

INOVAÇÃO NO CONTEXTO DO ENSINO REMOTO EMERGENCIAL, IMPLEMENTADA POR INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR, EM GUARAPUAVA - PR

INNOVATION IN THE CONTEXT OF EMERGENCY REMOTE EDUCATION, IMPLEMENTED BY HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN GUARAPUAVA - PR

Joceliane Antunes Araujo Camargo, Mestre

<https://orcid.org/0000-0002-3005-1939>

jocelianeant@gmail.com

Universidade Estadual do Centro Oeste – UNICENTRO | Programa de Pós-Graduação em Administração
Guarapuava | Paraná | Brasil

Marcos Roberto Kühl, Doutor

<https://orcid.org/0000-0001-6578-5804>

mkuhl@unicentro.br

Universidade Estadual do Centro Oeste – UNICENTRO | Programa de Pós-Graduação em Administração
Guarapuava | Paraná | Brasil

Recebido em 18/março/2022

Aprovado em 09/agosto/2022

Publicado em 01/dezembro/2022

Sistema de Avaliação: *Double Blind Review*



Esta obra está sob uma Licença Creative Commons Atribuição-Uso.

RESUMO

A inovação é um dos principais fenômenos nas economias contemporâneas. Ela destaca-se como um fator que pode gerar vantagem competitiva e auxilia na sobrevivência das organizações, caracterizando-se como uma das fontes de crescimento e desenvolvimento. Assim, o presente estudo objetiva analisar a percepção dos estudantes das IES de Guarapuava quanto às inovações implementadas nas mesmas, para enfrentamento das condições impostas pelo COVID-19. A metodologia da pesquisa é descritiva quanto ao objetivo, realizada por meio de um levantamento *survey*. Os dados foram coletados através de 257 questionário e analisados estatisticamente. As inovações foram analisadas da perspectiva dos oito elementos estratégicos de serviços, que foram agrupados em três fatores, de acordo com a Análise Fatorial Exploratória. De maneira geral, os elementos serviços, pessoas, distribuição, processos, promoção, apresentam tendência positiva na perspectiva dos alunos. Já no preço, produtividade/qualidade e evidências físicas, as médias apontam para a neutralidade. A única questão com concordância elevada diz respeito ao fato das IES terem atendido amplamente as exigências relacionadas a pandemia. As médias dos fatores foram separadas por instituição, assim identificou-se que os Centros Universitários se destacam com as melhores médias, sendo que a Análise da Variância apontou diferenças estatisticamente significativas entre algumas IES.

Palavras-chave: Elementos estratégicos. Serviços. Processos. Qualidade.

ABSTRACT

Innovation is one of the main phenomena in contemporary economies. It is highlighted as a competitive advantage factor and assists to the companies' survival, featuring as one of the development and growth sources. Thus, the present study aims to analyze the perception of the Guarapuava HEIs students about the innovations implemented by them, to confront the conditions imposed by COVID-19. Therefore, the research methodology is classified as descriptive about the objective, performed with a survey. The data was collected through 257 questionnaires and statistically analyzed. The innovations were analyzed from the perspective of eight strategy elements of services that have been grouped on three factors, according to the Exploratory Factorial Analysis. In general, the elements services, people, distribution, processes, promotion, show a positive trend from the students' perspective. Already referring to the price, productivity/quality and physical evidences, the averages points to the neutrality. The only question with high agreement concerns the fact that the HEI's have widely attended the pandemic related demands. The average of the factors was separated by institution, this way, it has been identified that the University Centers stand out for better scores, and from the Analysis of Variance it was possible to observe that there are statistically significant differences between some HEIs.

Keywords: Strategic Elements. Services. Processes. Quality.

1 INTRODUÇÃO

Vivendo na sociedade pós-industrial, que é liderada pela informação, o predomínio econômico da indústria cede espaço para o setor de serviços. Em âmbito mundial, esse setor se destaca, devido a criação de empregos, participação no Produto Interno Bruto (PIB) e a contribuição para melhoria na qualidade de vida (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2014).

Todavia, no fim do primeiro trimestre de 2020 o mundo todo foi assolado pela pandemia do COVID-19, cenário em que todos os setores econômicos sofreram impacto. Assim, com vistas às constantes mudanças no mercado, ao aumento das expectativas dos clientes e da competição entre empresas, é possível atribuir o sucesso de uma empresa para além dos serviços existentes, ou seja, para a criação de novos serviços (LOVELOCK; WRIGHT, 2003).

É nesse contexto que ocorre a intersecção dos constructos relacionados a serviços, com os de inovação. Para Gallouj e Djellal (2010, p. 30), serviços e inovação são dois dos principais fenômenos para as economias contemporâneas. Vale ressaltar Freeman e Soete (2008, p. 456), pois segundo eles “a sobrevivência e crescimento delas [firmas] dependem de sua capacidade de adaptar-se ao ambiente externo em rápida mudança, e de mudá-lo”.

Ainda, devido ao caráter transversal desta pesquisa, considerando a necessidade de segmentação e o impacto que o distanciamento social, muitas vezes convertido em isolamento, imposto pela pandemia, optou-se por focar a análise nas Instituições de Ensino Superior (IES), considerando que estas precisaram se reinventar para atender a demanda imposta pela situação atual, diferente de tudo o que já foi vivenciado por esta geração.

Além da competitividade (SCHUMPETER, 1950), os objetivos da inovação por essas instituições são: melhorias no processo de aprendizagem; qualidade; comprometimento; e retenção de alunos (GUIMARÃES *et al.*, 2019). Ademais, considerando o momento de enfrentamento das condições impostas pelo COVID-19, acentua-se a necessidade da implementação de inovações. Isso, porque além de ser o *locus* da criação do conhecimento e da sua contribuição para a construção de uma sociedade inclusiva e de conhecimento diversificado, as IES são importantes organizações no contexto socioeconômico brasileiro.

Neste contexto, a pesquisa questiona como os estudantes das IES de Guarapuava percebem as inovações implementadas para o enfrentamento das condições impostas pelo COVID-19? Assim para responder esse questionamento, o objetivo do estudo consiste em

analisar a percepção dos estudantes das IES de Guarapuava quanto às inovações implementadas nas mesmas, para enfrentamento das condições impostas pelo COVID-19.

O propósito de estudar as IES da cidade de Guarapuava, decorre delas geralmente serem analisadas do ponto de vista do ensino. Por isso o interesse em um olhar para as demais decisões estratégicas que ela requer. A IES como uma prestadora de serviços, no contexto de inovação durante a pandemia do COVID-19, pode inovar em seus serviços, preço (comumente denominado como investimento nas IES privadas), pessoas, produtividade e qualidade, distribuição, promoção, processos e evidência física (LOVELOCK; WRIGHT, 2003).

A escolha específica desta cidade diz respeito ao crescimento da oferta deste serviço, tornando-a um polo de educação superior no interior do estado do Paraná, contando atualmente com 4 IES (1 pública e 3 privadas), que ofertam cursos presenciais e mais de 15 instituições de todo o país que possuem ofertas de cursos no formato de Educação a Distância (EaD).

Outrossim, a pesquisa justifica-se pela relevância dessas organizações para a região, como *locus* da criação do conhecimento e sua contribuição para a construção de uma sociedade inclusiva. Também, pondera-se a necessidade de melhoria contínua do ramo, já que seu processo está envolto em atividades intensivas em conhecimento, nas quais as ações são intangíveis e dirigidas ao estímulo mental das pessoas (LOVELOCK; WRIGHT, 2003).

