

# SATISFAÇÃO DO CLIENTE: A IMPORTÂNCIA DA QUALIDADE NOS SERVIÇOS PRESTADOS POR UMA SECRETARIA ESCOLAR

Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas, Edição 121 ABR/23 / 24/04/2023

REGISTRO DOI: 10.5281/zenodo.7860493

Ingride Thalyta Nascimento da Silva

Laryssa Gabrielly Rodrigues Amorim

Orientador: Prof Carlos Henrique Michels de SantAnna

## RESUMO

Sabe-se que a qualidade e a satisfação do cliente é um dos principais diferenciais para organização, assim, a presente pesquisa tem por objetivo analisar a qualidade dos serviços prestados pela secretaria de uma escola, da rede privada em Pernambuco, na perspectiva da satisfação dos clientes. A fim de entender como o atendimento influencia na satisfação do cliente, foi realizado um questionário quantitativo, contendo 14 perguntas, com 105 pessoas, para coletar dados e analisar o perfil dos clientes, entender quais as necessidades e expectativas, conhecer o nível de satisfação e por fim identificar possíveis aspectos a serem melhorados na secretaria da escola. Os resultados revelaram que a maioria dos clientes da escola buscam os serviços da secretaria mensalmente e de forma presencial. Apesar dos serviços prestados serem concluídos, os participantes afirmaram que há muitas etapas burocráticas durante a realização do serviço e sugerem agilidade e objetividade para a

conclusão deles. Como sugestão de melhoria, recomenda-se uma revisão no fluxo dos processos dos serviços, bem como a mensuração dos níveis de satisfação de forma periódica.

**Palavras-chaves:** Qualidade. Satisfação. Serviço. Cliente. Escola.

## **ABSTRACT**

It is known that quality and customer satisfaction is one of the main differentials for the organization, thus, the present research aims to analyze the quality of services provided by the secretariat of a school, of the private network in Pernambuco, from the perspective of customer satisfaction. customers. In order to understand how service influences customer satisfaction, a quantitative questionnaire was carried out, containing 14 questions, with 105 people, to collect data and analyze the customer profile, understand what the needs and expectations are, know the level of satisfaction and finally identify possible aspects to be improved in the school office. The results revealed that most of the school's clients seek the secretary's services monthly and in person. Despite the services provided being completed, the participants stated that there are many bureaucratic steps during the performance of the service and suggest agility and objectivity for their completion. As a suggestion for improvement, a review of the service process flow is recommended, as well as the periodic measurement of satisfaction levels.

**Key words:** Quality. Satisfaction. Service. Client. School.

## **1 INTRODUÇÃO**

Atualmente, um dos principais diferenciais competitivos presente nas grandes empresas privadas é o atendimento, principalmente nas organizações do terceiro setor, pois somente essas empresas que prestam serviços de alta qualidade conseguem alcançar maior potencial no mercado. Esse contexto é evidenciado, nos o que já estava evidente nos estudos de Paul A. Allaire apud Detzel e Desatnick (1995, p. 181):

“Para sobreviver no mercado global de hoje, uma empresa precisa satisfazer os clientes fornecendo bens de qualidade e prestando serviços de qualidade. Isto exige uma reavaliação contínua das necessidades dos clientes e um compromisso inabalável de mudar quando necessário, para satisfazer ou superar as expectativas deles.”

Esse quadro competitivo influencia os mais variados tipos de organizações, inclusive as escolas, conforme retratam Montenegro, Nóbrega e Souza (2010). De acordo com o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) (2022), com base nos dados do Censo Escolar da Educação Básica em 2021, foram registradas 26,5 milhões de matrículas no ensino fundamental. Esse valor é 3,0% menor do que o registrado para o ano de 2017. Já a participação da rede privada no ensino fundamental cresceu de 18,3% para 19,1% entre 2017 e 2019, reduzindo para 17,9% em 2021.

No ano de 2021, também foram realizadas 7,8 milhões de matrículas no ensino médio do nosso país. A rede estadual possui a maior participação na matrícula do ensino médio, com 84,5%, seguida pela rede privada (12%). Os percentuais de matrículas da rede estadual e da rede privada se mantiveram relativamente estáveis entre 2017 e 2021 (INEP, 2022).

Diante disso, as escolas da rede privada passam a desfrutar das mesmas preocupações das demais organizações com fins lucrativos, sendo uma delas a de ofertar um serviço aos seus clientes de modo a sentirem satisfeitos. Assim, mensurar a satisfação dos clientes tornou-se uma importante ferramenta dentro do mundo corporativo, conforme anunciado por Kotler e Keller (2006, p.144) “A empresa deve medir a satisfação com regularidade porque a chave para reter clientes está em satisfazê-los”.

Considerando a grande competição entre as empresas, que a evolução da tecnologia auxilia as organizações a buscarem um diferencial entre seus concorrentes, incluindo a prestação de serviço de qualidade e a avaliação da satisfação. Associado a isso, as escolas da rede privada que também buscam sua permanência no setor, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa.

## 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Quais os impactos da qualidade do serviço prestado na secretaria de uma escola, da rede privada em Pernambuco, na satisfação dos clientes?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar a qualidade dos serviços prestados pela secretaria de uma escola, da rede privada em Pernambuco, na perspectiva da satisfação dos clientes.

### 1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar o perfil dos clientes que solicitam serviços na secretaria;
2. Entender quais as necessidades e expectativas dos clientes pelo serviço prestado pela secretaria;
3. Conhecer o nível de satisfação do cliente;
4. Identificar possíveis aspectos a serem melhorados na secretaria da escola;

## 1.3 JUSTIFICATIVA DO TEMA

Uma secretaria escolar possui diversas atividades necessárias que agregam ao desempenho cotidiano nas escolas. Porém a maioria das organizações de ensino direcionam o seu foco na gestão pedagógica, não conferindo a importância do atendimento nos demais setores.

Considerando que este estudo irá contribuir para a melhoria da qualidade dos procedimentos executados na secretaria escolar e que a satisfação do cliente é um elemento crucial para a continuidade da organização de ensino no mercado, este estudo revela-se de grande importância. "Atender bem o cliente consiste em muito mais do que ser cortês. O primeiro fundamento é compreender o que é um bom atendimento do ponto de vista do cliente" (PERFORMANCE RESEARCH ASSOCIATES, 2008)

O propósito deste trabalho é identificar os fatores que proporcionam a satisfação e insatisfação dos clientes, para que a empresa possa minimizar os impactos negativos, aumentando a eficiência, e índice de satisfação dos usuários, proporcionando também aos gestores opções de melhorias e a perpetuação do negócio.

