardin's content analysis technique, considering the five dimensions of the SERVQUAL model.

### **Main results**

Tangibility was positively evaluated, although with technological gaps. Reliability and security indicated high technical mastery among teachers, but require process standardization. Responsiveness demonstrated agility and willingness, while empathy emerged as a central element in student satisfaction.

### **Theoretical / methodological contributions**

The study reinforces the applicability of SERVQUAL to evaluate educational services, especially in accounting practice settings, and highlights the relevance of intangible dimensions, such as empathy and responsiveness, in the perception of quality and student loyalty.

### **Social / management contributions**

It proposes actions to improve technological infrastructure, standardize processes, and provide ongoing training for faculty and staff, aiming to improve service quality, strengthen student confidence, and consolidate the institutional image in a competitive educational landscape.

**Keywords:** Services Marketing, Accounting Practice Center, Perceived Value, Service Delivery, Quality in Educational Services

## **A AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELO NÚCLEO DE PRÁTICA CONTÁBIL: Uma Análise no Contexto Acadêmico**

### **1 Introdução**

A qualidade de serviços é algo que está presente em todos os setores de negócios (Rocha; Curiel; Moura, 2022), e a qualidade dos serviços prestados nas instituições de ensino superior (IES) exerce um impacto direto na satisfação dos alunos, na manutenção das matrículas e na reputação institucional (Khan; Hemsley-Brown, 2021; Winder *et al.*, 2024). Nesse contexto, compreender os parâmetros que orientam a avaliação de serviços educacionais pelos alunos se torna fundamental, pois a relação estabelecida com o cliente deve ser monitorada para garantir não apenas a satisfação, mas também a fidelização. Atualmente, as IES precisam adotar estratégias de marketing inovadoras para agregar valor às suas ofertas, criando assim uma vantagem competitiva frente aos desafios do mercado educacional (Bhojak; Modi; Momin, 2024; Bachtiar; Fatoni; Fauzi, 2024). Além disso, é imprescindível que essas instituições compreendam a dinâmica do mercado educacional e as necessidades e expectativas dos alunos (Abbas; Kumari; AL-Rahmi, 2024; Winder *et al.*, 2024).

A área da educação, inserida no contexto da prestação de serviços, deve ser gerida com foco na excelência. Práticas educacionais de qualidade precisam ser constantemente analisadas para verificar o grau de satisfação dos alunos, o que se aplica tanto às instituições privadas quanto públicas (Bachtiar; Fatoni; Fauzi, 2024). Diversos estudos (Abbas; Kumari; AL-Rahmi, 2024; Winder *et al.*, 2024) indicam que os alunos avaliam a qualidade de serviços educacionais com base em múltiplos fatores, como: qualidade do serviço, motivação do corpo docente, infraestrutura da instituição, desempenho acadêmico, empregabilidade e a transferência de conhecimentos. A melhoria da qualidade do serviço é crucial para a formação de um ambiente que conecte teoria e prática, promovendo o desenvolvimento de habilidades profissionais essenciais aos alunos (Winder *et al.*, 2024; Bhojak; Modi; Momin, 2024). No entanto, é importante que as IES evitem práticas como o aumento exagerado das mensalidades, que podem gerar expectativas irreais nos alunos e prejudicar sua satisfação (Khan; Hemsley-Brown, 2021).

O processo de escolha da instituição de ensino superior é minucioso, uma vez que envolve a busca por conhecimento duradouro e a preparação para o mercado de trabalho e o futuro profissional (Abbas; Kumari; AL-Rahmi, 2024; Winder *et al.*, 2024). Khan; Hemsley-Brown (2021) sublinham a importância de analisar as dimensões que compõem a qualidade do serviço educacional, como aspectos acadêmicos, infraestrutura, reputação, preço e acessibilidade. O aluno, como principal protagonista do processo, deve ser integrado na avaliação da qualidade dos serviços oferecidos pela instituição, permitindo-lhe reconhecer o valor agregado à sua formação (Stensaker; Matear, 2024). A dinâmica da avaliação da qualidade não era uma prioridade nos planos estratégicos das IES, mas com a intensificação da concorrência, tornou-se essencial desenvolver métodos para medir a eficácia dos serviços prestados, abordando aspectos como a satisfação, a lealdade e a fidelização dos alunos (Fida *et al.*, 2020; Guo *et al.*, 2024; Stankovska; Ziberi; Dimitrovski, 2024).

O presente estudo tem como problema de pesquisa a seguinte questão: *Qual o grau de satisfação dos alunos com a prestação de serviços educacionais realizados pelo Núcleo de Prática Contábil de uma instituição de ensino superior?* O objetivo geral é identificar e analisar o grau de satisfação dos alunos com os serviços prestados pelo Núcleo de Prática Contábil, avaliando o comprometimento da instituição na efetividade desses serviços e seu impacto na fidelização dos alunos.

Além de contribuir para o aprimoramento dos serviços educacionais no contexto institucional, esta pesquisa oferece importantes contribuições à comunidade científica. Em primeiro lugar, ao aplicar o modelo SERVQUAL no contexto de um Núcleo de Prática

Contábil, o estudo valida sua aplicabilidade em ambientes educacionais voltados à prática profissional, ampliando o escopo de investigações sobre qualidade percebida em serviços educacionais. Em segundo lugar, ao integrar a percepção de valor dos alunos com as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de Ciências Contábeis, o trabalho propõe uma articulação teórico-prática entre marketing de serviços e formação acadêmica, contribuindo para o avanço da literatura na área.

Ademais, a identificação de lacunas operacionais, como falhas tecnológicas, ausência de padronização no atendimento e práticas pedagógicas inconsistentes, fornece uma base empírica robusta para novas pesquisas que visem investigar intervenções institucionais em serviços de apoio ao ensino. Por fim, ao adotar uma abordagem qualitativa centrada na experiência discente, o estudo incentiva a realização de investigações comparativas e longitudinais, promovendo o amadurecimento de um campo emergente: a avaliação da qualidade em serviços educacionais de natureza prática.

## 2 Referencial Teórico

### 2.1 Gestão da Qualidade no Ambiente Educacional

A qualidade é um fator central na gestão de serviços e impacta diretamente a sobrevivência e o sucesso da organização (Chork; Sam; Huot, 2024). No contexto educacional, especialmente em um ambiente de ampla concorrência entre as instituições de ensino superior, a qualidade torna-se um aspecto essencial a ser continuamente desenvolvido e aprimorado (Diez-Busto et al., 2023), além de representar um elemento estratégico de diferenciação (Haverila et al., 2021).

De acordo com Haverila et al. (2021), a percepção da qualidade dos serviços educacionais, quando associada à avaliação do custo-benefício, se configura como um dos principais determinantes da satisfação dos estudantes.

A gestão da qualidade envolve práticas e processos que buscam alinhar as expectativas dos alunos com a entrega do serviço, com o objetivo de superar ou atender às suas expectativas (Chork; Sam; Huot, 2024; Ifedi et al., 2024). Esse objetivo é alcançado quando a qualidade do serviço é integrada ao processo estratégico de tomada de decisão garantindo a capacidade de resposta às expectativas das partes interessadas (por exemplo, alunos, docentes e sociedade) (Bao et al., 2024, Prasad, Verma, 2022). Conforme destacado por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), esse alinhamento exige atenção às dimensões críticas da qualidade, como confiabilidade, empatia e responsividade, especialmente em serviços de alta intangibilidade, como os educacionais.