Assim, considerando o ambiente de mudança imposto por uma força ambiental incontrolável, as IES precisam inovar tanto no formato do produto, quanto dos processos, para satisfazer as expectativas dos seus clientes, entregando valor e qualidade. Além de inovar, se faz necessário inteirar-se de como é reconhecido o desempenho da inovação pelos seus *stakeholders*. Portanto, o trabalho pode contribuir com a geração de informações e apontar possíveis melhorias, já que informações são a base de estratégias competitivas.

Dessa forma, a contribuição do artigo baseia-se nesse olhar diferenciado para as IES, no enfrentamento das condições impostas pela pandemia. Com foco na inovação e gestão dos elementos estratégicos que qualquer prestação de serviço precisa exercitar, o artigo apresenta uma ferramenta de mensuração da percepção dos clientes, neste caso, dos alunos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O precursor dos estudos sobre inovação, Joseph Alois Schumpeter, em sua primeira publicação em 1911, já apontava a necessidade das organizações inovarem para manter o

valor de suas atividades. Desta forma, a inovação é caracterizada por ele como o fator primordial para o crescimento e emprego, enfim, para o desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1950).

Para Real (2015) é importante inovar continuamente, independentemente do tamanho da organização, se ela trabalha com ou sem fins lucrativos, se são empresas de negócios ou instituições sociais, ONGS ou sociedades. Desse modo, as organizações não precisam ser necessariamente inovadoras ofensivas, mas se quiserem sobreviver podem procurar estabelecer uma rotina inovadora defensiva ou imitativa, por exemplo (FREEMAN; SOETE, 2008).

Na visão de Schumpeter (1997), a inovação é a ‘destruição criativa’, caracterizando-se como uma força, que apresenta novas maneiras de produzir bens ou serviços. Esse fenômeno não possui importância somente para uma organização, individualmente, mas cada vez mais é uma fonte para o crescimento econômico em proporção nacional (TIDD; BESSANT, 2015).

A inovação pode ser definida como a “introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, processos ou serviços” (BRASIL, 2004). Em consonância, o quarto Manual de Oslo (OCDE, 2018) considera que a inovação e atividades de inovação podem acontecer em produtos (bens e serviços) e em processos. Ainda, corrobora com Schumpeter (1988), que a inovação pode ser a introdução de novos produtos ou processos, abertura de novos mercados ou descoberta de novas fontes de matérias primas.

Nesse contexto, considerando que a sobrevivência e crescimento das organizações depende da capacidade tanto de adaptação ao ambiente, quanto de mudá-lo, existem inúmeras razões que as levam a inovar. As inovações contribuem para que as elas enfrentem as mudanças na tecnologia, no mercado e os avanços dos concorrentes (FREEMAN; SOETE, 2008; TIDD; BESSANT, 2015). Ainda, a decisão de inovar provém da intenção de gerar benefícios diretos ou indiretos para a organização e comunidade (OCDE, 2018). Isso movido pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidades e tirar proveito delas (TIDD; BESSANT, 2015).

E assim, “atribui-se à inovação o papel de melhorar o desempenho das organizações, seja na otimização da utilização dos recursos ou na conquista de melhores posições no mercado” (GUIMARÃES *et al*, 2013). Logo, a variação da taxa de crescimento de uma organização está relacionada ao fluxo de suas inovações técnicas, sendo que organizações que

não inovam provavelmente estão em processo de declínio ou estagnação (FREEMAN, 1984), o que caracteriza a inovação como fonte de vantagem mercadológica e competitiva.

As IES, que pertencem ao setor de serviços, compõem o sistema de inovação e são consideradas o *locus* da geração, distribuição e utilização de conhecimento. Como lembra a OCDE (2018), “o conhecimento é um dos recursos mais significativos do ponto de vista estratégico para as empresas. Como isso é acessado e implantado é particularmente importante para empresas direta ou indiretamente envolvidas em atividades de inovação”. Então, sendo um importante ator para o fenômeno da inovação, as IES também devem inovar em suas ações.

Vale salientar que o setor de serviços possui particularidades que tornam sua gestão diferenciada. Partindo desse pressuposto, além dos componentes básicos das estratégias para comercializar produtos (produto, preço, praça e promoção), na administração integrada de serviços são considerados também o processo, produtividade/qualidade, pessoas e evidências físicas. Esses elementos integram “o planejamento e execução coordenadas das atividades de marketing, operações e recursos humanos que são essenciais ao sucesso de uma empresa de serviços” (LOVELOCK; WRIGHT, 2003, p. 21)

Caracterizados como os oito elementos estratégicos de serviços, eles podem ser tomados como referência para a análise das inovações em IES, pois “com mercados e seus protagonistas em constante modificação, a possibilidade de que as IES possam estabelecer vantagem competitiva duradoura não existe mais. [...] cada qual tem que inovar incessantemente para poder competir e sobreviver” (TACHIZAWA; ANDRADE, 2006, p. 22). Em consonância, para Guimarães *et al.* (2013), as IES promovem inovações para se diferenciar, por meio de métodos e serviços novos, que podem contribuir com a melhoria no relacionamento e qualidade.

Um aspecto que torna mais atenuante a relevância do estudo de inovações nas IES é o período pandêmico, que teve início no primeiro trimestre de 2020. O COVID-19 ou SARS-CoV-2 é a doença infecciosa causada pelo novo Corona vírus, identificado ainda em dezembro de 2019 (OPAS, 2020). Ferreira *et al.* (2020, p. 2) citam que “apesar de possuir letalidade em torno de 3%, pode ocasionar doenças respiratórias, entéricas, hepáticas e neurológicas, configurando-se como um vírus de disseminação maior que os outros da mesma espécie”.

O distanciamento social foi uma das medidas de prevenção estabelecidas para conter o estado pandêmico viral. Então, assim como outras organizações, as instituições de ensino de todos os graus paralisaram suas atividades presenciais no início de 2020. Ribeiro e Corrêa (2021, p. 144) lembram que no Brasil, “foram determinadas pelas autoridades competentes no Brasil o fechamento de IES que tiveram, portanto, que suspender suas aulas e atividades presenciais”, dando continuidade às atividades por meio do Ensino Remoto Emergencial.

A situação pandêmica imposta pelo COVID-19 configura-se como um fenômeno ambiental incontrolável, que impactou todas as organizações, independente de setor, ramo de atuação e porte. Para Pacheco, Santos e Wahrhaftig (2020, p. 124) “o ano de 2020 ficará marcado na história pelas perdas humanas e pelo impacto socioeconômico causado pela pandemia do COVID-19”, com ênfase na aceleração dos processos de transformação digital. Para Ferreira *et al.*(2020), a tecnologia se tornou a principal aliada das IES.

Neste cenário, a afirmação de Tachizawa e Andrade (2006, p. 37) torna-se absoluta, pois “tem-se acentuado a necessidade de se repensar as IES, preparando-as para as transformações que estão ocorrendo no ambiente que operam”, observando que a prestação de serviços de ensino, pesquisa e extensão devem ser de qualidade e, concomitantemente, é necessário assegurar aos colaboradores um bom ambiente de trabalho.

Nesse contexto, podem ser citados como desafios a adaptação da modalidade de ensino *off-line* para a *on-line*, a manutenção contínua da rede ou plataforma *on-line*, a dificuldade de manter a motivação dos alunos para ter toda a atenção necessária para a aprendizagem, além da falta das interações físicas, linguagem corporal e apoio dos colegas (XIAO; LI, 2020).

