

**PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UNISULVIRTUAL***Adriano Sérgio da Cunha**Nélio Herzmann**Thiago Coelho Soares**Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL) (Brasil)***RESUMO:**

O presente artigo tem como finalidade verificar a geração do valor percebido pelos acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis da UnisulVirtual. Para tanto, procurou-se apresentar um embasamento teórico em relação à Educação a Distância (EaD) e à percepção de valor de acordo com o ponto de vista dos clientes, enfocando serviços complexos, já que a educação é um serviço complexo, visto existem múltiplas interações que se estabelecem ao longo da prestação do serviço. Esta pesquisa é um estudo de caso, com investigação em duas etapas: a primeira bibliográfica e a segunda documental. Esta aplicação aconteceu via Espaço UnisulVirtual de Aprendizagem (EVA) onde ocorre a interação entre acadêmico/professor e acadêmico/acadêmico. A população estudada foram os acadêmicos regularmente matriculados no referido Curso de Ciências Contábeis, no primeiro semestre de 2010. Foram pesquisados 19 (dezenove) itens, classificados em cinco categorias: informações, prestação das atividades de ensino, atividades de suporte, qualidade implícita na prestação do serviço, e tempo de estudo para a disciplina. Como resultado da pesquisa destaca-se que todos os itens analisados nesta pesquisa foram considerados satisfatórios pelos acadêmicos. Não por acaso, o fator mais destacado foi o do conhecimento do professor diante das necessidades exigidas para ministrar a disciplina. Isto porque um dos objetivos traçados pela coordenação do curso é o de alinhar professores *experts* as suas áreas, possibilitando inserção dos conceitos teóricos na vida profissional dos acadêmicos. Desta forma, com a análise constante da percepção dos acadêmicos sobre os fatores considerados importantes para a qualidade de um curso e a geração de valor, a universidade pode implantar políticas corretivas em pontos considerados insatisfatórios e fortalecer fatores considerados satisfatórios.

**PALAVRAS-CHAVES:** Educação à distância; Qualidade; Contabilidade.

**ABSTRACT**

This article aims to verify the generation of perceived value by students of Accounting Course of UnisulVirtual. For this, we tried to present a theoretical basis in relation to distance education and perception of value by the viewpoint of customers, focusing on complex service, since education is a complex service, since there are multiple interactions that set over the service. This research is a case study, with research in two stages: the first and second documentary literature. This application came via UnisulVirtual Learning Space where there is interaction between scholar / teacher and scholar / academic. The study population were students enrolled in that Accounting Course, the first half of 2010. We surveyed 19 (nineteen) items classified into five categories: information, supply of teaching activities, support activities, quality implicit in the service, and study time for discipline. As a result of the research shows that all the items examined in this study were considered satisfactory by the academics. Not coincidentally, the most prominent factor was the knowledge of the teacher to administer discipline. This is because one of the goals set by the course coordinator is to bring expert teachers to their areas to enable the integration of theoretical concepts in the professional life of academics. So with the analysis of the perceptions of academics about the factors considered important to the quality of a course and create value, the university can implement corrective policies in places considered unsatisfactory and strengthen factors considered satisfactory.

**KEY WORDS:** Distance Education; Quality; Accounting.

## 1. INTRODUÇÃO

O interesse no trabalho com Educação a Distância (EaD), conforme Aretio (1996) não é um fenômeno recente. Observa-se que no século XVIII a Gazeta de Boston publicou um anúncio oferecendo ensino à distância, assim, já existiu a tentativa de se levar o conhecimento em cursos por correspondência. Com a melhora dos serviços de correio e agilização dos meios de transporte em meados do século XIX, percebe-se uma ação mais efetiva em direção às ofertas de cursos de EaD. Quatro exemplos dessa expansão podem ser destacados: um curso de ensino por correspondência publicado em 1833 na Suécia; a criação da primeira escola por correspondência pela fundação em Berlim no ano de 1856; a criação da *Boston Society to Encourage Study at Home* em 1873; a criação do *International Correspondence Institute* em 1891, quando a Universidade de Wisconsin aceita a proposta de seus professores para organizar cursos por correspondência nos serviços de extensão universitária em 1891.

Já no final do século XIX e início do século XX, o ensino por correspondência ganhou proporções gigantescas nos EUA e na Europa. Isto aconteceu com a oferta de cursos com pouco valor acadêmico, podendo ajudar a explicar a criação de uma visão de baixa qualidade atribuída aos cursos à distância. Porém como era de se esperar, o ensino por correspondência foi se aprimorando com o passar dos anos. Em 1969 surge na Inglaterra a *UK Open University*, por iniciativa do governo britânico (MAIA; MEIRELLES, 2005).

Já no Brasil, conforme Vianney (2003) os primeiros registros de EaD são de 1904, ofertando cursos técnicos por correspondência. O Instituto Monitor e o Instituto Universal Brasileiro consagraram este modelo. No que se refere às Instituições de Ensino Superior (IES), a pioneira a oferecer cursos de graduação a distância foi a Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. A metodologia consistia em material impresso e centros de atendimento com tutores. Já na segunda metade da década de 90, com o desenvolvimento da internet, as IES começaram a oferecer cursos à distância em maior quantidade. Esta escalada de cursos a distância foi medida por Maia e Meirelles (2005), observando que existiam mais de 50 IES no Brasil ofertando algum tipo de curso na modalidade EaD.

Desta forma o presente artigo pretende verificar a geração do valor percebido pelos acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis EaD do Campus UnisulVirtual da UNISUL - Universidade do Sul de Santa Catarina.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na fundamentação teórica procurar-se-á abordar alguns aspectos relacionados à educação à distância e ao valor percebido pelo cliente, com a finalidade de se ter subsídios adequados para se proceder à análise dos dados.

