

NÍVEL DE EXPECTATIVA E SATISFAÇÃO DOS ALUNOS DO 1º E 3º PERÍODOS DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2017 UNIPAM COM A APLICAÇÃO DO MÉTODO NPS (NET PROMOTER SCORE)



Lara Maria de Oliveira Luz
8º período do Curso de Ciências Contábeis do Centro
Universitário de Patos de Minas (UNIPAM).
laraluzoliveira@hotmail.com



Sandro Ângelo de Andrade
Orientador do trabalho. Professor do Curso de Ciências
Contábeis do Centro Universitário de Patos de Minas
(UNIPAM).
sandro.angelo@unipam.edu.br

RESUMO

O objetivo geral deste estudo é identificar a expectativa dos alunos do 1º período e a satisfação dos discentes do 3º período de Ciências Contábeis do UNIPAM. Como procedimento metodológico foi usado o estudo de caso. A pesquisa se classifica como bibliográfica e de campo. A unidade de análise e observação foi o curso de Ciências Contábeis do UNIPAM. Os sujeitos que fizeram parte do universo desta pesquisa foram os alunos do 1º e do 3º período. A ferramenta utilizada para coletar os dados foi um questionário. Os dados foram coletados pela própria autora no período compreendido entre 29 de maio e 31 de maio de 2017. Os dados foram tratados por meio do método Net Promoter Score ou NPS. O estudo sobre a expectativa dos alunos do 1º período mostrou que a maioria dos participantes da pesquisa é do sexo feminino, com idade entre 17 e 20 anos, natural da cidade de Patos de Minas, pretende prestar concurso público, tomou conhecimento e escolheu o curso de Ciências Contábeis através da família e dos amigos e classificou o UNIPAM como bom/excelente, sem nada a reclamar. Enquanto a principal sugestão é quanto à melhoria do valor do curso, seguido pela sugestão de mais trabalhos e aulas práticas e mais oportunidades no programa bolsa social, a expectativa dos alunos é de que os professores passem o máximo de conhecimento. Calculando o NPS dos questionários aplicados, foi obtida uma nota de 26,7%. Esse resultado se classifica na zona de aperfeiçoamento, sendo que o maior objetivo agora é melhorar os serviços/produtos e processos para tentar transformar os clientes neutros em clientes promotores.

PALAVRAS-CHAVE: Ciências Contábeis. Método NPS. Satisfação de alunos.

ABSTRACT

The main objective of the present work is to identify the expectation of the 1st period students and the satisfaction of the 3rd period students graduating in Accounting at UNIPAM. As a methodological procedure we used the study case. The research is characterized as bibliographic and field research. The unit of analysis and observation was the Accounting course at UNIPAM. The subjects that composed the research were the 1st and the 3rd period students. The tool used to collect the data was a questionnaire. The data were collected by the author between May 29 and May 31 2017. The data were treated through the Net Promoter Score method (or NPS). The study on the expectation of the 1st period students showed that most of the research participants were female, aged between 17 and 20 and were from Patos de Minas. They intend to take an official examination for a governmental post, chose the Accounting course through family and friends, and classified UNIPAM as being good/excellent, without any complaint. While the main suggestion involves the monthly payment, followed by the suggestion for more work, practical classes and more opportunities in the Social Scholarship Program, the students' expectation is that the teachers may offer the maximum possible knowledge. By calculating the NPS of applied questionnaires, we obtained 26,7%. This result is classified in the zone of improvement, and the main objective now is to improve the services/products and processes, so as to change the neutral clients into promoter clients.

KEYWORDS:

NÍVEL DE EXPECTATIVA E SATISFAÇÃO DOS ALUNOS DO 1º E 3º PERÍODOS DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS 2017 UNIPAM COM A APLICAÇÃO DO MÉTODO NPS (NET PROMOTER SCORE)

INTRODUÇÃO

A Contabilidade é a ciência dirigida para estudar, registrar e controlar o patrimônio e as mutações que nele operam os atos e fatos administrativos, de maneira a demonstrar no final de cada exercício social o resultado alcançado e a circunstância econômico-financeira da empresa (FABRETTI, 2009).