A qualidade no serviço educacional está intimamente ligada à percepção individual de cada aluno, que pode ser influenciada por experiências anteriores ou por fatores temporários que atendem a necessidades específicas (Álvarez-García et al., 2019; Ifedi et al., 2024). Os serviços educacionais possuem dois componentes principais de qualidade: o serviço em si e a percepção que o cliente tem desse serviço (Chork; Sam; Huot, 2024). A qualidade total só é alcançada quando a organização consegue atender às expectativas de seus alunos, o que é percebido como um serviço de qualidade (Stankovska; Ziberi; Dimitrovski, 2024).

A satisfação do aluno é diretamente influenciada pela forma como ele percebe o serviço recebido. Quando a percepção corresponde ou excede as expectativas, há satisfação; caso contrário, surgem falhas na entrega, o que pode gerar insatisfação (Sarkar; Sarkar; Sreejesh, 2021; Chork; Sam; Huot, 2024; Ifedi et al., 2024). A insatisfação ocorre quando os alunos percebem que suas expectativas não foram atendidas. Portanto, é crucial que as instituições de ensino avaliem constantemente a qualidade de seus serviços para garantir que não se afastem de seus objetivos (Cantor; Li, 2019; Chork; Sam; Huot, 2024). Como indicam Winder et al.

(2024), avaliações contínuas permitem ajustes que fortalecem o vínculo entre aluno e instituição, promovendo confiança e lealdade.

A satisfação educacional é um fator essencial no contexto das instituições de ensino superior. Para atrair e manter seus estudantes, a qualidade dos serviços educacionais deve não apenas atender, mas também superar as expectativas dos alunos (Haverila et al., 2021). Em um cenário competitivo, manter-se relevante exige que a instituição compreenda e atenda às necessidades de seu público discente (Haverila et al., 2021).

Dessa forma, torna-se fundamental entender os elementos que promovem a satisfação ou geram insatisfação dos estudantes no ambiente educacional (Ifedi et al., 2024).

A gestão da qualidade no serviço educacional deve levar em consideração não apenas os aspectos tangíveis, como infraestrutura, mas também os fatores intangíveis, como o atendimento e o suporte prestado aos alunos (Chork; Sam; Huot, 2024). Isso envolve aspectos emocionais e socioculturais, além de garantir a capacitação dos funcionários, a atualização do currículo e a criação de um ambiente acolhedor e participativo (Winder *et al.*, 2024; Stankovska; Ziberi; Dimitrovski, 2024).

## 2.2 As Dimensões da Qualidade no Atendimento ao Cliente

A competitividade no setor educacional exige que as instituições desenvolvam estratégias eficazes para garantir a formação de profissionais bem-preparados para o mercado (Chork; Sam; Huot, 2024). Para avaliar a qualidade dos serviços prestados, diversas ferramentas têm sido utilizadas, como a escala SERVQUAL, baseada em cinco dimensões: tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia (Parasuraman; Zeithaml; Berry, 1988; Chork; Sam; Huot, 2024; Tejero-Dakay; Lozano; Ferolin, 2024; Prasad, Verma, 2022).

Esse modelo é amplamente reconhecido como uma das abordagens mais consistentes e validadas para mensurar qualidade percebida em serviços, sendo adaptado com sucesso ao contexto educacional por diversos pesquisadores (Chork; Sam; Huot, 2024). A escala SERVQUAL é projetada para medir as expectativas e percepções dos alunos em relação aos serviços educacionais, com o objetivo de identificar lacunas entre o serviço esperado e o serviço percebido. Essas lacunas indicam áreas onde a instituição pode melhorar a qualidade de seus serviços (Ifedi *et al.*, 2024).

No contexto educacional, as dimensões tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia se tornam ferramentas cruciais para avaliar e aprimorar a experiência do aluno. Essas dimensões permitem captar tanto os aspectos objetivos quanto os subjetivos da experiência do aluno, sendo amplamente aplicadas em estudos sobre a qualidade em instituições de ensino superior (Souki *et al.*, 2023; Chork; Sam; Huot, 2024).

Por exemplo, a dimensão de tangibilidade está relacionada aos aspectos físicos da instituição, como infraestrutura, equipamentos e materiais de comunicação, que contribuem para a percepção de qualidade (Fida *et al.*, 2020; Chork; Sam; Huot, 2024). A confiabilidade refere-se à capacidade da instituição de cumprir com o que foi prometido de maneira consistente, enquanto a responsividade diz respeito à disposição dos professores e funcionários em ajudar rapidamente às necessidades dos alunos (Stankovska; Ziberi; Dimitrovski, 2024).

A dimensão da responsividade, em especial, refere-se à disposição e à prontidão com que os profissionais e a instituição respondem às necessidades dos alunos. Segundo Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), essa dimensão envolve a capacidade de oferecer ajuda de forma rápida e eficiente, demonstrando interesse em resolver problemas ou esclarecer dúvidas dos usuários. Em ambientes educacionais, ela se traduz na agilidade no atendimento acadêmico e administrativo, na devolutiva de demandas e na capacidade de adaptação a diferentes perfis e contextos discentes.

Como destacam Stankovska, Ziberi e Dimitrovski (2024), a responsividade é uma das dimensões mais valorizadas pelos alunos, sendo diretamente associada à satisfação e à confiança na instituição. Essa dimensão tem sido apontada como um preditor direto da satisfação do aluno, especialmente quando se refere ao tempo de resposta institucional, à eficiência no atendimento e à flexibilidade em situações imprevistas (Souki et al., 2023).

A segurança envolve a criação de um ambiente seguro e confiável, onde os alunos se sintam protegidos em relação aos serviços prestados (Chork; Sam; Huot, 2024; Bhojak; Modi; Momin, 2024), e a empatia foca na atenção individualizada e no esforço da instituição para entender as necessidades dos alunos (Fida *et al.*, 2020; Bhojak; Modi; Momin, 2024). Cada uma dessas dimensões é fundamental para medir a satisfação do aluno e, conseqüentemente, a qualidade do serviço educacional. Como indicam Winder et al. (2024), o sucesso da experiência acadêmica está profundamente vinculado à percepção de acolhimento e personalização no atendimento, dimensões muitas vezes sintetizadas nas práticas de empatia institucional.

### 2.3 Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Ciências Contábeis e o Marketing de Serviços

A Resolução CNE/CES nº 1, de 27 de março de 2024, estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Ciências Contábeis, bacharelado. Essas diretrizes definem um conjunto articulado de princípios e critérios que devem ser seguidos pelas Instituições de Ensino Superior (IES), tanto públicas quanto privadas, no planejamento, desenvolvimento, organização e avaliação dos cursos de Ciências Contábeis (Brasil, 2024). O foco principal das diretrizes é garantir que os alunos não apenas adquiram conhecimentos técnicos, mas também estejam preparados para os desafios éticos, sociais, ambientais e políticos que caracterizam a profissão contábil.

