

Área temática: Marketing – Comportamento do cliente (consumidor e organização)

**GÊNERO E SATISFAÇÃO DOS ALUNOS DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU*:
Um estudo em uma Instituição de Santa Catarina**

AUTORES

SUZETE ANTONIETA LIZOTE

Universidade do Vale do Itajaí

lizote@univali.br

JEFERSON LANA

Grupo Uniasselvi - Assevim

lana@rovian.com.br

MIGUEL ANGEL VERDINELLI

Universidade do Vale do Itajaí

maverdinelli@gmail.com

Resumo

Este trabalho tem como objetivo avaliar a influência do gênero na satisfação geral dos alunos de pós-graduação *lato sensu*. Os construtos trabalhados empiricamente foram cinco, que ligam as características do processo de ensino-aprendizagem à satisfação dos estudantes com o curso, conforme proposta de Paswan e Young (2002). Eles são: interação professor-aluno; demandas do curso; organização do curso; interesse do aluno; e, envolvimento do professor. Por sua parte, a satisfação dos alunos foi registrada por uma nota na escala de 0 a 10. Oito hipóteses foram propostas na avaliação das relações entre os antecedentes e a satisfação geral expressa pela nota dada. As mesmas foram testadas através da modelagem de equações estruturais para cada gênero depois de ter comparado os valores médios da satisfação segundo o sexo através do teste t, e, ainda, considerando de modo simultâneo outro preditor categórico, a condição de ser ou não o primeiro curso de pós-graduação realizado, pela análise de variância (Anova). Buscaram-se, deste modo, obter subsídios quanto aos aspectos que mais influenciam a satisfação discente e, assim, os órgãos competentes planejar e direcionar as ações no intuito de melhorar o desempenho e participação num mercado que cada vez tem mais concorrentes.

Palavras-chaves: Gênero; Satisfação; Pós-graduação.

**GENDER AND SATISFACTION OF POST-GRADUATION STUDENTS: A study at
an institution of Santa Catarina**

Abstract

The aim of this study was to evaluate the influence of gender on the overall satisfaction of post-graduation students. Five constructs were worked out empirically by relating the characteristics of the teaching-learning process to the satisfaction with the course, as proposed

by Paswan and Young (2002). They are: teacher-student interaction; demands of the course, course organization, student interest, and involvement of the teacher. In turn, the student satisfaction was recorded by a note in the scale of 0 to 10. Eight hypotheses were proposed to evaluate the relationships between the antecedents and overall satisfaction expressed by the given note. They were tested through structural equation modeling for each gender after comparing the means of satisfaction by gender using the t-test. It was also made an analysis of variance (ANOVA) using gender together with if the student had already done or not a post-graduation course. In this way we sought to obtain information to know which aspects are the greatest influence on satisfaction. With that information the competent bodies can plan actions to improve performance and participation of graduates in a market increasingly competitive.

Keywords: Gender; Satisfaction; Post-graduation course.

1 Introdução

O aumento expressivo no número de cursos de pós-graduação, que ocasiona acirrada concorrência entre as Instituições de Ensino Superior (IES) e se relaciona às exigências do Ministério da Educação e Cultura (MEC) e às adaptações dos projetos pedagógicos de acordo com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº 9394/96), têm exigido que as mesmas se dedicassem ao alcance de níveis mais elevados de eficiência em sua gestão, com o objetivo fundamental na satisfação dos seus clientes.

As IES reconhecem que seus alunos, como atualmente desfrutam de uma gama elevada de alternativas, estão cada vez mais exigentes e que sua satisfação está diretamente relacionada à qualidade do serviço prestado. Coda e Silva (2004), afirmam que a satisfação envolve o atendimento das expectativas dos acadêmicos e isto é condição determinante para a qualidade e a própria continuidade dessas instituições.

Diante deste contexto, conforme defendem diversos autores, a satisfação do aluno é um fator fundamental para o sucesso das IES, assim como, um indicador adequado da qualidade dos serviços prestados (GONÇALVES FILHO, GUERRA e MOURA, 2003; SOUKI e PEREIRA, 2004; CODA e SILVA, 2004; FERRAZ, SOUZA e VERDINELLI, 2007). Verifica-se que um elevado nível de qualidade nos serviços prestados oferece às empresas benefícios significativos, em termos de melhorias na participação de mercado, na produtividade e motivação, dentre outros, conforme a pesquisa acadêmica e a prática empresarial, faz algum tempo, sugerem. Com o resultado desta evidência, Lee, Jolly, Kench e Gelonesi (2000), colocam que a gestão da qualidade do serviço tornou-se uma prioridade estratégica e os gestores cada vez mais estão tentando defini-la, medi-la e, conseqüentemente, aperfeiçoá-la.

Atualmente algumas IES medem internamente a satisfação e qualidade dos serviços da sua instituição, objetivando melhorar os seus pontos mais críticos e procurando aumentar a taxa de retenção de alunos e a própria lealdade à instituição. Alguns autores, como Scott (1999), defendem que o acompanhamento da satisfação dos discentes tem como finalidade identificar suas expectativas e que, para obter qualidade, elas devem ser compreendidas. Não proceder a essa compreensão pode levar a que as diferenças entre o desejado pelos alunos (expectativas) e a experiência que vivenciem (percepções) sejam demasiadamente grandes.

Conforme ressaltado por Carvalho (2009), a crescente necessidade de prestar um serviço que evidencie o maior número possível de atributos percebidos pelo cliente, tem conduzido a um entendimento cada vez maior de que as IES não só podem como devem reforçar a qualidade de seus serviços, agregando, desta forma, valor aos seus clientes, fator este que se pode tornar um relevante diferencial competitivo.

Segundo Walter, Tontini e Domingues (2005) os mais recentes modelos de satisfação dos clientes estão começando a parar de trata-la como uma variável estática, concebendo-a como um longo processo ou um sistema de interesse em torno dos atos de comprar, usar e vender. Esta nova perspectiva reconhece que a reação psicológica do cliente para um serviço não pode ser exposto como o resultado de um único evento, mas como uma série de atividades e reações contínuas ao longo do tempo.

Trabalhando a partir desta perspectiva Lee *et al.* (2000), identificaram cinco causas para a satisfação dos alunos: corpo docente; interesse pelas disciplinas, desconfirmação (resultante de um processo comparativo entre as expectativas iniciais existentes, antes do ingresso no ensino superior, com os resultados dele decorrentes); satisfação com o curso e atmosfera do ambiente.

Outro estudo sobre satisfação dos alunos foi apresentado por Douglas, McClelland e Davies (2008), os quais utilizaram o método *Critical Incident Technique*, que se baseia em entrevistas em profundidade objetivando identificar e explorar situações críticas que permitam

distinguir causas explicativas para a variável em causa. Uma das dificuldades encontradas, foi que, no caso específico do ensino superior, existe a adoção de métodos distintos de aprendizagem entre os diferentes estabelecimentos de ensino, dificultando a comparação entre as variadas instituições.

No Brasil, um estudo recente, baseado no modelo de Paswan e Young (2002), foi desenvolvido por Vieira, Milach e Huppés (2008). Os autores usaram a modelagem de equações estruturais para analisar a satisfação dos alunos a partir da utilização de cinco construtos: envolvimento do professor (EP); interesse do estudante (IE); interação professor-estudante (IPxE); demandas do curso (DEM); e, organização do curso (ORG).