Fornecer dados econômicos, financeiros e físicos de produtividade social aos usuários internos e externos às empresas é o objetivo da Contabilidade. Esta área provê dados estruturados, para atender às solicitações das partes interessadas, visando compreender um projeto de planejamento contábil, em que um sistema de informação é esquematizado, colocado em funcionamento e inspecionado periodicamente, para atender aos próprios parâmetros (IUDÍCIBUS; MARION; FARIA, 2009).

Atualmente, o Brasil conta com aproximadamente 344.960 contadores (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2017), e com cerca de 1.546 cursos de bacharelado em Ciências Contábeis, presencial e a distância (BRASIL, 2017). O Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM) também dispõe do curso de Ciências Contábeis e busca formar profissionais capazes de exercer a profissão com consciência, ética e senso crítico, de forma a atuar em entidades públicas e privadas. A partir de 2017 inaugurou o ensino deste curso também a distância, o qual privilegia a educação através de um ambiente virtual de aprendizagem, espaço que permite ao aluno acessar o conteúdo do curso a qualquer momento e em qualquer lugar (CENTRO UNIVERSITÁRIO DE PATOS DE MINAS, 2015).

Identificar a perspectiva e a satisfação de alunos universitários é importante para que as instituições possam vislumbrar as suas realidades e, caso necessário, aprimorar as suas políticas educacionais. Cita-se como exemplo o estudo de Fischborn e Jung (2012), que buscaram analisar o perfil e as expectativas de alunos do curso de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas de Taquara, no ano de 2012. Esses autores observaram que a maioria dos alunos considera importante desenvolver suas habilidades para atender as

demandas do mercado de trabalho. Consideram ainda que o didático-pedagógico precisa melhorar para desenvolver essas habilidades. A escolha do curso envolveu o anseio por adquirir conhecimentos e oportunidades no mercado de trabalho, e as expectativas envolvem ser um profissional bem-sucedido e com boa remuneração. A maior parte pretende fazer uma pós-graduação, valoriza a pesquisa científica e tem preferência por professores mestres ou doutores.

Nessa perspectiva, esta pesquisa buscou analisar o seguinte problema: o curso de Ciências Contábeis do UNIPAM corresponde às expectativas dos alunos do 1.º período e promove satisfação dos alunos do 3.º período? Partiu-se da hipótese de que os acadêmicos desses períodos encontram-se plenamente satisfeitos com os serviços educacionais oferecidos referentes a este curso pela instituição em questão.

O presente estudo permite avaliar as variáveis que compõem o perfil dos seus colegas de instituição, podendo, assim, compreender as tendências e a realidade em que se encontra inserida esse público. Além disso, os dados alcançados poderão colaborar para a tomada de decisão de políticas pedagógicas e publicitárias indicativas ao curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário de Patos de Minas (UNIPAM).

O objetivo geral deste estudo é identificar as expectativas dos alunos do 1.º período e a satisfação dos alunos do 3.º período de Ciências Contábeis do UNIPAM. Os objetivos específicos foram: descrever considerações teóricas referentes à Contabilidade, ao ensino de Contabilidade no Brasil, a perfis de alunos de cursos de Ciências Contábeis instituídos no Brasil e ao Curso de Ciências Contábeis do UNIPAM; levantar o perfil sociodemográfico dos entrevistados; distinguir em qual área da Contabilidade os entrevistados pretendem atuar; descobrir qual nota os entrevistados deram para o Curso de Ciências Contábeis; identificar se os entrevistados indicariam o curso de Ciências Contábeis do UNIPAM para algum amigo; constatar como os entrevistados tomaram conhecimento e escolheram o Curso de Ciências Contábeis; descobrir o conceito dos entrevistados sobre o

curso de Ciências Contábeis do UNIPAM e suas sugestões para melhorias da instituição; observar o que os entrevistados esperam dos professores do curso de Ciências Contábeis; filtrar as expectativas dos entrevistados para o curso de Ciências Contábeis; e comparar as principais variações do estudo feito por Marques (2016).