Além disso, as diretrizes exigem que as IES ofereçam uma formação prática robusta, que integre os conceitos teóricos e as habilidades práticas requeridas para o mercado de trabalho. O Artigo 5º da resolução destaca que as instituições devem promover estágios supervisionados e laboratórios de simulação de práticas contábeis como ferramentas essenciais para o desenvolvimento dessas competências. O marketing de serviços, ao promover essas práticas, pode ser um elo vital para garantir que as expectativas dos alunos sejam atendidas, fortalecendo a fidelização e a satisfação. O Núcleo de Prática Contábil, nesse cenário, desempenha um papel fundamental ao criar um ambiente de aprendizado que combina teoria e prática, refletindo diretamente o compromisso da instituição com a qualidade do ensino e a formação integral do futuro profissional de contabilidade.

O Núcleo de Prática Contábil, estruturado de acordo com as diretrizes, se torna um espaço essencial onde os alunos podem vivenciar o processo de aprendizagem aplicado, permitindo que as competências relacionadas à prática contábil sejam desenvolvidas de maneira alinhada ao perfil exigido pelas diretrizes. A Resolução CNE/CES nº 1/2024, ao reforçar a importância da integração entre teoria e prática, sublinha a relevância de se criar um ambiente de aprendizagem que, por meio do marketing de serviços, esteja constantemente ajustado às necessidades dos alunos, agregando valor à sua formação. Estratégias de qualidade de serviço, como marketing de relacionamento, personalização e cocriação de valor, podem ser aplicadas para aumentar o engajamento do aluno e a fidelidade institucional (Prasad; Verma, 2022).

### 3 Metodologia

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, essencial para interpretar o fenômeno da insatisfação dos alunos, o que foi feito por meio de entrevistas. A escolha dessa abordagem permite uma compreensão mais profunda das percepções e sentimentos dos alunos em relação

aos serviços prestados, capturando aspectos subjetivos e individuais que não poderiam ser facilmente quantificados.

Para a coleta de dados, foi elaborado um roteiro de entrevista estruturado, focado nas cinco dimensões do modelo SERVQUAL: tangibilidade, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia, com adaptações para refletir a realidade do Núcleo de Prática Contábil da instituição de ensino superior. O roteiro foi cuidadosamente construído para captar a percepção dos alunos em relação à qualidade dos serviços educacionais prestados, incluindo questões abertas para garantir uma avaliação abrangente das diversas dimensões envolvidas.

A amostragem foi realizada de forma não probabilística, por conveniência, com base na disponibilidade e consentimento dos participantes. Foram entrevistados 15 alunos do Núcleo de Prática Contábil, selecionados por sua experiência direta com os serviços oferecidos. Essa escolha visou garantir que as respostas representassem uma visão genuína dos alunos que interagem regularmente com o serviço, oferecendo uma perspectiva relevante e focada na melhoria da qualidade dos processos.

A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas presenciais as quais foram conduzidas em grupos de três a quatro alunos, com a autorização prévia dos participantes.

Os dados obtidos foram analisados por meio da análise de conteúdo, a qual permitiu uma interpretação detalhada das respostas dos entrevistados, identificando padrões e categorias recorrentes nas diferentes dimensões de qualidade do serviço.

#### **4 Análise dos Resultados e Discussões**

Para apresentar e discutir os resultados desta pesquisa, optou-se por organizar a análise qualitativa com base nas cinco dimensões propostas pelo modelo SERVQUAL: tangibilidade, confiabilidade, prestação (responsividade), segurança e empatia. Essa estrutura permite compreender de forma sistemática como os alunos avaliam os diferentes aspectos dos serviços prestados pelo Núcleo de Prática Contábil (NPC), destacando percepções, pontos fortes e oportunidades de melhoria em cada uma dessas dimensões que compõem a qualidade percebida no atendimento educacional.

##### **4.1 Dimensão Tangibilidade**

Nessa dimensão, busca-se analisar os aspectos físicos do serviço, como: equipamentos, infraestrutura e a aparência dos profissionais, que desempenham um papel fundamental na percepção de qualidade pelos alunos. A análise dos resultados revela que, de maneira geral, o NPC apresenta um nível satisfatório de tangibilidade.

a) *Equipamentos utilizados no NPC:* os equipamentos usados no NPC, como computadores, impressoras e outros recursos tecnológicos, cumprem suas funções básicas e permitem que as atividades sejam realizadas adequadamente. Contudo, alguns desses equipamentos poderiam ser mais modernos e atualizados para atender às exigências do mercado de trabalho e melhorar a produtividade dos alunos e profissionais. O desempenho, a rapidez nas tarefas e a compatibilidade com os softwares atuais foram os principais critérios utilizados para avaliar os equipamentos. Esse feedback sugere que a atualização tecnológica é um fator essencial para garantir que os alunos vivenciem uma experiência prática mais próxima da realidade profissional. Isso está alinhado com a teoria do marketing de serviços, que enfatiza a importância da tangibilidade como uma dimensão fundamental na percepção da qualidade do serviço. Segundo Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), a presença de equipamentos modernos e atualizados contribui para a confiança do cliente e aumenta sua satisfação com o serviço. No campo da tecnologia educacional, estudos recentes têm reforçado essa perspectiva, como, por

exemplo, de Chugh *et al.* (2023) que afirmam que a rápida evolução dos recursos tecnológicos em instituições de ensino superior impactam a eficácia do aprendizado e a satisfação dos alunos.

b) *Aparência profissional dos funcionários e professores*: foi considerada adequada pelos alunos, sendo associada à seriedade e ao respeito pelo ambiente acadêmico. As respostas indicam que a maioria dos profissionais adota vestimentas sóbrias e asseadas, adequadas ao perfil institucional. Os alunos destacaram a importância da higiene pessoal, da escolha de roupas compatíveis com o ambiente acadêmico e do cuidado com a apresentação (como cabelo e unhas). Esses aspectos são cruciais para transmitir uma imagem de profissionalismo, acolhimento e seriedade, especialmente em um ambiente de prática contábil, onde a confiança e a credibilidade são essenciais. Jayassoriya, Silva e Wanigasundera (2020) destacam que a vestimenta é um dos elementos essenciais para o ser humano, pois influencia a percepção que as outras pessoas têm sobre ele. De acordo com Marici *et al.* (2022), aspectos como o rosto, corpo, voz, penteado e roupas têm um impacto significativo sobre o cliente, sendo o vestuário especialmente relevante, pois está associado a características como responsabilidade, status, autoridade, competência e sucesso. Assim, a organização e a apresentação dos profissionais não só refletem a cultura da instituição, mas também contribuem para a construção de uma imagem positiva no mercado educacional.

c) *Infraestrutura física do NPC*: as respostas indicaram que o ambiente é funcional e atende às necessidades básicas para o desenvolvimento das atividades. A sala é organizada, o mobiliário é adequado e o ambiente limpo. Contudo, alguns alunos sugeriram melhorias, principalmente no aspecto de ergonomia do espaço. A acessibilidade, o conforto térmico e acústico, a adequação dos móveis e a sinalização dos espaços foram apontados como critérios importantes na avaliação da infraestrutura. Esses resultados sugerem que, embora a infraestrutura seja funcional, ela poderia ser aprimorada para oferecer um ambiente ainda mais confortável e adequado ao aprendizado prático.

d) *Adequação da aparência dos profissionais às funções que desempenham*: foi amplamente avaliada de forma positiva pelos alunos, que consideraram a vestimenta e a apresentação pessoal adequadas às funções que desempenham. Eles destacaram o cuidado com o asseio e a postura profissional, fatores que contribuíram para a credibilidade e o respeito que o NPC transmite tanto para os alunos quanto para a comunidade atendida. Esse resultado está em consonância com o modelo SERVQUAL, que coloca a empatia e a aparência dos funcionários como elementos centrais na percepção de qualidade dos serviços prestados (Parasuraman; Zeithaml; Berry, 1988).

