



**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL
CATARINENSE
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
COMÉRCIO EXTERIOR**



GISLAINE SIMEI JOAQUIM DA SILVA

**ANÁLISE DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ALUNOS DO ENSINO MÉDIO
EM RELAÇÃO AO ATENDIMENTO DA SECRETARIA ESCOLAR DE UMA
INSTITUIÇÃO PARTICULAR LOCALIZADA NA CIDADE DE CRICIÚMA – SC**

Artigo submetido ao Curso de
Administração da Universidade
do Extremo Sul Catarinense
para obtenção do Grau de
Bacharel em Administração -
Linha de formação específica
em Comércio Exterior.
Orientador: Prof. Wagner Blauth

Criciúma, 2013

GISLAINE SIMEI JOAQUIM DA SILVA

**ANÁLISE DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ALUNOS DO ENSINO MÉDIO
EM RELAÇÃO AO ATENDIMENTO DA SECRETARIA ESCOLAR DE UMA
INSTITUIÇÃO PARTICULAR LOCALIZADA NA CIDADE DE CRICIÚMA – SC**

Este artigo foi julgado e aprovado para obtenção do grau de Bacharel em Administração - linha de formação específica em Comércio Exterior, no Curso de Administração da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Prof. Especialista Wagner Blauth
Orientador

Prof. Dr Rafael Rodrigo Mueller

Prof. Especialista Valtencir Pacheco

ANÁLISE DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ALUNOS DO ENSINO MÉDIO EM RELAÇÃO AO ATENDIMENTO DA SECRETARIA ESCOLAR DE UMA INSTITUIÇÃO PARTICULAR LOCALIZADA NA CIDADE DE CRICIÚMA – SC.

Gislaine Simei Joaquim da Silva
Wagner Blauth

RESUMO

A presente pesquisa teve início a partir de uma explanação bibliográfica com o intuito de conhecer todos os assuntos relacionados ao estudo e um questionário para pesquisa de campo, que foi aplicado entre os alunos do Ensino Médio de uma instituição particular da cidade de Criciúma/SC, para saber o nível de satisfação em relação ao atendimento dos funcionários da Secretaria da escolar. Para realizar a pesquisa foi utilizado um questionário, aplicado a 400 alunos da instituição. Os resultados apontam que a maioria dos alunos tem idade entre 17 a 19 anos, que em sua maioria residem em Criciúma/SC e estuda entre 1 a 5 anos na instituição. A partir da pesquisa, afirmou-se que os atributos com maior desempenho médio foram limpeza, organização, climatização, estrutura, iluminação, apresentação dos atendentes, nível de conhecimento dos atendentes, simpatia e cordialidade dos atendentes, entre outros. No entanto foram estes os atributos que obtiveram o nível de satisfação. Porém os atributos com média baixa foram tempo de espera no atendimento telefônico, tempo entre a chegada ao estabelecimento e o início do atendimento, preço dos documentos de 2ª via e estratégia de divulgação por meio de rádio. Verificou-se também, os atributos mais importantes pelos alunos.

Palavras chave: satisfação, desempenho, clientes, expectativa.

1 INTRODUÇÃO

Vivemos em uma economia e numa sociedade cada vez mais centrada em serviços. Organizações tratando com seriedade da qualidade da experiência dos clientes e tentando descobrir meios de melhorá-la dando ênfase em serviços de alta qualidade como uma arma poderosa e competitiva (ALBRECH; ZEMKE, 2002).

Numa época em que os serviços medianos ou inferiores prestados aos clientes, são experiências cada vez mais comuns, a organização que se propõe a suprir as necessidades de seus clientes rapidamente se distingue dos

seus concorrentes. O empenho pela qualidade nos serviços prestados é uma parte essencial da estratégia de negócios e a organização que não demonstra compromisso implacável com as necessidades dos clientes ficará cada vez mais para trás (ALBRECH; ZEMKE, 2002).

