

## INTRODUÇÃO

O advento da globalização trouxe às empresas maior visibilidade no mercado; como consequência, o consumidor é relacionado, de acordo com Kotler (2000), a um mercado mais rigoroso e exigente, trazendo a necessidade de as empresas se consolidarem de acordo com os anseios de seus clientes.

Este estudo terá por base avaliar a eficácia da metodologia NPS na busca de melhoria do trabalho docente em uma instituição de ensino que adota esse modelo para avaliar o grau de satisfação de seus alunos.

O NPS trata-se de um modelo criado no ano de 2003 por Fred Reichheld, diretor da Bain & Company, que objetiva medir o grau de satisfação e/ou fidelização dos clientes, e a lealdade dos relacionamentos entre os consumidores e as empresas por meio de pesquisa direta, que leve as empresas a criarem relacionamentos duradouros e gerarem a satisfação de seus clientes (REICHELDT, 2011).

O que faz surgir o seguinte questionamento: a ferramenta de pesquisa NPS, aplicada entre os alunos do Centro Universitário Governador Ozanam Coelho – UNIFAGOC para a avaliação dos professores, tem sido suficiente para melhoria do desempenho desses professores?

O estudo justifica-se, portanto, através da ênfase gerada pela aplicação do NPS, bem como a análise de viabilidade sobre a verificação das respostas obtidas através dessa ferramenta, avaliando se realmente atingem o resultado esperado pela instituição ao avaliar o desempenho dos docentes.

## METODOLOGIA

Quanto à metodologia, ressalta-se que a pesquisa é concebida por meio de etapas formais, com método de pensamento reflexivo, que requerem um tratamento científico (LAKATOS; MARCONI, 1990).

Em relação à classificação das pesquisas, conceituou-se como pesquisa aplicada. Quanto aos meios, esta pesquisa foi realizada de forma bibliográfica e estudo de caso, e quanto aos fins, a pesquisa classificou-se como descritiva.

A unidade empírica de análise foi uma instituição de ensino superior denominada Centro Universitário Governador Ozanam Coelho - UNIFAGOC, sediada no município de Ubá, atendendo a região da Zona da Mata mineira com 13 cursos de graduação, além de cursos de pós-graduação em diversas áreas.

A pesquisa se realizou por meio de estudo de campo e aplicação de questionário aos docentes e discentes na instituição de ensino.