### 2.1. O Ensino a Distância (EAD) no Brasil

No Brasil a história do ensino a distância está diretamente ligada aos cursos por correspondência no início do século XX, mais precisamente em 1904 com a oferta de cursos profissionais.

O ensino a distância por correspondência se consagrou no Brasil em 1939 com a criação do Instituto Monitor e logo em seguida com a criação do Instituto Universal Brasileiro em 1941. Este modelo educacional se caracteriza como a primeira geração do ensino a distância.

A segunda geração de EaD aconteceu nas décadas de 1970 e 1980, caracterizada pelo uso de aulas transmitidas via satélite, complementadas pelo uso de materiais impressos.

Em 1994 com o início da expansão da Internet no ambiente universitário é que se inicia a terceira geração do ensino a distância. A utilização de novas tecnologias de comunicação e a publicação da LDB - Lei de Diretrizes e Bases (Lei nº 9.394 de 20 de Dezembro de 1996) impulsionaram o cenário educacional brasileiro validando o EaD como modalidade válida para todos os níveis de ensino. (VIANNEY, TORRES e SILVA, 2003).

No contexto internacional, Moore e Kearsley (2007) mapearam a evolução do ensino a distância em cinco gerações, apresentando a geração Internet/Web como sendo a 5ª geração como a vivenciada no período atual.

A Figura 1 apresenta as cinco gerações estabelecendo uma relação com a evolução tecnológica.

*Figura 1. As cinco gerações da educação à distância*

<b>Geração</b>	<b>Período</b>	<b>Características</b>
1ª geração "Correspondência"	Século XIX	Cursos que fazem uso de material impresso, o qual era entregue aos alunos via correio, também denominados "estudo por correspondência" ou "estudo independente".
2ª geração "Transmissão por rádio e televisão"	Início do século XX	Transmissão de aulas na qual as dúvidas dos alunos eram tiradas via correio, telefone e posteriormente via fax.
3ª geração "Universidades abertas"	Década de 60	Caracteriza-se por inúmeras experiências em EaD que levam em consideração a preparação de recursos humanos e a integração das diversas tecnologias disponíveis acrescentando-se vídeos e "kits" com materiais para experiências práticas.
4ª geração "Teleconferência"	Anos 80	O uso da Internet é disseminado permitindo uma comunicação mais próxima entre professor-aluno e aluno-professor. A interação em tempo real afeta significativamente as relações de ensino.
5ª geração "Internet/Web"	A partir dos anos 80	A Internet e as redes de computadores permitem a convergência de textos, áudio e vídeo em uma única plataforma de comunicação, realizando a integração das tecnologias das gerações anteriores.

Fonte: Adaptado de Moore e Kearsley (2007, p. 26)

Nesse sentido, é possível afirmar que o Brasil encontra-se inserido no cenário internacional no que há de mais moderno em termos de EaD, fazendo-se valer da utilização das várias mídias de última geração.

A primeira proposta, na esfera da educação superior à distância no Brasil, surge em 1972 a partir de um relatório final de viagem elaborado pelo então representante do Conselho Federal de Educação do Ministério da Educação, Newton Sucupira, à *Open University* inglesa que buscou apontar as virtualidades da EaD para o Brasil. No relatório apresentado, o representante do Conselho defendeu a criação de uma universidade aberta, pois entendia que esta além de ampliar as oportunidades de acesso à educação superior também significaria um processo de educação permanente em nível universitário. O relatório destacava ainda as potencialidades da EaD para o Brasil e a necessidade de se preparar quadros de forma adequada antes de iniciar projetos na área (VIANNEY; BARCIA; LUZ, 2006).

Ferreira (2001) já abordava no início da década que existem três questões que podem ser importantes. São elas: o tipo de conhecimento, em que profundidade e para quem é oferecido o serviço. Estes são fatores críticos de sucesso para as organizações que buscam a adoção de novas tecnologias, ou seja, querem trabalhar com EaD.

O fato das pessoas manterem-se atualizadas vem reforçar a importância da Educação a Distância (EaD) na formação continuada, reinserindo os indivíduos em novas sociedades construídas em torno da informação e do saber e colocando-a como uma das "mais notáveis" manifestação da mundialização (OLIVEIRA; SANTOS; KALATZIS, 2007).

No que tange aos métodos e técnicas para viabilizar EaD, o Brasil ainda encontra-se em situação de desvantagem quando se compara às experiências internacionais: é carente em aportes materiais, tecnológicos e humanos. O conhecimento é insuficiente, e o capital intelectual é despreparado. O que torna insustentável viabilizar projetos tão relevantes. É nesse panorama que a nossa contribuição metodológica ganha ênfase, na medida em que há um apoio das prioridades críticas a serem consideradas no rol de elementos necessários à implantação de um projeto desta natureza, contribuindo para a construção do capital intelectual, como elemento estratégico para os cursos de Administração (OLIVEIRA; SANTOS; KALATZIS, 2007).

Os programas de educação à distância possuem uma reputação de serem mais efetivos quando se trata de custos, do que os sistemas tradicionais de ensino. Mas diversos estudos têm mostrado que se torna realidade apenas em casos onde as matrículas conseguem alcançar níveis elevados quando comparados aos gastos e às taxas de conclusão (BENETTI, et al, 2007).

Observa-se, a partir do exposto, que há muitas dimensões relacionadas com a Educação a Distância, cabendo, portanto, um entendimento de tais dimensões, a complexidade que elas impõem a EaD e, finalmente, como influenciam na geração do valor percebido do serviço.

## 2.2. História da contabilidade no Brasil

A história da contabilidade no Brasil se inicia no período colonial, segundo Peleias e Bacci (2004, p. 41), "os primeiros grandes movimentos para a profissão contábil no Brasil ocorreram, no início do século XIX, com a chegada da Família Real".