O objeto da pesquisa foram os alunos do Ensino Médio da Associação Beneficente da Indústria Carbonífera de Santa Catarina, SATC, que está em funcionamento desde 1959. A instituição é uma entidade sem fins lucrativos, filantrópica e pertencente ao segmento comunitário. A qualidade do ensino é comprovada pela alta procura e pelo reconhecimento dos alunos no mercado de trabalho.

O presente trabalho tem como objetivo analisar como está a satisfação dos alunos da escola em relação ao atendimento da secretaria da escola, e propor sugestões de melhorias com base no resultado obtido com a pesquisa realizada.

2 ADMINISTRAÇÃO

De acordo com Chiavenato (1997) a administração é uma ciência social aplicada, que visa obedecer aos padrões de produção. A administração estuda, também, as ações humanas com o objetivo de atingir resultados eficazes e resposta financeira por meio social e sustentável, desta forma, não se pode indagar o que é administração sem citar alcance de objetivos.

O administrador é a ligação entre os meios (finanças, tecnologias e humanas) e os fins (objetivos). Com esta ligação, entre os meios e os fins, em uma instituição, o administrador pode ajustar estes recursos em proporção adequada e realizar decisões em um campo de restrições, pois até as empresas mais avançadas tecnologicamente, sofrem da limitação de capacidade dos seres humanos (CHIAVENATO, 1997).

Segundo Kotler (2006) no campo da administração pode-se estudar mais a fundo a área de marketing de acordo com o tipo de serviço que é prestado pela organização. As pessoas que atuam na área de marketing de produto/serviço lidam com marketing para vendas. Os serviços ou produtos vendidos serão arrecadados em forma de dinheiro para as organizações. O mercado em que estão inseridas estas empresas podem para uso de

consumidores, produtores, distribuidores ou até mesmo para o governo; estes poderão ser clientes nacionais ou estrangeiros.

2.1 GESTÃO ESCOLAR

A administração educacional para Martins (1999, *apud* SANTOS, 2005, p.67) é um dos campos que abrange a Ciência da Administração e tem como função gerir os recursos educacionais, visto que a educação, como qualquer outra atividade humana, exige esforços de indivíduos que direcionam seu trabalho para a obtenção da eficiência no alcance de seus objetivos, e por esta razão necessita ser bem administrada.

Santos (2005) afirma que a administração escolar tem como objetivo principal a formação de qualidade, com eficiência, cumprindo, assim, seu papel social de transmissão do saber e da formação cidadã do aluno. Por esta razão evidencia-se que a preocupação da administração escolar é a manutenção da unidade, e a otimização de recursos, porém sem que possa implicar na diminuição da qualidade de ensino, sendo que esta é a meta principal da escola.

Lück (2000) acrescenta que a gestão escolar tem como objetivo também promover a organização, a mobilização, e a articulação de todas as condições humanas e materiais para que garantam um avanço sócio educacional nos estabelecimentos de ensino, garantindo assim a aprendizagem dos alunos. Outro objetivo importantíssimo é a aprendizagem efetiva e significativa dos alunos, de modo que, durante os anos em que frequentam a escola desenvolvam as competências necessárias que a sociedade demanda, dentre elas: pensar criativamente; analisar proposições e informações diversas de forma contextualizadas; expressar ideias com clareza, oralmente e por escrito; empregar a aritmética e a estatística para resolver problemas; ser capaz de tomar decisões fundamentadas e ainda resolver conflitos.