Assim, a análise da dimensão de tangibilidade no contexto do Núcleo de Prática Contábil revela que, embora a instituição apresente uma estrutura adequada, existem áreas que podem ser melhoradas para otimizar a experiência dos alunos.

#### 4.2 Dimensão Confiabilidade

A dimensão de confiabilidade no contexto dos serviços prestados pelo Núcleo de Prática Contábil (NPC) reflete a consistência e a precisão com que as atividades são realizadas pelos professores e orientadores, bem como a confiança dos alunos na capacidade desses profissionais de cumprir o que foi prometido. Com base nas respostas dos entrevistados, esta dimensão foi avaliada positivamente, mas com algumas sugestões para aperfeiçoamento, especialmente no que diz respeito à padronização dos procedimentos e à consistência nas avaliações.

a) *Execução das tarefas pelos professores/orientadores no NPC*: foi considerada satisfatória pelos alunos. Os docentes demonstraram domínio técnico, comprometimento e uma postura proativa na orientação dos alunos. A maioria dos alunos reconheceu a clareza nas explicações e a disposição dos professores para esclarecer dúvidas. Contudo, foi mencionado que ainda há espaço para melhorar a padronização dos procedimentos e a oferta de feedbacks

mais sistemáticos. A clareza na orientação, a organização das tarefas, a pontualidade nos atendimentos e o acompanhamento do desempenho dos alunos foram os principais critérios utilizados para avaliar a execução das tarefas. Esses aspectos estão intimamente relacionados à confiabilidade no desempenho dos profissionais, uma vez que eles garantem a consistência no atendimento e a confiança dos alunos no processo de aprendizagem. De acordo com a literatura de marketing de serviços, a confiabilidade é um dos pilares fundamentais para a construção de uma relação de longo prazo com o cliente, sendo essencial que a instituição mantenha um alto padrão de desempenho consistente (Parasuraman; Zeithaml; Berry, 1988). Estudos recentes enfatizam ainda mais essa dimensão no contexto educacional. A pesquisa de Seitova et al. (2024), utilizando o modelo SERVQUAL em uma universidade do Cazaquistão, encontrou uma forte correlação entre a confiabilidade dos professores e a satisfação dos alunos, destacando que a consistência no atendimento e no feedback é essencial para a experiência estudantil. De maneira semelhante, o estudo de Dugenio-Nadela et al. (2023) revelou que a dimensão confiabilidade foi considerada pelos alunos a mais influente entre as cinco do SERVQUAL em instituições filipinas, especialmente no que diz respeito à clareza na comunicação e ao cumprimento de prazos. Essas evidências reforçam a necessidade de aprimorar a padronização dos procedimentos e de adotar feedbacks mais estruturados no NPC, a fim de fortalecer a confiabilidade percebida pelos alunos e, assim, aumentar sua satisfação e fidelização.

*b) Confiabilidade na atuação dos professores:* a maioria dos alunos considerou que os docentes realizam suas funções de maneira confiável, demonstrando ética profissional e comprometimento. A confiança foi construída a partir da coerência entre o planejamento e a execução, com os alunos destacando a regularidade nas orientações, no cumprimento dos horários e no respeito ao cronograma de atividades. Esses parâmetros são essenciais para a construção de uma imagem sólida e confiável do NPC. A pontualidade e a transparência nas comunicações foram particularmente valorizadas pelos alunos, que associaram esses fatores a uma postura colaborativa por parte dos professores, especialmente em situações cotidianas que exigem adaptação e flexibilidade. No modelo SERVQUAL, a confiabilidade é definida como a capacidade de entregar o prometido de forma precisa e consistente (Parasuraman; Zeithaml; Berry, 1988), e os resultados deste estudo indicam que o NPC, em grande parte, cumpre com esse critério. Seitova et al. (2024) com base na aplicação do modelo SERVQUAL em uma universidade do Cazaquistão, encontraram que a confiabilidade – medida pela regularidade dos atendimentos, cumprimento de prazos e clareza na comunicação – foi a dimensão mais fortemente correlacionada à satisfação estudantil. De forma semelhante, Dugenio-Nadela et al. (2023) constataram, em um contexto filipino, que a confiabilidade foi considerada a dimensão predominante pelos estudantes. Esses achados corroboram a necessidade de aprimorar elementos como a padronização dos procedimentos pedagógicos e a oferta de feedbacks estruturados no Núcleo de Prática Contábil (NPC), fortalecendo a confiabilidade percebida pelos alunos e, conseqüentemente, promovendo maior fidelização acadêmica.

*c) Cumprimento das obrigações conforme o planejado:* Os alunos também avaliaram positivamente o cumprimento das obrigações conforme o planejado pelos professores e demais profissionais do NPC. Em geral, os docentes cumprem os prazos e as atividades conforme estabelecido no planejamento, e a adaptação a imprevistos é bem recebida quando não compromete a qualidade do serviço prestado. No entanto, alguns alunos sugeriram que o alinhamento constante entre planejamento e execução poderia ser mais bem estruturado, especialmente nas atividades práticas, que exigem uma maior sincronia entre os profissionais e os alunos. A comunicação eficaz com os alunos, o cumprimento de prazos e a coerência entre o plano e a implementação das atividades foram considerados os principais critérios para a avaliação. De acordo com Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988), a confiabilidade é uma das principais dimensões da qualidade de serviço, referindo-se à capacidade de cumprir com o prometido de maneira precisa e consistente. Estudos mais recentes reforçam essa concepção:

Atmaja e Sagala (2023) demonstram que o cumprimento dos compromissos e a entrega confiável das atividades no tempo certo influenciam diretamente a confiança e a lealdade dos estudantes. Da mesma forma, Seitova *et al.* (2024) identificaram que a confiabilidade no cumprimento de cronogramas e tarefas acadêmicas foi a dimensão mais valorizada por alunos em instituições de ensino superior, sendo um elemento-chave na construção da satisfação educacional e da intenção de permanência.

Os resultados indicam que, de maneira geral, o NPC se destaca na confiabilidade dos seus serviços, sendo visto como um ambiente de aprendizado estável e seguro, onde os alunos confiam que os professores cumprem suas funções com responsabilidade e ética. Essa percepção de confiabilidade é essencial para a satisfação dos alunos e para a construção de uma relação de longo prazo entre os alunos e a instituição. Contudo, algumas áreas de melhoria, como a padronização das práticas e a implementação de feedbacks mais regulares, são necessárias para fortalecer ainda mais essa confiabilidade e garantir que todos os alunos vivenciem um padrão consistente de qualidade.