No âmbito acadêmico, em 1809, através da promulgação do alvará de 15 de julho, foi criado oficialmente o ensino de contabilidade, por meio de "aulas práticas" de comércio. No entanto, a primeira escola de contabilidade no Brasil, surgiu somente em 1902, conforme relata Iudícibus (2006, p. 41):

Provavelmente a primeira escola especializada no ensino da Contabilidade foi a Escola de Comércio Álvares Penteado, criada em 1902. Alguns autores preferem fazer recair a honra do pioneirismo na Escola Politécnica de São Paulo, a qual, alguns anos antes, em seu Curso Preliminar, já incluía a disciplina Escrituração Mercantil. Conquanto legalmente e cronologicamente tais autores possam ter razão, o fato de haver a disciplina de Escrituração Mercantil não caracteriza, a meu ver, um Curso de Contabilidade.

Já no século XX, foram instituídos o ensino comercial e os cursos profissionalizantes e em 1931, através do Decreto nº 20158 de 30/06/1931, foi regulamentada a profissão de contador. Os cursos superiores de contabilidade, que concede o título de Bacharel em Ciências Contábeis, foram criados através do Decreto-lei nº 7988 de 22/09/1945. (PELEIAS et al., 2007).

Vários são os marcos históricos entre o período colonial e a forma como se apresenta o ensino em contabilidade no Brasil, na Figura 2, é possível verificar esta evolução.

Figura 2. Evolução do ensino da contabilidade no Brasil

Evolução do Ensino da Contabilidade no Brasil	
( 1 ) Séc. XIX - 1890	Aulas de Comércio
( 2 ) Séc. XIX - Década de 50	Inst. Comercial - RJ
( 3 ) Séc. XX - 1ª década	Ensino Comercial
( 4 ) Séc. XX - Década de 20	Curso Profissionalizante
( 5 ) Séc. XX - Década de 40	Ensino Superior
( 6 ) Séc. XX - Década de 70	Pós-graduação <i>strictu sensu</i>
( 7 ) Séc. XXI - Década de 00	Ensino Superior a Distância
( 8 ) Séc. XXI - ???	Pós-graduação <i>strictu sensu</i> a Distância

Fonte: Adaptado de Peleias et. al., (2007, p. 23).

Na figura acima, visualizam-se os cursos de graduação em contabilidade à distância no período que envolve os anos de 2000 a 2010, pois não há pesquisas que aponte qual foi o primeiro curso e qual universidade deu o encaminhamento a esta.

Segundo Gomes (1986, p. 22) “a contabilidade, como qualquer área do conhecimento humano, sempre esteve associada ao progresso da humanidade, em termos de benefícios que são oferecidos à sociedade, decorrentes dos aperfeiçoamentos tecnológicos surgidos”. Razão pela qual, não há como deixar de considerar que a Pós-Graduação *strictu sensu* será o próximo passo.

### **2.3. Serviços e valor**

Segundo Kotler (2000, p. 448) “serviço é qualquer ato ou desempenho, essencialmente intangível, que uma parte pode oferecer a outra e que não resulta na propriedade de nada. A execução de um serviço pode estar ou não ligada a um produto concreto”.

Para Ramaswamy (1996, p. 3), serviço pode ser entendido como “as transações de negócios que acontecem entre um provedor (prestador do serviço) e um receptor (cliente), a fim de produzir um resultado que satisfaça o cliente”.

Vargo e Lusch (2004, p. 334) definem serviço como sendo “a aplicação de competências especializadas (habilidades e conhecimento) por meio de ações, processos e atuações, para o benefício de uma outra entidade ou de si próprio (auto-serviço)”.

Na esfera educacional, trata-se de um serviço complexo, pois se caracteriza por múltiplas interações que se estabelecem ao longo do tempo no qual o acadêmico permanece na instituição. Assim, “nas instituições educacionais, os encontros de serviços envolvem vários públicos e ocorrem em um espaço de tempo prolongado, o que evidencia uma complexidade de relações maiores” (FROEMMING, 2001, p. 74).

No contexto da educação superior, a complexidade do serviço oferecido ao cliente está associada ao risco, principalmente pela incerteza da perda ou ganho que pode ocorrer durante o processo de prestação do serviço, afirma Torres (2004). Assim, a complexidade ocorre em função de suas dimensões: Relacionada com a sua função de preparação das pessoas com formação superior especializada as quais, por meio do seu desempenho profissional e social, são os agentes nucleares do desenvolvimento de todo o tecido econômico; e com a capacidade do Ensino Superior em satisfazer positivamente às expectativas de valorização pessoal e profissional dos formados. O autor enfatiza ainda que a satisfação pessoal destes não necessariamente implica que a formação recebida contribui para o desenvolvimento global da sociedade, em geral, e do tecido econômico, em particular. Para que essa combinação aconteça, torna-se importante que as formações correspondam às necessidades dos agentes econômicos, quer em número de formados, quer em competências individuais.

A complexidade do serviço oferecido no contexto da educação superior também está relacionada ao seu processo de compra, visto que este se caracteriza por clientes realizando investimentos consideráveis também em valores não-monetários. Assim, estão buscando, arriscando e investindo esforço e tempo para tomar a decisão de forma correta, dadas as conseqüências de risco que envolve a escolha. Nesse contexto, o cliente tem por conseqüência ser mais criterioso e acaba avaliando melhor as alternativas antes de escolher a que lhe oferece a melhor proposta de valor (RUST et al., 2001). Essa complexidade é ainda maior quando se observa que, conforme Silva (2007), o ambiente das instituições de ensino superior está cada vez mais competitivo e os clientes estão se tornando mais exigentes por causa dessa maior oferta no mercado.

Nesse contexto, existe a possibilidade de obter-se sucesso por meio de um posicionamento competitivo sustentável em relação aos concorrentes. A partir da oferta de valor percebido pelos clientes, a instituição obtém uma vantagem competitiva com base em atributos determinantes de valor. Assim, o desafio consiste em identificar quais são os valores que realmente são utilizados pelos clientes em seu processo de escolha. Quando se trata de serviços, essa dificuldade é ainda mais evidente, principalmente pelas suas características próprias associadas à intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade (COLOMBO et al., 2005).