Silva Filho e Rivera (2020) preocupam-se com a perda do vínculo da IES com os estudantes, impactando em aumento dos índices de inadimplência, possível evasão dos alunos, comprometimento do fluxo de caixa e dificuldade para cumprir compromissos nas IES privadas. Ainda relatam a preocupação com as pessoas, quanto ao preparo e estrutura para desenvolver suas atividades nesse novo contexto, além da observação em relação a qualidade e produtividade, devido às perdas e atrasos substanciais de aprendizagem dos estudantes.

Ainda relacionado às pessoas, Bezerra *et al.* (2020, p. 8) lembram que “[...] as informações sobre o impacto psicológico e a saúde mental durante o pico ainda são incipientes. Pesquisas anteriores, entretanto, revelaram ampla e profunda gama de consequências psicossociais nos níveis individual e comunitário durante surtos de infecção”.

Por isso, cabe às IES se atentarem nesse sentido, já que as pessoas são um dos recursos mais relevantes na prestação de serviços (LOVELOCK; WRIGHT, 2003).

O estudo de Sousa *et al.* (2020) analisa uma IES a partir das ações e estratégias desenvolvidas em relação à comunicação institucional, objetivando informar e conscientizar o público. Os autores salientam que em momentos de crise, o uso adequado dos canais de divulgação pode preservar a imagem e reputação da instituição, bem como atender a sociedade com informações precisas e conteúdo relevante, com qualidade técnica e de interesse público.

Ademais, as decisões relacionadas a inovações influenciam na qualidade e satisfação. Na busca de atender necessidades e expectativas, Rocha e Baniski (2020, p. 2) lembram que “consumidores e usuários estão atentos aos aspectos inerentes à qualidade na prestação de serviços, e por este motivo, as organizações devem considerar as exigências impostas pelos consumidores e usuários, pautando-se em estratégias que potencializem inovar processos”.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo deste estudo foi analisar a percepção dos estudantes das IES de Guarapuava quanto às inovações implementadas nas mesmas, para enfrentamento das condições impostas pelo COVID-19. Para tanto, foi realizada uma pesquisa descritiva, expondo características, propriedades ou relações existentes no contexto pesquisado (SILVA, 2005).

Uma pesquisa *survey* possibilitou o levantamento dos dados, com um questionário como instrumentos de pesquisa (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Com abordagem quantitativa, o estudo “descreve os fatos por meio de métodos estatísticos” (SILVA, 2005). Para tanto, cada pergunta do questionário (Quadro 1) foi avaliado numa escala tipo *Likert*, que variava em: discordo totalmente (1), discordo parcialmente (2), discordo pouco (3), nem concordo, nem discordo (4), concordo pouco (5), concordo parcialmente (6) e concordo totalmente (7).

O Quadro 1 apresenta os elementos estratégicos de serviços pesquisados, bem como as fontes utilizadas para fundamentar as afirmações.

Quadro 1 Questionário de Pesquisa e Respectivos Autores das Teorias de Base

Categoria	Afirmações	Autores
Serviço	1. A IES na qual estudo oferece o ensino de forma inovadora 2. A IES na qual estudo utiliza metodologias nas quais o estudante é o protagonista da sua aprendizagem 3. A IES na qual estudo utiliza metodologias apoiadas na tecnologia 4. Além do ensino, a IES na qual estudo oferece outros serviços, buscando atender as necessidades dos clientes, com soluções inovadoras 5. Neste período de pandemia, a IES na qual estudo desenvolveu novos serviços para atender estudantes e comunidade 6. Neste período de pandemia, a IES na qual estudo desenvolveu novos produtos para atender estudantes e comunidade	Lovelock; Wright, (2003); Fitzsimmons; Fitzsimmons (2014); Barcet (2010); Surdubo (2010); Gallouj; Djellal (2010)
Investimento	7. A IES na qual estudo considera a realidade vivenciada neste período de pandemia, ao estabelecer o valor do investimento cobrado pelos serviços, forma, local e prazo de pagamento	
Pessoas	8. A IES na qual estudo oferece preparo/apoio aos colaboradores (professores e empregados) para atender os alunos e comunidade, durante o período de pandemia	
Produtividade e Qualidade	9. A forma com que o Ensino Remoto Emergencial está sendo desenvolvido na IES na qual estudo tem contribuído para com a minha aprendizagem 10. A forma como os serviços da IES na qual eu estudo estão sendo prestados, apresentam níveis adequados de qualidade 11. A IES na qual estudo utiliza metodologias/ferramentas adequadas de mensuração da satisfação dos alunos e comunidade com a produtividade e qualidade dos seus serviços prestados	
Distribuição	12. A IES na qual estudo propõe alternativas inovadoras na forma para entregar seus serviços, em relação à onde, quando e como eles são prestados (por exemplo, o protocolo, biblioteca, laboratórios/escritórios, etc.) 13. A IES na qual estudo utiliza recursos digitais tecnológicos inovadores durante o período de pandemia, para disponibilizar o acesso ao Ensino Remoto Emergencial 14. A IES na qual estudo utiliza recursos digitais tecnológicos durante o período de pandemia, para disponibilizar o acesso à comunidade	
Promoção e Educação	15. A IES na qual estudo desenvolve comunicações inovadoras, para promoção das atividades que desenvolve 16. A IES na qual estudo passou a utilizar novos canais de comunicação durante o período de pandemia (TV, Rádio, Redes Sociais, Publicidade, Patrocínio, Venda Pessoal, etc.) 17. Na IES na qual estudo, o objetivo das comunicações é de informar e conscientizar alunos e comunidade em relação a realidade da pandemia 18. Na IES na qual estudo, o objetivo das comunicações é de persuadir alunos e comunidade em relação a escolha por seus serviços 19. Na IES na qual estudo, o objetivo das comunicações é de ser lembrada e manter contato com alunos e comunidade	
Processos	20. No período de pandemia, os processos operacionais da IES na qual estudo passaram a utilizar recursos digitais inovadores	
Evidência Física	21. A IES na qual estudo atendeu amplamente as exigências relacionadas a pandemia (distanciamento, uso do álcool e máscara, higienização espaços coletivos) 22. A IES na qual estudo realiza frequentemente mudanças inovadoras nas evidências físicas, como instalações físicas, materiais e equipamentos, veículos, apresentação pessoal dos colaboradores, etc.	
Geral	23. De modo geral, acredito que a IES na qual estudo é inovadora	

Fonte: adaptado pela autora (2022).

A população desta pesquisa consiste em todos os estudantes de nível de educação superior, que utilizam os serviços de ensino presencial prestados pelas IES de Guarapuava. Destes, o estudo obteve 257 respostas válidas para as análises. Vale salientar que o teste *Alfa* de *Cronbach* foi utilizado para analisar a confiabilidade da escala, que demonstrou ser satisfatória para as análises que foram realizadas, diante de que “a escala deve, consistentemente, refletir o construto que está medindo” (FIELD, 2009, p. 593).

Os procedimentos de análise de dados foram viabilizados por meio da utilização do *software* estatístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS®), para codificação das respostas, tabulação dos dados e cálculos estatísticos (GIL, 2007). Os procedimentos utilizados foram a Análise Estatística Descritiva e a Análise da Variância (ANOVA). Ainda, foi utilizada a Análise Fatorial Exploratória (AFE), uma técnica quantitativa utilizada para reduzir as variáveis em um conjunto de fatores, agrupando as questões com coeficientes de correlação altos, pois podem estar medindo aspectos de uma mesma dimensão subjacente (FIELD, 2009).