Procurando dar resposta se o modelo pode ser utilizado com os estudantes de pós-graduação *lato sensu*, cujo regime de aulas e atividades difere substancialmente da graduação, trabalharam-se os mesmos construtos empregados por Vieira *et al.* (2008), pois usando modelos de equações estruturais, é possível integrar e estudar a relação entre as várias dimensões que determinam a satisfação do aluno. Portanto, para avaliar os relacionamentos que ocorrem entre tais construtos e com a satisfação geral estabeleceram-se as mesmas oito hipóteses utilizadas originalmente por Paswan e Yong (2002) e replicadas por Vieira *et al.* (2008), quais sejam: Hipótese 1.- As demandas do curso relacionam-se negativamente com o envolvimento do professor. Hipótese 2 - As demandas do curso relacionam-se negativamente com o interesse do estudante. Hipótese 3 - A organização do curso relaciona-se positivamente com o envolvimento do professor. Hipótese 4 - A organização do curso relaciona-se positivamente com o interesse do estudante. Hipótese 5 - A interação professor-estudante relaciona-se positivamente com o envolvimento do professor. Hipótese 6 - A interação professor-estudante relaciona-se positivamente com o interesse do estudante. Hipótese 7 - O envolvimento do professor relaciona-se positivamente com a satisfação geral. Hipótese 8 - O interesse do estudante relaciona-se positivamente com a satisfação geral.

Como o interesse da pesquisa é avaliar a influência do gênero as hipóteses foram submetidas a prova individualmente para cada sexo, através da modelagem de equações estruturais. Para tanto, se apresenta, a seguir desta introdução, o aporte teórico sobre qualidade em serviços, satisfação na prestação de serviços e gênero e satisfação. Na seção seguinte se relacionam os procedimentos metodológicos, seguidos da descrição e análise dos dados, onde se mostram os resultados obtidos no estudo empírico. Por último, são feitas as considerações finais da pesquisa e é disponibilizado o referencial bibliográfico.

2 Revisão Bibliográfica

2.1. Qualidade em Serviços

Os consumidores estão cada vez mais exigentes com os serviços que lhes são oferecidos e as organizações, independentemente do seu ramo de atividade, têm que se adaptar rapidamente para desenvolver uma gestão voltada para atendimento das necessidades e expectativas dos seus clientes. Segundo Alberton (1999) os temas relacionados à qualidade tornaram-se mais evidentes no Brasil na década de 90, quando diversas empresas iniciaram seus programas de qualidade total.

Em tal contexto, as universidades, como instituições de ensino, são organizações que prestam serviços educacionais à sociedade e não podem ficar alheias a essas exigências, assim como um banco, um hotel ou uma agência de turismo, dentre outras. As Instituições de Ensino Superior, explica Finger (2000), passam por um processo bem mais complexo que as outras empresas, pois a natureza de seu negócio é a educação, um serviço essencialmente intangível.

O setor de serviços, conforme destaca Holanda (2007), está se tornando a fonte básica de riqueza, comércio e crescimento econômico em todo o mundo. O que lhe confere uma importância cada vez maior no desenvolvimento das sociedades. Porém, de nada adianta se os serviços prestados não forem de qualidade, pois esse atributo é o fator que proporciona uma das maneiras de que seu prestador obtenha sucesso na fidelização dos clientes e se destaque entre os concorrentes.

Nesta linha de pensamento, Maureira (2004) argumenta que há algum tempo a pesquisa acadêmica e a prática empresarial sugerem que um nível elevado de qualidade nos serviços, proporciona benefícios significativos em termos de melhorias na participação de mercado, motivação, diferenciação e fidelização. Da mesma forma, Marchetti e Prado (2004) evidenciam que a busca pela melhoria da qualidade na educação superior proporciona diversos ganhos para a sociedade como um todo, pois não basta formar e especializar mais profissionais por períodos é necessário que estes estejam preparados qualitativamente para atuar no mercado de trabalho.

As definições para a qualidade, tanto dos serviços quanto dos produtos, são várias, as quais de acordo Garvin (2002) podem ser abordadas sob cinco perspectivas, sendo elas: a) Qualidade transcendental: a qualidade é concebida como sinônimo de excelência absoluta e universalmente reconhecível. Qualquer que seja sua natureza o entendimento das pessoas possibilita seu reconhecimento quando a veem. b) Qualidade baseada no produto: ela é considerada uma variável precisa e mensurável, onde as diferenças se refletem pela quantidade de algum ingrediente ou atributo do produto. c) Qualidade baseada no usuário: a mesma está diante dos olhos de quem a observa. Admite-se que cada consumidor tenha diferentes desejos e necessidades e que o produto que melhor atenda às suas preferências seja o que ele considera como o de melhor qualidade. d) Qualidade baseada na produção: seu enfoque básico é interno, porque supõe que um produto ou serviço que se desvie das especificações provavelmente será malfeito e não confiável, proporcionando menos satisfação ao consumidor. e) Qualidade baseada no valor: define-a em termos de custo e preço, ou seja, um produto de qualidade oferece desempenho ou conformidade a preço aceitável.

Diante destas perspectivas, Finger (2000) comenta que é necessário entender o que constitui qualidade do ponto de vista do cliente, realizar o que é necessário para satisfazê-lo e ir além de suas expectativas. Segundo o autor, a busca pela qualidade nas Instituições de Ensino Superior passa pela descoberta das necessidades dos alunos, procurando, desta forma, melhorar os padrões de qualidade e, conseqüentemente, sua satisfação, prosseguindo com o ciclo de crescimento e permanência no mercado.

Considerando que a qualidade de um serviço, está condicionada ao sentimento (positivo ou negativo) de atendimento das necessidades ou expectativas de um cliente é relevante conhecer as principais características de satisfação do cliente.

2.2 Satisfação na Prestação de Serviços

A concorrência, seja acirrada ou não, estimula às organizações a inovar seus produtos e serviços tendo como foco o atendimento às necessidades do consumidor. Conforme colocava McKenna (1992), para a empresa o decisivo é o que o cliente pensa ao seu respeito, ou seja, para que a organização desenvolva um trabalho que atenda as expectativas de sua clientela é imperativo conhecer suas verdadeiras necessidades e desejos.

Ultimamente observa-se uma grande evolução nas características e no comportamento dos consumidores, onde a individualidade, a independência, o poder financeiro e a informação, segundo Churchill e Peter (2003), estão conferindo um maior poder de barganha. Segundo os autores, a decisão não está mais nas mãos do prestador de serviços, as regras agora são determinadas pelos clientes e tudo precisa estar conforme suas pretensões.

Desta forma, ao destinar a devida atenção a eles, são necessárias algumas medidas para avaliar as suas satisfações. De Toni (2005) assinala que um bom programa de estudo da satisfação permite monitorar o desempenho da empresa em relação aos seus concorrentes, compreender os aspectos de maior impacto na percepção dos consumidores, analisar a sintonia entre a direção da empresa e a expectativa dos seus clientes, entre outros argumentos. Para Churchill e Peter (2003), ao desenvolver um processo de avaliação da satisfação do cliente, as empresas obtêm um panorama da opinião deles em relação ao desempenho, indicando caminhos para as decisões futuras de aperfeiçoamento nas diretrizes organizacionais.

Segundo Kotler (1998), a satisfação é o sentimento de desapontamento ou prazer resultante da comparação do desempenho esperado de um produto ou serviço em relação às expectativas da pessoa. Sendo assim, no campo da educação é necessário observar atentamente alguns itens essencialmente importantes para o ensino superior. Mezomo (1997) enfatiza que as IES devem almejar a qualidade de forma constante e determinada e uma medida de satisfação dos discentes deve ser adotada como a ferramenta fundamental no processo gerencial e no de ensino-aprendizagem.