ENSINO DE CONTABILIDADE NO BRASIL

Peleias et al. (2007) realizaram uma análise histórica do ensino da Contabilidade no Brasil, sendo que a evolução pesquisada iniciou-se no século XIX, com a criação das Aulas de Comércio e do Instituto Comercial do Rio de Janeiro. No século XX, envolveu o ensino comercial, os cursos profissionalizantes, a criação do ensino superior e a pós-graduação *stricto sensu* em Contabilidade.

Em 2004 o Conselho Nacional de Educação, junto à Câmara de Educação Superior, publicou a Resolução CNE/CES 10, de 16 de dezembro de 2004, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Ciências Contábeis, como bacharelado, entre outras providências.

Para o ensino de Contabilidade há uma necessidade constante de se investir em pesquisas que visem reduzir as diversidades. O contador deve se preocupar com a necessidade de atualizar a profissão, buscando maneiras de se aperfeiçoar para atender a demanda das empresas. A propósito, apresentam-se alguns perfis de alunos de cursos de Ciências Contábeis instituídos no Brasil.

ALGUNS PERFIS DE ALUNOS DE CURSOS DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS INSTITUÍDOS NO BRASIL

Schmidt et al. (2012) buscaram identificar o perfil de alunos dos cursos de Ciências Contábeis, procurando informações sobre o nível de satisfação e sobre o intento profissional do futuro egresso, valendo-se de uma amostra de 396 alunos no ano de 2012. Os resultados mostraram que dois terços dos alunos são do sexo feminino, sendo que a maioria dos alunos é da classe C e D e está satisfeita com a escolha do curso, pois acredita que se trata de uma carreira promissora, com oportunidades no mercado que possibilitam uma boa remuneração. Também conforme o estudo de Schmidt et al. (2012), muitos dos alunos não trabalham na área, porém, entre os que atuam na Contabilidade, a maioria está concentrada na área gerencial, tributária/fiscal e societária. Os alunos mostram interesse em concursos, nas áreas tributárias, fiscais, de auditoria

e de controladoria. Em sua maioria, os alunos consideram que não foram influenciados por pessoas próximas ou por oportunidades futuras, e a maioria discorda que a escolha do curso seja em razão da facilidade de aprovação no vestibular ou que esteja cursando Ciências Contábeis como segunda opção.

Preis et al. (2013) também identificaram o perfil atual dos estudantes de Ciências Contábeis quanto à sua percepção do mercado de trabalho e em relação ao grau de capacitação do seu curso de graduação. Os dados foram obtidos por meio de um questionário que foi respondido por 44 estudantes do curso de Ciências Contábeis de uma Instituição de Ensino Superior do Vale do Ribeira em 2013. Observou-se que 86,40% atuam no mercado de trabalho formal, sendo que 68,18% destes atuam na área de Contabilidade. Quanto aos interesses e perspectivas dos alunos, estes são variados, porém, a maioria tem preferência por atuar na área de Contabilidade Pública, através da aprovação em concursos na área.

Pereira, Rocha e Mercês (2008) buscaram informações sobre o perfil do estudante de Ciências Contábeis, incluindo o motivo da escolha do curso e uma breve análise de desempenho nas matérias de Matemática e Estatística em 2008. Constatou-se que o desempenho negativo costuma ser principalmente o fato de não terem estudado o suficiente, a dificuldade de entender o assunto, os problemas com o professor, a falta de tempo e a falta de preparo durante o ensino médio. Os mesmos autores observaram também que a maior parte dos alunos veio de escolas públicas e 22% atribuíram seu baixo desempenho à falta de preparo no ensino médio. A falta de tempo foi o fator mais indicado como motivo de desempenho negativo (28%): em 2008, 33% realizavam atividades remuneradas, sendo 66% não relacionadas ao curso. Quanto ao curso propriamente, o principal fator para sua escolha foi o amplo mercado de trabalho.