Este trabalho está organizado em cinco capítulos. O primeiro trata desta introdução, contendo uma breve explanação do tema, os objetivos e a justificativa do estudo. O segundo apresenta a Fundamentação Teórica, subdividida em três tópicos que discorrem sobre qualidade nos serviços, satisfação no serviço e a escola privada no mercado competitivo. O terceiro capítulo descreve os procedimentos metodológicos empregados para fazer a pesquisa. Para o quarto capítulo temos a apresentação e análise dos resultados, seguida pelo quinto capítulo que trata das considerações finais.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Com a finalidade de fundamentar esse estudo, o referencial teórico irá abordar as temáticas de Qualidade no Serviço, Satisfação no Serviços e por fim, a Escola Privada no Mercado Competitivo.

### **2.1 QUALIDADE NO SERVIÇO**

O termo qualidade está presente na humanidade desde os seus primórdios. De acordo com Rodrigues (2014), ao longo do tempo, as pessoas se preocupavam em melhorar o que estavam produzindo e construindo. Apenas, no início do século XX, o cuidado e a atenção com a qualidade passaram a integrar as atividades padrões das empresas de forma contínua e sistematizada.

O conceito de qualidade é definido por Reis, Beiruth e Soares (2022, p. 49) “como instrumento de avaliação para aprovação ou não de um serviço ou produto.”.

Kotler (2000, p.79), amplia esse conceito quando diz que “qualidade é a totalidade dos atributos e características de um produto ou serviço que afetam sua capacidade de satisfazer as necessidades declaradas ou implícitas”.

Inicialmente, a qualidade estava bem associada às indústrias, que possuíam uma produção em grandes quantidades, como forma de fiscalizar os procedimentos e avaliar os objetos confeccionados (RODRIGUES, 2014). Porém, essa realidade vem se modificando com o tempo, pois o setor de serviço cresceu em muito nos países, conforme afirmam Lovelock, Wirtz e Hemzo (2011), principalmente pelas grandes transformações tecnológicas, políticas e da sociedade. Os autores complementam que para as empresas de serviço se manterem no mercado competitivo, precisam estar atentas, sempre inovando, usando novas tecnologias e prestando um bom atendimento aos seus clientes.

Para Kotler (2000), o atendimento ao cliente precisa ter qualidade, com a finalidade de agilizar a entrega do serviço ou solucionar problemas, e com isso, trazer uma experiência positiva da empresa para o seu cliente. Segundo Dalledone (2008), vários elementos compõem um bom atendimento para a fidelização dos consumidores no mercado competitivo, sendo eles: qualidade, eficiência, custo do produto, distribuição e rapidez.

Apesar do objetivo maior das organizações com fins lucrativos ser a obtenção de lucro, para uma empresa do ramo de serviços, a fidelização de um cliente é um indicador de grande valia para seu lugar no mercado. Assim, a percepção da qualidade pelos clientes influencia na sua satisfação com o serviço que lhe foi prestado (KOTLER, 2005).

Diante disso, Spina, Giraldi e Oliveira (2013) ressaltam a importância a ser dada a qualidade em serviços pelas empresas:

*“Nesse cenário de crescente importância da qualidade e do setor de serviços, os estudos sobre satisfação do consumidor também têm absorvido parte considerável dos esforços dos pesquisadores de marketing, dos institutos de pesquisa, dos órgãos governamentais e das organizações privadas. Sendo assim, é necessário empreender esforços para o estudo da qualidade em serviços, bem como da satisfação dos clientes*

*com os serviços prestados, já que qualidade e satisfação, que não são sinônimos, estão fortemente relacionadas” (SPINA, GIRALDI e OLIVEIRA, 2013, p. 95)*

Percebe-se que cada vez mais a temática qualidade na área de serviços vem adquirindo mais espaço, e por isso é tão importante que as empresas se atentem e prezam pela satisfação do cliente durante os serviços prestados.

## 2.2 SATISFAÇÃO NO SERVIÇO

Conforme foi explanado na seção anterior, a qualidade está intimamente associada à satisfação. Levando isso em consideração, Spina, Giraldi e Oliveira (2013) elucidam que é de grande importância que a empresa conheça quais são os fatores que influenciam na qualidade do seu serviço e como consequência, impactam na satisfação do seu cliente. Kotler (2000), detalha que a satisfação do cliente:

*“[...] é derivada da proximidade entre as expectativas do comprador e desempenho percebido do produto. Se o desempenho não alcançar totalmente as expectativas, o cliente fica desapontado; se alcançar as expectativas, ele fica satisfeito, e se exceder a s expectativas ele fica encantado. Esses sentimentos definem se o cliente voltará a comprar o produto e se ele falará favorável ou desfavoravelmente sobre ele para outras pessoas.” (KOTLER, 2000, p. 205)*

Assim, para as organizações obterem bons níveis de satisfação dos seus serviços prestados, precisam conhecer os desejos dos consumidores, então, geralmente, se utilizam de programas que auxiliam a verificar a satisfação atingida, bem

como identificar as expectativas dos clientes (BOGMANN, 2000). Com isso, as empresas podem implementar novas estratégias, adotar novos procedimentos e manter sua posição no mercado competitivo.

Lovelock, Wirtz e Hemzo (2011) descrevem que o nível de complexidade para gerir serviços é maior que para gerir bens, exigindo mais disposição da organização. Colaborando com essa perspectiva, Bogmann (2000), diz que as percepções e desejos dos clientes são muito peculiares e estão sempre se modificando, e com isso, as empresas vão buscando melhorar o serviço e aumentar sua vantagem perante os concorrentes. Assim, é de grande valor conhecer como os anseios dos clientes são criados.

Deixar um cliente satisfeito não envolve apenas a entrega do serviço, mas também prestar um bom atendimento. Não basta recepcionar e ser gentil, é necessário estar perto do cliente, criar um relacionamento através de uma boa comunicação, ter o conhecimento necessário, pois todos envolvidos são beneficiados: o cliente, o atendente e a empresa (PERFORMANCE RESEARCH ASSOCIATES, 2008).

Em resumo, Chiavenato (2000) relata que o atendimento ao cliente é um dos pontos-chave para a organização, pois ele deve estar no centro do negócio, uma vez que a organização depende do cliente para sua sobrevivência no mercado.

### 2.3 A ESCOLA PRIVADA NO MERCADO COMPETITIVO

Dentre as mais variadas as organizações que estão inseridas no setor de serviços, podemos destacar as instituições de ensino. Conforme dito na seção anterior, as modificações ocorridas na sociedade influenciaram nas escolhas e exigências dos clientes frente às suas demandas. Nesse contexto, Montenegro, Nóbrega e Souza (2010) nos dizem que as escolas privadas também não deixaram de ser afetadas, principalmente pelo serviço que ofertam.