#### 4.3 Dimensão Presteza ou Responsividade

Essa dimensão está intimamente ligada à capacidade dos professores e funcionários do Núcleo de Prática Contábil (NPC) em atender às demandas dos alunos de maneira eficiente, ágil e atenciosa. A análise dos resultados obtidos nas entrevistas revela que os alunos atribuem grande importância à disposição dos profissionais em ajudar, à educação no atendimento, à boa vontade demonstrada e ao esforço dedicado no processo de atendimento.

a) *Comportamentos que indicam postura prestativa no atendimento:* Os alunos reconhecem que um professor age de forma prestativa quando demonstra uma disposição genuína para ajudar, sendo ágil e atencioso no atendimento às demandas. Além disso, os alunos destacaram a importância da disponibilidade para buscar soluções, mesmo quando há limitações. As principais variáveis utilizadas pelos alunos para avaliar a postura prestativa incluem: tempo de resposta, clareza na orientação, empatia no atendimento e a iniciativa para facilitar o processo de aprendizagem. Tais comportamentos estão diretamente relacionados à responsividade no marketing de serviços, que é definida como a disposição do prestador de serviço em ajudar os clientes de forma eficiente e atender suas necessidades prontamente (Parasuraman; Zeithaml; Berry, 1988). Estudos recentes confirmam que a responsividade é a dimensão do SERVQUAL mais fortemente associada à satisfação discente. Stankovska, Ziberi e Dimitrovski (2024) descobriram que, em universidades do Leste Europeu, a agilidade no atendimento às dúvidas e a clareza na comunicação foram os principais fatores correlacionados à satisfação. De forma semelhante, Dugenio-Nadela *et al.* (2023) relataram que a prontidão dos professores em oferecer suporte acadêmico contribuiu significativamente para a percepção de qualidade e confiança institucional. Além disso, Seitova *et al.* (2024), em estudo com estudantes da Universidade Internacional do Cazaquistão, destacaram que a responsividade foi o principal preditor da satisfação geral dos alunos.

b) *Atitudes que demonstram educação no atendimento:* outro critério fundamental na avaliação da responsividade dos profissionais do NPC. Os alunos perceberam que professores demonstram educação através de atitudes respeitadas, comunicativas e empáticas. Essas atitudes incluem o uso de palavras cordiais, paciência no trato com os alunos, respeito à diversidade de opiniões e a ausência de comportamentos autoritários ou ríspidos. Essas práticas contribuem para a criação de um ambiente acolhedor e respeitoso, essencial para o aprendizado. A educação no atendimento é uma dimensão importante do modelo SERVQUAL, pois está diretamente ligada à criação de um relacionamento positivo entre o prestador de serviço e o cliente (Parasuraman; Zeithaml; Berry, 1988). Estudos recentes confirmam essa relação na educação superior. Dugenio-Nadela *et al.* (2023) evidenciaram que atitudes respeitadas e

comunicação não autoritária nas interações entre professor e aluno foram elementos críticos para a satisfação dos estudantes em instituições filipinas (researchgate.net). Além disso, o estudo exploratório de Stankovska, Ziberi e Dimitrovski (2024) ressaltou que empatia e linguagem inclusiva promovem percepções positivas de qualidade de serviço em contextos educacionais. Quando os alunos percebem que são tratados com respeito e atenção, sua satisfação com o serviço tende a ser mais alta, o que, conseqüentemente, eleva a fidelidade e a confiança na instituição.

c) *Identificação de boa vontade no atendimento*: foi identificada pelos alunos como um comportamento que vai além do mínimo necessário, onde o professor ou funcionário demonstra dedicação e interesse genuíno em ajudar. Os alunos destacaram comportamentos como oferecer ajuda mesmo sem ser solicitado, propor alternativas viáveis, manter uma postura positiva frente a dificuldades e demonstrar proatividade. Segundo Zeithaml (1988), a proatividade é um fator determinante para a percepção de qualidade, pois transmite ao aluno que suas necessidades são prioritárias para a instituição. Este tipo de comportamento também é essencial para promover a satisfação e a fidelização dos alunos, pois quando sentem que seus interesses são valorizados, tendem a permanecer mais leais à instituição. Pesquisas recentes reforçam essa argumentação. Um estudo conduzido por Chugh et al. (2023) identificou que comportamentos proativos dos professores, como apresentar soluções antes mesmo de os alunos solicitarem, estavam fortemente correlacionados com altos níveis de satisfação estudantil e percepções de cuidado institucional. Esses achados confirmam que a boa vontade, manifestada por meio de iniciativa, atenção extra e esforço voluntário, é mais do que um diferencial; é um elemento central na construção da qualidade percebida e no fortalecimento dos vínculos entre alunos e o Núcleo de -Prática Contábil (NPC).

d) *Avaliação do esforço no atendimento*: foi feita com base na dedicação demonstrada pelos profissionais para compreender a necessidade apresentada e buscar soluções adequadas. Os alunos valorizaram atitudes como atenção plena durante o diálogo, aprofundamento na resolução de problemas, consulta a outras fontes ou setores quando necessário, e retorno com informações atualizadas. Essas ações indicam comprometimento e valorização do aluno, refletindo um esforço genuíno para garantir a qualidade do atendimento. A literatura de marketing de serviços reforça que, quando os prestadores de serviços fazem um esforço adicional para atender às expectativas dos clientes, isso aumenta a percepção de valor e fortalece a fidelização. A persistência em resolver a questão até o final é um comportamento essencial para aumentar a satisfação do aluno, pois demonstra que a instituição está comprometida com a excelência em todos os aspectos do atendimento.

Os resultados indicam que os alunos valorizam profundamente a responsividade no atendimento prestado pelos profissionais do NPC. A disposição em ajudar, a educação no atendimento, a boa vontade e o esforço no atendimento são elementos-chave que influenciam diretamente a percepção de qualidade. Essas atitudes não só promovem uma experiência educacional mais satisfatória, mas também contribuem para a construção de uma relação de confiança e lealdade entre alunos e a instituição. A responsividade, como destacado no modelo SERVQUAL, é uma dimensão crucial para garantir que as expectativas dos alunos sejam atendidas de forma eficiente e personalizada, o que leva à satisfação e fidelização.

#### 4.4 Dimensão Segurança

A dimensão de segurança refere-se à sensação de confiança e estabilidade que os alunos experimentam ao interagir com os profissionais do núcleo, sendo fundamental para o estabelecimento de um ambiente de aprendizado positivo. A sensação de segurança está intrinsecamente ligada ao domínio técnico, à clareza nas orientações e à coerência entre o que é dito e o que é feito pelos professores e funcionários.

a) *O que garante a sensação de segurança em relação ao serviço prestado:* os alunos garantem que há confiança na prestação de serviços, principalmente porque há transparência, objetividade e responsabilidade. As variáveis consideradas pelos alunos para avaliar a segurança incluem a clareza nas orientações, a coerência nas condutas e a capacidade de prever e prevenir erros. Esses critérios reforçam a ideia de que a competência técnica e a previsibilidade no atendimento são fundamentais para garantir que os alunos se sintam seguros no ambiente educacional. A segurança percebida é uma das dimensões mais importantes na construção de uma boa relação entre alunos e a instituição, e está alinhada com os princípios do marketing de serviços (Parasuraman; Zeithaml; Berry, 1988). Estudos atuais reforçam essa perspectiva. Por exemplo, Stankovska, Ziberi e Dimitrovski (2024) identificaram, por meio da aplicação do modelo SERVQUAL em instituições de ensino superior (IES) da Macedônia, que a dimensão “assurance” (garantia) – composta por domínio técnico e coerência – foi fortemente correlacionada à satisfação discente. Além disso, a revisão sistemática de Toscano Hernández et al. (2024) aponta que a competência técnica do corpo docente e a clara comunicação institucional são preditores consistentes da confiança e da sensação de segurança dos alunos em ambientes de aprendizado híbrido.