Torna-se importante ressaltar que as universidades, há alguns anos, atuavam de forma passiva nas questões educacionais na sua relação com o mercado, Porém, segundo destacam Gonçalves Filho *et al.* (2003), na atualidade, em função da concorrência, necessitam ser proativas nas suas ações estratégicas, principalmente na identificação das necessidades e expectativas de um mercado cada vez mais exigente e seletivo.

Neste sentido, para Engel, Kollat e Blackwell (2000) a satisfação ou insatisfação é a consequência última no processo de decisão do cliente, ou seja, o estágio terminal. Para os referidos autores, ela deriva: 1) de todas as influências recebidas pelo cliente (ambiente, diferenças individuais, processos psicológicos) que afetaram a sua decisão de escolha do fornecedor, marca, loja ou produtos/serviço; 2) da busca de fontes qualificadas para satisfazer a necessidade do cliente, a qual, por sua vez, leva à compra; e, 3) da própria experiência do cliente com o produto/serviço, representada nas etapas de compra e consumo. Com isso, a satisfação, de acordo com Johnson, Gustafsson, Andreassen, Lervik e Cha (2000), de certa forma, é o efeito final de todas as ações feitas pela organização, representando a avaliação do cliente sobre a oferta do fornecedor. Portanto, pode-se considerá-la como cumulativa, sendo um construto abstrato que revela a experiência total de consumo de um produto ou serviço.

Carvalho (2009) afirma que o sucesso de uma instituição de ensino está diretamente ligado ao comprometimento e a condição do corpo discente e à desenvoltura dos gestores e docentes. Aspectos como acessibilidade, atendimento, comprometimento dos alunos, capacitação dos docentes, comunicação, conteúdos abordados, metodologias, credibilidade, infraestrutura, entre outros, são indicadores de satisfação que podem ser utilizados pelas IES para avaliarem o desempenho de suas atividades, no intuito de melhorar os processos de ensino-aprendizagem relacionados aos aspectos de ensino, pesquisa, extensão e cultura geral.

2.3. Gênero e Satisfação

As informações sobre os níveis de satisfação são extremamente importantes para as organizações poderem administrar com eficácia a manutenção de condições desejáveis de qualidade de seus produtos ou serviços, bem como dos resultados obtidos junto ao seu público-alvo. O gênero é uma das grandes características definidoras de grupos de consumidores e seu conceito, segundo Castro (1998), foi trabalhado inicialmente pela Antropologia e pela Psicanálise, situando a construção das relações de gênero na definição das identidades feminina e masculina, como base para a existência de papéis sociais distintos e hierárquicos.

As pesquisas, no geral, demonstram que existem algumas associações entre gênero e satisfação. Em estudos com relação à satisfação com produtos, Moutinho e Goode (1995) concluíram que para as mulheres a compra de um automóvel é mais relevante para o autoconceito do que para os homens, sendo elas mais leais à marca. Entre as mulheres a satisfação com a compra é mais influenciada pela opinião de terceiros e o grau de risco associado à compra é igualmente importante para ambos os sexos.

Ross, Fleming, Fabes e Krankl (1999) realizaram estudos na área de serviços, e não encontraram diferenças relevantes quanto ao gênero na satisfação com os serviços de agências de empregos. Já, Oyewole (2001) mostrou que para as empresas aéreas a satisfação sofre influências do gênero. Por outro lado, Rodgers e Harris (2003) constataram que os homens são mais satisfeitos que as mulheres em relação a compras em lojas virtuais.

A satisfação de clientes com serviços prestados na área de saúde foi estudada por Bendall-Lyon e Powers (2002) que comprovaram que nesta área não existe relação entre satisfação e gênero. Entretanto, alguns estudos evidenciaram que o gênero feminino manifestou maior satisfação geral, e maior satisfação com fisioterapeutas, cuidados médicos recebidos e planos de saúde.

Analisando possíveis diferenças de opiniões entre os gêneros com relação a satisfação com o sistema de benefícios B2E (*business-to-employees*), Huang, Jin e Yang (2004), relataram diferenças acentuadas no que se refere a preço. Valores baixos geraram maior satisfação para os homens do que para as mulheres.

No que se refere a serviços prestados por instituições bancárias, Spathis, Petridou e Glaveli (2004) buscaram conhecer os efeitos do gênero na avaliação da qualidade dos serviços prestados em bancos da Grécia. Seu estudo revelou que os homens atribuem notas de satisfação significativamente mais altas que as mulheres, o que justificam em função da maior experiência dos homens com finanças. Perillo e Tróccoli (2008) realizaram uma pesquisa sobre a influência do gênero na satisfação de clientes de agências bancárias do Brasil. Os resultados apontaram pequenas diferenças em algumas das dimensões da satisfação, uma vez, que a mesma tem um suporte bem fundamentado empiricamente como fenômeno multifatorial.

Considerando que a associação entre gênero e satisfação com serviços tem mostrado resultados mistos e, ainda, a natureza multidimensional da satisfação, neste estudo a sua avaliação implica na análise das diversas dimensões em que foi mensurada para os pós-graduandos de ambos os sexos.

3 Metodologia

3.1 Conceituação, Coleta e Refinamento dos Dados

Por buscar comparar a satisfação geral dos pós-graduandos de diferentes gêneros em uma IES de Santa Catarina, compreende-se que a natureza desta pesquisa é de caráter aplicado. Além disso, a abordagem se dá de forma predominantemente quantitativa, com objetivos descritivos e exploratórios, e os procedimentos da pesquisa se alternam em bibliográficos, levantamento e estudo de caso.

O instrumento escolhido para a coleta de dados junto aos alunos foi o questionário. As perguntas seguiram padrões da escala de mensuração ordinal, de variáveis não métricas, caracterizadas pelo tipo *Likert*, com valores de um a cinco, onde o número cinco representava o valor máximo de concordância. Além das perguntas sobre diversos construtos de satisfação com o curso, os alunos responderam questões sobre características pessoais e atribuíram uma nota, de zero a dez, ao seu grau de satisfação geral. Em números, o questionário contava com 32 perguntas relacionadas ao tema central de satisfação, 4 sobre características pessoais e uma pergunta aberta para a nota geral. Os construtos escolhidos nesta pesquisa foram os usados por Paswan e Young (2002), levantados com o mesmo questionário utilizado por Vieira *et al.*

(2008) em uma pesquisa sobre satisfação geral em alunos de graduação. As análises foram feitas a partir do tratamento conjunto e individual de homens e mulheres.

O universo escolhido para este estudo foram os alunos de pós-graduação da área de Ciências Sociais de uma IES de Santa Catarina. O número de matriculados na referida área era de 500 estudantes. Assim, o cálculo do tamanho da amostra, com nível de confiança de 95%, é de 223 alunos. A aplicação do questionário ocorreu em setembro de 2011, quando se obtiveram 231 respostas.

Após digitação dos dados numa planilha eletrônica, observou-se a ocorrência de 49 células em branco ou *missing values*. Conforme tratam Hair *et al.* (2009) caso a incidência de dados faltantes seja inferior a 10% do total de células da base (7.392 neste artigo, referente a 32 questões e 231 respondentes) ou represente algum padrão em determinada questão, o instrumento de coleta de dados deve ser repensado. Como nenhum dos casos mencionados ocorreram nesta pesquisa, optou-se por substituir os dados faltantes por uma medida estatística de posição. No caso da escala tipo *Likert* utilizada se usou a mediana, para que o processo respeite os intervalos ordinais com valores de números inteiros. Após a alteração das células em branco, se decidiu pela exclusão de um dos respondentes que não preencheu o campo referente ao gênero, tema deste artigo. Com isso, a base foi considerada refinada com 230 questionários válidos.