NET PROMOTER SCORE (NPS)

O Net Promoter Score (NPS) é um modelo de pesquisa criado no final de 2003, por Fred Reichheld, diretor da Bain Company. O NPS refere-se a uma métrica, cuja finalidade é mensurar a satisfação e/ou fidelização dos clientes. Seu objetivo é criar uma pergunta simples destinada a auxiliar as empresas a promover relacionamentos duradouros e satisfação dos clientes. O método busca ainda

compreender como os clientes se sentem e procura levar os funcionários a sentirem-se responsáveis pela experiência do cliente. Baseado na pesquisa, as empresas identificam o nível de satisfação dos clientes. O livro sugere a seguinte pergunta: "Numa escala de 0 a 10, qual é a probabilidade de você recomendar a empresa X a um amigo ou colega?" (REICHHELD, 2011, p. 3).

Reichheld (2011) explica que, em primeiro lugar, realiza-se uma categorização dos clientes em três grupos:

Promotores: pessoas que dão notas de 9 a 10 indicam que sua vida melhorou depois do relacionamento com a empresa, comumente compram mais de uma vez e recomendam a amigos ou colegas, são leais à empresa e apresentam feedback construtivo e sugestões.

Neutros: pessoas que dão notas 7 a 8 tendem a comprar o que necessitam e nada mais, são clientes passivamente satisfeitos, não leais, praticamente não fazem recomendações e, quando fazem, é com ressalvas e sem motivação. O objetivo das empresas para os clientes neutros é melhorar seus serviços/produtos e processos para tentar transformá-los em promotores.

Detratores: pessoas que dão nota inferior ou igual a 6 indicam que sua vida piorou depois do relacionamento com a empresa. Os detratores referem-se a um grupo de pessoas insatisfeitas, decepcionadas, que se sentem consternadas pelo tratamento recebido e criticam a empresa aos seus conhecidos.

Após realizar a categorização dos clientes, parte-se para a próxima pergunta com a finalidade de compreender o que motivou o cliente a dar aquela nota. O método recomenda que as empresas façam ao menos mais um questionamento: qual é o motivo mais importante para a nota que você deu? Referente à escolha dessas perguntas, Reichheld (2011, p. 2) pontua o seguinte:

Graças à simplicidade da escala de 0 a 10, as empresas podem mensurar rapidamente os sentimentos e as atitudes de seus clientes. A segunda pergunta lhes permite saber o motivador dessa postura nas palavras dos próprios clientes evitando distorções impostas pelas repostas prontas das pesquisas de satisfação tradicionais. Na segunda pergunta o cliente tem um espaço para dar sua opinião livre de interferências que possam vir a influenciar no resultado da pesquisa. Para Reichheld (2011), a pergunta definitiva

desenvolve um sistema de gestão com três elementos principais: 1. Categorizar os clientes em promotores, neutros e detratores; 2. Criar uma métrica fácil de compreender baseada nessa categorização (estes dois pontos são os elementos básicos do NPS); 3. Motivar a organização a atuar com a finalidade de gerar mais promotores e menos detratores.

Segundo Reichheld (2011), a pergunta pode variar conforme o segmento, e o sistema é muito pouco rígido e, por essa razão, a maior parte das empresas tem usado a métrica de 0 a 10, mas essa escala não é a única. Algumas empresas usam uma escala de 0 a 5. O sistema pode variar sua métrica ou algumas palavras na pergunta, mas deve-se cuidar para não se modificar o objetivo final. O NPS pode envolver todos os departamentos das empresas, e todos devem se envolver para transformar a sua implantação em cultura organizacional. Os resultados do NPS poderão ser medidos apenas em longo prazo, uma vez que pode levar tempo para que a empresa possa realmente se envolver na missão de tornar todos os clientes em promotores. O NPS tem se mostrado uma ferramenta aliada ao Marketing de Relacionamento, mas a empresa precisará muito mais do que só conquistar o cliente para poder ter um crescimento rentável e sustentável. Ela precisará também, como Reichheld (2011) acrescenta, tomada de decisões sobre risco, precificação, inovação, gerenciamento de custos, entre outros.