b) *Avaliação da competência dos professores e funcionários:* foi amplamente valorizada pelos alunos, que destacaram o domínio técnico, as habilidades práticas e a postura profissional como fatores essenciais para a segurança no atendimento. Os critérios utilizados pelos alunos para avaliar a competência incluem: formação acadêmica, experiência prática, clareza na condução das atividades, assertividade nas respostas, e a eficácia das orientações. Quando os profissionais demonstram conhecimento aprofundado e capacidade para solucionar problemas de forma eficiente, os alunos se sentem mais confiantes na qualidade do serviço prestado. Este é um aspecto essencial para garantir a qualidade percebida no contexto educacional, pois reflete diretamente a credibilidade e a reputação da instituição. Estudos recentes confirmam essa percepção. A pesquisa de Lokolo et al. (2024) com universitários de formação docente revelou que a habilidade didática e o suporte técnico oferecido pelos professores são os principais preditores da confiança estudantil e da satisfação percebida. Além disso, Stankovska, Ziberi e Dimitrovski (2024) observaram que a dimensão de garantia, que engloba domínio técnico e consistência no atendimento, foi a mais fortemente correlacionada à sensação de segurança entre os estudantes, segundo análise realizada com base no modelo SERVQUAL em instituições de ensino superior (IES) da Macedônia. Essas evidências reforçam que a competência técnica e a postura profissional dos docentes são mais do que qualificações desejáveis; elas são elementos centrais para proporcionar aos alunos uma sensação real de segurança e confiança no atendimento do Núcleo de Prática Contábil (NPC), contribuindo diretamente para a percepção de qualidade e fidelização do corpo discente.

c) *Análise da capacidade de resolução de problemas nos atendimentos:* Os entrevistados mencionaram que, para se sentir seguros, é essencial que os profissionais do NPC demonstrem raciocínio lógico, adaptação a imprevistos e criatividade na busca de soluções. Os alunos consideraram como critérios para essa análise a iniciativa dos profissionais, a calma diante de situações desafiadoras e a comunicação eficiente com os envolvidos. A capacidade de resolver problemas de forma eficaz e sem causar transtornos adicionais fortalece a segurança percebida pelos alunos, pois eles percebem que os profissionais estão preparados para lidar com qualquer dificuldade que possa surgir durante o processo de aprendizagem (Toscano-Hernández et al., 2024). A resolução eficiente de problemas é uma competência essencial em qualquer serviço educacional, pois contribui para a satisfação dos alunos e a confiança na instituição.

A análise dos resultados revelou que a segurança percebida pelos alunos está intimamente relacionada à competência técnica dos profissionais, à clareza nas orientações e à capacidade dos professores e funcionários de resolver problemas de forma eficaz e proativa.

Esses aspectos são fundamentais para criar um ambiente de aprendizado seguro, onde os alunos se sintam confiantes e preparados para enfrentar os desafios acadêmicos. A pesquisa também evidenciou que, embora o NPC apresente um bom nível de competência e segurança, há espaço para melhorias, especialmente no que diz respeito à padronização dos processos de atendimento e à capacidade de resolver problemas de forma ágil e eficiente.

#### 4.5 Dimensão Empatia

Essa dimensão utilizada no contexto dos serviços educacionais do Núcleo de Prática Contábil (NPC) reflete a capacidade dos professores e funcionários em compreender as necessidades individuais dos alunos e fornecer um atendimento personalizado, acolhedor e atencioso. A análise dos resultados indica que a empatia é um fator crucial para a satisfação dos alunos e para a qualidade percebida no serviço educacional, pois está diretamente ligada ao sentimento de valorização e à eficácia do processo de aprendizagem. A seguir, discutimos os principais aspectos relacionados à empatia com base nas respostas dos entrevistados.

a) *Como deve ser um atendimento atencioso e personalizado no NPC:* Os alunos destacaram que um atendimento atencioso e personalizado deve considerar as dúvidas específicas de cada aluno, respeitar seu tempo de aprendizado e demonstrar empatia. Espera-se que os professores e funcionários do NPC escutem atentamente as demandas, adaptem suas orientações à realidade de cada aluno, e demonstrem paciência e clareza nas explicações. Além disso, atitudes como chamar o aluno pelo nome, lembrar de questões anteriores e oferecer soluções individualizadas são vistas como características importantes de um atendimento personalizado. Pesquisas recentes confirmam essa perspectiva. Dugenio-Nadela *et al.* (2023), ao aplicar o modelo SERVQUAL em uma instituição filipina, identificaram que variáveis como escuta ativa, uso do nome do aluno e adaptação das orientações às necessidades individuais foram fortes preditores de satisfação estudantil. Ainda, Toscano-Hernández *et al.* (2024), em uma revisão sistemática sobre qualidade de serviço no ensino superior, destacaram que a orientação personalizada e o suporte individualizado aumentam significativamente a percepção de valor e fidelização discente. Essas evidências confirmam que um atendimento atencioso e personalizado não só atende às expectativas acadêmicas como também consolida a confiança, elevando a qualidade percebida e fortalecendo vínculos duradouros entre os alunos e o NPC.

b) *Avaliação de atendimento com atenção e cuidado:* reflete a importância da escuta ativa e da preocupação genuína em garantir a compreensão do aluno. Os alunos mencionaram que consideram o atendimento adequado quando os professores escutam com interesse, respondem com clareza, explicam mais de uma vez quando necessário e se preocupam em garantir que o aluno compreenda completamente o conteúdo. Além disso, os critérios para essa avaliação incluem uma linguagem acessível, paciência no trato, ausência de pressa, atenção aos detalhes e disposição para esclarecer dúvidas sem julgamentos. A empatia e a atenção no atendimento são diretamente relacionadas à percepção de qualidade dos serviços, sendo aspectos essenciais para a experiência do aluno. Estudos recentes reforçam essa perspectiva, como o de Winder *et al.* (2024), que demonstram que a atenção aos aspectos relacionais no contato direto entre docentes e alunos é uma dimensão crítica para o fortalecimento da percepção de qualidade, especialmente em serviços educacionais. Além disso, Dugenio-Nadela *et al.* (2023) identificam que comportamentos como paciência, clareza e ausência de julgamentos são preditores de altos níveis de satisfação estudantil. Portanto, essas atitudes não apenas fortalecem o vínculo entre aluno e instituição, mas também atuam como determinantes na fidelização e no reconhecimento da qualidade do serviço prestado.

c) *Percepção de interesse genuíno em ajudar:* Durante o atendimento, os alunos perceberam que o interesse genuíno do professor ou funcionário em ajudar é demonstrado por meio da atuação proativa, da atenção plena e da disposição para buscar soluções para as dúvidas

dos alunos. Esse tipo de comportamento reflete a empatia do profissional, que vai além do simples cumprimento das suas funções e se dedica ao bem-estar e aprendizado do aluno. A empatia é vista como uma maneira de personalizar o atendimento, garantindo que o aluno receba a atenção e o suporte que necessita. A literatura de marketing de serviços destaca que a empatia e o interesse genuíno são elementos essenciais para aumentar a qualidade percebida (Parasuraman; Zeithaml; Berry, 1988). Estudos recentes, como o de Dugenio-Nadela *et al.* (2023), evidenciam que comportamentos proativos e personalizados no atendimento docente aumentam a confiança e o sentimento de valorização dos estudantes. Da mesma forma, Ifedi *et al.* (2024) reforçam que a dedicação visível dos profissionais da educação impacta positivamente na satisfação dos alunos, fortalecendo o vínculo institucional. Além disso, Winder *et al.* (2024) demonstram que a atenção plena e a escuta ativa criam uma experiência de serviço mais significativa e memorável no ambiente educacional.