Durante muito tempo no Brasil, a educação era um serviço predominantemente da esfera pública, contudo com a publicação da Lei nº 9694/1996, que

regulamentou a inserção da esfera privada no ramo educacional, conforme é explicado por Kerbes (2018):

*“O que passa a acontecer no Brasil, então, é que, dada a oportunidade ofertada pela lei, empresários passam a investir na Educação Básica, aumentando a concorrência do setor e obrigando as escolas particulares a mudarem as suas estratégias de ação a fim de conseguir sobreviver nesse mercado cada vez mais agressivo” (KERBES, 2018, p. 41)*

De acordo com Colombo (2004), durante um tempo, o mercado das escolas da rede privada era estável, com pouca concorrência e grande demanda. Porém, esse ambiente se transformou, quando novas empresas entraram no setor de educação, aumentando consideravelmente a concorrência, reduzindo os lucros e levando a algumas empresas a não conseguirem permanecer no mercado.

As escolas com fins lucrativos, segundo Elacqua, Martínez e Santos (2011), são entidades mais adaptáveis às mudanças, estão sempre inovando, buscam a satisfação dos seus clientes (geralmente os pais), a melhoria contínua de seus serviços e uma boa qualidade com preços semelhantes aos seus concorrentes, levando em conta que estão inseridas em um mercado com muita competição. Os autores complementam que esse cenário conduz a essas escolas possuírem um atendimento direcionado ao cliente, criando uma aproximação entre as preferências dos clientes e o serviço ofertado pela organização.

Vale ressaltar que nas escolas, além dos alunos, os pais e a comunidade compõem o conjunto de clientes que adquire os serviços da instituição. (BARBOSA, 2005) e o mercado educacional competitivo deixou os clientes mais exigentes e mais detalhistas. Assim, apenas um bom conteúdo das aulas não garante que o consumidor esteja satisfeito com a escola, é fundamental que um

conjunto de atividades, atreladas à boas aulas, tragam a satisfação (MONTENEGRO; NÓBREGA; SOUZA, 2010).

### **3 METODOLOGIA**

Essa pesquisa pode ser classificada como um estudo de caso, tendo em vista em se tratar de um estudo de uma instituição (GRESSLER, 2004). A pesquisa pode ser caracterizada como quantitativa, pois observa e mensura os padrões identificados através de dados estatísticos (CRESWELL, 2007).

O estudo foi realizado no ambiente da secretaria de uma escola de ensino fundamental e médio da rede privada em Recife – Pernambuco, que possui cerca de 700 alunos, e teve como principal objetivo mensurar o nível de satisfação dos clientes em relação aos serviços e atendimentos prestados pelo setor.

Usou-se como instrumento de coleta de dados um questionário estruturado, previamente elaborado pela autora, para ser respondido por clientes que utilizam dos serviços prestados no departamento de uma organização particular. O questionário foi composto por 14 perguntas com alternativas, relacionadas ao perfil do cliente, atendimento solicitado, prazos e satisfação.

A pesquisa foi realizada com clientes que utilizaram o serviço da secretaria durante os meses de setembro e outubro de 2022. O questionário foi direcionado para o email dos participantes, através da plataforma Google Formulários, com o objetivo de mensurar o nível de satisfação e qualidade, com base no tema e os objetivos propostos no presente trabalho. A pesquisa obteve 105 (cento e cinco) respostas, o que corresponde a 15% com base nos alunos matriculados do atual ano letivo.

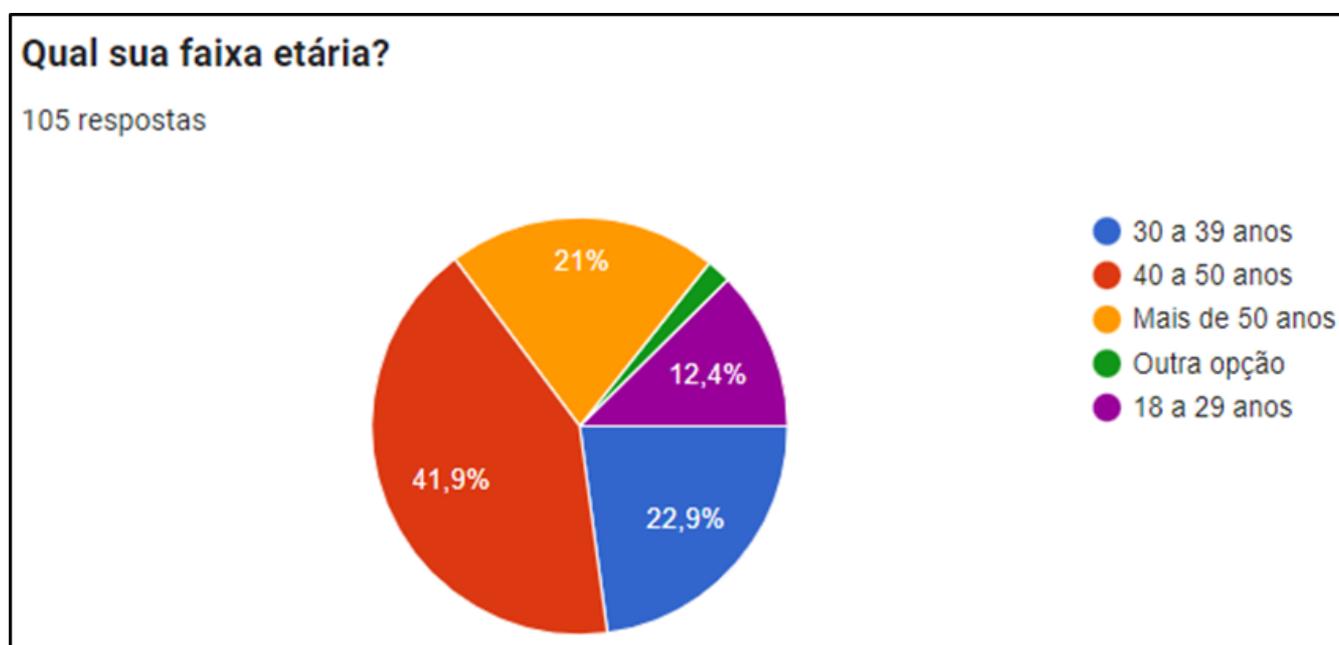
Para a análise dos resultados, foi utilizado a estatística descritiva básica.

### **4 RESULTADOS E ANÁLISE**

Neste capítulo serão apresentados os resultados encontrados com a aplicação do questionário aos clientes da escola, com o propósito de atingir os objetivos deste estudo. Para uma melhor apresentação dos resultados, foi elaborado um gráfico para cada pergunta do questionário.

A análise do perfil dos 105 entrevistados nos informa que, em sua grande maioria (41,9%) possuem entre 40 a 50 anos de idade, com ensino médio completo (30,5%), tendo uma renda familiar de um a dois salários mínimos (47,6%), conforme podemos visualizar nos gráficos 1, 2 e 3.