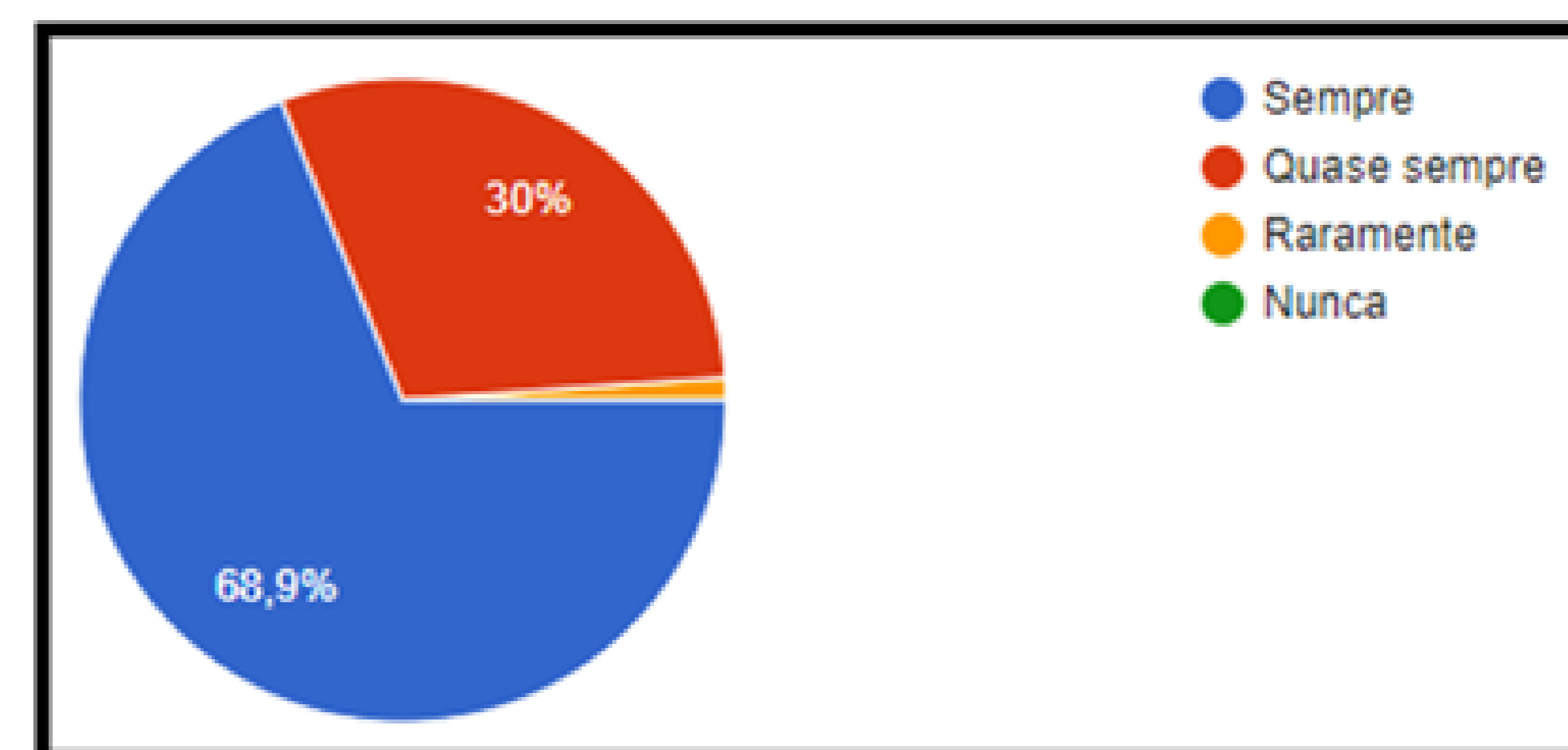
O NPS utiliza-se de uma métrica em que os clientes respondem a uma única pergunta: "Numa escala de 0 a 10, qual é a probabilidade de você nos recomendar (ou recomendar este produto/serviço/marca) a um amigo ou colega?". (REICHELDT, 2011, p. 03)

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O estudo buscou identificar a suficiência na aplicação do NPS institucional do UNIFAGOC e analisar os resultados quantitativos quanto à satisfação dos alunos, levando em consideração a avaliação dos professores.

Foi possível identificar aspectos positivos relacionados ao entendimento sobre os questionamentos das perguntas aferidas na metodologia NPS, bem como facilidade de entendimento sobre as indagações, 68,9% responderam que sempre se preocupam sobre o entendimento dos questionamentos, corroborando com a ideia de singeleza estabelecida pelo modelo NPS. Reichheld (2011) descreve que, graças à simplicidade da escala de 0 a 10.