Para Martins (1999, *apud* SANTOS, 2005, p.81), os processos da administração escolar envolvem um conjunto de atividades específicas, ou seja, planejamento, organização, assistência à execução (gerência), avaliação dos resultados (medidas), prestação de contas (relatório), e que se aplica a

todos os setores da empresa: pessoal, material, serviços, financiamentos. O planejamento leva em consideração todos os aspectos que precisam ser incluídos pela ação administrativa. A organização compreende a tarefa de compor a estrutura da instituição escolar, ou seja, a seleção de pessoal, estabelecimentos das funções, a elaboração do manual de organização entre outras atividades. O elemento de assistência à execução (gerência) envolve a verificação acerca da disponibilidade dos recursos necessários para dar início à atividade educativa. Em todo o processo o administrador deve ter uma postura de acompanhamento, apoio e cobrança e ainda coordenar os esforços para alcançar o objetivo comum da escola. Após estabelecer os objetivos e a implementação das ações o administrador avalia os resultados e se estas ações estão sendo encaminhadas ao objetivo comum da escola. E, por fim, a prestação de contas que compreende na elaboração de um documento anual no qual devem constar as atividades planejadas e implementadas na escola com êxito, as atividades que tiveram que ser modificadas no decorrer do processo e as atividades que não puderam ser executadas.

De modo geral a gestão escolar abrange, de forma associada, o trabalho do diretor, da coordenação, da secretaria, da orientação educacional, considerados participantes da equipe gestora da escola. Segundo o princípio de gestão democrática os professores juntamente com a comunidade escolar também fazem parte deste processo, o que garante uma gestão democrática e conseqüentemente uma qualidade de ensino para os alunos (LÜCK, 2009).

Lück (2009) comprova que até pouco tempo o modelo de direção da escola era hegemônico, ou seja, um diretor sem voz na escola, para determinar o seu destino conseqüentemente uma pessoa desresponsabilizada de resultados de suas ações. Seu papel era de guardião, alguém que repassava informações, supervisionava, dirigia o sistema escolar. O diretor considerado bom era aquele em que cumpria com todos os seus deveres e as normas estabelecidas pelo sistema de ensino ou pela mantenedora da escola.

Por fim, para Santos (2005) a gestão escolar deve ser algo globalizante e dinâmico, envolvendo a dimensão política e social, a ação transformadora, participação e cidadania. A administração científica não tem mais lugar em organizações como a escola, pessoas não podem mais ser consideradas componentes de uma máquina. As escolas devem ser planejadas

para se transformar em centros comunitários permanentes onde prevaleça à integração entre escola-comunidade-família, sempre com o objetivo de satisfazer os pais, professores e alunos que são os clientes da instituição escolas.

2.2 ATENDIMENTO AO CLIENTE

O atendimento a clientes e a sua satisfação, nos dias de hoje, são necessários para o sucesso em qualquer ambiente, seja empresarial, escolar, etc. E a continuidade deste sucesso está diretamente relacionado à manutenção desses clientes a longo prazo. Para que haja um atendimento de excelência é necessário que todas as atividades de uma empresa e de seus funcionários estejam envolvidas diretamente para que possam satisfazê-los, tomando decisões que os beneficiem, mesmo à custa de sua empresa (GERSON, 2001).

Gerson (2001) e Dantas (2004) afirmam que um bom atendimento a clientes não tem preço. O atendente precisa reconhecer que atendimento é, para a empresa, tanto uma ferramenta administrativa quanto de marketing. Este último porque motiva o cliente a difundir bons comentários sobre seus serviços e outros negócios a futuros compradores. Ao atender bem, a empresa terá lucros garantidos pela satisfação das necessidades e anseios de seus clientes.

Kotler (2003) ainda ressalta que, embora seja importante servir bem a todos os clientes, não significa que se deva servir igualmente bem a todos os clientes. Todos os clientes são importantes, mas alguns são mais importantes do que outros. Pode-se classificar os clientes em aqueles de quem gostamos aqueles que toleramos e aqueles que detestamos. Porém, Kotler (2004) prefere classificá-los por categorias financeiras: platina, ouro, prata, ferro e chumbo. Os melhores clientes devem receber mais benefícios, como, brindes, descontos, promoções, tudo isso com o objetivo de retê-los por mais tempo e incentivarem os demais clientes para subirem para tal categoria.