Diante do apresentado, é fundamental a compreensão de que o valor pode ser entendido como a “diferença entre as percepções do cliente quanto aos benefícios da compra e uso dos produtos e serviços e os custos em que eles incorrem para obtê-los” (CHURCHILL; PETER, 2003, p. 13). Assim, valor pode ser entendido como o quanto valem todos os benefícios, sejam eles técnicos, econômicos, de serviços e sociais de um produto (bem ou serviço). É o que o cliente busca em um produto, quando em conformidade com as expectativas do que lhe é ofertado. Essas expectativas são baseadas em experiências de compras anteriores realizadas, além da opinião de amigos e parceiros, e também das informações e promessas de profissionais de *marketing* com que tenham tido contato. Assim, se esses determinantes de expectativa forem muito baixos, poderá gerar satisfação de alguns clientes, mas poderá não atrair muitos deles. Na situação antagônica, se os determinantes de expectativas forem muito altos, os clientes poderão se decepcionar depois que efetivamente utilizarem o serviço (DIAS *et al.*, 2004).

Quando se trata de serviços complexos, como é o caso da educação, onde existe a interação e a interferência do cliente de forma elevada, os riscos de uma decisão equivocada são mais elevados, podendo gerar prejuízos. A identificação e avaliação dos resultados finais do serviço apresentam dificuldades, pois o cliente é também responsável pelos resultados alcançados. Há a necessidade de uma reafirmação da compra, pois existe um elevado tempo que pode incorrer na execução do serviço, podendo afetar e alterar as expectativas e as necessidades iniciais do cliente e sua percepção de valor e de preferência. Dessa forma, os serviços complexos passam por um processo de compra intermitente, no qual o cliente investe esforço e tempo para comparar as diferentes alternativas de oferta, até escolher uma delas. Isto reforça a importância de uma oferta de curso com valor diferenciado, que seja percebido pelos clientes (CHURCHILL; PETER, 2003).

### **3. METODOLOGIA**

Quanto à abordagem, esta pesquisa tem caráter qualitativo. A pesquisa qualitativa, de acordo com Triviños (1994), permite analisar os aspectos implícitos ao desenvolvimento das práticas organizacionais e a interação entre seus integrantes. É a técnica mais apropriada para compreender o fenômeno no contexto onde está inserida e do qual é parte, pois possibilita analisá-lo numa perspectiva integrada. O autor ainda enfatiza que a pesquisa qualitativa possibilita o uso da imaginação e da criatividade do pesquisador e da realidade sobre o tema escolhido, explorando os mais diversos enfoques para o enriquecimento do seu estudo. Dessa forma, entende-se que a abordagem qualitativa é a mais adequada para este tipo de estudo, já que o objetivo é o de identificar a percepção dos discentes acerca da geração de valor do Curso de Ciências Contábeis da UnisulVirtual.

O curso em estudo funciona na modalidade à distância com uma metodologia que prevê avaliações a distância e ainda presenciais em locais de prova em todos os estados brasileiros, sendo que sua coordenação, seu gerenciamento e ainda sua logística localizam-se na cidade de Palhoça em Santa Catarina. Ele possui duração de 4 (quatro) anos, 8 (oito) semestres, perfazendo 200 (duzentos) créditos ou 3000 (três mil) horas/aula, estando em funcionamento desde o primeiro semestre de 2006.

A pesquisa, quanto aos fins, pode ser considerada descritiva. É descritiva, pois descreve as informações obtidas a partir de pesquisa documental. Para Churchill (1987), a pesquisa descritiva objetiva conhecer e interpretar a realidade sem nela interferir para modificá-la. A pesquisa descritiva,

como esta que está sendo aqui apresentada, expõe as características de determinada população ou de determinado fenômeno, mas não tem o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação. O método descritivo delinea o que se pesquisa, abordando quatro aspectos: investigação, registro, análise e interpretação dos fatos ocorridos no passado, para, por meio de generalizações, compreender o presente e o compromisso com o futuro.

Quanto à estratégia de pesquisa se utilizou o estudo de caso. Por se ter estudado um único fenômeno, este estudo focou-se no entendimento da dinâmica presente dentro de um único ambiente (YIN, 2001).

Quanto aos meios de investigação, este trabalho foi dividido em duas etapas, uma inicial que foi a pesquisa bibliográfica, e outra final que foi a pesquisa documental.

Conforme Vergara (1998), a pesquisa bibliográfica é um estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, meios eletrônicos e jornais. Fornece instrumental analítico para a pesquisa.

Yin (2001) afirma que a documentação é uma fonte estável de coleta de dados, tendo em vista que pode ser revista inúmeras vezes, além de ser exata por conter nomes, referências e detalhes como também possui uma ampla cobertura, pois abrange longos períodos de tempo e espaço. Porém, o autor ressalta que o acesso aos documentos pode ser dificultoso e caso não seja realizado uma pesquisa completa pode tendenciar a pesquisa. Foi analisada a pesquisa de satisfação institucional aplicada aos acadêmicos do curso. A aplicação dos questionários aconteceu via EVA (Espaço UnisulVirtual de Aprendizagem) onde ocorre a interação entre acadêmico/professor e acadêmico/acadêmico. A população estudada, portanto, são os acadêmicos regularmente matriculados no curso em análise, no primeiro semestre de 2010.

A população estudada corresponde a 187 acadêmicos matriculados. Tais participantes responderam, em média, 2,36 questionários, totalizando 442 questionários respondidos. Cabe frisar que cada acadêmico pode responder 1 questionário para cada disciplina na qual está regularmente matriculado, e que a participação na pesquisa é voluntária.