O tratamento dos *outliers* se fez a partir de uma escala somativa das perguntas referentes à satisfação e realizou-se com a base completa, para os dados dos homens e, posteriormente, aqueles da base feminina. Com um total de 32 perguntas e nota mínima de 1 e máxima de 5 para cada questão, os valores possíveis da escala somativa ficaram entre 32 e 160. Após determinação da média aritmética, foram aplicados os valores de dois desvios padrões para mais ou para menos. Dentro deste intervalo permaneceram na base mista 217 casos. O mesmo processo foi feito individualmente para os dados dos respondentes de cada sexo. Para a base masculina obteve-se um valor final de 120 casos válidos e de 97 na base feminina.

3.2 Métodos de Análise

As técnicas e ferramentas estatísticas ajudam a encontrar padrões ou relações que, em uma ampla base de dados, poderiam ser negligenciados por tratamentos menos rigorosos. A escolha das técnicas a serem adotadas deve ser condizente com os objetivos da pesquisa e oferecer condições para que sejam verificadas as hipóteses inicialmente propostas. Neste artigo, cujo principal objetivo é avaliar a satisfação dos diferentes gêneros dos alunos pós-graduandos de uma IES, as análises realizadas compreenderam os seguintes métodos: testes-t para diferenças de médias, análise de variância (Anova), análise fatorial exploratória (AFE) e confirmatória (AFC) e, por fim, modelagem de equações estruturais (MEE). Os processamentos efetuaram-se com os *softwares* STATISTICA© e AMOS©.

As comparações das médias das notas de satisfação por gênero foram realizadas pelo teste-t e também pela Anova fatorial quando se considerou além dos sexos o fato de os alunos terem feito ou não outra pós-graduação anteriormente.

A AFE e AFC foram aplicadas para encontrar aquelas questões que estivessem mais bem correlacionadas dentro de cada construto. Os critérios para sua seleção foram baseados em Hair *et al.* (2009). Para garantir a robustez dos resultados das análises, foram observadas as restrições seguintes: os construtos devem ser unidimensionais; as cargas fatoriais devem apresentar contribuições mínimas, em módulo, de 0,7 para o fator selecionado, gerando uma comunalidade mínima esperada de 0,50; os autovalores dos fatores devem ser maiores ou igual a 1, respeitando o critério de Kaiser quando a análise se faz desde uma matriz de correlações; a variância extraída ser maior do que 0,50 para indicar que as questões selecionadas explicam um mínimo de 50% do fator, que representará o construto; e, ainda,

que o métodos de extração dos fatores seja o de componentes principais, que não pressupõe a multinormalidade das variáveis.

Para a MEE os critérios que se destacam são os coeficientes de variância, com pesos em unidades não padronizadas, indicando quanto determinado construto se modifica para cada unidade na variação do construto antecedente. Codes (2005) cita que o grande interesse da MEE é determinar a relevância e interação dos construtos presentes na pesquisa. Além dos coeficientes, a MEE possui como dados de saída uma série de indicadores de robustez e adequação, também conhecidos como medidas de ajuste absoluto. Dentre os principais, Hair *et al.* (2009) destacam os seguintes: 1) Qui-quadrado (χ^2), que “é o ajuste absoluto mais fundamental [...] e a única medida de ajuste MEE com caráter estatístico” (HAIR *et al.*, 2009, p. 568). Para determinação de valores aceitáveis, é feita a divisão do χ^2 pelo número de graus de liberdade. Valores esperados para um bom ajuste ficam abaixo de 5; 2) *Goodness-of-Fit* (GFI), que compara a matriz esperada e a matriz estimada e extrai a variância e covariância de tal comparação. Valores entre 0 e 1 são as saídas, ficando para valores acima de 0,90 a representação de um ajuste esperado; 3) *Normed Fit Index* (NFI), que é um índice incremental de ajuste. Ele é uma proporção da diferença no valor χ^2 para o modelo ajustado e um modelo nulo dividida pelo valor χ^2 para o modelo nulo (HAIR *et al.*, 2009, p. 570). Não possui limites, mas valores acima de 0,90 demonstram uma proporção desejável; 4) *Comparative Fit Index* (CFI), como o nome indica é um índice que compara o modelo estimado e o modelo nulo. Varia entre 0 e 1, com valores desejáveis acima de 0,90; 5) *Root Mean Squares Residual* (RMSR), que está baseado no erro de previsão de cada termo de covariância, que cria resíduos. A raiz do resíduo quadrático médio com valores próximos a 0 indicam ajuste perfeito, mas valores abaixo de 0,10 são desejáveis; 6) *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSRA), é semelhante ao RMSR, porém leva em consideração ainda os graus de liberdade e tem uma distribuição conhecida. São desejáveis valores abaixo de 0,08.

4 Análise dos Resultados

As teorias pesquisadas neste artigo, bem como estudos anteriores desenvolvidos em vários lugares do mundo, demonstram haver algumas divergências entre a satisfação de homens e mulheres. Neste item serão realizados testes para verificar se há diferença entre a satisfação geral masculina e feminina com os cursos de pós-graduação, bem como analisar quais construtos estão mais ligados com ela para os alunos de uma IES de Santa Catarina. De este modo, a partir da amostra estudada, tais considerações poderão trazer alguma luz frente ao grande desafio de promover cursos que satisfaçam aos alunos e gerem desenvolvimento sustentável do ensino de pós-graduação na IES.

Da amostra levantada, a base final esteve composta de 217 questionários válidos. Destes, 120 homens e 97 mulheres. Dos entrevistados, 31 afirmaram já possuir alguma pós-graduação concluída, sendo 17 homens. Com relação às notas de satisfação declaradas, a média geral da base mista atingiu um valor de 7,66 com desvio-padrão de 1,16.

Para verificar se há divergências entre notas segundo o gênero, foi realizado um teste-t que mostrou diferenças muito significativas ($p < 0,001$). De acordo com os resultados e conforme se constata nas pesquisas bibliográficas, os homens tendem a declarar notas mais altas de satisfação (média = 7,82) que as mulheres (média = 7,48). Essa evidência demonstra diferenças associadas ao sexo na declaração de satisfação. Como as possíveis causas para tal distinção podem estar ligadas a percepções femininas mais criteriosas que os homens ou a que sua satisfação está ligada a fatores distintos aos da classe masculina, a seguir, se indagaram esses aspectos.

Outro teste-t indicou a existência de uma variável relevante adicional na satisfação dos alunos: a formação anterior em algum curso de pós-graduação. Para os alunos que já haviam

concluído alguma pós-graduação, a média de satisfação atingiu 7,18 contra 7,78 dos demais ($p < 0,01$). Tais valores demonstram avaliações mais rigorosas neste grupo de respondentes.

Como forma de cruzar os dados entre notas, gênero e existência de formação anterior em pós-graduações, foram feitos testes de Anova fatorial. Com nível de significância de 5%, a grande divergência encontrada foi no grupo das mulheres com pós-graduação concluída. As médias de satisfação deste grupo foram as menores de toda a pesquisa, no valor de 6,57, enquanto as demais mulheres atribuíram notas maiores, chegando a uma média de 7,64. As diferenças entre os homens com e sem pós-graduação não foram significativas. Por fim, a comparação entre homens e mulheres com pós-graduação anteriormente concluída demonstrou diferenças muito significativas ($p < 0,01$) entre as médias (6,57 para elas e 7,70 para eles).

Uma vez confirmada a presença de diferenças significativas entre os gêneros dos entrevistados, o próximo passo deste estudo foi analisar como homens e mulheres se relacionam com os construtos ligados à satisfação. Para tanto, foram adotados os citados por Paswan e Young (2002) e divididos em: *variáveis exógenas* (Demanda do curso – DEM, Organização do curso – ORG e Interação entre Professor e Estudante – IPxE); *variáveis endógenas* (Envolvimento do Professor – EP e Interesse do Estudante – IE); e, *variável observada* (Satisfação Geral – SG).