Gráfico 1 – faixa etária

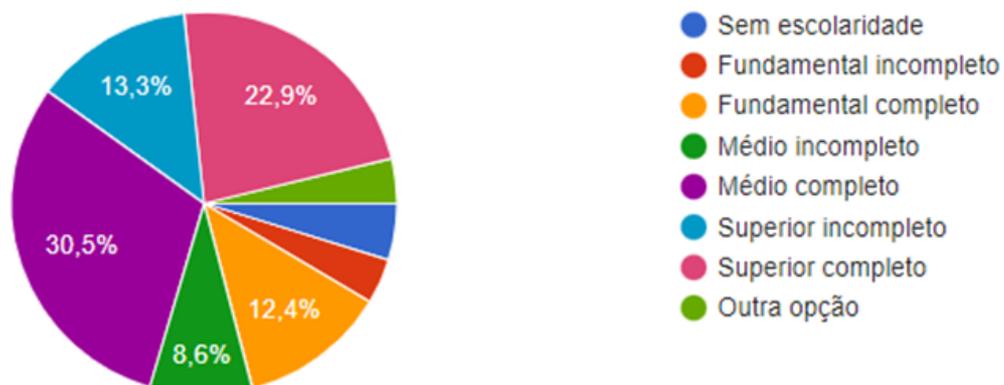


Fonte: Autor (2022)

Gráfico 2 – nível de escolaridade

### Qual é o seu nível de escolaridade?

105 respostas

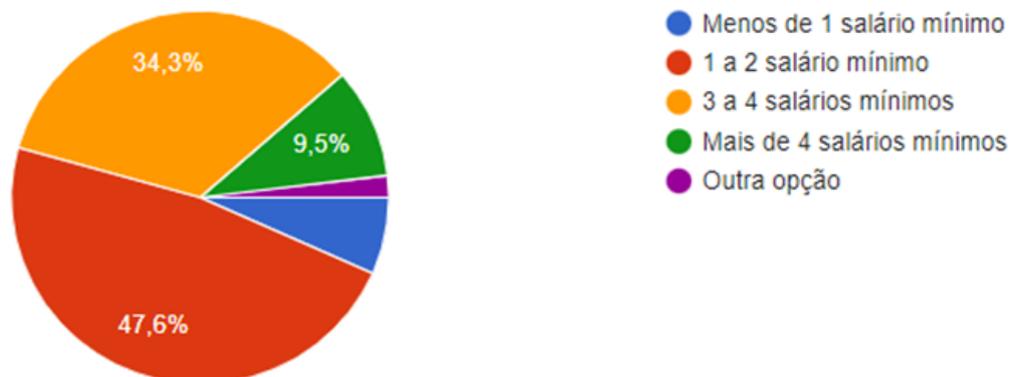


Fonte: Autor (2022)

Gráfico 3- Renda familiar

### Qual sua renda familiar?

105 respostas



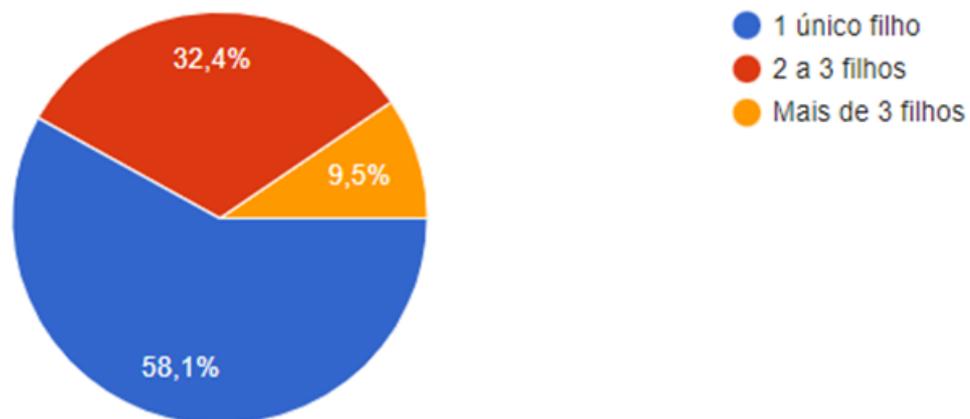
Fonte: Autor (2022)

Pouco mais da metade (51,1%) dos entrevistados, possuem apenas um filho matriculado na escola, onde (41,9%) estão matriculados no ensino médio, conforme retratam os gráficos 4 e 5 a seguir.

Gráfico 4 – Filhos matriculados na escola

### Você possui quantos filhos matriculados na escola?

105 respostas

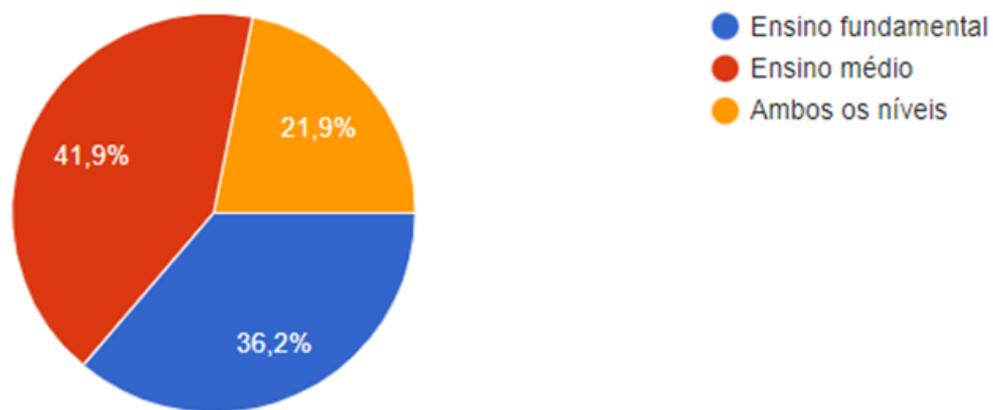


Fonte: Autor (2022)

Gráfico 5 – Nível de escolaridade do aluno

### Atualmente seu filho está matriculado em qual nível?

105 respostas



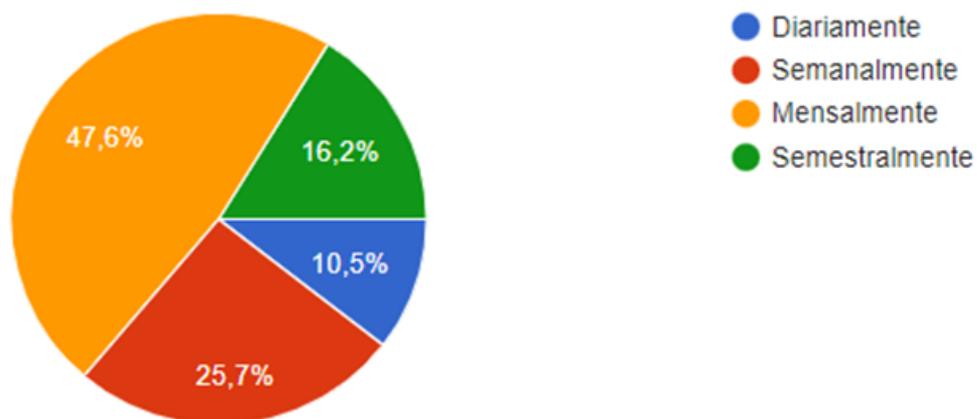
Fonte: Autor (2022)

A maior procura dos clientes normalmente acontece uma vez por mês (47,6%) como podemos verificar no gráfico a seguir. Um dos fatores pode estar relacionado é algum tipo de atendimento específico dentro desse período, por exemplo, emissão de boletos.