*d) Compreensão das necessidades durante o atendimento:* revelou que a capacidade de adaptar as orientações à realidade de cada aluno é essencial para a construção de uma relação empática e eficaz. Os alunos destacaram que a demonstração de escuta ativa, a reformulação das explicações quando necessário, as sugestões adequadas e o respeito ao tempo de aprendizagem são atitudes que evidenciam que o profissional compreendeu suas necessidades. A adaptação do atendimento ao nível de conhecimento do aluno e o esforço para esclarecer todas as suas dúvidas são critérios-chave para a avaliação positiva da empatia no atendimento.

A análise dos resultados indica que a empatia é um dos fatores mais valorizados pelos alunos na avaliação dos serviços educacionais do NPC. O atendimento atencioso, personalizado e genuinamente interessado nas necessidades do aluno contribui significativamente para a satisfação e confiança do aluno na instituição. Além disso, a demonstração de interesse genuíno em ajudar e a compreensão das necessidades individuais dos alunos são elementos-chave para garantir que os alunos se sintam apoiados e respeitados ao longo de seu aprendizado. A empatia, portanto, não apenas melhora a experiência do aluno, mas também impacta diretamente na percepção de qualidade do serviço educacional.

## 5 Considerações Finais

Este estudo contribui significativamente para o avanço teórico sobre a qualidade percebida em serviços educacionais ao aplicar a escala SERVQUAL em Núcleos de Prática Contábil, validando sua relevância em contextos formativos voltados à prática profissional. Ao demonstrar que as cinco dimensões da escala são eficazes na captação da experiência discente, os achados corroboram estudos recentes, como os de Stankovska, Ziberi e Dimitrovski (2024) e Ifedi *et al.* (2024), os quais defendem o SERVQUAL como uma ferramenta estratégica de gestão da qualidade e da satisfação discente em ambientes educacionais.

Além disso, esta pesquisa amplia a literatura contemporânea sobre marketing de serviços na educação ao evidenciar a importância de aspectos intangíveis, como empatia, atenção individualizada e proatividade, para o fortalecimento da confiança e fidelização dos alunos (Souki *et al.*, 2023; Winder *et al.*, 2024).

No campo gerencial, os resultados indicam importantes oportunidades de melhoria na gestão do NPC. A modernização tecnológica e a criação de um banco de dados acadêmico emergem como ações prioritárias, pois os alunos apontaram a ausência desses recursos como um fator limitante para a autonomia e o desenvolvimento acadêmico. Identificou-se também a necessidade de estruturar um processo pedagógico mais padronizado, por meio de manuais operacionais, cronogramas claros e fluxos bem definidos, garantindo equidade e previsibilidade na experiência de aprendizagem.

Outro ponto crítico refere-se à capacitação contínua de docentes e funcionários. A heterogeneidade no atendimento foi associada à falta de treinamento uniforme, o que exige a

implementação de programas sistemáticos de qualificação, focados em comunicação eficaz, escuta ativa, devolutivas assertivas e atendimento empático. Complementarmente, a melhoria da comunicação administrativa foi destacada como essencial, especialmente devido a falhas na orientação de processos burocráticos, que prejudicaram a percepção de segurança institucional por parte dos alunos.

Em relação à infraestrutura, embora funcional, foram identificadas demandas por aprimoramentos ergonômicos, de conforto térmico e acústico, além de acessibilidade e atualização dos equipamentos.

A dimensão da responsividade foi apontada como crítica para a satisfação discente. Atitudes como prontidão, cordialidade, proatividade e persistência foram amplamente valorizadas, reforçando a importância de políticas que promovam a excelência no atendimento educacional.

Apesar dos avanços proporcionados por este estudo, algumas limitações devem ser reconhecidas. A amostra foi composta por apenas 15 alunos, o que, embora adequado para uma abordagem qualitativa, restringe a possibilidade de generalização dos achados. Pesquisas futuras podem ampliar essa amostra, incorporando diferentes cursos, períodos e perfis estudantis, a fim de alcançar uma visão mais abrangente.

Adicionalmente, sugere-se a adoção de métodos mistos, combinando abordagens quantitativas e qualitativas para aprofundar a análise e validar estatisticamente as relações observadas entre as dimensões da qualidade percebida e a satisfação discente. Também é recomendável explorar a relação entre qualidade percebida e lealdade dos alunos, considerando implicações de longo prazo para a gestão institucional e o posicionamento competitivo das instituições de ensino superior.

## Referências

- Abbas, J., Kumari, K., & Al-Rahmi, W. M. (2024). Quality management system in higher education institutions and its impact on students' employability with the mediating effect of industry–academia collaboration. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 40(2), 325–343. <https://doi.org/10.1108/JEAS-07-2021-0135>
- Abd-Elrahman, A. H., El-Borsaly, A., & Hassan, S. (2020). The impact of service quality on organizational performance in the mobile telecommunications sector in Egypt. *Proceedings on Engineering Sciences*, 2(1), 93–104. <https://doi.org/10.24874/PES02.01.010>
- Abu Jadayil, W., Shakoor, M., Bashir, A., Selmi, H., & Qureshi, M. R. N. N. (2020). Using SERVIQUAL to investigate the quality of provided wireless communication services in UAE. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(1), 109–132. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-08-2018-0076>
- Álvarez-García, J., González-Vázquez, E., Del Río-Rama, M. D. L. C., & Durán-Sánchez, A. (2019). Quality in customer service and its relationship with satisfaction: An innovation and competitiveness tool in sport and health centers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(20), 3942. <https://doi.org/10.3390/ijerph16203942>
- Atmaja, D. R., & Sagala, H. M. (2023). Analysis of the relationship between e-learning service quality and student trust, satisfaction, and loyalty. *Majalah Ilmiah Bijak*, 20(1), 173–182. <https://www.researchgate.net/publication/374013181>
- Bachtiar, M., Fatoni, A., & Fauzi, A. (2024). Marketing strategy of educational services in improving competitiveness and quality of Madrasah Aliyah in Menes Pandeglang. *Attractive: Innovative Education Journal*, 6(1), 473–479. <https://doi.org/10.51278/aj.v6i1.1174>
- Bao, T., et al. (2024). Evaluating sustainable service quality in higher education from a multi-stakeholder perspective: An integrated fuzzy group decision-making method. *Socio-Economic Planning Sciences*, 92, 101849. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2024.101849>