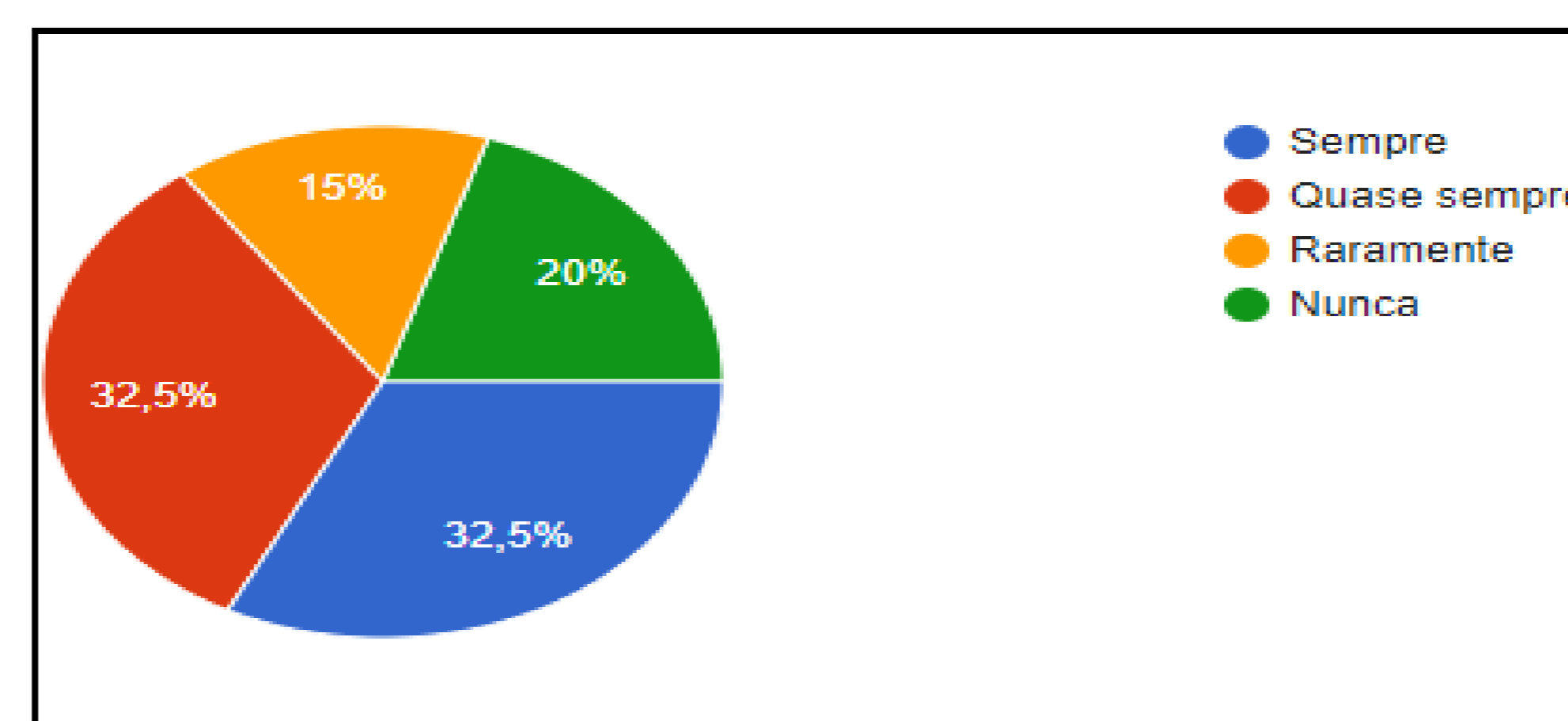
Figura: Os alunos entendem e respondem claramente às perguntas do NPS



Fonte: Dados da pesquisa

Em relação à importância e à suficiência da pergunta central do NPS, a qual determina a suficiência da pergunta sobre a recomendação dos serviços a amigos e parentes, a evidência que 32,5% dos professores acreditam na suficiência do questionamento central, a fim de validar a satisfação dos alunos.