2.3 SATISFAÇÃO DO CLIENTE

A satisfação do cliente, segundo Johnston e Clark (2002) é o resultado da avaliação de um serviço por um cliente, baseado na comparação de suas percepções em relação a suas expectativas anteriores. Se a percepção, a experiência e o resultado do serviço atendem às expectativas do cliente, ele com certeza ficará satisfeito, caso sua percepção de serviço exceda às expectativas, ele ficará encantado, mas se suas percepções não atenderem às expectativas construídas, ele pode ficar insatisfeito, ou até irritado.

De acordo com Kotler (1998, p. 34), “a satisfação do comprador é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa”. Ou seja, quando o cliente está satisfeito com o serviço prestado ou o bem adquirido ele transmite de forma positiva para amigos, familiares, colegas de trabalho este atendimento e a sua satisfação em fazer negócio com a organização. Desta forma, o próprio cliente, de forma gratuita e otimista, divulga a empresa como uma boa prestadora de serviços com vendas de produtos de qualidade, que passa a influenciar estes ouvintes na escolha de suas próximas compras.

Kotler (2006, p. 144) também acredita que é preciso medir a satisfação dos clientes, e esta atividade pode ser feita diariamente por meio de perguntas diretamente a eles. Pode-se avaliar também o nível de satisfação dos clientes por meio do índice de perda de clientes, e entrar em contato com os mesmos para saber o motivo pelo qual decidiram trocar de fornecedor.

Hayes (2001) concorda com Kotler (2006) quando cita que a melhor forma de medir a satisfação dos clientes é por meio de questionários, pois pelas informações de satisfação e insatisfação dadas pelo cliente, é possível também medir o grau de qualidade dos produtos ou serviços, já que satisfação e qualidade estão diretamente ligadas.

Para as empresas que possuem como foco o cliente, a satisfação deles torna-se uma meta e uma ferramenta de marketing. Atualmente as empresas preocupam-se diariamente com a satisfação de seus clientes porque a internet tornou-se uma ferramenta de divulgação de reclamações internacionais e nacionais (KOTLER, 2006).

3 METODOLOGIA

Para os fins de investigação, foi utilizada neste trabalho a pesquisa descritiva que para Gil (1999) tem como principal objetivo descrever característica de determinado tema, visando apresentar as características de determinada população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Uma de suas principais características está no uso de técnicas padronizadas de coleta de dados.

Para os meios de investigação, foi utilizada a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo, sendo que para Gil (1999) a pesquisa bibliográfica é o método utilizado para se iniciar uma investigação, e visa facilitar o entendimento prévio do pesquisador ao assunto em questão, e isso ocorre por meio do levantamento de referências já publicadas em livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado na Internet.

A amostra utilizada para este estudo foi um grupo de alunos do Ensino Médio da instituição SATC, levando em consideração o perfil do grupo e a satisfação dos mesmos em relação ao atendimento dos profissionais que prestam serviços na secretaria. A amostra foi calculada conforme quadro 01.

Quadro 1: Definição da População e Amostra do Estudo, Escola Educacional Técnica SATC.

Legenda N = Tamanho da População n = Tamanho da amostra no = Uma primeira aproximação para o tamanho da amostra Eo = Erro amostral tolerável	
Cálculo	
N	1265
Eo	5%
Resultado	
no	400
n	304

Fonte: Barbetta, (2006)

A escola SATC possui 1265 alunos devidamente matriculados no Ensino Médio, porém a pesquisa foi realizada no dia 10 de abril de 2013, com alunos de faixa etária entre 14 a 19 anos de ambos os gêneros, no total de 400 entrevistados, o que ofereceu uma margem de erro menor do que a determinada pelo cálculo, visto que com esta margem haveria necessidade de entrevista com 304 elementos da amostra.

A coleta de dados foi oriunda de dados primários que, segundo Malhotha (2006), são caracterizados como os não disponíveis, e devem ser adquiridos pelo pesquisador, por meio de métodos como questionário e entrevista. Para Martins e Théophilo (2009) os dados primários são aqueles escolhidos diretamente na fonte das informações, dados e evidências. Por esta razão a coleta de dados primários foi por meio de um questionário aplicado com 400 alunos do Ensino Médio, com perguntas abertas, fechadas e semi-abertas.