Os tratamentos de análise fatorial foram feitos nas bases individualizadas. Em função desta segregação entre os gêneros, as variáveis associadas aos fatores encontrados para as duas bases foram, em alguns casos, distintos, embora representem precisamente o mesmo construto. Os resultados da AFE se exibem na Tabela 1.

Tabela 1 – Resumo da Análise Fatorial Exploratória – AFE

| Variáveis | Nº. Inicial de Variáveis | Nº. Final de Variáveis* | Autovalores** | Variância Extraída*** | Alfa de Cronbach |
|------------------------------------|--------------------------|-------------------------|---------------|-----------------------|------------------|
| Envolvimento do Professor – EP | 7 | H = 3 | H = 1,91 | H = 0,64 | 0,71 |
| | | M = 3 | M = 1,98 | M = 0,66 | 0,74 |
| Interesse do Est. – Int. Est. | 6 | H = 4 | H = 2,28 | H = 0,57 | 0,75 |
| | | M = 3 | M = 1,94 | M = 0,64 | 0,73 |
| Interação Prof. e Estudante – IPxE | 7 | H = 3 | H = 1,79 | H = 0,60 | 0,66 |
| | | M = 4 | M = 2,27 | M = 0,56 | 0,75 |
| Demanda do Curso – DEM | 6 | H = 3 | H = 1,50 | H = 0,50 | 0,49 |
| | | M = 3 | M = 1,75 | M = 0,58 | 0,64 |
| Organização do Curso – ORG | 6 | H = 3 | H = 1,96 | H = 0,65 | 0,73 |
| | | M = 3 | M = 1,94 | M = 0,64 | 0,72 |

(H) Homens (M) Mulheres

Mínimos exigidos: * três variáveis; ** valores $>1,00$; *** valores $>0,50$

Observa-se que os padrões mínimos de significância foram atingidos em todos os construtos para ambos os casos. Além disso, a confiabilidade da análise medida pelo alfa de Cronbach também apresentou números satisfatórios ($\alpha > 0,7$) para o modelo, com exceção para DEM (H: $\alpha = 0,49$ e M: $\alpha = 0,64$) e para IPxE (H: $\alpha = 0,66$).

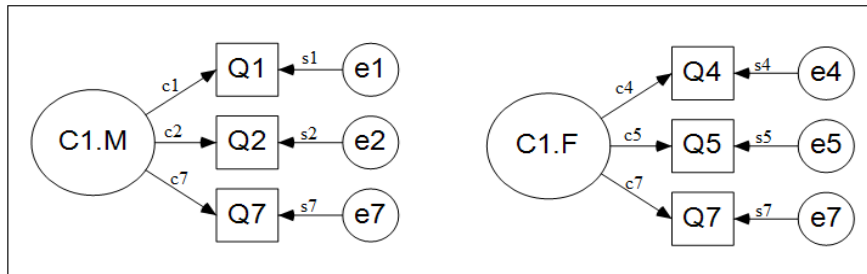
Pela análise fatorial se buscou determinar se, dentro do mesmo construto, mulheres e homens tendem a mostrar indicadores, que cumprem as restrições, diferentes. Por exemplo, para o construto Organização do Curso, com seis questões, os dados das mulheres mostram cargas fatoriais altas com algumas delas enquanto os homens com outras. Logo, embora para ambos os gêneros se esteja analisando a organização, as mulheres podem estar mais atentas aos temas burocráticos enquanto os homens podem valorizar mais aspectos como pontualidade dos professores ou limpeza das aulas.

Neste sentido, torna-se importante avaliar as questões retidas por cada fator. Na Tabela 1 já se exibiu que todos os construtos estudados obtiveram bons valores de ajuste e confiabilidade, entretanto não se detalha se eles são medidos pelos mesmos indicadores. A

análise do diagrama de caminhos de cada fator permite responder este questionamento para cada construto:

Para o primeiro construto analisado o diagrama de caminhos para o sexo masculino (C1.M) e para o feminino (C1.F) ficou da forma exibida no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Diagrama de Caminhos do Construto Envolvimento do Professor

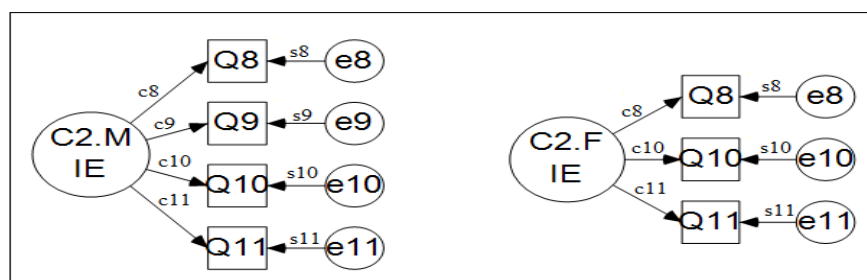


Em ambos os casos, foi extraído um único fator. No entanto, as variáveis que fazem parte deste dele são diferentes entre si. Percebe-se que para os homens, os indicadores com maior importância foram as de número Q1, Q2 e Q7, enquanto para as mulheres foram as Q4, Q5 e Q7. Ao analisar as questões, encontraram-se de fato formas diferentes de avaliar o EP. Para os homens, as questões Q1 e Q2 estão mais relacionadas com a motivação do professor em sala de aula. Já as questões Q4 e Q5, do caso feminino, estão relacionadas com a percepção das entrevistadas sobre a preocupação do professor com o aprendizado da classe. A questão Q7 trata da avaliação do professor de forma geral, sendo por isso uma variável comum para ambos os fatores.

Importante ressaltar então que, ao serem questionadas sobre EP, as pessoas entrevistadas neste artigo tenderam a encontrar formas distintas de avaliar sua satisfação e que tal diferenciação está ligada ao gênero. Enquanto homens avaliam a motivação do professor, as mulheres observam mais a preocupação do mestre com o aprendizado da classe.

Diferentemente do construto anterior, para a base amostral desta pesquisa parece não haver grandes diferenças entre os gêneros para as questões relacionadas com Interesse do Estudante. Enquanto o fator extraído neste construto para as mulheres apresenta as questões Q8, Q10 e Q11, para o gênero masculino além das mesmas questões também aparece Q9. Ao avaliar as questões, percebe-se que se relacionam com o interesse dos alunos e com os benefícios deste interesse. Se for necessário nomear ao fator o mesmo poderia se chamar de “Importância para o Futuro”. O Gráfico 2 apresenta o resultado das interações para o construto 2 (IE) do sexo masculino (C2.M) e do feminino (C2.F).

Gráfico 2 – Diagrama de Caminhos do construto Interesse dos estudantes

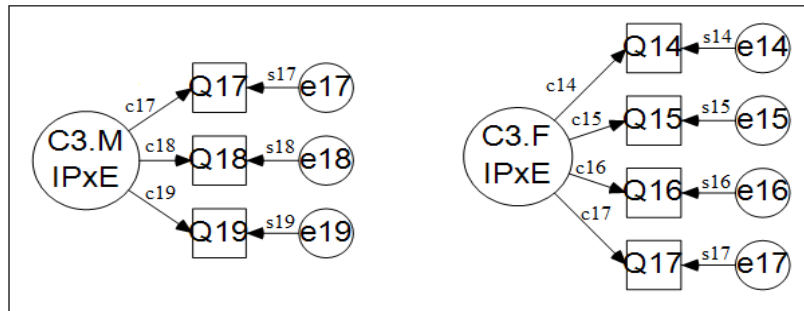


Embora tenham sido encontradas evidências empíricas em estudos anteriores, e mesmo nesta pesquisa, de diferenças entre visões e opiniões de homens e mulheres, há que se compreender que não são em todos os aspectos que aparecerão divergências.