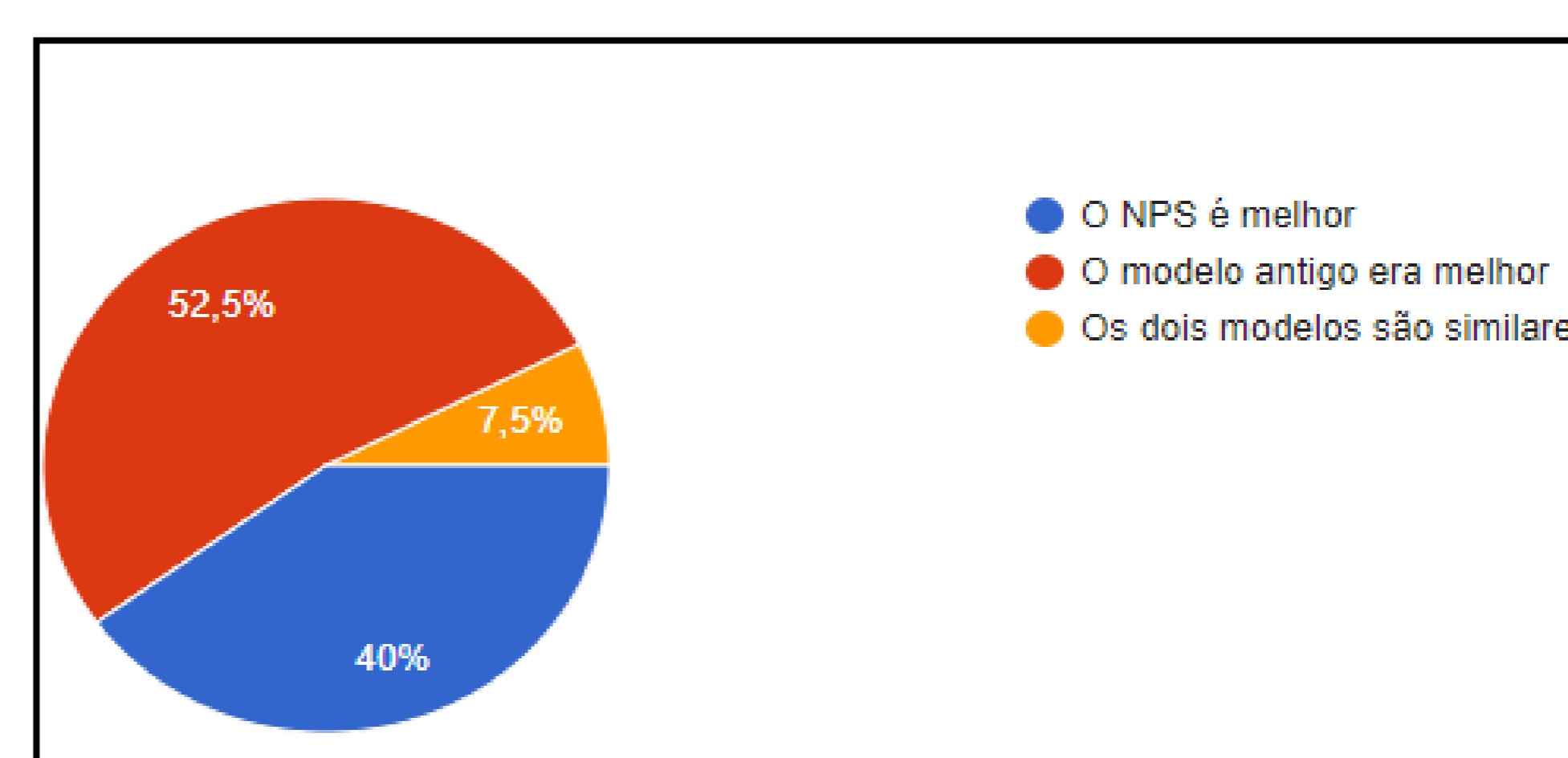
Figura: Suficiência da pergunta sobre recomendação dos serviços



Fonte: Dados da pesquisa

Entre os professores, 52,5% afirmam que o modelo antigo era melhor no que se refere à clareza de informações, ou seja, realizando a comparação com os alunos, observa-se um entendimento contrário, ou seja, enquanto alunos e clientes preferem o modelo de pesquisa de satisfação NPS, relacionando-o com facilidades de entendimento e formas de responder, os professores, funcionários da instituição de ensino, avaliam que a clareza de informações é privilegiada no modelo antigo de avaliação.

Figura: Comparação entre os modelos de pesquisa de satisfação



Fonte: Dados da pesquisa

Conclui-se, portanto, que, embora os professores acreditem na suficiência da pergunta central do NPS, eles consideraram a quantidade de informações que permitem implementar melhorias insuficientes, bem como, os fatores relacionados à manutenção dos pontos positivos, clareza de informações e confiabilidade das informações recebidas, assim os docentes optam pelo modelo anterior ao NPS, opondo-se aos alunos.

Para estudos futuros, recomenda-se aplicar novos questionários aos alunos e docentes para que se verifique se a metodologia NPS está sendo eficaz quanto à análise de satisfação dos alunos e à metodologia de ensino adotada dos docentes.

## REFERÊNCIAS

- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.  
REICHELDT, Frederick; A pergunta definitiva 2.0: como as empresas que implementam o Net Promoter Score prosperam em um mundo voltado aos clientes. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.