Para a pesquisa foi utilizado o questionário com base em pesquisa quantitativa, caracterizada pela formulação de teorias, definições operacionais de variáveis, quantificação nas modalidades de coleta de dados e de conhecimentos e utilização de tratamentos estatísticos. O exemplo quantitativo constitui hipóteses que determinam uma relação entre causa e efeito e apoia suas conclusões em dados estatísticos, comprovações e testes (GRESSLER, 2003).

4 ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa foi realizada com alunos da instituição SATC, no qual foram aplicados 400 questionários. O primeiro campo de perguntas é referente ao perfil dos entrevistados.

A pesquisa demonstrou que (56%) dos alunos entrevistados que compõem a instituição pesquisada são do sexo masculino, (43,3%) são do sexo feminino. Quanto à variável idade, a faixa escolhida para essa pesquisa corresponde à fase jovem do indivíduo, sendo a maioria dos entrevistados com idade entre 17 e 19 anos (62,5%), entre 14 a 16 anos representam (34,5%). Desta forma pode-se afirmar que os jovens entre 17 a 19 anos são o foco da pesquisa.

Os alunos matriculados na instituição SATC são oriundos de diversas cidades da região, sendo predominante a cidade de Criciúma/SC (58,25%), considerando que apenas (0,25%) dos entrevistados residem no município de Turvo. Isso ocorre pelo fato de a instituição de ensino estar localizada na cidade de Criciúma, onde é cercada pelas demais cidades.

A análise dos resultados demonstrou que os entrevistados estão cursando em sua maioria, o último ano do ensino médio, representando (47,3%) dos entrevistados frequentam o 3º ano ensino médio. Em seguida (29,2%) frequentam o 2º ano do ensino médio. Por último (23,5%) frequentam o 1º ano do ensino médio. Porém (61,7%) dos entrevistados estuda entre 1 a 5 anos na instituição, considerando que apenas (2,3%) estudam a mais de 10 anos.

Um dado levantado em outros estudos aponta uma demanda pela educação profissional técnica de nível médio, o curso técnico inicia no 2º ano do ensino médio, sendo que, na instituição em estudo o curso é gratuito para os alunos do ensino médio, a maioria dos alunos, portanto, ingressam a partir do 1º ano do ensino médio, com o intuito de ter acesso aos cursos técnicos que são oferecidos.

Os atributos quanto ao nível de satisfação dos alunos do ensino médio de uma instituição de ensino particular, foram analisados através da escala de likert, com rótulos de escala que variam de 1 a 4, sendo 1 para ruim, 2 para regular, 3 para bom e 4 para ótimo.

A seguir será apresentado o desempenho médio de cada atributo, referente à satisfação quanto ao ambiente físico da secretaria.

Tabela 1: Média da satisfação quanto ao ambiente físico da secretaria

Cód.	Atributos	Média
AT01	Limpeza	3,52
AT02	Organização	3,30
AT03	Climatização	3,26
AT04	Estrutura	3,32
AT05	Iluminação	3,38

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

Como se pode observar na tabela 6, as médias não apresentaram muita oscilação de uma para outra. Referente à avaliação sobre a limpeza da

instituição em estudo, obteve-se uma boa média 3,5. Questionados sobre a iluminação, obteve-se uma média de 3,38, demonstrando que os alunos consideram como bom a iluminação da secretaria. Em relação à organização, climatização e estrutura, também se destacaram positivamente, receberam avaliações de 3,30, 3,26 e 3,32 respectivamente. Conclui-se assim, que todo atributo aqui citado foram considerados bom na avaliação dos alunos, sendo assim não obteve resultados negativos para pesquisa.

Em seguida foi solicitado aos entrevistados que respondessem qual o nível de satisfação quanto ao atendimento prestado na secretaria.