Bem como o Envolvimento do Professor, a Interação entre Professor e Estudante (IpxE) apresentou grande diferença entre as questões relevantes para cada gênero. Neste construto composto por sete indicadores reflexivos, os dados dos entrevistados do sexo

masculinos permitiram gerar um fator com três questões, enquanto para as mulheres o fator apresentou quatro indicadores que atenderam todas as condições impostas. Houve apenas uma questão em comum (Q17). As interações podem ser observadas no Gráfico 3 para ambos os gêneros C3.M para masculino e C3.F para feminino.

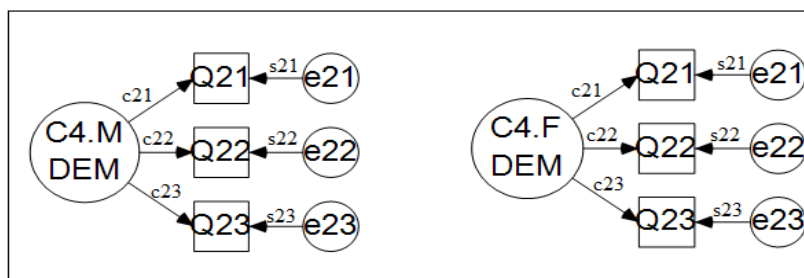
Gráfico 3 – Diagrama de Caminhos do Construto Interação Professor x Estudante.



Nas análises efetuadas com os dizeres das questões, a base masculina, que formou o fator com Q17, Q18 e Q19, mede a Interação do Professor com a turma pelos aspectos extraclasse, como disponibilização dos materiais das aulas. Já no caso das mulheres, elas relacionam a IPxE com a quantidade e qualidade dos debates e diálogos gerados em sala de aula. Como a interação demanda atenção de ambas as partes envolvidas, professores e alunos, é plausível que as mulheres compreendam tal fenômeno pela tangibilidade do relacionamento. O resultado esperado por elas relaciona-se com a conversa e troca de experiências.

O único dos construtos tratados neste artigo que encontrou fatores com as mesmas questões em comuns a ambos os sexos foi a Demanda do Curso. Curiosamente, para ambos os casos foi o fator com a menor variância extraída, e, como se pode supor, com as menores cargas fatoriais. Mesmo com 6 questões iniciais, somente três delas, Q21, Q22 e Q23, foram retidas pelas suas cargas fatoriais iguais ou maiores do que 0,7 em módulo, conforme Gráfico 4, com C4.M para masculino e C4.F para feminino.

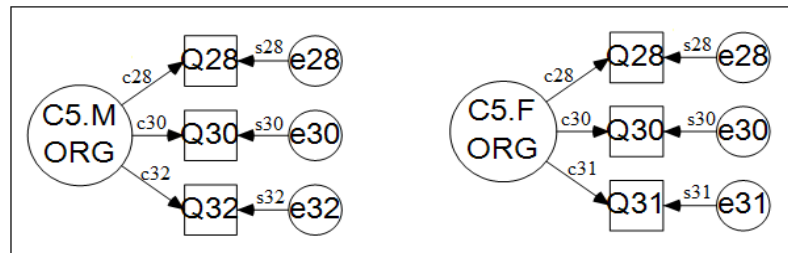
Gráfico 4 – Diagrama de Caminhos do Construto Demanda.



O fator encontrado por estas questões está relacionado com a velocidade dos conteúdos tratados durante as aulas de pós-graduação. Como frequentemente os módulos possuem de dois a quatro finais de semana de duração, com aulas durante as sextas-feiras e sábados, é de comum avaliação entre homens e mulheres que a rapidez dos conteúdos é fator condicionante na DEM.

Também o construto Organização do Curso (ORG) não apresentou grandes divergências para os fatores entre os grupos analisados. Para ambos os sexos retiveram-se três questões com cargas fatoriais significativas pelo fator gerado. As questões Q28 e Q30 apareceram tanto para mulheres quanto para homens. Já as questões divergentes foram a Q32 para eles, relacionada com uma avaliação geral da organização do curso, e a Q31 para o gênero feminino, que mensurava a organização dos funcionários da instituição. O Gráfico 5 representa as interações verificadas, usando C5.M para masculino e C5.F para feminino.

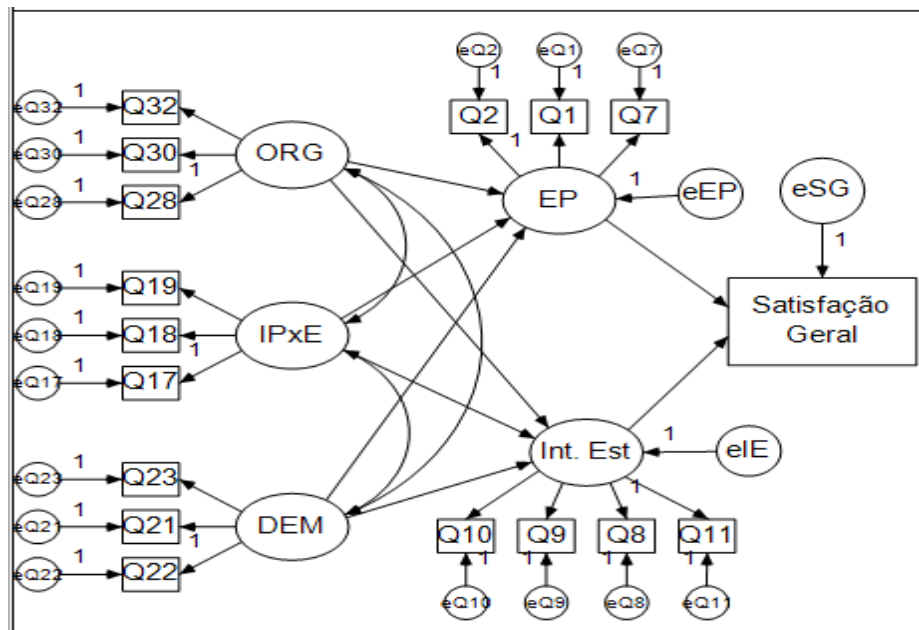
Gráfico 5 – Diagrama de Caminhos do construto Organização.



As questões Q28 e Q30 versavam sobre a organização das disciplinas e da sequência da grade curricular, respectivamente. Tais evidências demonstram uma convergência entre os gêneros para o construto Organização.

A representação gráfica do diagrama de caminhos demonstra as variáveis exógenas em interação com as endógenas, que por sua vez se relacionam com a variável observada. O Gráfico 6, a modos de exemplo, traz a representação do diagrama dos respondentes do sexo masculino e as variáveis (questões) selecionadas após a AFE e AFC.

Gráfico 6: Diagrama de Caminhos do gênero Masculino.



Sua observação possibilita compreender o modelo, assim, a Satisfação Geral dos alunos pesquisados aparece relacionada com o Envolvimento do Professor e com o Interesse do Estudante. Estes construtos, por sua vez relacionam-se com os aspectos da Organização do Curso, Interação entre Professor e Estudante e pela cobrança dos professores em sala de aula, denominado como Demanda.

A realização da MEE permite avaliar os relacionamentos dos construtos e verificar se homens e mulheres mostram valores semelhantes para tais construtos. Uma vez encontradas diferenças significativas na nota da satisfação dos entrevistados, espera-se que os valores calculados para as relações possam trazer esclarecimentos. A Tabela 2 contém os coeficientes de variância em unidades não padronizadas.