METODOLOGIA

Como procedimento metodológico indispensável para operacionalizar os objetivos deste artigo, foi usado o estudo de caso que "consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados" (GIL, 2002, p. 54).

Segundo Yin (2001), o estudo de caso é uma estratégia em que o enfoque está em um fenômeno contemporâneo dentro de algum contexto de vida real. Esse procedimento foi o mais indicado, considerando-se que buscou identificar a expectativa dos alunos do 1.º período e a satisfação dos alunos do 3.º período de Ciências Contábeis do UNIPAM.

Vergara (2001) ressalta que o estudo de caso possibilita ao investigador analisar os fenômenos

ocorridos num determinado contexto, propiciando, a partir de uma estruturação teórica, coletar dados qualitativos e/ou quantitativos que se fizerem necessários para uma análise consistente do tema. As pesquisas também são classificadas de acordo com os meios a partir dos quais se buscam os dados. Nesse caso, a pesquisa voltada para os aspectos descritos do trabalho, bem como para a estruturação da revisão teórica, classifica-se como bibliográfica e de campo.

A pesquisa bibliográfica é aquela que "se baseia em livros e documentos existentes em Bibliotecas, Arquivos, Museus" (CIRIBELLI, 2003, p. 55). Atualmente, a pesquisa bibliográfica também pode ser realizada em artigos disponibilizados pela internet, desde que procedam de fontes confiáveis. Já para Rampazzo (2005, p. 53), a pesquisa bibliográfica é aquela que "procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas".

A pesquisa de campo baseia-se na observação dos fatos e como eles ocorrem na realidade. Os dados coletados nesse tipo de pesquisa podem ser obtidos por meio de entrevistas, questionários, depoimentos, relatórios, demonstrações contábeis, relatórios da administração, dados estatísticos. Segundo Ciribelli (2003, p. 55), nesta pesquisa, o investigador coleta os dados em campo, isto é, "diretamente no local em que ocorrem os fatos ou fenômenos", para fins de análise e posicionamento em relação ao objeto de estudo.

A pesquisadora solicitou permissão aos alunos para proceder à aplicação dos questionários, quando esta esclarecer os objetivos da pesquisa e identificar-se com eles. Os alunos do 1.º e 3.º períodos do curso de Ciências Contábeis do UNIPAM foram convidados a participar da pesquisa, sendo apresentadas as questões respondidas, certificando-lhe o sigilo que será mantido em relação a sua pessoa. Foram respeitados a privacidade, o sigilo e a liberdade de recusar-se a participar da pesquisa. Caso ocorresse percepção, por parte da pesquisadora, de algum sinal de desconforto, ansiedade ou constrangimento dos sujeitos, estes teriam sua abordagem/participação imediatamente encerrada.

A unidade de análise e observação foi o curso de Ciências Contábeis do UNIPAM. Os sujeitos que fizeram fazer parte do universo dessa pesquisa foram os alunos do 1.º e 3.º período do curso de Ciências Contábeis do UNIPAM. Os dados

foram coletados pela própria autora no período compreendido entre 29 de maio e 31 de maio de 2017, em horário de aula, nas respectivas salas dos alunos dos cursos mencionados.

Os dados obtidos receberam tratamento qualitativo e quantitativo. Rampazzo (2005, p. 58) diferencia o tratamento qualitativo do quantitativo. Para essa autora, a pesquisa qualitativa "busca uma compreensão particular daquilo que estuda: o foco de sua atenção é centralizado no específico, [...] almejando sempre a compreensão e não a explicação dos fenômenos estudados". A pesquisa de natureza qualitativa tenta imprimir um rigor diferente do numérico, atuando de forma mais abrangente e multidimensional, enquanto que a quantitativa utiliza-se de dados numéricos e de estatística para promover a análise de certo fenômeno.