Tabela 2: Média da satisfação quanto ao atendimento prestado na secretaria

Cód.	Atributos	Média
AT01	Atendimento prestado ao telefone	2,91
AT02	Tempo de espera no atendimento telefônico	2,28
AT03	Apresentação dos atendentes	3,06
AT04	Nível de conhecimento dos atendentes	3,09
AT05	Simpatia e cordialidade dos atendentes durante o processo de atendimento	3,05
AT06	Disposição dos atendentes para demonstrar as alternativas de serviços	2,96
AT07	Tempo entre a solicitação e o recebimento de documentos solicitados	2,92
AT08	Tempo entre a chegada ao estabelecimento e o início do atendimento	2,20
AT09	Tempo entre o início e o fim do atendimento	2,82
AT10	Atendimento prestado via online (site)	2,47

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

A pesquisa demonstrou através da tabela 7, que os atributos que mais se destacaram foram AT03 – “apresentação dos atendentes”, AT04 – “nível de conhecimento dos atendentes” e AT05 “simpatia e cordialidade dos atendentes durante o processo de atendimento”, são atributos que contribuem na satisfação dos alunos. Desta forma pode-se observar que uma boa apresentação, simpatia e o conhecimento dos atendentes, têm uma grande importância para um bom desempenho de um serviço prestado.

Quanto aos atributos AT01 – “atendimento prestado ao telefone”, AT06 – “disposição dos atendentes para demonstrar as alternativas de serviços” e AT07 – “tempo entre a solicitação e o recebimento de documentos

solicitados”, também se destacaram positivamente, mostrando que a instituição possui boa estrutura em relação a esses atributos.

O atributo AT09 – “tempo entre o início e o fim do atendimento”, apresenta uma média baixa. Portanto pode-se afirmar que os alunos julgam esse tempo como regular, os alunos na maioria das vezes optam em utilizar os serviços da secretaria em horário de intervalo. No entanto quando os mesmos se dirigem a secretaria nesses horários, o tempo se torna ruim, devido ao fluxo de alunos nesse horário.

Referente ao atributo AT02 – “tempo de espera no atendimento telefônico”, apresenta uma média baixa. Desta forma os alunos avaliam como regular, portanto a instituição deve dar mais atenção a esse atributo, identificar fatores que contribuem para insatisfação dos mesmos.

Com relação ao atributo AT08 – “tempo entre a chegada ao estabelecimento e o início do atendimento”, também apresenta média baixa. Isso ocorre devido ao fato que os alunos perdem muito tempo ao se locomover do recinto onde estudam até onde a secretaria está localizada.

Por fim o atributo AT10 – “atendimento prestado via online (site)”, também obteve uma média baixa, esse atributo é de fundamental importância para os alunos, uma vez que os mesmos utilizam com grande frequência esta ferramenta para elaboração de suas tarefas, trabalhos, notificações de provas, realização de quis, entre outros. Entretanto é aconselhado que a instituição direcionasse o atendimento do site a um setor específico e que não haja falha das pessoas responsáveis nas respostas para os alunos, orientando, e esclarecendo suas dúvidas.

É considerável ainda para pesquisa, apresentar os resultados encontrados com relação aos documentos oferecidos na secretaria.

Tabela 3: Média de satisfação com relação aos documentos oferecidos na secretaria

Cód.	Atributos	Média
AT01	Qualidade dos documentos fornecidos pela secretaria	3,34
AT02	Diversidade de documentos fornecidos pela secretaria	3,19
AT03	Custo dos documentos fornecidos pela secretaria	2,40
AT04	Formato dos documentos fornecidos	3,06
AT05	Preço dos documentos 2ª via	2,27

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

Observando a tabela 8, averigua-se que os atributos AT01 – “qualidade dos documentos fornecidos pela secretaria”, AT02 – “diversidade de documentos fornecidos pela secretaria” e AT04 – “formato dos documentos fornecidos”. Estes atributos obtiveram boas médias, sendo assim os alunos consideram bom. Desta forma a qualidade dos documentos e serviços oferecidos foi positiva em relação aos resultados dos demais itens. A instituição está cada vez mais buscando alcançar a qualidade de seus produtos e serviços.