Gráfico 6 – Frequência de atendimento

### Com qual frequência você necessita de atendimento na secretaria?

105 respostas



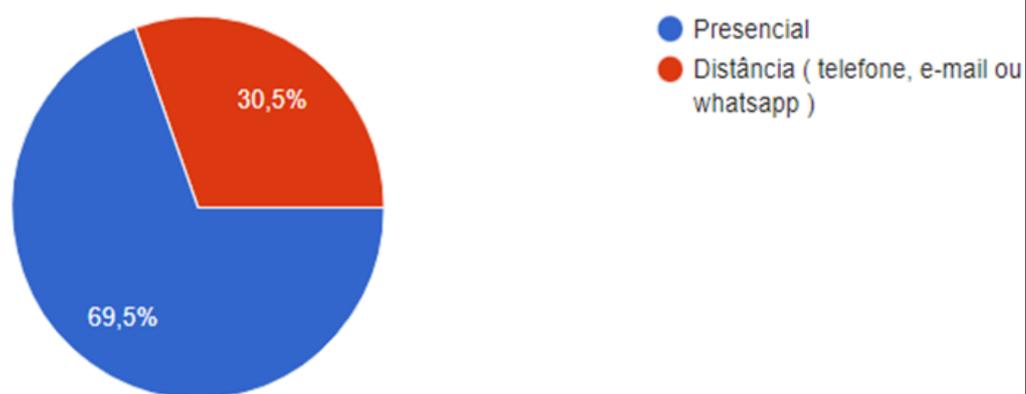
Fonte: Autor (2022)

É notório que os clientes têm como preferência o atendimento presencial (69,5%). E quase a totalidade dos atendimentos são concluídos (94,3%) independente do prazo, conforme podemos visualizar os gráficos 7 e 8.

Gráfico 7 – Tipo do atendimento

### Normalmente, como você busca o atendimento na secretaria?

105 respostas

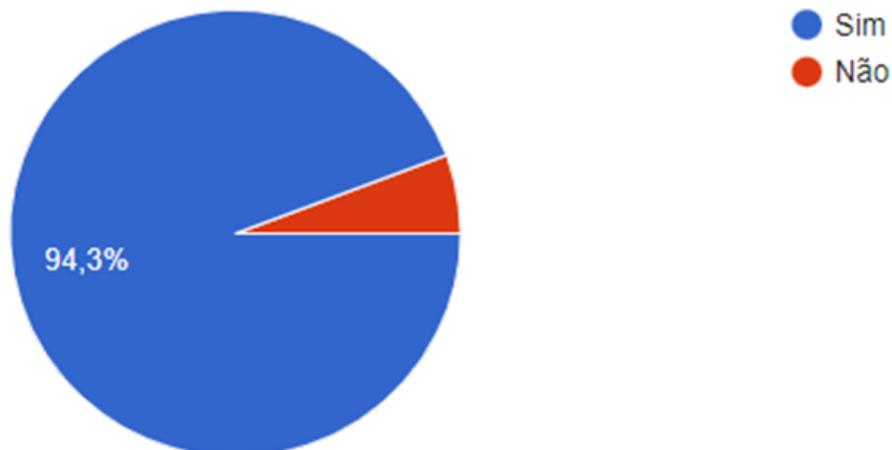


Fonte: Autor (2022)

Gráfico 8 – Conclusão do atendimento

## Quando você busca atendimento na secretaria o serviço é concluído?

105 respostas



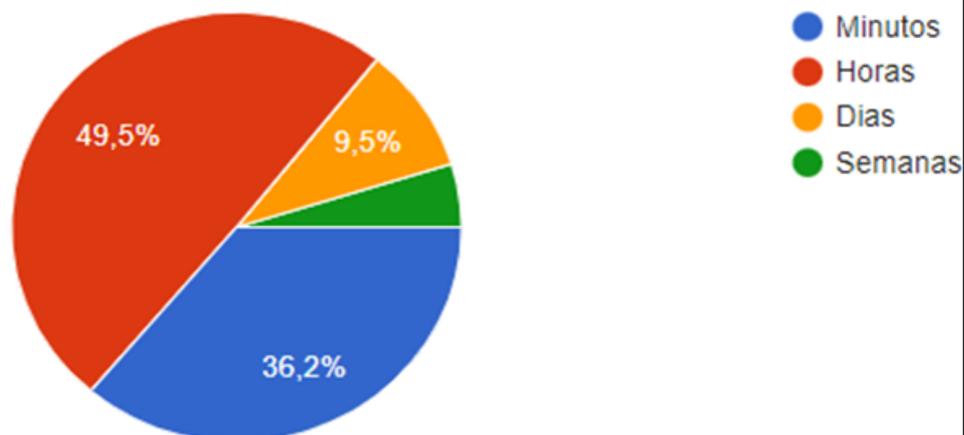
Fonte: Autor (2022)

Como podemos observar, no gráfico 9, a média do tempo que os serviços são concluídos e levam, na maioria das vezes, apenas minutos (36,2%) ou horas (49,5%). Esse tempo de atendimento pode sofrer variações, dependendo muito do serviço que for solicitado pelo cliente.