Com relação a análise temporal, o estudo pode ser classificado como transversal-observacional, pois como relata Cooper e Schindler (2011, p. 146) “os estudos transversais são feitos uma vez e representam uma fotografia de um determinado momento”. Na situação observacional o pesquisador não intervém nos resultados. Vale salientar que a dimensão de tempo é um princípio norteador do presente estudo, pois é desenvolvido no contexto do enfrentamento das condições impostas pelo COVID-19, que tende a ser uma situação temporal. A coleta dos dados aconteceu entre Agosto e Novembro/2021.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O município de Guarapuava, localizado na mesorregião Centro-Sul do Paraná, caracteriza-se como o centro de uma microrregião, que é composta por 18 municípios. De acordo com o IPARDES (2020), ela possui quatro IES, sendo uma Estadual e três privadas. Vale salientar que “as instituições de ensino superior (IES) disponibilizadas por município, consideram as sedes em que se localizam essas instituições e não os seus campi e/ou polos avançados” (IPARDES, 2020, p. 19).

Essas IES recebem alunos de diversos municípios da microrregião de Guarapuava (Campina do Simão, Candói, Cantagalo, Espigão Alto do Iguaçu, Foz do Jordão, Goioxim, Guarapuava, Inácio Martins, Laranjeiras do Sul, Marquinho, Nova Laranjeiras, Pinhão, Porto

Barreiro, Quedas do Iguaçu, Reserva do Iguaçu, Rio Bonito do Iguaçu, Turvo e Virmond), bem como de outras microrregiões (Pitanga, composta por Boa Ventura de São Roque, Laranjal, Mato Rico, Palmital, Pitanga e Santa Maria do Oeste), evidenciando a importância socioeconômica das IES para Guarapuava e toda a região (IPARDES, 2012).

Desta forma, essa seção apresenta a análise e discussão dos resultados deste estudo, iniciando com a caracterização da amostra, para depois explorar os achados relativos as abordagens que contextualizam ações concernentes aos oito elementos estratégicos de serviços, demonstrando a percepção dos estudantes das IES de Guarapuava quanto às inovações implementadas nas mesmas, para enfrentamento das condições impostas pelo COVID-19.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES DO QUESTIONÁRIO

A Tabela 1 apresenta a caracterização dos respondentes, de acordo com o gênero, idade, cidade onde residem, IES que estudam e tipo de curso que frequentam, considerados fatores importantes para compreender a composição da amostra.

Tabela 1 Perfil dos respondentes

Gênero	Masculino = 30,4%	Feminino = 68,1%	Outro/Não respondeu = 1,6%	
Idade (anos)	18 a 26 = 81,77%	27 a 36 = 12,5%	37 a 46 = 5,4%	47 a 56 = 0,4%
Cidade que residem	Guarapuava = 75,1%		Outras (35 cidades) = 24,9%	
IES na qual estudam	UNICENTRO = 74,3%	Faculdade Guarapuava = 16%	Campo Real = 6,2%	Uniguairacá = 3,5%
Nível	Graduação = 94,2%		Pós-Graduação = 5,8%	

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota-se a predominância de respostas por parte do gênero feminino, em consonância com o que se observa no meio acadêmico, ou seja, uma participação cada vez maior das mulheres mesmo em cursos que historicamente eram cursados predominantemente por homens (INEP, 2020). Ainda, uma grande maioria dos respondentes têm idade abaixo de 26 anos, também seguindo a tendência nacional, na qual a média de idade do aluno ingressante no ensino superior é 19 anos, bem como do concluinte é 23 anos (INEP, 2020).

O local de residência de 75,1% dos respondentes é Guarapuava, enquanto 24,9% residem em cidades próximas, que fazem parte da microrregião de Guarapuava e de Pitanga (IPARDES, 2012). Porém, durante o período da pesquisa muitos retornaram às suas cidades e estavam acompanhando remotamente, por isso informaram residir em cidades distantes, como

Brusque-SC, Cruz Alta-RS, Itararé-SP, Jacareí-SP, Jaraguá do Sul-SC, Joinville-SC, Londrina-PR, Palmas-PR e Rejente Feijó-SP. Ao todo foram indicadas 36 cidades diferentes.

Em relação às IES em que estudavam os respondentes, como o foco eram as quatro Instituições com sede em Guarapuava, as respostas de alunos de outras foram desconsideradas para a tabulação dos dados. Destaca-se que a UNICENTRO teve maior participação na amostra por ser a maior e, ainda, ser a única instituição pública. Ainda, a pesquisadora teve acesso direto aos coordenadores de curso de duas das instituições, facilitando o envio do questionário aos alunos e, conseqüentemente, obtendo maior quantidade de respostas.

Enfim, referente ao tipo de curso, a maioria dos respondentes cursavam graduação (94,2%). No entanto, quinze dos participantes informaram estar cursando pós-graduação, sendo um cursando pós-graduação *lato sensu*, cinco cursando mestrado e nove cursando doutorado. Foram avaliadas as médias das respostas considerando os dois grupos e não se constatou diferenças estatisticamente significativas que justificassem a exclusão dos mesmos.

4.2 INOVAÇÕES IMPLEMENTADAS PELAS IES E A PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES

A amostra de respostas obtidas junto aos estudantes das IES de Guarapuava demonstra a percepção dos alunos, considerando a análise estatística descritiva e a Análise da Variância (ANOVA). As observações foram estruturadas considerando o agrupamento das questões, de acordo com os componentes principais, baseando-se no método de rotação *Varimax*, que extraiu três fatores com autovalor acima ou próximo de 1, a partir da AFE dos dados. Nesse contexto, apenas a questão V23 não foi incluída, tendo em vista que esta é uma avaliação geral e não se enquadraria adequadamente na composição de construtos ou fatores

Vale salientar que também se avaliou a tendência a normalidade dos dados obtidos pela aplicação do questionário, considerando os indicadores de assimetria e curtose, sendo que problemas pontuais não impactam nas análises subsequentes, tendo em vista o tamanho da amostra ser considerada grande, o que indica que “quanto maior a amostra, maior a probabilidade de ela refletir a população inteira” (FIELD, 2009, p. 33).

Desta forma, os três fatores extraídos por meio da AFE foram denominados como “Serviço Prestado”, “Entrega” e “Comunicação”, representando as questões que continham. A consistência interna dos construtos foi medida a partir do teste do *Alfa* de *Cronbach*, que mensura o “grau em que os itens do instrumento são homogêneos e refletem o mesmo constructo implícito”, apontando que o instrumento de coleta de dados é confiável e pode ser

usado com a segurança de que fatores transitórios e situacionais não estão interferindo (COOPER; SCHINDLER, 2011, p. 295).

O fator “Serviço Prestado” foi composto pelas questões relacionadas aos elementos estratégicos “Serviço”, “Investimento/Preço”, “Pessoas” e uma das questões relacionada a “Produtividade e Qualidade”. Assim, a Tabela 2 apresenta as médias relativas a ele.

Tabela 2 Fator Serviço Prestado

Elemento	Variáveis	Média	DP
Serviço	V01 A IES na qual estudo oferece o ensino de forma inovadora	5,09	1,471
	V02 A IES na qual estudo utiliza metodologias nas quais o estudante é o protagonista da sua aprendizagem	5,10	1,560
	V03 A IES na qual estudo utiliza metodologias apoiadas na tecnologia	5,60	1,430
	V04 Além do ensino, a IES na qual estudo oferece outros serviços, buscando atender as necessidades dos estudantes e comunidade, com soluções inovadoras	5,51	1,544
	V05 Neste último ano, a IES na qual estudo ofereceu novos serviços para atender estudantes e comunidade	5,46	1,508
	V06 Neste último ano, a IES na qual estudo desenvolveu novos produtos para atender estudantes e comunidade	5,11	1,670
Investimento	V07 A IES na qual estudo considera a realidade vivenciada neste período de pandemia e propõem formas inovadoras ao estabelecer o valor do investimento/preços, forma, local e prazo de pagamento	4,71	1,628
Pessoas	V08 De forma inovadora, A IES na qual estudo oferece preparo/apoio aos colaboradores (professores e demais empregados) para atender os alunos e comunidade, durante este último ano	5,05	1,646
Prod. e Qualidade	V10 A forma como os serviços da IES na qual estudos estão sendo prestados apresentam níveis adequados de qualidade	5,04	1,678

Fonte: Dados da pesquisa.