Tabela 2: Peso dos coeficientes dos Construtos

| Relação | Coeficiente | P | Relevância |
|-----------------------|-------------|------------|-------------|
| EP ← Org | H = 0,322 | H = 0,006 | Média |
| | M = 0,281 | M = 0,017 | Média |
| EP ← IPxE | H = 0,273 | H = 0,028 | Média |
| | M = 0,925 | M = 0,002 | Alta |
| EP ← Dem | H = 0,024 | H = 0,671* | Irrelevante |
| | M = 0,359 | M = 0,034 | Média |
| Int.Est. ← Org | H = 0,460 | H = 0,000 | Média |
| | M = 0,334 | M = 0,024 | Média |
| Int.Est. ← IPxE | H = 0,115 | H = 0,101* | Baixa |
| | M = 0,097 | M = 0,768* | Irrelevante |
| Int.Est. ← Dem | H = 0,058 | H = 0,230* | Irrelevante |
| | M = 0,143 | M = 0,452* | Baixa |
| Satisfação ← EP | H = 0,185 | H = 0,312* | Baixa |
| | M = 0,551 | M = 0,003 | Alta |
| Satisfação ← Int.Est. | H = 1,758 | H = 0,000 | Muito Alta |
| | M = 0,838 | M = 0,000 | Alta |

(*) Valores não significativos para um nível de significância de 5%.

Eles representam que, para cada “um” ponto de variação do construto em sua unidade, aquele que recebe a seta no diagrama de caminhos será alterado “X” vezes nas suas próprias unidades. Os coeficientes foram organizados conforme sua relevância para com o construto subsequente. Aqueles com valores, em módulo, entre 0,000 e 0,099 foram classificados como “*Irrelevante*”; entre 0,100 e 0,199 com relevância “*Baixa*”; entre 0,200 e 0,499 “*Média*”; entre 0,500 e 0,999 “*Alta*”; valores acima de 1,000 com relevância “*Muito Alta*”. Inicialmente, se observa que o modelo proposto por Paswan e Young (2002) relaciona bem os construtos. Observa-se uma tendência de grande relevância entre satisfação e interesse dos estudantes. No entanto, encontrou-se pouca relação entre as variáveis exógenas e o interesse dos estudantes na maioria dos casos.

As relações entre os diferentes sexos dos entrevistados apontaram algumas similaridades para alguns construtos, e divergências para outros. Parece haver uma convergência dos estudantes desta pesquisa sobre a relação de seus interesses em sala de aula com seus níveis de satisfação, embora os homens atribuam muito mais importância para isso. Com um coeficiente maior que o dobro daquele encontrado no caso das mulheres, os entrevistados do sexo masculino tentem a atribuir um aumento de 1,758 pontos em suas avaliações de satisfação geral para cada 1 ponto de aumento em seu interesse contra 0,838 das mulheres. Já para elas, o envolvimento do professor é fator de alta relevância na satisfação, com valor de 0,551 no coeficiente, entanto é baixa na amostra masculina (coeficiente = 0,185). O mesmo se observa para o Interesse dos Estudantes que não foi significativo quando relacionado com a Demanda e com Interação Professor e Estudante. Com Interesse do Estudante o construto que melhor fez relações foi a Organização do curso, com relevância significativa e considerada média para os gêneros.

Para Envolvimento do Professor, todos os construtos demonstraram relações significantes, com exceção no caso da Demanda do grupo masculino. Já para as mulheres a Demanda se relaciona com relevância média, em um coeficiente de 0,359. Entre Envolvimento do Professor e Organização do curso, os coeficientes de ambos os gêneros apresentaram relações médias com coeficientes bastante similares. Por fim, o Envolvimento do Professor e a Interação Professor - Estudante teve um valor maior para o grupo feminino. Para elas, um professor que se envolve com a turma gera maior satisfação e para que o envolvimento seja potencializado é essencial que haja a interação entre professor e classe. Já para os homens, parece haver a mesma percepção, embora com relevância menor.

A validade convergente do modelo apresentou valores satisfatórios para ambos os grupos. Embora alguns dos indicadores se adaptem melhor para amostras maiores que 250 casos (HAIR *et al.*, 2009) valores como o χ^2 dividido pelos graus de liberdade ficaram abaixo de 5, o que é considerado importante e esperado para garantir a confiabilidade do modelo (1,46 para os homens, e 1,66 para as mulheres). O *GFI*, apesar de não ter atingido o valor esperado de 0,90 aproximou-se com valores de 0,864 no grupo masculino e 0,827 no feminino. O *NFI* teve o pior desempenho dentre os indicadores de confiabilidade. Os valores esperados para um bom ajuste seriam de 0,90, mas encontrou-se 0,753 e 0,685 para homens e mulheres, respectivamente. Já o *CFI*, uma evolução do *NFI*, obteve bons resultados. Os dados do grupo masculino apresentaram um valor superior ao esperado (0,90) de 0,901 enquanto o feminino registrou 0,836. Por fim, o *RMSR* e o *RMSRA* que pressupunham valores abaixo de 0,08 foram atingidos apenas pelo grupo dos homens, com valores de 0,064 e 0,062 respectivamente. Para elas, na mesma ordem, os valores foram de 0,096 e 0,083, considerados bastante próximos e satisfatórios.

5 Considerações Finais

A satisfação dos clientes na prestação de serviços é essencial para o crescimento sustentável da organização. Ela está intimamente ligada com a qualidade na prestação dos serviços, conforme tratam Alberton (1999), Finger (2000), Garvin (2002), Maureira (2004) e Holanda (2007), dentre outros.

Os debates acadêmicos, que não consideravam ao aluno como cliente, começam a enveredar por um caminho mais focado, específico para instituições de ensino. Uma vez que a competitividade já bate à porta destas instituições, é preciso que comecem a se preocupar com estratégias proativas que agreguem valor ao estudante. Estudos como os de Engel *et al.* (2000) e Carvalho (2009) já demonstram estas preocupações. Medir o grau de satisfação dos alunos, portanto, serve como indicador da eficiência do nível estratégico de uma instituição de ensino. Mas há que se atentar aos fatores que podem gerar diferentes percepções de satisfação. Um dos temas recorrentes nesta área é a diferença entre os gêneros. Diversos autores já elaboraram pesquisas que demonstraram, como esta, diferenças de satisfação entre homens e mulheres

Na IES pesquisada neste artigo, não foi diferente. Os testes apresentaram diferenças médias para as notas de satisfação geral e posteriormente para a relação entre construtos ligados a ela e a própria satisfação. Neste sentido, houve uma leve tendência feminina para uma percepção mais equilibrada entre os construtos, enquanto para os homens a concentração ficou no interesse em sala de aula. Elas se mostraram mais ligadas a fatores como Organização do curso, e relacionadas com maior força ao envolvimento do professor. Tal evidência demonstra que o gênero influencia o peso que cada um dos sexos atribui aos construtos estudados. Além disso, ficou claro também que a formação é relevante no caso das mulheres. Aquelas que possuem pós-graduação concluída tendem a ser mais rigorosas em suas avaliações e apontar uma nota de satisfação menor que as demais. No caso dos homens, esta evidência não se mostrou significativa.

Relevante também as diferenças dos indicadores de confiabilidade. Enquanto as opiniões dos homens tendem a ser mais uniformes, e apresentarem menores variações entre si (o que gera bons ajustes), em todos os indicadores utilizados o grupo feminino obteve piores resultados. Conforme comentado, a falta de uniformidade em partes se deve pela existência ou não de formação anterior. No entanto, como esta foi apenas uma das vertentes verificadas pelo estudo, outros fatores podem ter contribuído para os resultados encontrados. Nesse sentido, conclui-se este artigo com resultados significantes para as diferenças da amostra pesquisada entre a satisfação geral de mulheres e homens de uma IES de Santa Catarina.