De acordo com a sua dimensão no plano de tempo de pesquisa, caracteriza-se pelo corte transversal. O período estudado corresponde ao primeiro semestre de 2010. Richardson (1989) explica que neste tipo de plano, os dados são coletados em um ponto no tempo, com base em uma amostra selecionada para descrever uma população nesse determinado tempo.

Uma vez compreendida a metodologia adotada, passam-se a analisar os dados da pesquisa.

#### **4. ANÁLISE DOS DADOS**

Como já colocado anteriormente, o artigo visa apresentar um conjunto de informações que permitem avaliar a instituição UnisulVirtual, o perfil dos acadêmicos, os materiais didáticos, o sistema tutorial e de comunicação, o sistema de avaliação, a metodologia da educação a distância e a avaliação geral do Curso de Bacharelado em Ciências Contábeis, para que possa ser verificada a geração do valor percebido por esses acadêmicos.

Assim, relaciona os dados coletados na pesquisa com a satisfação dos acadêmicos que responderam à pesquisa, procurando-se, dessa forma, verificar a geração do valor percebido.

O perfil do aluno do curso apresenta 88% dos alunos trabalhando e apenas 18,7% dos alunos com idade inferior a 26 anos. 73,8% dos alunos estão localizados na região Sul e Sudeste.

Para a estrutura de análise das repostas obtidas junto aos acadêmicos, estas foram classificadas em cinco categorias: manuais, prestação das atividades de ensino, atividades de suporte (*back office*), qualidade implícita na prestação do serviço e tempo de estudo para a disciplina.

O Quadro 1 expressa a satisfação dos acadêmicos quanto às informações que estes recebem: Informações Sobre o Curso e Informações de Como Estudar a Distância. As informações disponíveis sobre o Curso referem-se ao projeto pedagógico, a matriz curricular, o sistema de avaliação, etc. As orientações disponíveis sobre como estudar a distância são a metodologia da UnisulVirtual, manual do aluno, etc.

*Quadro 1. Informações Disponíveis*

	<b>Informações disponíveis sobre o Curso</b>	<b>Orientações disponíveis sobre como estudar a distância</b>
a - Em branco	2,7%	3,6%
b - Ótimas	45,2%	48,0%
c - Boas	48,6%	44,3%
d - Regulares	3,2%	4,1%
e - Ruins	0,2%	0,0%
f - Insuficientes	0,0%	0,0%

Fonte: Adaptado da pesquisa de Satisfação UnisulVirtual

No Quadro 1 destacou-se o item que obteve a melhor pontuação de todos. Observa-se, assim, que tanto as Informações Sobre o Curso quanto as Informações de Como Estudar a Distância foram classificadas como ótimas pelos acadêmicos do curso. As informações sobre o curso tiveram 45,2% dos alunos classificando como ótima as informações contidas e 48,6% como boa. Assim, tem-se 93,8% dos acadêmicos muito satisfeitos. Quanto as informações sobre estudar a distância, 48,0% acharam as informações ótimas e 44,3% como boas, assim totalizando 92,3% dos acadêmicos satisfeitos com as informações. Nesta categoria não teve nenhuma consideração de informação ruim ou insuficiente.

No Quadro 2 estão contidas informações acerca dos valores percebidos pelos acadêmicos quanto à prestação do serviço educacional. Foram analisadas 06 (seis) características: a entrega do livro didático; conteúdo atende aos objetivos da disciplina; as atividades de auto aprendizagem atendem aos objetivos da disciplina; os recursos didáticos; o sistema de ensino-aprendizagem; e o acesso ao espaço UnisulVirtual de aprendizagem.

*Quadro 2. Valores sobre a prestação das atividades de ensino.*

	<b>Entrega do Livro didático</b>	<b>Os conteúdos da disciplina atendem aos objetivos propostos</b>	<b>Atividades de auto-avaliação atendem os objetivos da disciplina</b>	<b>Os recursos didáticos disponibilizados no EVA para o estudo da disciplina</b>	<b>O sistema de ensino-aprendizagem estimula o uso da Biblioteca virtual</b>	<b>O acesso ao Espaço UnisulVirtual de Aprendizagem</b>
a - Em branco	1,1%	1,8%	2,0%	5,4%	18,6%	2,9%
b - Ótima	53,8%	49,1%	48,6%	42,1%	30,1%	58,4%
c - Boa	33,5%	39,6%	41,2%	41,0%	36,7%	35,1%
d - Regular	6,3%	6,1%	6,3%	8,8%	11,1%	2,0%
e - Ruim	4,1%	2,0%	1,1%	0,7%	1,8%	0,9%
f - Insuficiente	1,1%	1,4%	0,7%	2,0%	1,8%	0,7%

Fonte: Adaptado da pesquisa de Satisfação UnisulVirtual

Todos os itens analisados apresentaram bom nível de satisfação dos acadêmicos. Porém, alguns itens necessitam de maior atenção. A entrega do material didático de forma impressa foi considerada regular, ruim ou insuficiente por 11,5% dos acadêmicos. Isto ocorreu em virtude de início de disciplina sem a chegada do material para o acadêmico. Mesmo ele tendo o mesmo material em formato on-line (.pdf) no EVA, o acadêmico gosta de realizar sua leitura no material impresso. Outro fator que chama a atenção negativamente é o estímulo ao uso da biblioteca virtual, visto que 3,6% dos acadêmicos o consideraram como ruim ou insuficiente e 11,1% como regular. A biblioteca virtual da Unisul tem acesso gratuito a diversos periódicos (Portal Ebisco, Revistas da Editora Abril, HSM, entre outras), porém 14,7% dos acadêmicos não se sentiram estimulados o suficiente para utilizar estas informações de forma mais intensa.