Na Tabela 2 é possível identificar que as questões do elemento estratégico “Serviço” foram reconhecidas positivamente pelos respondentes, pois nota-se que, embora representem “pouca concordância”, as médias apontam uma tendência positiva na percepção dos alunos. Destas, vale destacar que o uso de metodologias apoiadas na tecnologia foi a questão que expressou maior média (5,60) e menor desvio padrão (1,430) do fator, representando maior coesão entre as respostas. Esse resultado está corroborado com Pacheco, Santos e Wahrhaftig (2020), os quais defendem que a pandemia ficará marcada na história, sendo “um de seus efeitos mais significativos a aceleração dos processos de transformação digital”.

Outrossim, a segunda melhor média (5,51) do fator, está relacionada ao fato da IES oferecer outros serviços além do ensino, procurando atender as necessidades dos estudantes e comunidade, com soluções inovadoras. Esse reconhecimento ocorre devido as IES estarem

sempre oferecendo novos serviços à comunidade interna e externa, por meio dos projetos de extensão dos seus cursos como, por exemplo, escritório de Direito, clínicas da área da saúde, incubadoras da área de gestão, etc. (Diário de Campo, 2022).

Considerando o aspecto tangível, a média para a questão se a IES desenvolveu novos produtos para atender estudantes e comunidade foi de 5,11. Essa questão apresentou o segundo maior desvio-padrão do fator “Serviço Prestado”, apontando que dentre as respostas há uma variação maior entre as opiniões dos respondentes (1,670). Isso se atribui ao fato das pessoas não conhecerem conceitualmente a diferença entre produto e serviços, sendo compreensível por serem conceitos técnicos, resultando em uma menor coesão (Diário de Campo, 2022).

Observando a percepção dos estudantes quanto elemento estratégico investimento/preço, a média apresenta neutralidade (4,71), caracterizando-se como a menor do fator “Prestação de Serviços”. Esse resultado pode ser decorrente da maioria dos respondentes serem alunos de uma IES pública (74,3%), na qual eventualmente que o aluno precisa pagar para acessar serviços, pois não há cobrança de mensalidades para o acesso ao ensino. Assim, a percepção de inovações nesse sentido é menor quando comparada aos outros elementos .

Enfim, como apontado na maioria das questões do fator “Serviço Prestado”, embora as médias representem uma tendência positiva, elas exprimem “pouca concordância”, demonstrando que as ações e inovações até então implementadas não são suficientes. Esse resultado deve ser analisado pelas IES, para reconhecer pontos melhorar, principalmente porque reflete na percepção de qualidade dos seus clientes (Diário de Campo, 2022).

A média que sinaliza essa preocupação é a da percepção que os respondentes demonstraram, em relação ao nível de qualidade constatado na forma como os serviços da IES na qual estudam estão sendo prestados. A média para essa questão foi de 5,04, apontando uma tendência positiva, mas com o maior desvio padrão do fator (1,678), o que representa uma dispersão maior entre as respostas.

O fator “Entrega” contém questões relacionadas aos elementos estratégicos “Produtividade e Qualidade”, “Distribuição”, “Promoção e Educação” e “Processos”, como se nota na Tabela 3.

Tabela 3 Entrega

Elemento	Variáveis	Média	DP
Produtividade e Qualidade	V09 A forma com que o Ensino Remoto Emergencial está sendo desenvolvido na IES na qual estudo tem contribuído para com a minha aprendizagem	4,60	1,852
	V11 A IES na qual estudo utiliza metodologias/ferramentas adequadas de mensuração da satisfação dos alunos e comunidade com a produtividade e qualidade dos seus serviços prestados	4,66	1,815
Distribuição	V12 A IES na qual estudo propõe alternativas inovadoras na forma para entregar seus serviços, em relação à onde, quando e como eles são prestados (por exemplo, protocolo, biblioteca, laboratórios/escritórios, etc.)	5,19	1,593
	V13 A IES na qual estudo utiliza recursos digitais tecnológicos inovadores durante o último ano, para disponibilizar o acesso de estudantes ao Ensino Remoto Emergencial	5,10	1,575
	V14 A IES na qual estudo utiliza recursos digitais tecnológicos durante o último ano, para disponibilizar o acesso da comunidade aos seus serviços	5,10	1,579
Promo. e Educação	V15 A IES na qual estudo desenvolve comunicações inovadoras, para promoção das atividades que desenvolve	5,12	1,533
Processos	V20 No último ano, os processos operacionais da IES na qual estudo passaram a utilizar recursos digitais inovadores	5,35	1,480

Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto as duas outras questões relacionadas ao elemento “Produtividade e Qualidade”, a perspectiva dos acadêmicos apontam não só as menores médias e maiores desvios padrão do fator “Entrega”, como também entre os três fatores extraídos das respostas. Isso chama a atenção para o fato da percepção dos respondentes serem neutras em relação a produtividade e qualidade da forma como o Ensino Remoto Emergencial foi desenvolvido nas IES e contribuiu com a aprendizagem dos mesmos (4,60), bem como a percepção acerca das metodologias/ferramentas utilizadas para a mensuração da satisfação dos alunos e comunidade, com relação a produtividade e qualidade dos serviços prestados durante esse período (4,66).

Além disso, o nível de dispersão um pouco mais elevado, aponta menor concordância entre a amostra. Buscando explicar essa situação em que as IES sentiram dificuldades em prestar seus serviços no ambiente imposto pela pandemia, vale citar Mélo *et al.* (2020, p, 15), que abordam isso se deu pela “falta de capacitação para uso das ferramentas digitais, tanto por parte dos educadores quanto pelos alunos, além do impacto para os discentes em vulnerabilidades socioeconômicas, que não possuem acesso à Internet e aparelhos eletrônicos”.

Vale lembrar que “a avaliação da qualidade em serviços é destacada de forma relevante no gerenciamento das organizações, tanto no setor privado como nos serviços públicos, pois ambas estão inseridas em um ambiente econômico competitivo e volátil” (ROCHA; BANISKI, 2020, p. 17). Por isso as IES devem atentar-se para essa questão, pois ela influencia a percepção dos estudantes, que buscam serviços que não só atendam, mas superem suas expectativas.

A melhor média do fator (5,35), diz respeito a utilização de recursos digitais inovadores nos processos operacionais das IES. Neste sentido, vale salientar Pacheco, Santos e Wahrhaftig (2020, p. 98), que abordam como a disrupção digital impactam nos processos, sendo que “têm potencial de se difundirem à totalidade dos setores de atividade humana, incluindo-se, naturalmente, o setor educacional”. Portanto, nota-se que as IES têm utilizado recursos digitais para apoiar o desenvolvimento de processos operacionais, sendo que a pandemia serviu de gatilho para a implementação de ações (Diário de Campo, 2022).