As hipóteses submetidas a prova foram confirmadas para ambos os gêneros com exceção das únicas relações negativas postuladas: $EP \leftarrow DEM$ e $IE \leftarrow DEM$. Para essas duas hipóteses o único coeficiente que teve significância ($p < 0,05$) foi positivo e ocorre entre a demanda e o envolvimento do professor na percepção das mulheres.

6 Referências

- ALBERTON, L. **Análise da implantação da qualidade total em uma instituição pública de educação**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – UFSC, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1999.
- BENDALL-LYON, D.; POWERS, T. L. The impact of gender differences on change in satisfaction over time. **The Journal of Consumer Marketing**, v. 19, n. 1, p. 12-23, 2002.
- CASTRO, M. G. **Engendrando um novo feminismo: mulheres líderes de base**. Brasília: UNESCO, 1998.
- CODA, R.; SILVA, D. Sua escola de administração é uma excelente escola para se estudar? Descobrimos dimensões de alunos em cursos de administração: uma contribuição metodológica. *In: Encontro Nacional dos Programas De Pós-Graduação Em Administração*, 28. 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ENANPAD 2004.
- CODES, A. L. M. Modelagem de equações estruturais: um método para análise de fenômenos complexos. **Caderno CRH**, Salvador, v.18, n.45, p.471-484, 2005.
- CARVALHO, R. J. F. **Os fatores determinantes da satisfação dos alunos de mestrados de continuidade**. Dissertação (Mestrado em Marketing) – ISCTE Business School. Portugal, 2009.
- CHURCHILL, G. A. Jr., PETER, P. J. **Marketing criando valor para os clientes**. 2ª ed., São Paulo: Saraiva, 2003.
- ENGEL, J. F.; KOLLAT, D. T.; BLACKWELL, R. D. **Comportamento do consumidor**. 8ª ed., Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- DE TONI, D. **Administração da imagem de produtos: desenvolvendo um instrumento para a configuração da imagem de produto**. Tese (Doutorado em Administração) – UFRGS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.
- DOUGLAS, J.; McCLELLAND, R.; DAVIES, J. The Development of a Conceptual Model of Student Satisfaction with Their Experience in Higher Education. **Quality Assurance in Education**, v. 16, n. 1, p. 19-35, 2008.
- FERRAZ, J. J.; SOUZA, M. J. B.; VERDINELLI, M. A. Percepção da imagem e satisfação em egressos universitários: uma análise correlacional. *In: VII Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária de América do Sul*, 2007. Mar del Plata, Argentina, **Anais...VII COLÓQUIO...** http://www.inpeau.ufsc.br/wp/wp-content/BD_documentos/2139.pdf
- FINGER, A. B. **A qualidade dos cursos de mestrado em administração: uma avaliação pela percepção discente**. Dissertação (Mestrado em Administração) – UFSC, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.
- GARVIN, D. A. **Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- GONÇALVES FILHO, C.; GUERRA, R. S.; MOURA, A. Mensuração de satisfação, qualidade, lealdade, valor e expectativa em instituições de ensino superior: um estudo do modelo ACSI através de equações estruturais. *In: Encontro Nacional dos Programas De Pós-Graduação Em Administração*, 27, 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia: ENANPAD 2003.
- HAIR, J. F. JR.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- HOLANDA, J. O desafio é ser atraente. **Revista Ensino Superior**, São Paulo, v.100, p. 28-35, jan. 2007.

- HUANG, J. H.; JIN, B. H.; YANG, C. Satisfaction with business-to employee benefit systems and organizational citizenship behavior: an examination of gender differences. **International Journal of Manpower**, n. 25, v. 2, p. 195-210, 2004.
- JOHNSON, M. D.; GUSTAFSSON, A.; ANDREASSEN, T. W., LERVIK, L. e CHA, J. The Evolution and Future of National Customer Satisfaction Index Models. **Journal of Economic Psychology**, v.22, p. 217-245, 2001.
- KOTLER, P. **Administração de marketing**. 5ª ed., São Paulo: Atlas, 1998.
- LEE, G.; JOLLY, N.; KENCH, P.; GELONESI, B. Factors Related to Student Satisfaction with University. *In: First year in Higher Education Conference: Creating future for a new millennium*, 5-7 Julho, 2000.
- MARCHETTI, R.; PRADO, P. H. M. Um *tour* pelas medidas de satisfação do consumidor. **Revista de Administração de Empresas**, v. 41, n. 4, p. 56-67, 2004.
- MAUREIRA, O. El liderazgo: factor de eficacia escolar, hacia un modelo causal. **Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficácia y Cambio en Educacion**, v. 2, n. 1, p. 1-20, 2004.
- McKENNA, R. **Marketing de relacionamento: estratégias bem-sucedidas para a era do cliente**. 15ª ed., São Paulo: Campus, 1992.
- MEZOMO, J. C. **Educação e qualidade total: a escola volta às aulas**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- MOUTINHO, L.; GOODE, M. Gender effects to the formation of overall product satisfaction: a multivariate approach. **Journal of International Consumer Marketing**, v. 8, n. 1, p. 71-91, 1995.
- OYEWOLE, P. Consumer's socio-demographic characteristics and satisfaction with services in the airline industry. **Services Marketing Quartely**, v. 23, n. 2, 61, 2001.
- PASWAN, A. K.; YOUNG, J. A. Student evaluation of instructor: a nomological investigation using structural equation modeling. **Journal of Marketing Education**, v. 24, n. 3, p. 193-202, 2002.
- PERILLO, R. D.; TRÓCOLLI, B. T. Seria o gênero uma variável discriminante na avaliação de clientes? Um estudo com modelagem por equações estruturais. **Revista de Psicologia**, v. 8, n. 1, p. 73-91, 2008.
- RODGERS, S.; HARRIS, M. A. Gender and e-commerce: na exploratory study. **Journal of Advertising Research**, v. 43, n. 3, p. 322, 2003.
- ROSS, L. W.; FLEMING, R. S.; FABES, K. J.; FRANKL; R. Gender effects on customer satisfaction with employment services. **Career Development International**, v. 4, n.5, p. 270-276, 1999.
- SCOTT, S.V. The Academic as Service Provider: Is the Customer 'always right'? **Journal of Higher Education Policy and Management**, n. 21, v. 2, p. 193-202, 1999.
- SOUKI, G. Q.; PEREIRA, C. A. Satisfação, motivação e comprometimento de estudantes de administração: um estudo com base nos atributos de uma instituição de ensino superior. *In: Encontro Nacional dos Programas De Pós-Graduação Em Administração*, 28, 2004, **Anais...**, ENANPAD 2004.
- SPATHIS, C.; PETRIDOU, E.; GLAVELI, N. Managing service quality in Banks: customers gender effects. **Managing Service Quality**, v. 14, n. 1, p. 90-102, 2004.
- VIEIRA, K. M.; MILACH, F. T.; HUPPES, R. D. Equações estruturais aplicadas à satisfação dos alunos: um estudo no curso de ciências contábeis da Universidade Federal de Santa Maria. **Revista de Contabilidade e Finanças da USP**, v.19, n.48, p. 65-76, 2008.
- WALTER, S., TONTINI, G., DOMINGUES, M. Identificando Oportunidades de Melhoria em um Curso Superior Através da Análise da Satisfação dos Alunos. *In: Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração*, 29, 2005. **Anais...**, Rio de Janeiro: ENANPAD 2005.