No Quadro 3 está expressa a visão dos acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis acerca das atividades de suporte à atividade fim: a coordenação do curso, a monitoria e a secretaria. A coordenação do curso tem o papel de gerenciar todas as ações relacionadas ao curso, desde a escolha de um professor para uma disciplina, até auxiliar o acadêmico na resolução de problemas administrativos que por vias normais não foram resolvidos. A monitoria tem a função de dar suporte técnico ao acadêmico, prestando informações sobre procedimentos administrativos, tais como quais os procedimentos para solicitar avaliação de segunda chamada, aproveitamento de estudo, alteração de pólo para avaliação presencial, entre outros. Já a secretaria tem o papel de gerenciar a vida acadêmica do aluno, lançando aproveitamento de estudos, analisando se a documentação enviada pelo aluno está de acordo com a legislação, gerenciando o processo de matrícula, entre outras atividades.

*Quadro 3. Atividades de suporte (Back Office)*

	<b>Coordenação</b>	<b>Monitoria</b>	<b>Secretaria</b>
a - Em branco	8,4%	8,1%	6,1%
b - Ótima	35,3%	36,0%	30,1%
c - Boa	34,8%	37,3%	37,3%
d - Regular	2,7%	5,0%	6,1%
e - Ruim	0,2%	0,9%	1,1%
f - Insuficiente	0,5%	0,5%	0,7%
g - Não interagi	18,1%	12,2%	18,6%

Fonte: Adaptado da pesquisa de Satisfação UnisulVirtual

Observa-se que para a maior parte dos respondentes todos os três setores de apoio ao serviço de educação à distância foram classificados como bons e ótimos. Sendo que a monitoria com 73,3% de satisfação foi a melhor qualificada, seguida da coordenação do curso, com 70,1% e pela secretaria com 67,4%. Ao mesmo tempo em que foi o pior qualificado, também foi aquele que mais os acadêmicos não utilizaram diretamente o serviço com 18,6%, seguido pela coordenação e monitoria com 18,1% e 12,2%.

No Quadro 4 tem-se expressa a percepção de valor sobre a qualidade implícita na prestação dos serviços. Foram analisados os 7 (sete) itens seguintes: o conhecimento do professor para ministrar a disciplina; e a relação entre teoria e prática da disciplina; O *feedback* das avaliações foi disponibilizado adequadamente; Condições ambientais adequadas na sala de aplicação da Avaliação Presencial; Os objetivos propostos; As suas expectativas de aprendizagem; e A aplicabilidade dos conhecimentos no seu trabalho / desenvolvimento.

Quadro 4. Valores sobre qualidade implícita na prestação do serviço

	Conhecimento do Professor Tutor para ministrar a disciplina	Habilidade do Professor Tutor para desenvolver a relação teoria-prática	O feedback das avaliações foram disponibilizados adequadamente	Condições ambientais adequadas na sala de aplicação da Avaliação Presencial	Em relação aos objetivos propostos, o curso está:	Em relação as suas expectativas de aprendizagem, o curso está:	Em relação a aplicabilidade dos conhecimentos no seu trabalho / desenvolvimento, o curso está:
a – Em branco	1,8%	1,8%	4,1%	5,7%	2,5%	2,9%	11,8%
b – Ótimo	62,4%	61,1%	53,6%	48,0%	53,8%	49,3%	42,5%
c – Bom	31,7%	29,2%	33,3%	37,3%	40,5%	43,2%	40,5%
d – Regular	2,9%	5,2%	5,9%	5,7%	2,3%	3,8%	3,8%
e – Ruim	0,7%	1,8%	1,8%	2,7%	0,7%	0,7%	0,9%
f – Insuficiente	0,5%	0,9%	1,4%	0,7%	0,2%	0,0%	0,5%

Fonte: Adaptado da pesquisa de Satisfação UnisulVirtual

Neste conjunto de características sobre a qualidade implícita na prestação dos serviços, destaca-se que apenas 3 itens não possuem satisfação superior a 90%, O *feedback* das avaliações foram disponibilizados adequadamente, Condições ambientais adequadas na sala de aplicação da Avaliação Presencial e A aplicabilidade dos conhecimentos no seu trabalho / desenvolvimento. Este conjunto de fatores mostra a preocupação da coordenação do curso em trabalhar com qualidade e esta preocupação foi percebida pela maior parte dos respondentes.

Outro fator, a relação entre teoria e prática quase não teve classificação entre insuficiente e regular, e ainda foi o fator com o segundo percentual de respostas mais alto no item ótimo. Assim, pode-se destacar que a relação entre a teoria apresentada nas disciplinas ao longo do curso foi possível de ser vista, o que facilitou a aprendizagem dos acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis da UnisulVirtual. Não por acaso, o fator mais destacado foi o do conhecimento do professor para ministrar a disciplina. Isto porque um dos objetivos traçados pela coordenação do curso é o de alinhar professores *experts* a suas áreas, para possibilitar a inserção dos conceitos teóricos na vida profissional dos acadêmicos. Observa-se, portanto, que aqui o professor do curso em análise possui uma das “habilidades” que Maggio (2001) imputa ao tutor, que é o de domínio sobre o conteúdo.

No Quadro 5 está apresentado o tempo médio de dedicação a cada disciplina. Este tempo de dedicação compreende a leitura do material e resolução de exercícios, participação em fóruns e chats.

Quadro 5. Tempo semanal de estudo

Qual foi a sua média semanal de tempo dedicado ao estudo desta disciplina?	Freqüência	Percentual
a - Em branco	20	4,5%
b - até 5 horas	138	31,2%
c - de 5 a 10 horas	162	36,7%
d - de 11 a 15 horas	78	17,6%
e - de 16 a 20 horas	32	7,2%
f - de 21 a 25 horas	11	2,5%
g - mais de 25 horas	1	0,2%

Fonte: Adaptado da pesquisa de Satisfação UnisulVirtual

Observa-se que o tempo médio de estudo dos alunos está compreendido entre até 5 (cinco) horas por semana e entre 5 (cinco) a 10 (dez) horas. Considerando que, normalmente, existem duas disciplinas acontecendo de forma simultânea, um aluno do curso de Administração da UnisulVirtual estuda, em média, até 20 (vinte) horas semanais.