A segunda melhor média do fator “Entrega” encontra-se no elemento “Distribuição”, considerando o lugar, tempo e como os serviços são prestados, sendo que na questão relativa ao fato de as IES disponibilizarem alternativas inovadoras nesse sentido, a percepção média dos alunos apresenta tendência positiva (5,19). Embora “concordem pouco”, os acadêmicos reconhecem que as instituições utilizaram alternativas inovadoras, provavelmente devido às aulas *on-line* e outros recursos digitais utilizados (Diário de Campo, 2022).

O fator “Comunicação” é composto de questões dos elementos “Promoção e Educação”, bem como ao de “Evidências Físicas, conforme demonstra a Tabela 4.

Referente ao elemento estratégico de serviços “Promoção e Educação”, vale destacar a maioria das questões apresentaram tendência positiva na percepção dos respondentes. Exceto no que diz respeito ao objetivo das comunicações de persuadir alunos e comunidade em relação a escolha por seus serviços, que teve uma média de 4,58, expressando certa neutralidade na percepção dos respondentes. Além disso, apresenta o maior desvio padrão do fator “Comunicação”, havendo, portanto, menor coerência entre as respostas. Desse modo, esse pode ser um ponto de reflexão das IES.

Também vale destacar que nota-se uma tendência positiva ao considerar a percepção dos estudantes no quesito se as IES atenderam amplamente às exigências relacionadas à pandemia. Essa questão, além de expressar a maior média do fator “Comunicação”, também é de todos os fatores extraídos das questões (6,0) e apresenta um dos menores desvio padrão

(1,411). Assim, embora os respondentes “concordem parcialmente”, quando o ideal seria que “concordassem totalmente”, percebe-se que as IES atenderam as exigências impostas (Diário de Campo, 2022). Essas ações visam a segurança de alunos, professores e colaboradores, seguindo as recomendações das autoridades sanitárias (FERREIRA *et al.*, 2020, p. 2)

Tabela 4 Comunicação

Elemento	Variáveis	Média	Desvio padrão	
Promoção e Educação	V16	A IES na qual estudo passou a utilizar novos canais de comunicação durante o último ano (TV, Rádio, Redes Sociais, Publicidade, Patrocínio, Venda Pessoal, etc.)	5,44	1,643
	V17	Na IES na qual estudo, o objetivo das comunicações é informar e conscientizar alunos e comunidade em relação à pandemia	5,49	1,601
	V18	Na IES na qual estudo, o objetivo das comunicações é persuadir alunos e comunidade em relação a escolha por seus serviços	4,58	1,768
	V19	Na IES na qual estudo, o objetivo das comunicações é de ser lembrada e manter contato com alunos e comunidade	5,47	1,378
Evidência Física	V21	A IES na qual estudo atendeu amplamente as exigências relacionadas a pandemia (distanciamento, uso do álcool em gel e máscara, higienização de espaços coletivos, etc.)	6,00	1,411
	V22	A IES na qual estudo realiza mudanças inovadoras nas evidências físicas, como instalações, materiais e equipamentos, veículos, apresentação pessoal dos colaboradores, etc.	4,78	1,743

Fonte: Dados da pesquisa.

Em contrapartida, referente a mudanças inovadoras nas evidências físicas, a média apresenta neutralidade do ponto de vista dos alunos (4,78) e um desvio padrão mais representativo (1,743). Essa é uma questão que as IES devem atentar-se, possivelmente sendo um ponto a melhorar. Entretanto, cabe ressaltar que parte representativa da amostra é composta por alunos da IES pública e em sua defesa vale lembrar que esse tipo de IES usualmente sofre com cortes no custeio, não sendo possível investimentos em instalações, novos materiais e equipamentos, por mais que haja necessidade (Diário de Campo, 2022).

A Tabela 5 expressa a “Avaliação Geral” dos estudantes, em relação a percepção do quanto a IES na qual estudam é inovadora.

Tabela 5 Avaliação Geral

	Variável Geral	Média	Desvio padrão
V23	De modo geral, acredito que a IES na qual estudo é inovadora	5,40	1,561

Fonte: Dados da pesquisa.

Acompanhando a propensão da maioria das médias observadas nas questões abordadas, ao analisar a média da “Avaliação Geral” é possível afirmar que ela apresenta uma tendência positiva, embora ainda “concordam pouco” com a forma que as IES na qual estudam desenvolvem ações inovadoras. O desvio-padrão não aponta significativa discordância. entre os respondentes, o que também pode ser notado na maioria das respostas das outras questões.

Todo esse panorama deve ser atentamente investigado e compreendido pelas IES, pois como citam Pacheco, Santos e Wahrhaftig (2020, p. 96) “universidades, instituições de pesquisa e academia, de modo geral, têm sido desafiadas a repensar suas estruturas, práticas e, especialmente, suas ofertas de formação e produção de conhecimento para a sociedade”.

Buscando conhecer com mais detalhes os resultados, as médias dos fatores foram separadas por instituição, conforme apresentado na Tabela 6.

Tabela 6 Média dos Fatores por IES

	N	Serviço prestado	Entrega	Comunicação
UNICENTRO	191	5,11	4,95	5,18
GUARAPUAVA	41	5,08	4,92	5,34
CAMPO REAL	16	6,07	5,84	6,15
UNIGUAIACÁ	9	5,69	5,37	6,00

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Na Tabela 6 é possível notar que em todos os fatores, as melhores médias, que variam entre 5 e 6 (“concordo pouco” e “concordo parcialmente”), pertencem ao Centro Universitário Campo Real. Imaginando um ranking, o Centro Universitário UniGuairacá ocuparia a segunda posição, também com médias entre 5 e 6. A UNICENTRO vem na sequência, com uma média menor do que a Faculdade Guarapuava apenas em relação a “Comunicação”.

Ademais, do ponto de vista da média dos fatores, a “Comunicação” apresenta as maiores médias, contendo inclusive a maioria das respostas relativas a “concordo parcialmente”. Já o fator “Entrega” contém as médias que apontam que os respondentes “nem concordam, nem discordam”, sendo um fator interessante de pesquisa o porquê da neutralidade, principalmente na UNICENTRO e Faculdade Guarapuava.

Já a Tabela 7 apresenta um comparativo das médias utilizando da Análise da Variância (ANOVA) para verificar se as diferenças entre as médias são estatisticamente significantes.

Tabela 7 Comparativo das Médias

Fator	Instituição	N	Média	Desvio padrão	F	Sig
Fator 1 - Serviço prestado	UNICENTRO	191	5,11	1,200	3,803	0,011
	GUARAPUAVA	41	5,08	1,373		
	CAMPO REAL	16	6,07	0,641		
	UNIGUAIACÁ	9	5,69	0,939		
Fator 2 - Entrega	UNICENTRO	191	4,95	1,250	2,634	0,050
	GUARAPUAVA	41	4,92	1,585		
	CAMPO REAL	16	5,84	0,815		
	UNIGUAIACÁ	9	5,37	1,212		
Fator 3 - Comunicação	UNICENTRO	191	5,18	1,103	5,009	0,002
	GUARAPUAVA	41	5,34	1,245		
	CAMPO REAL	16	6,15	0,937		
	UNIGUAIACÁ	9	6,00	1,003		

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Como é possível observar nos três fatores, as médias da população não são iguais, pois o índice F manifesta essa diferença, por ser maior do que 1 (COOPER; SCHINDLER, 2011). Ainda, nota-se que existem diferenças entre os grupos, pois $p \leq 0,05$ (FIELD, 2009), sendo que a partir do teste de *Tukey* são identificadas entre quais IES as diferenças são estatisticamente significantes, sendo destacadas as médias cujas diferenças são significantes.