Bhojak, N. P., Modi, A., & Momin, M. (2024). SERVQUAL model with extended variables of safety awareness and energy conservation: Impact on consumer satisfaction with mediating and moderating effect. *International Journal of Energy Sector Management*, 18(4), 857–872. <https://doi.org/10.1108/IJESM-04-2023-0010>

Cantor, V. J. M., & Li, R. C. (2019). Matching service failures and recovery options toward satisfaction. *The Service Industries Journal*, 39(13–14), 901–9247. <https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1450868>

Chandra, T., et al. (2019). The influence of service quality, university image on student satisfaction and student loyalty. *Benchmarking: An International Journal*, 26(5), 1533–1549. <https://doi.org/10.1108/BIJ-07-2018-0212>

Chen, Q., Chen, N., & Yang, Y. (2023). The impact of college students' perceived service quality in the context of regional integration of education. *SAGE Open*, 13(3), 1-14. <https://doi.org/10.1177/21582440231197505>

Chork, C., Sam, R., & Huot, S. (2024). The impact of service quality on teachers' satisfaction: The case of Battambang Teacher Education College. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, 9(2), e002662. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v9i2.2662>

Chugh, R., et al. (2023). Implementing educational technology in higher education institutions: A review of technologies, stakeholder perceptions, frameworks and metrics. *Education and Information Technologies*, 28, 16403–16429. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11846-x>

Dugenio-Nadela, C., et al. (2023). Service quality and student's satisfaction in higher education institution. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 11(4), 858-870. <https://doi.org/10.4236/jhrss.2023.114049>

Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of service quality on customer loyalty and customer satisfaction in Islamic banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2), 1-10. <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>

Guo, Y., Li, Y., Liu, D., & Xu, S. X. (2024). Measuring service quality based on customer emotion: An explainable AI approach. *Decision Support Systems*, 176, 114051. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2023.114051>

Haverila, M., Haverila, K., McLaughlin, C., & Arora, M. (2021). Towards a comprehensive student satisfaction model. *The International Journal of Management Education*, 19(3), 100558. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100558>

Ifedi, C., et al. (2024). Service quality influence on consumer satisfaction in the banking sector aimed at sustainable growth. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(7), 1–30. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-032>

Jayasooriya, U. G. L. B., Silva, S. de, & Wanigasundera, W. A. D. P. (2020). Impact of female school teachers' dress code on job performances: A cross-sectional study in Saga City, Japan. *Indonesian Journal of Social Research*, 2(3), 170–182. <https://doi.org/10.30997/ijsr.v2i3.62>

Khan, J., & Hemsley-Brown, J. (2021). Student satisfaction: The role of expectations in mitigating the pain of paying fees. *Journal of Marketing for Higher Education*, 34(1), 178–200. <https://doi.org/10.1080/08841241.2021.1973646>

Lokolo, L. J., Kempa, R., Rehatta, G., & Lasaiba, M. A. (2024). Exploring the relationship between trust, academic service quality and student satisfaction in higher education. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 16(3), 2878–2891. <https://www.researchgate.net/publication/384474562>

Marici, M., et al. (2023). The effect of attire attractiveness on students' perception of their teachers. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1059631>

Nusraningruma, D., & Endria, E. (2024). Investigating the relationship between web quality, brand image, price, and student satisfaction: Evidence from Indonesia. *International*

*Journal of Data and Network Science*, 8, 1213–1222.  
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.11.013>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Pazoki, S., Hajiahmadi, M., & Saffarieh, E. (2024). The measurement of the quality of educational services provided to medical students of Semnan University of Medical Sciences based on the SERVQUAL model. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 13(4), 1213–1218. [https://doi.org/10.4103/jfmprc.jfmprc\\_1007\\_23](https://doi.org/10.4103/jfmprc.jfmprc_1007_23)

Prasad, R. K., & Verma, S. (2022). Service quality measures: Systematic literature review and future research directions. *International Journal of Management Practice*, 15(1), 1–20. <https://doi.org/10.1504/IJMP.2022.10043388>

Rocha, F. R. V., de Esteban Curiel, J., & Moura, L. R. C. (2022). Rock in Rio festival: influences of brand experience and the brand personality in audience of a music festival in Brazil. *Event Management*, 26(4), 717–732. <https://doi.org/10.3727/152599521X16367300695861>

Roy, S. K., Lassar, W. M., & Shekhar, V. (2016). Convenience and satisfaction: Mediation of fairness and quality. *The Service Industries Journal*, 36(5–6), 239–260. <https://doi.org/10.1080/02642069.2016.1186657>

Sarkar, A., Sarkar, J. G., & Sreejesh, S. (2021). Managing customers' undesirable responses towards hospitality service brands during service failure: The moderating role of other customer perception. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102873. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102873>

Seitova, M., Temirbekova, Z., Kazykhankyzy, L., Khalmatova, Z., & Çelik, H. E. (2024). Perceived service quality and student satisfaction: A case study at Khoja Akhmet Yassawi University, Kazakhstan. *Frontiers in Education*, 9, 1492432. <https://doi.org/10.3389/educ.2024.1492432>

Souki, G. Q., Oliveira, A. S. de, Barcelos, M. T. C., Guerreiro, M. M. M., Mendes, J. da C., & Moura, L. R. C. (2023). Does guests-perceived value for money affect WOM and eWOM? The impact of consumer engagement on SNS on eWOM. *The TQM Journal*, 35(3), 707–730. <https://doi.org/10.1108/TQM-03-2023-0088>

Stankovska, G., Ziberi, F., & Dimitrovski, D. (2024). Service quality and student satisfaction in higher education. Sofia: *Bulgarian Comparative Education Society*.

Stensaker, B., & Matear, S. (2025). Student involvement in quality assurance: Perspectives and practices towards persistent partnerships. *Quality in Higher Education*, 31(1), 8–22. <https://doi.org/10.1080/13538322.2024.2346358>

Teeluckdharry, N. B., Teeroovengadam, V., & Seebaluck, A. K. (2024). A roadmap for the application of PLS-SEM and IPMA for effective service quality improvements. *The TQM Journal*, 36(5), 1300–1345. <https://doi.org/10.1108/TQM-11-2021-0340>

Teeroovengadam, V., et al. (2019). Higher education service quality, student satisfaction and loyalty: Validating the HESQUAL scale and testing an improved structural model. *Quality Assurance in Education*, 27(4), 427–445. <https://doi.org/10.1108/QAE-01-2019-0003>

Tejero-Dakay, I., Lozano, L., & Ferolin, R. (2024). Enucleating the student support and services needs in higher education: The application of Kano analysis as a strategic tool. *International Journal of Educational Management*, 38(3), 711–729. <https://doi.org/10.1108/IJEM-03-2023-0154>

Toscano-Hernández, A. E., Álvarez-González, L. I., Sanzo, M. J., & Esparza-Rodríguez, S. (2024). Service quality in higher education: A systematic literature review, 2007–2023. *Estudios Gerenciales*, 40(170), 13–30. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2024.170.6244>

Winder, W., et al. (2024). Service quality (SERVQUAL) model in private higher education institutions: A bibliometric analysis of past, present, and future prospects. *Social Sciences & Humanities Open*, 9, 100805. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.100805>