A partir do apresentado, observa-se que com a análise da percepção dos acadêmicos sobre os fatores considerados importantes para a qualidade de um curso e a geração de valor, a UnisulVirtual possui elementos fundamentais para implantar ações para melhoria do processo de prestação do serviço educacional.

## 5. CONCLUSÃO

Como dito anteriormente, o objetivo deste artigo é o de verificar a geração do valor percebido pelos acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis da UnisulVirtual. Sabendo que valor é quanto valem os benefícios técnicos, econômicos, de serviços e sociais de um produto, coube a instituição pesquisada identificar as expectativas que se basearam nas experiências de compras anteriores dos acadêmicos, na opinião de amigos e parceiros, e também nas informações e promessas que tenham tido contato. Assim, os itens pesquisados foram classificados, para se proceder á análise, em cinco categorias: informações; prestação das atividades de ensino; atividades de suporte (*back office*); qualidade implícita na prestação do serviço; e tempo de estudo para a disciplina do referido curso.

Como resultado destaca-se que todos os itens analisados nesta pesquisa foram considerados satisfatórios pelos acadêmicos. Isso corrobora a posição da UnisulVirtual em trabalhar com qualidade em suas operações. O fator que mais obteve destaque entre os pesquisados foi não por acaso o do conhecimento do professor para ministrar a disciplina. Isto porque um dos objetivos traçados pela coordenação do curso é o de alinhar professores *experts* a suas áreas, para possibilitar a inserção dos conceitos teóricos na vida profissional dos acadêmicos. Já o que obteve o menor destaque foi à aplicabilidade dos conhecimentos no seu trabalho / desenvolvimento.

Sugere-se, portanto, que o potencial de interatividade seja expandido, por meio da criação de condições que concretizem a interação entre as pessoas, como colocado por Almeida (2003).

Relacionado as informações, tanto as informações Sobre o Curso quanto as e Informações de Como Estudar a Distância foram classificados como ótimas pelos acadêmicos do curso. Quanto à prestação das atividades de ensino, todos os itens analisados apresentaram alto nível de satisfação dos acadêmicos. Em relação às atividades de suporte (*back office*), observa-se que para a maior parte dos respondentes todos os três setores de apoio ao serviço de educação a distância foram classificados como bons/ótimos. No que se refere à qualidade implícita na prestação do serviço, todos os itens tiveram classificação boa e ótima, O tempo de estudo para a disciplina correspondeu a uma média semanal que compreende entre até 5 (cinco) horas por semana e entre 5 (cinco) a 10 (dez) horas.

Assim, com a análise constante da percepção dos acadêmicos sobre os fatores considerados importantes para a qualidade de um curso e a geração de valor, a universidade pode implantar políticas corretivas em pontos considerados insatisfatórios e fortalecer fatores considerados satisfatórios. Como a agregação de valor acontece com a satisfação sobre o serviço prestado, ou seja, quando o cliente recebe um serviço que é considerado superior ao esperado, verifica-se, então, que foi criado valor para os acadêmicos do curso, já que em apenas um dos itens pesquisados a classificação obtida não foi ótima, porém foi considerada boa.

Como resultado do presente artigo os autores esperam ter contribuído com a expansão, no contexto gerencial, da criação de valor em cursos de Ciências Contábeis na modalidade EaD. Teoricamente, a contribuição se deu por criar um estudo de caso sobre um serviço complexo em uma instituição de educação a distância notoriamente reconhecida pela qualidade de suas operações. Para

pesquisas futuras sugere-se que seja realizado um novo levantamento junto aos acadêmicos do mesmo curso para que uma trajetória histórica possa ser observada, além da avaliação de outros cursos de Ciências Contábeis, em outras instituições que atuem na educação à distância.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA BIANCONCINI, M.E. de: Educação à distância na internet: Abordagens e contribuições dos ambientes digitais de aprendizagem. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, V. 29, nº 2, dez. 2003.
- ARETIO, GARCIA, L.: *La Educación a distancia y la UNED*. Madrid: UNED, 1996.
- BENETTI, K.C.; MELO, P.A. de; DALMAU, M.B.L.; PACHECO, A.S.V.; TOSTA, H.T.; ROCZANSKI, C.R.M.: Educação a Distância: Uma Análise sobre o Programa Nacional de Formação Docente UAB. *VII Colóquio Internacional Sobre Gestão Universitária na América do Sul*, Mar del Plata 2007.
- BRASIL. Ministério da Educação. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais. Censo da Educação Superior. *Sinopse da Educação Superior 2007*. Disponível em: <http://www.inep.gov.br/superior/censosuperior/sinopse/>. Acessado em 30 de julho de 2009.
- CHURCHILL, G.A.: *Marketing research: Methodological foundations*. Chicago: The Dryden Press, 1987.
- CHURCHILL, G.A.; PETER, P.: *Marketing: Criando valor para o cliente*. São Paulo: Saraiva, 2003.
- COLOMBO, S.S. et al.: *Marketing educacional em ação: Estratégias e ferramentas*. Porto Alegre: Artmed/Bookman, 2005.
- DIAS, S.R. et al.: *Gestão de marketing*. São Paulo: Saraiva, 2003.
- FERREIRA, A.L.: Painel: Tecnologias de Ensino a distância e seu Papel nas Escolas de Negócios. *Enanpad*, 2001.
- FREITAS, A.S. de; BERTRAND, H.: Ensino à Distância no Brasil: Avaliação de uma Parceria Universidade-Empresa. *Enanpad*, 2006.
- FROEMMING, L.: *Encontros de serviços em uma instituição de ensino superior*. Tese. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2001.
- GOMES, J.S.: *A linguagem contábil – a escola italiana x escola americana*, in: RBC, 57, 1986, p. 22. Brasília – DF.
- IUDÍCIBUS, S.: *Teoria da contabilidade*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- KOTLER, P.: *Administração de marketing*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.
- MAGGIO, M.: O Tutor na Educação a Distância. In: LITWIN, Edith (Org.). *Educação a distância: Temas para o debate de uma nova agenda educativa*. Porto Alegre: Artmed, 2001, p. 93-110.
- MAIA, M.C.; MEIRELLES, F.S.: Evasão nos Cursos a Distância e sua Relação com as Tecnologias de Informação e Comunicação. *Anpad*, 2005.
- MOORE, M.; KEARSLEY, G.: *Educação à distância: Uma visão integrada*. São Paulo, Thomson Learning, 2007. 424 p.
- OLIVEIRA, S.R.M.; SANTOS, E.M. dos; KALATIZIS, A.C.: Suporte Metodológico para Aperfeiçoamento de Planejamento em EAD Utilizando Estilos de Aprendizagem, Inteligências Múltiplas e Competências Requeridas: Um Estudo Multi-Casos nos Cursos de Administração. *EnEPQ*, 2007.
- PELEIAS, I.R.; BACCI, J.: *Pequena cronologia do desenvolvimento contábil no Brasil: Os primeiros pensadores, a padronização contábil e os congressos brasileiros de contabilidade*. Revista Administração On Line – FECAP - Volume 5, nº 3, p 39-54 jul/ago/set, 2004.
- PELEIAS, I.R.; DA SILVA, G.P.; SEGRETI, J.B.; CHIROTTO, A.R.: *Evolução do ensino da contabilidade no Brasil: Uma análise histórica*. Revista Contabilidade Finanças - USP - São Paulo - Edição 30 anos de doutorado, p. 19-32, Junho 2007.
- PRADO, M.E.B.B.; VALENTE, J.A.A.: Educação à distância possibilitando a formação do professor com base no ciclo da prática pedagógica. In: MORAES, M.C. *Educação à distância: Fundamentos e práticas*. Campinas: Unicamp/NIED, 2002.