Assim, referente ao “Serviço Prestado” e a “Entrega”, a diferença está entre as médias da Faculdade Guarapuava e a Campo Real, sendo estatisticamente mais significativa no caso do “Serviço Prestado” (maior variação entre os fatores). Para o fator “Comunicação”, a diferença está entre a UNICENTRO e a Campo Real, mas com as médias estatisticamente menos significantes entre os três fatores. Então observa-se que o contraste é mais acentuado entre o Centro Universitário Campo Real e as outras IES, ganhando destaque frente às inovações e outras ações que contextualizam o ambiente, implementadas no período de pandemia.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como objetivo, este estudo se propôs a analisar a percepção dos estudantes das IES de Guarapuava quanto às inovações implementadas nas mesmas, para enfrentamento das condições impostas pelo COVID-19. Assim, a pesquisa aconteceu em um contexto no qual os alunos e IES ainda vivenciavam a insegurança de voltar às aulas presenciais. As três instituições privadas citadas na pesquisa, já tinham retomado suas atividades presenciais, mas ainda ofereciam o ensino remoto como alternativa. A Universidade mantinha apenas as aulas

por meio do ensino remoto, sendo que as aulas presenciais foram retomadas no fim de janeiro/2022.

Em suma, dentre os resultados, vale enfatizar que embora as médias das respostas do fator “Serviço Prestado” apontem para tendência positiva, de modo geral os estudantes “concordam pouco” que as IES oferecem o ensino de forma inovadora (5,09); que são utilizadas metodologias nas quais o estudante é o protagonista da sua aprendizagem (5,10); que desenvolvem novos produtos para atender estudantes/comunidade (5,11); e oferecem, de forma inovadora, preparo/apoio aos colaboradores (professores e demais empregados) para atender os alunos e comunidade, no enfrentamento do período pandêmico (5,05).

Também a partir das respostas, observa-se que na percepção dos estudantes as inovações em serviços secundários oferecidos pelas IES (5,51) se destacam frente as inovações no ensino (5,09). Eles também notam que as IES utilizam metodologias apoiadas na tecnologia (5,6), provavelmente devido a utilização de recursos digitais, que mediam as interações no ensino remoto emergencial durante a pandemia.

Quanto ao elementos estratégicos de serviços “Produtividade e Qualidade”, os resultados sugerem que as IES devem atentar-se para a percepção de qualidade dos estudantes, inovando nas metodologias de ensino, principalmente no contexto do ensino EAD. Essa reflexão surge dos resultados encontrados na percepção dos respondentes, os quais apontam que “concordam pouco” que a forma como os serviços das IES estão sendo prestados apresentam níveis adequados de qualidade (5,04).

Ademais, eles se mantiveram neutros em relação a produtividade e qualidade da forma como o Ensino Remoto Emergencial foi desenvolvido nas IES e contribuiu com a aprendizagem dos mesmos (4,60), bem como acerca das metodologias/ferramentas utilizadas para a mensuração da satisfação dos alunos e comunidade, com relação a produtividade e qualidade dos serviços prestados durante esse período (4,66). Vale salientar que essas foram as menores médias entre todas as questões. Portanto, é válido que as IES reflitam sobre as ferramentas de mensuração da satisfação dos alunos e comunidade, buscando métodos inovadores e formativos, como forma alternativa dos modelos regulatórios utilizados.

Dentre os elementos estratégicos do fator “Entrega”, vale destacar que principalmente pelo momento pandêmico, que foi um gatilho para as IES, elas inovaram na utilização de recursos tecnológicos e digitais, para distribuição dos seus serviços. Quanto a isso, os

estudantes apontam tendência positiva na percepção de inovações, principalmente relacionadas ao uso de recursos digitais nos processos operacionais das IES (5,35).

Outrossim, os resultados apontaram que as IES podem inovar nas comunicações que objetivam persuadir alunos e comunidade em relação a escolha por seus serviços (4,58), já que foi uma das menores médias do fator “Comunicação”. Além disso, eles também “nem concordam, nem discordam” que as IES realizam mudanças inovadoras nas evidências físicas (4,78), representadas por instalações, materiais e equipamentos, dentre outros. Já no que diz respeito ao cumprimento das exigências relacionadas a pandemia (distanciamento, uso do álcool em gel e máscara, higienização de espaços coletivos, etc.), a média caracteriza-se como a maior entre todas as questões (6,0), demonstrando que eles “concordam parcialmente”.

Por fim, buscou-se analisar uma perspectiva mais detalhada dos resultados, observando particularmente cada IES levada em consideração. Assim, nota-se que na percepção dos estudantes, das melhores médias em relação a inovação e as outras abordagens pertinentes para contextualizar as ações, os Centros Universitários ganham destaque frente a UNICENTRO e a Faculdade Guarapuava. Uma justificativa para a percepção que os alunos tem da UNICENTRO pode ser o fato de usualmente as IES públicas não conseguirem acompanhar as tendências do mercado com a mesma velocidade das privadas, pois sua capacidade de adaptação é mais lenta.

Conclui-se que tais resultados podem auxiliar as IES no planejamento de contingências, como o momento pandêmico enfrentado. É evidente que a pandemia do COVID-19 não só tirou inúmeras vidas, mas também deixou consideráveis sequelas na Educação. As instituições de ensino não pararam e os bons docentes talvez nunca tenham trabalhado tanto quanto nesse período tão desafiador. Assim, a experiência adquirida pode agregar valor às decisões futuras, na busca da melhoria contínua e satisfação dos clientes. Assim, esse trabalho pode contribuir não só para disseminar informações, mas também ser um *feedback* para causar reflexões.

Como limitação, vale salientar que devido a necessidade de distanciamento social, que afetou diretamente o relacionamento presencial entre pessoas, influenciou também na coleta de respostas para os questionários. Se não fosse um momento pandêmico, as respostas poderiam ter sido obtidas dos alunos no momento da aula presenciais, possibilitando se obter maior quantidade de respostas. Especificamente em relação às respostas, diversos acadêmicos

relataram dificuldade em formar uma opinião, seja por estarem afastados presencialmente da IES a algum tempo, ou por serem calouros e até então não tiveram esse contato.

Para trabalhos futuros, sugere-se a repetição do estudo, considerando uma amostra maior, principalmente de alunos das IES nas quais a participação foi muito baixa. Com isso, as informações podem se tornar ainda mais estruturadas, podendo auxiliar em decisões realizadas pela administração das IES. Também sugere-se analisar a percepção de qualidade pelos discentes, já que em serviços ela é um elemento estratégico primordial, para agregar valor à experiência do cliente, gerar satisfação e vantagem competitiva para a organização.

REFERÊNCIAS

BARCET, A. Innovation in services: a new paradigm and innovation model. In: Gallouj, F. & Djellal, F. (eds.). **The Handbook of Innovation and Services**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2010. Disponível em: <https://www.twirpx.com/file/565252/> Acesso em: 12 Jul. 2020.

BEZERRA, C. B *et al.* Impacto psicossocial do isolamento durante pandemia de covid-19 na população brasileira. **Saúde Soc.** v. 29, n. 4, 2020. Disponível em: <https://www.scielosp.org/pdf/sausoc/2020.v29n4/e200412/pt> Acesso: 25 Nov. 2021.

BRASIL. **LEI Nº 10.973, DE 2 DE DEZEMBRO DE 2004**. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2004/lei-10973-2-dezembro-2004-534975-publicacaooriginal-21531-pl.html#:~:text=1%C2%BA%20Esta%20Lei%20estabelece%20medidas,218%20e%20219%20da%20Constitui%C3%A7%C3%A3o.> Acesso em 25 Jun. 2020.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. 10. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Bookman, 2011.