Gráfico 9 – Duração do atendimento

## Qual a média de tempo que levou para o serviço ser concluído?

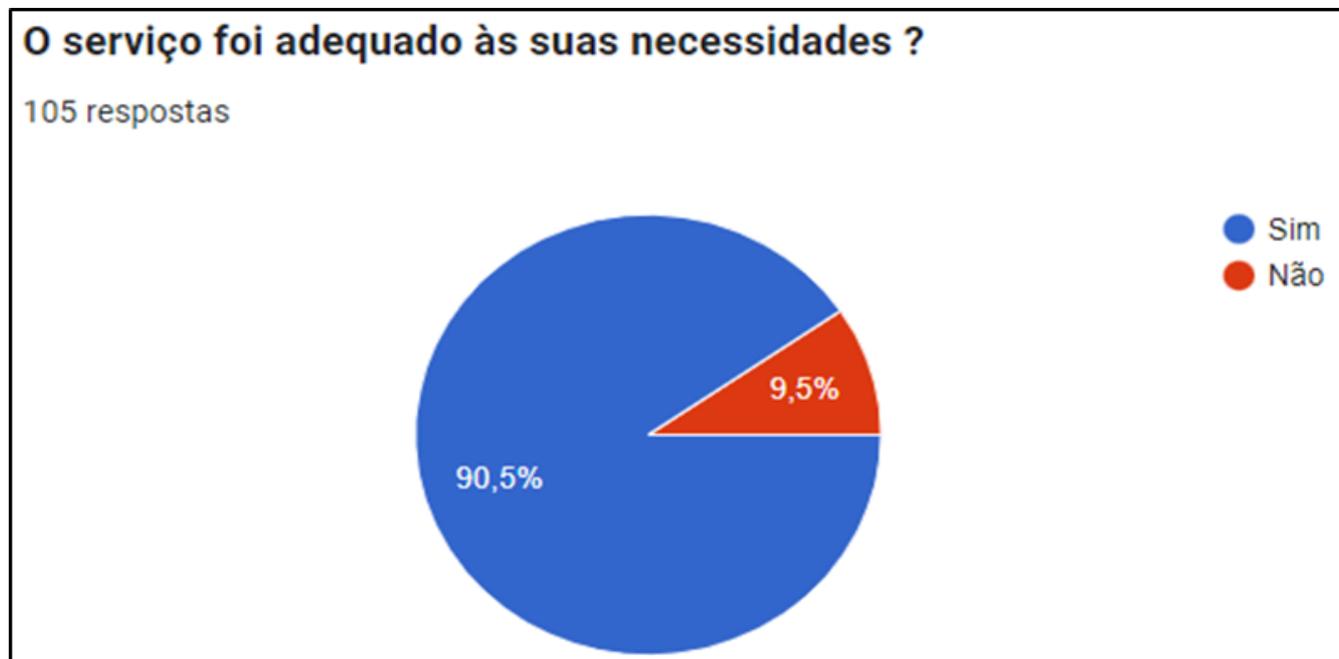
105 respostas



Fonte: Autor (2022)

Dentre todos os clientes, apenas 9,5% não tiveram suas necessidades atendidas de maneira adequada durante o atendimento na secretaria. Como retrata no gráfico 10 a seguir.

Gráfico 10 – Serviço foi bem-intencionado



Fonte: Autor (2022)

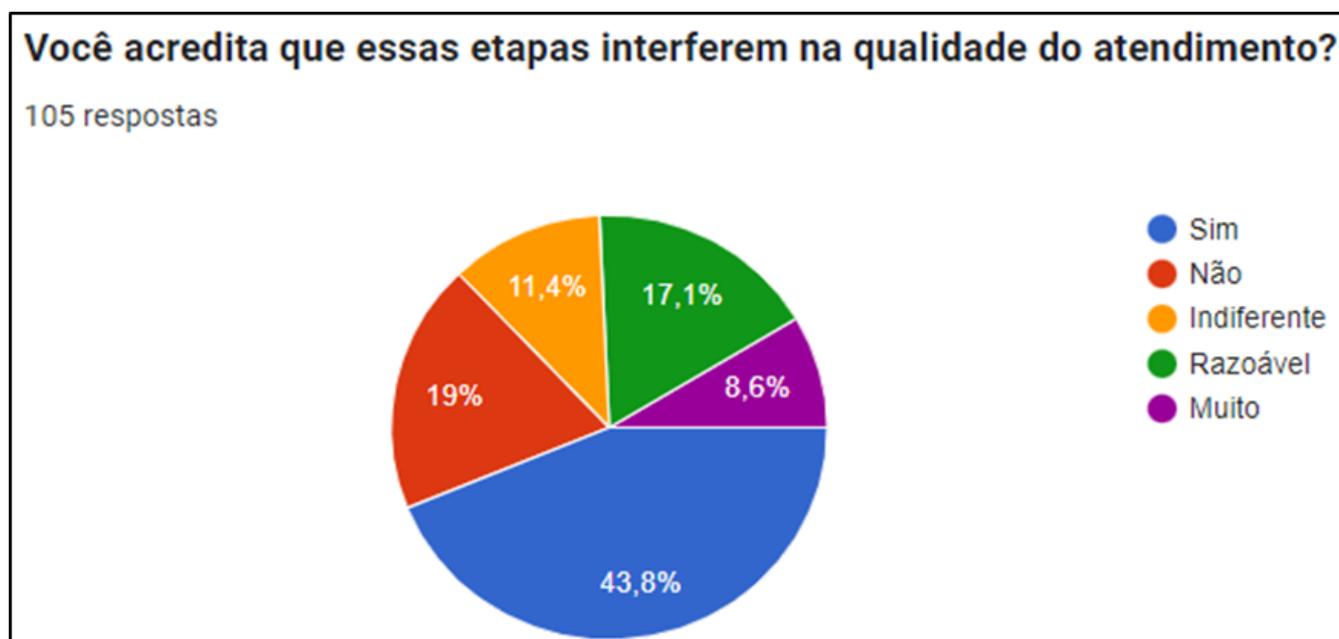
Gráfico 11 – Burocracia



Fonte: Autor (2022)

O gráfico 11 deixa claro que mais da metade dos entrevistados (75,2%) concordam que existem muitas etapas burocráticas durante o atendimento na secretaria. Atentando que muitas pessoas associam burocracia a um serviço moroso, esse percentual colabora com uma visão negativa do atendimento.

Gráfico 12 – Interferência das etapas burocráticas



Fonte: Autor (2022)

O gráfico 12 mostra os resultados a respeito da influência das etapas burocráticas na qualidade dos serviços prestados pela secretaria, e quase metade (43,8%) dos participantes afirmaram que sim.

Gráfico 13 – Atendimento de qualidade

### Na sua opinião, qual dessas opções é fundamental para um atendimento de qualidade?

105 respostas



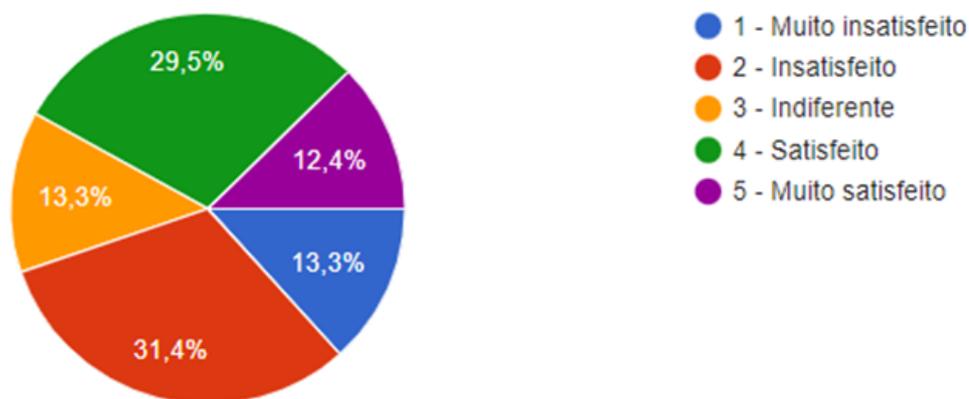
Fonte: Autor (2022)

Levando em consideração que não existe um padrão definido para qualidade, cada entrevistado indicou o que seria fundamental para o atendimento na sua concepção. Cabe destacar que quase metade dos entrevistados (43,8%) indicaram que o atendimento necessita ser ágil e objetivo.