Os dados foram tratados por meio do método Net Promoter Score, ou NPS. Reichheld (2011) explica que o cálculo para medir o NPS é realizado ao subtrair o percentual de clientes promotores (P) pelo percentual de clientes detratores (D), assim, obtendo-se o percentual líquido de promotores, que significaria o NPS.

Deve-se, então, elaborar uma pergunta de modo a alcançar dados confiáveis, oportunos e passíveis de ação, buscando saber ainda como o cliente se sente e quais medidas tomar para aumentar o número de promotores e reduzir a quantidade de detratores, melhorando-se, portanto, o indicador NPS (REICHHELD, 2011).

RESULTADOS

Esta pesquisa busca analisar se o Curso de Ciências Contábeis do UNIPAM corresponde às expectativas dos alunos do 1.º período e se promove satisfação dos alunos do 3.º período. Partiu-se da hipótese de que os acadêmicos destes períodos encontram-se plenamente satisfeitos com os serviços educacionais oferecidos referentes a este curso pela instituição em questão.

Entre os 118 alunos procedentes do 1.º período entrevistados do curso de Ciências Contábeis do UNIPAM, a maioria (54%) é do sexo feminino, e 45,8% são do sexo masculino. Grande parte dos entrevistados (77%) conta com idade entre 17 e 20 anos, enquanto 17% têm entre 21 e 25 anos, e apenas 6% têm idade superior a 25 anos.

Quanto à cidade de origem dos universitários, constatou-se que 55,1% são naturais da cidade de

Patos de Minas, seguidos por Vazante (5,1%), Varjão de Minas (5,1%), Lagoa Formosa (4,2%) e Presidente Olegário (3,4%), cidades menores situadas nas proximidades do município de Patos de Minas.

No que tange à área pretendida de atuação, 49,1% dos alunos responderam que pertencem prestar concurso público, enquanto 34,5% ainda não decidiram em que segmento atuar, e os demais pretendem montar um escritório de contabilidade (11,2%) ou trabalhar com a família (9,5%).

Marques (2016) também aplicou, em 2016, 100 questionários para alunos do curso de Ciências Contábeis do UNIPAM e, ao considerar as respostas múltiplas, observou que 48,5% dos alunos responderam que pretendem fazer concurso público, 27,3% ainda não tinham definido, 23,2% desejavam montar um escritório e 4% trabalhar com a família (escritório de contabilidade). A autora notou que, apesar de o percentual de alunos que querem fazer concursos públicos ser alto, isso não significa que seja a maioria, pois somando as outras respostas, encontrou-se uma porcentagem de 54% de pessoas que ainda podem mudar a área a seguir na Contabilidade no decorrer do curso.

De 118 questionários, obteve-se uma porcentagem de 109,2%, devido às respostas múltiplas: 54,2% afirmam que tomaram conhecimento e escolheram o curso de Contábeis através da família e de amigos; seguidos por 20,3%, que o fizeram por meio do observatório; 20,3% pela imprensa e pela internet; sendo que ainda 11,9% escolheram o curso por questões financeiras, e os demais, por outros motivos.

Segundo Marques (2016), em seu estudo realizado com alunos do curso de Ciências Contábeis do UNIPAM, em 2016, de 100 questionários obteve-se uma porcentagem de 117,5%, pois houve respostas múltiplas: a autora observou que 49,5% escolheram o curso por influência de família/amigos; 29,9%, pelo observatório; 27,8%, por imprensa/internet; e 10,3, por questões financeiras (falta de verba para outros cursos).

Na avaliação dos alunos entrevistados, como as respostas poderiam ser duplas de 118 questionários, foi constatado um somatório de 121%, sendo que 74% classificaram o UNIPAM como bom/excelente, 19% disseram que a instituição conta com uma ótima estrutura, 13% afirmaram que se trata de uma instituição conceituada, 6% consideram os professores qualificados, outros 6% acreditam que o ensino oferecido é de qualidade, e ainda 3%

falaram da busca por inovação.