FERREIRA, G. S. M. *et al.* Pandemia do COVID-19 e as possibilidades de ressignificação das atividades de gestão no ensino superior. **Revista Enfermagem Atual In Derme**, v. 93. Disponível em: <http://www.revistaenfermagematual.com/index.php/revista/article/view/814/676> Acesso em: 18 Set. 2020.

FIELD, A. **Descobrendo a estatística usando o SPSS** [recurso eletrônico]. 2. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Artmed, 2009.

FITZSIMMONS, A.; FITZSIMMONS, J. **Administração de Serviços** [recurso eletrônico]. 7ª. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

FREEMAN, C. **Inovação e Ciclos Longos de Desenvolvimento Econômico**, 1984. Disponível em: <https://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/view/336/565> Acesso: 30 Fev. 2020.

FREEMAN, C.; SOETE, L. **A Economia da Inovação Industrial**. Campinas: Unicamp, 2008.

GALLOUJ, F. DJELLAL, F. **The Handbook of Innovation and Services: a Multi-disciplinary Perspective**. França: Edward Elgar, 2010. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=r8dY6UJ979sC&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false Acesso em: 30 Mar. 2020.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (org.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <http://meiradarocha.jor.br/news/tcc/files/2017/12/Gerhardt-e-Silveira.-M%C3%A9todos-de-Pesquisa-EAD-UFRGS.pdf> Acesso em 20 Ago. 2020.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GUIMARÃES, J. C. F. *et al.* Inovação de Marketing em Instituições de Ensino Superior da Serra Gaúcha. **Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL**, v. 6, n. 2, p. 79-105, 2013. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/273209295_Inovacao_de_marketing_em_Instituicoes_de_Ensino_Superior_da_Serra_Gaucha Acesso em 13 Jul. 2020.

GUIMARÃES, J. C. F. *et al.* A Influência da Inovação no Ensino, Qualidade e Comprometimento sobre a Retenção de Alunos no Ensino Superior. **Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL**, n. 1, 2019. p. 249-269. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/0cfd/2a67dae1166c5e837c6b14b0db29abef4530.pdf> Acesso em 13 Jul. 2020.

INEP. **Série Histórica por Município**. 2020. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/web/guest/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior> Acesso em: 29 Nov. 2020.

IPARDES. **Caderno Estatístico: Estado do Paraná**. 2020. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=19&btOk=ok> Acesso em: 13 Jul. 2020.

IPARDES. **Relação dos Municípios do Estado Ordenados Segundo as Mesorregiões e as Microrregiões Geográficas do IBGE - Paraná**, 2012. Disponível em: http://www.ipardes.gov.br/pdf/mapas/base_fisica/relacao_mun_micros_mesos_parana.pdf Acesso: 30 Mar. 2020.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2003.

MÉLO, C. B. *et al.* Ensino remoto nas universidades federais do Brasil: desafios e adaptações da educação durante a pandemia de COVID-19. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 9, n. 11, 2020. Disponível em: <https://www.rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/9866> Acesso em: 26 Nov. 2021.

OCDE. **Manual de Oslo 2018**: diretrizes para coletar, relatar e usar dados sobre inovação. 4 ed. 2018. Disponível em: <https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm> Acesso em: 30 Mar. 2020.

OPAS. **Folha informativa – COVID-19**. 2020. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875 Acesso em: 13 Jul. 2020.

PACHECO, R. C. dos S.; SANTOS, N. dos; WAHRHAFTIG, Ramiro. Transformação digital na Educação Superior: modos e impactos na universidade. **Revista NUPEM**, v. 12, n. 27, p. 94-128, 2020. Disponível em: <http://revistanupem.unespar.edu.br/index.php/nupem/article/view/825> Acesso: 25 Nov. 2021.

REAL, M. C. **Gestão da Inovação**. Organizado por Universidade Luterana do Brasil. – Canoas: Ed. ULBRA, 2015. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/42993238/livro-gestao-da-inovacao> Acesso em 10 Jul. 2020.

RIBEIRO, H. C. M. CORRÊA, R. Ensino Remoto na Educação Superior em Tempos de Distanciamento Social: uma investigação nas IES privada de um grupo educacional do Brasil. **Revista GUAL**, v. 14, n. 3, p.139-161, set./dez. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/gual/article/view/79255/47183> Acesso em: 21 fev. 2022.

ROCHA, A. C.; BANISKI, G. M. Sistemas de Avaliação da Qualidade no Ensino Superior: um estudo comparativo em duas IES do Paraná. **The Journal of Engineering and Exact Sciences**, v. 6, n. 1, p. 15-22, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/jcec/article/view/9492/5235> Acesso em 25 Nov. 2021.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, Socialism and Democracy**. 3ª. ed. New York: Harper and Row, 1950. Disponível em: <https://eet.pixel-online.org/files/etranslation/original/Schumpeter,%20Capitalism,%20Socialism%20and%20Democracy.pdf>. Acesso em: 01 Fev. 2020.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria Do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SILVA FILHO, R. L.; RIVERA, C. **Desafios e Soluções para uma Instituições de Ensino na Crise da Covid-19**. Brasília: ABMS, 2020. Disponível em: https://abmes.org.br/arquivos/documentos/26082020_ArtigoLobo.pdf Acesso: 22 Set. 2020.

SILVA, M. A. F. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. 2. ed. Curitiba: Ibepex, 2005.

SOUSA, K. A. *et al.* Gestão da Informação em Tempos de Crise: a experiência da Universidade Federal do Tocantins na Pandemia COVID-19. **Revista Desafios** – v. 7, n. Supl. COVID-19, 2020. Disponível em:

<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/desafios/article/view/8863/16712> Acesso em: 19 Set. 2020.

SUNDBO, J. The toilsome path of service innovation: the effects of the law of low human multi-task capability. In: GALLOUJ, F.; DJELLAL, F. **The Handbook of Innovation and Services**. Cheltenham: Edward Elgar, 2010.

TACHIZAWA, T; ANDRADE, R. O. B. **Gestão de instituições de ensino**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=y npcUb9voh8C&oi=fnd&pg=PA15&dq=Gest%C3%A3o+de+institui%C3%A7%C3%B5es+de+ensino&ots=PMQ7B__ROg&sig=Na3uNnyNOcL-LgYnFeGLpjG0V84#v=onepage&q=Gest%C3%A3o%20de%20institui%C3%A7%C3%B5es%20de%20ensino&f=false Acesso em 25 Jun. 2020.

TIDD, J.; BESSANT, J. **Gestão da Inovação**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Jyj1BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=TIDD,+J.%3B+BESSANT,+J.+Gest%C3%A3o+da+Inova%C3%A7%C3%A3o.+5+ed.+Porto+Alegre:+Bookman,+2015.&ots=onqLKhyDFL&sig=uU9YO6X3q9QFCFHc4R7cqhYhY3A#v=onepage&q&f=false> Acesso em 10 Jul. 2020.

XIAO, C.; YI, L. 2020. Analysis on the Influence of Epidemic on Education in China. In: DAS, V.; KHAN, N. (ed.). **Covid-19 and Student Focused Concerns: Threats and Possibilities**, American Ethnologist website. Disponível em: <https://americanethnologist.org/features/collections/covid-19-and-student-focusedconcerns-threats-and-possibilities/analysis-on-the-influence-of-epidemic-oneducation-in-china> . Acesso em: 22 Set. 2020.