Gráfico 14 – Nota de satisfação

### De 1 a 5, qual seria a nota que você daria ao atendimento realizado na secretaria?

105 respostas



Fonte: Autor (2022)

Com o somatório das respostas nota-se que o percentual dos entrevistados satisfeitos e muito satisfeitos representa 41,9%, enquanto os insatisfeitos e muito insatisfeitos representam 44,7% mostrando que quase metade dos participantes

não têm suas expectativas atendidas ao final do atendimento na secretaria. Esse percentual reflete um desagrado do serviço prestado.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O estudo teve como objetivo geral analisar a qualidade dos serviços prestados pela secretaria de uma escola.

Foi identificado que o perfil dos clientes que frequentam a secretaria tem com predominância da faixa etária entre 40 a 50 anos, em relação ao nível de escolaridade da amostra é bem variada, podendo dizer que mais de 65% das pessoas têm, no mínimo, o ensino médio completo. Já na renda familiar nota-se que 47,6% são considerados de baixa renda, de acordo com as regras do Governo Federal. Por fim, um pouco mais da metade possui apenas um único filho matriculado na escola, onde 41,9% estão matriculados no ensino médio.

Com base nos gráficos, é evidente que as necessidades dos clientes estão voltadas para um atendimento presencial, sendo buscado numa frequência mensal. Contudo, a maioria tem como expectativa de um atendimento mais ágil e objetivo. Possivelmente, isso ocorre devido a mais da metade dos entrevistados afirmarem que o serviço prestado possui muitas etapas burocráticas. Deste modo, isso interfere na conclusão do serviço e reflete negativamente no atendimento e satisfação dos clientes.

Sobre o nível de satisfação, a última pergunta do questionário revelou que mais da metade dos entrevistados se mostram insatisfeitos ou muito insatisfeitos com o atendimento, apesar de mais de 80% das atividades e serviços serem concluídos dentro do mesmo dia em que são solicitados (no prazo de minutos ou horas), e mesmo que sejam adequados dentro das necessidades dos usuários, estes se mostram insatisfeitos.

Diante do exposto, recomenda-se que a escola estudada realize uma revisão dos seus processos, com a finalidade reduzir a quantidade de etapas do fluxo das atividades destinadas aos serviços prestados pela secretaria. Outro aspecto interessante a ser considerado, é a implantação de um programa de capacitação

para os funcionários, de forma que eles consigam melhorar as rotinas das atividades desempenhadas, como também, entendam a importância da satisfação dos clientes que buscam atendimento na secretaria.

Por fim, faz-se necessário que a instituição de ensino busque sempre um feedback dos seus clientes, de modo a monitorar os níveis de satisfação, pois ao identificar fatores que implicam na insatisfação é possível agir mais rápido nas causas originárias.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, D. F. **Implementação da qualidade total na educação**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

BOGMANN, I. M. **Marketing de relacionamento: estratégias de fidelização e suas implicações financeiras**. São Paulo: Nobel, 2000.

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 2 ed. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2000.

COLOMBO, S. S. *et al.* **Gestão educacional: uma nova visão**. Porto Alegre: ARTMED, 2004.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DALLEDONNE, J. **Gestão de serviços: A chave do sucesso nos negócios**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.

DETZEL, D. H.; DESATNICK, R. L. **Gerenciar bem é manter o cliente**. São Paulo: Pioneira, 1995.

ELAQUA, G.; MARTINEZ, M.; SANTOS, H. Lucro y educación escolar. **Claves para Políticas Públicas**, n. 1, 2011. Disponível em:  
<<http://www.politicaspUBLICAS.udp.cl/media/>

publicaciones/archivos/285/Documento\_completo.pdf>

GRESSLER, L. A. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2004.

INEP – INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS

ANÍSIO TEIXEIRA. **Resumo técnico: Censo Escolar da Educação Básica 2021**.

Brasília, DF: Inep, 2022. Disponível em:

[https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas\\_e\\_indicadores/resumo\\_tecnico\\_censo\\_escolar\\_2021.pdf](https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas_e_indicadores/resumo_tecnico_censo_escolar_2021.pdf). Acesso no dia: 02 de Dezembro 2022

KERBES, A. **Gestão escolar [manuscrito]: indicadores de boas práticas em escolas privadas no Brasil** – 2018. 162 p.41 Dissertação (mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação. Universidade La Salle, Canoas, 2018.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P. **Marketing Essencial. Conceitos, estratégias e casos**. 2 ed. São Paulo: Atlas, Prentice Hall, 2005.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 12. Edição. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2006.

LOVELOCK, C.; WIRTZ, J.; HEMZO, M. A. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia**. Tradução de Sonia Midori Yamamoto. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MONTENEGRO, C. B.; NÓBREGA, K. C.; SOUZA, T. A Gestão Estratégica em Educação e seus Impactos na Prestação dos Serviços. **Revista Ibero-Americana de Estratégia – RIAE**, São Paulo, v. 9, n. 3, p. 202-223, set./dez. 2010.

PERFORMANCE RESEARCH ASSOCIATES. **Atendimento nota 10**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

REIS, L. E. M.; BEIRUTH, A. X.; SOARES, L. A. G. Qualidade na Prestação de Serviço e a Satisfação dos Clientes de Escritórios de Contabilidade. **Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 83, p. 48-56, jan./abr. 2022.

RODRIGUES, M. V. **Ações para a qualidade: gestão estratégica e integrada para a melhoria dos processos na busca da qualidade e competitividade**. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

SPINA, D. T.; GIRALDI, J. M. E.; OLIVEIRA, M. M. B. A influência das dimensões da qualidade de serviços na satisfação do cliente: um estudo em uma empresa do setor de controle de pragas. **Revista de Gestão – REGE**, São Paulo – SP, Brasil, v. 20, n. 1, p. 93-112, 2013.