Referente aos atributos AT03 – “custo dos documentos fornecidos pela secretaria” e AT05 – “preço dos documentos 2ª via”, apresentam médias baixas em relação aos outros atributos analisados. No entanto mesmo os alunos considerando como regular e estarem insatisfeitos com os preços e custos, continuam solicitando documentos, pois são documentos que possuem uma boa qualidade.

É importante também, expor os dados obtidos referentes à análise dos atributos de satisfação com relação ao ponto de atendimento e estratégia de divulgação.

Tabela 4: Média de satisfação com relação ao ponto de atendimento e estratégia de divulgação

Cód.	Atributos	Média
AT01	Localização da secretaria	2,88
AT02	Facilidade de acesso	2,84
AT03	Facilidade de estacionamento	2,88
AT04	Estratégia de divulgação por meio de panfletos	2,79
AT05	Estratégia de divulgação por meio de site	2,96
AT06	Estratégia de divulgação por meio de rádio	2,41

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

A pesquisa demonstrou através da tabela 9, que o atributo AT05 – “estratégia de divulgação por meio de site”, é o que mais se destacou, mostrando que os alunos avaliam como bom. Com relação ao atributo AT04 – “estratégia de divulgação por meio de panfletos”, também obteve uma boa média, destacando-se positivamente. Entretanto como a maioria das instituições privadas, a SATC utiliza os meios de publicidade para divulgação de seus serviços, visando transmitir informações e conhecimento para a comunidade, fortalecendo assim a imagem da instituição.

Referente aos atributos AT01 – “localização da secretaria”, AT02 – “facilidade de acesso” e AT03 – “facilidade de estacionamento”, revelou boas médias, contribuindo positivamente para pesquisa, sendo assim os alunos consideram bom. Nota-se que na visão dos alunos e até mesmo do público em geral a secretaria está localizada em um local de fácil acesso, onde os mesmos circulam frequentemente.

O atributo AT06 – “estratégia de divulgação por meio de rádio”, é o que menos se destacou, obtendo uma média baixa em relação aos outros atributos, mostrando que os alunos avaliam como regular. Desta forma percebe-se que a instituição não está oferecendo a atenção necessária no que se refere à publicidade por meio de rádio.

Foi solicitado aos entrevistados, que classificassem o critério mais importante para a decisão de serviços oferecidos pela secretaria, com base em 10 (dez) atributos, sendo que do menor para o maior, onde o atributo um é o mais importante e o dez é o menos importante. Portanto para fazer a análise, foi considerada em ordem decrescente a pontuação de importância dos atributos.

Tabela 10: Pontuação de importância

Cód.	Descrição	Pontuação
AT01	Eficiência dos atendentes	2.811
AT02	Atendimento por telefone	2.411
AT03	Atendimento prestado via online (site)	2.088
AT04	Localização da secretaria	1.943
AT05	Qualidade dos produtos/serviços	1.874
AT06	Facilidade de Acesso / Estacionamento	1.634
AT07	Limpeza e Organização	1.520
AT08	Tempo entre o início e o fim do Atendimento	1.468
AT09	Divulgação dos serviços oferecidos	1.175
AT10	Tempo de relacionamento com a secretaria	1.057

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

Ao analisar a tabela 10, os atributos que os alunos consideram prioritários na secretaria, destacam-se AT01 – “eficiência dos atendentes”, AT02 – “atendimento por telefone”, AT03 – “atendimento prestado via online (site)”, AT04 – “localização da secretaria” e AT05 – “qualidade dos

produtos/serviços”. Desta forma, a instituição deve priorizar estes atributos para ter um bom diferencial entre outras instituições de ensino.