- RAMASWAMY, R.: *Design and management of service processes: Keeping customers for life*. Reading: Addison-Wesley, 1996.
- RUST, R.; ZEITHAML, V.; LEMON, K.: *O valor do cliente: O modelo que está reformulando a estratégia competitiva*. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- SILVA, S.M. da: *Desenvolvimento de um Método de Análise de Posicionamento Competitivo de Serviços Complexos Baseado na Estrutura de Preferência dos Consumidores*. Tese, Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.
- TORRES, M.: *Função do Marketing em Instituição de Ensino Superior*. Dissertação, Universidade do Minho, 2004.
- TRIVIÑOS, A.N.S.: *Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1994.
- VARGO, S.L.; LUSCH, R.F.: The four service marketing myths: Remnants of a goods-based, manufacturing model. *Journal of Service Research*, V. 6, nº 4, p. 324-335, may 2004.
- VIANNEY, J.; TORRES, P.L.; SILVA, E.F. da: *A universidade virtual no Brasil: O ensino superior à distância no país*. Tubarão. Editora Unisul, 2003. 152 p.
- VIANNEY, J.; BARCIA, R.M.; LUZ, R.J.P. da: Universidade Virtual: Oportunidade de crescimento ou ameaça para as instituições de ensino superior? *Revista Estudos*, nº 26, março, 2006.
- VERGARA, S.C.: *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 1998.
- YIN, R.: *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

### **Adriano Sérgio da Cunha**



É professor da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL) desde 1998, onde leciona as disciplinas de Contabilidade I e II, Custos Empresariais, Orçamento Empresarial e Controladoria. Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e em Administração pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). Possui Pós Graduação em Planejamento Tributário pela Fundação de Estudos e Pesquisas Sócio Econômicas (FEPESE/UFSC). Coordena o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Financeira EAD da UnisulVirtual. Tem experiência na área de Administração e Contabilidade, com ênfase em Gestão, Administração Financeira e Planejamento Tributário, atuando principalmente nos seguintes temas: Custos empresariais, custos, administração financeira, contabilidade, gestão financeira e planejamento.

### **Nélio Herzmann**



É graduado em Ciências Contábeis pela UFSC e em Direito pela UNISUL, é também Especialista em Contabilidade com foco em Planejamento tributário pela UFSC, Mestre em Administração pela UDESC/ESAG. Atualmente é professor da Unisul, onde ministra as disciplinas de Auditoria Contábil e Direito Tributário III, atua também em cursos de pós-graduação ministrando as disciplinas de: Contabilidade Gerencial, Contabilidade Superior ou Avançada, Auditoria Contábil, Tributária e Governamental, Direito Tributário e Direito Societário. É Autor do livro de Contabilidade Gerencial (Unisul, 2003), Auditoria Contábil (Unisul 2009) e Co-autor dos livros: Comentários a Lei 4.320 (Atlas, 1999, 2000, 2001, 2006, 2008) e Lei de Responsabilidade Fiscal Comentada (Atlas, 2000, 2001, 2002, 2003, 2006, 2010). Na UnisulVirtual é Coordenador do Curso de Graduação em Ciências Contábeis EAD.

### **Thiago Coelho Soares**



Possui graduação em Administração pela Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL (2004) e mestrado em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2006). Atualmente é professor da Universidade do Sul de Santa Catarina nos cursos de Administração e Administração e Negócios da Unisul Business School nas disciplinas de Análise de Custos e Jogos de Empresas. Também coordena o Programa de Pós-Graduação em Gestão Empresarial EAD, da UnisulVirtual. O programa contém os cursos de Gestão de Marketing, Gestão de Logística, Gestão de Finanças, Gestão de Empresas e Gestão e Desenvolvimento de Negócios Internacionais. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração de Empresas, atuando principalmente nos seguintes temas: Ensino superior, custo do aluno e custo do ensino superior.