---

## **APÊNDICE A**

### **Questionário Qualidade e satisfação do cliente**

Olá, tudo bem? Somos estudantes do 7º período da Universidade Católica de Pernambuco. Estamos realizando uma pesquisa sobre a importância da qualidade nos serviços prestados por uma secretaria escolar. Você pode nos ajudar?

#### **1. Qual sua faixa etária?**

18 a 28 anos

29 a 39 anos

40 a 50 anos

Mais de 50 anos

#### **2. Qual é o seu nível de escolaridade?**

Sem escolaridade

Fundamental incompleto

Fundamental completo

Médio incompleto

Médio completo

Superior incompleto

Superior completo

**3. Qual sua renda familiar?**

1 a 2 salário mínimo

3 a 4 salários mínimos

Mais de 4 salários mínimos

**4. Você possui quantos filhos matriculados na escola :**

1 único filho

2 a 3 filhos

Mais de 3 filhos

**5. Atualmente seu filho está matriculado em qual nível?**

Ensino fundamental

Ensino médio

Ambos os níveis

**6. Com qual frequência você necessita de atendimento na secretaria ?**

Diariamente

Semanalmente

Mensalmente

Semestralmente

**7. Normalmente, como você busca o atendimento na secretaria?**

Presencial

Distância ( telefone, email ou whatsapp)

**8. Quando você busca atendimento na secretaria o serviço é concluído?**

Sim

Não

**9. Qual a média de tempo que levou para o serviço ser concluído?**

Minutos

Horas

Dias

Semanas

**10. O serviço foi adequado às suas necessidades ?**

Sim

Não

**11. Na sua opinião o serviço prestado possui muitas etapas burocráticas ?**

Sim

Não

**12. Você acredita que essas etapas interferem na qualidade do atendimento?**

Sim

Não

Indiferente

Razoável

Muito

**13. Na sua opinião, qual dessas opções é fundamental para um atendimento de qualidade:**

Oferecer um atendimento personalizado;

Saber como apresentar os benefícios do serviço;

Ser ágil e objetivo ;

Todas as opções acima.

**14. De 1 a 5, qual seria a nota que você daria ao atendimento realizado na secretaria?**

1 – Muito insatisfeito

2 – Insatisfeito

( ) 3 – Indiferente

( ) 4 – Satisfeito

( ) 5 – Muito satisfeito

## **APÊNDICE B**

### **Quadro de síntese dos resultados das entrevistas**

## RESULTADOS E ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Pergunta	Resposta	%	Objetivo específico
Qual a sua faixa etária	18 a 29 anos	12,4	A
	30 a 39 anos	22,9	
	40 a 50 anos	41,9	
	Mais de 50 anos	21	
	Outra opção	1,8	
Qual é o seu nível de escolaridade	Sem escolaridade	3,7	A
	Fundamental incompleto	3,8	
	Fundamental completo	12,4	
	Ensino médio Incompleto	8,6	
	Ensino médio completo	30,5	
	Superior incompleto	13,3	
	Superior completo	22,9	
	Outra opção	4,8	
Qual a sua renda familiar	Menos de 1 salário mínimo	6,7	A
	1 a 2 salários mínimo	47,6	
	3 a 4 salários mínimo	34,3	
	Mais de 4 salários mínimo	9,5	
	Outra opção	1,9	
Você possui quantos filhos matriculados na escola	1 único filho	58,1	A
	2 a 3 filhos	32,4	
	Mais de 3 filhos	9,5	

<b>Atualmente seu filho está matriculado em qual nível</b>	Ensino fundamental	36,2	<b>A</b>
	Ensino médio	41,9	
	Ambos os níveis	21,9	
<b>Com qual frequência você necessita de atendimento na secretaria</b>	Diariamente	10,5	<b>B</b>
	Semanalmente	25,7	
	Mensalmente	47,6	
	Semestralmente	16,2	
<b>Normalmente, como você busca atendimento na secretaria</b>	Presencial	69,5	<b>B</b>
	Distância (Telefone , Email, Whatsapp)	30,5	
<b>Quando você busca atendimento na secretaria o serviço é concluído</b>	Sim	94,3	<b>C</b>
	Não	5,7	
<b>Qual a média de tempo que levou para o serviço ser concluído</b>	Minutos	36,2	<b>C</b>
	Dias	9,5	
	Horas	49,5	
	Semanas	4,8	
<b>O serviço foi adequado às suas necessidades</b>	Sim	90,5	<b>C</b>
	Não	9,5	
<b>Na sua opinião o serviço prestado possui muitas etapas burocráticas</b>	Sim	75,2	<b>B</b>
	Não	24,8	
<b>Você acredita que essas etapas burocráticas interferem na qualidade do atendimento</b>	Sim	43,8	<b>B</b>
	Não	19	
	Indiferente	11,4	
	Razoável	17,1	
	Muito	8,6	
<b>Na sua opinião, qual dessas opções é fundamental para um atendimento de qualidade</b>	Oferecer um atendimento personalizado	9,5	<b>B</b>

	Saber como apresentar os benefícios do serviço	8,6	
	Ser ágil e objetivo	43,8	
	Todas as opções acima	38,1	
De 1 a 5, qual seria a nota que você daria ao atendimento realizado na secretaria	1- Muito insatisfeito	13,3	C
	2- Insatisfeito	31,4	
	3- Indiferente	13,3	
	4- Satisfeito	29,5	
	5- Muito satisfeito	12,4	

[← Post anterior](#)

## RevistaFT

A **RevistaFT** é uma **Revista Científica Eletrônica Multidisciplinar Indexada de Alto Impacto e Qualis “B2” em 2023**. Periodicidade mensal e de acesso livre. Leia gratuitamente todos os artigos e publique o seu também [clikando aqui](#).



## Contato

**Queremos te ouvir.**

**WhatsApp:** 11 98597-3405

**e-Mail:** contato@revistaft.com.br

**ISSN:** 1678-0817

**CNPJ:** 48.728.404/0001-22

**CAPES** – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), fundação do Ministério da Educação (MEC), desempenha papel fundamental na expansão e consolidação da pós-graduação stricto sensu (mestrado e doutorado) em todos os estados da Federação.

## Conselho Editorial

### **Editores Fundadores:**

Dr. Oston de Lacerda Mendes.

Dr. João Marcelo Gigliotti.

### **Editora Científica:**

Dra. Hevellyn Andrade Monteiro

### **Orientadoras:**

Dra. Hevellyn Andrade Monteiro

Dra. Chimene Kuhn Nobre

Dra. Edna Cristina

Dra. Tais Santos Rosa

### **Revisores:**

Lista atualizada periodicamente em [revistaft.com.br/expediente](http://revistaft.com.br/expediente) Venha fazer parte de nosso time de revisores também!

Copyright © Editora Oston Ltda. 1996 - 2023

Rua José Linhares, 134 - Leblon | Rio de Janeiro-RJ | Brasil