Com relação ao grupo de atributos que se faz presente AT06 - “facilidade de Acesso / Estacionamento”, AT07 – “limpeza e Organização”, AT08 – “tempo entre o início e o fim do Atendimento”, AT09 – “divulgação dos serviços oferecidos” e AT10 – “tempo de relacionamento com a secretaria”, são atributos de menor importância, e necessitam ser melhorados para que a instituição possa alcançar um melhor grau de satisfação entre seus alunos.

5 CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo analisar o nível de satisfação dos alunos do Ensino Médio em Relação ao Atendimento da Secretaria de uma Instituição Particular de Criciúma/SC. Entretanto para alcançar este objetivo foi aplicado um questionário aos alunos da instituição em estudo. Tendo em vista, analisar o perfil e o nível de satisfação dos alunos da instituição, sendo que o resultado permitiu compreender quais atributos os alunos julgam não estar atendendo suas expectativas e quais estão, e ainda conhecer o perfil dos frequentadores da instituição SATC.

Diante deste cenário encontrado, compreende-se que os alunos da instituição, estão no geral mais satisfeitos do que insatisfeitos com relação ao atendimento da secretaria em estudo. Entende-se que alguns atributos como preço, custo, tempo entre o início e o fim do atendimento, tempo de espera no atendimento telefônico e estratégia de divulgação por meio de rádio, precisa ser analisados e reformulados, para melhorar a satisfação destes atributos. Neste sentido, cabe ressaltar que os objetivos desta pesquisa foram atingidos.

Por fim recomenda-se que a instituição acompanhe periodicamente o nível de satisfação de seus alunos e também do desempenho no atendimento da secretaria. A instituição deve se preocupar em adaptar novas ideias e práticas de atendimento, para que assim possa garantir um bom serviço prestado aos seus alunos. Buscar um atendimento eficaz, que gere inovação e diferenciais competitivos a cada dia.

Desta forma espera-se que a partir dos dados obtidos na pesquisa de campo, que a instituição em estudo possa analisar os resultados

encontrados e se dedicar ao máximo a aperfeiçoar os pontos de insatisfação e melhorar ainda mais os pontos que deixam os alunos da instituição satisfeitos. Portanto, continuar garantindo seu espaço no mercado da educação, mercado este bem competitivo.

REFERÊNCIAS

ALBRECHT, Karl; ZEMKE, Ron. **Serviço ao cliente: a reinvenção da gestão do atendimento ao cliente.** ed. ampl. e atual Rio de Janeiro: Campus, 2002. 342 p.

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais.** 6.ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando pessoas: o passo decisivo para a administração participativa.** São Paulo: Makron Books, 1997.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Atendimento ao público nas organizações: quando o marketing de serviços mostra a cara.** Brasília: SENAC, 2004.

GERSON, Richard F. **A excelência no atendimento a clientes: mantendo seus clientes por toda a vida.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução a pesquisa: projetos e relatórios.** São Paulo: Loyola, 2003.

HAYES, Bob E. **Medindo a satisfação do cliente: desenvolvimento e uso de questionários.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. 209 p.

JOHNSTON, Robert; CLARK, Graham. **Administração de operações de serviço.** São Paulo: Atlas, 2002. 562 p.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 5. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 1998.

_____. **Princípios de marketing.** ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2003. 593 p.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** 12. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LÜCK, Heloísa. **Perspectiva da Gestão Escolar e Implicações quanto à Formação de seus Gestores.** Em aberto. Brasília, v.17, n. 72, p. 11-33, fev./jun., 2000.

_____. Dimensões da gestão escolar e suas competências. Curitiba: Editora Positivo, 2009.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing:** uma orientação aplicada. 4.ed Porto Alegre: Bookman, 2006.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, José do Prado. **Administração Escolar.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, Adelcio Machado dos. **Gestão educacional:** especificidades e compartilhamentos na teoria geral da administração. Florianópolis: Nova Letra, 2005. 164 p.