Marques (2016), podendo obter respostas duplas de 100 questionários, encontrou um total de 123,4%, notando que 73,4% conceituaram o UNIPAM como bom/excelente; 22,3% concordam que a instituição tem uma ótima estrutura; 10,6% disseram que o UNIPAM é conceituado; 7,4% consideraram bons professores/profissionais qualificados; 6,4% conceituaram o ensino como de qualidade; 2,1% disseram que a instituição tem muito ética, e 1,1% dizem que o UNIPAM busca inovação. Para a autora, o UNIPAM pode aprimorar o ensino, aumentar a capacitação/didática dos professores e aumentar a inovação dentro da instituição.

No que se refere às sugestões de melhorias apontadas pelos alunos entrevistados, 21,9% não tem nada a reclamar, enquanto a principal sugestão é quanto à melhoria do valor do curso, com 16,4% dos entrevistados apontando para essa questão, seguidos pela sugestão de mais trabalhos e aulas práticas (12,3%) e mais oportunidades no bolsa social (12,3%). Ressalta-se que, de 118 questionários, foi encontrado o total de 113,7%, levando em consideração que a pergunta era aberta, contando com respostas duplas, porém, foram informados os dados mais relevantes.

Marques (2016) também observou que 24,4% disseram que não há nada a melhorar/está bom; 22% pedem ar condicionado nas salas; 12,2% sugerem melhores professores; 7,3% pedem carteiras mais confortáveis; 4,9% mais atividades de fixação; 4,9% querem que diminua o valor da mensalidade; 4,9% pedem por mais sinalização/mapas dos blocos; 2,4%, ampliar campos; 2,4%, melhor didática dos professores; 2,4%, investir em tecnologia; 2,4%, meios de ensino qualificado; 2,4%, melhor organização dos trabalhos e aulas; 2,4%, tornar o campus mais sustentável; 2,4%, melhor atendimento na secretaria; 2,4%, mais lanchonetes; 2,4%, diminuir os trabalhos para casa; 2,4%, autorizar o curso de odontologia; 2,4%, selecionar melhor os alunos. De 100 questionários foram identificados 107,3% de entrevistados, devido à presença de respostas múltiplas.

Em relação à expectativa dos alunos quanto aos professores do curso: 34,2% esperam que os professores passem o máximo de conhecimento; 17,5% almejam aprender muito com os professores; 14,9% pensam que o ensino deva ser voltado à boa formação; 12,3% acreditam que os professores devem ser capacitados. Mais uma vez encontrou-

se uma diferença de porcentagem de 135,1%, ocasionado pelas respostas duplas, sendo destacados acima os dados mais significativos.

Marques (2016) explica que o índice obtém uma variação de porcentagem por conter respostas múltiplas, chegando a 130,2%: a maioria de 40,6% espera que os professores consigam transmitir seus conhecimentos; 16,7%, que sejam bons/capacitados; 16,7% esperam auxílio para formação de ótimos profissionais; 11,5% querem clareza nas explicações; 8,3% desejam melhor didática; 6,3% esperam dedicação; 6,3%, maior interação com os alunos.

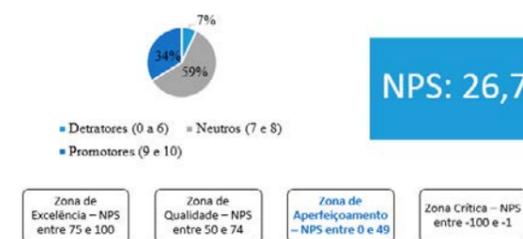
Sobre o curso de Ciências Contábeis, 34,2% esperam adquirir muito conhecimento, 30,7% têm expectativas no sentido de trabalhar na área como um bom profissional, 26,3% têm expectativas muito boas quanto ao curso, enquanto os demais dividem seus anseios entre preparar-se para o mercado de trabalho, concluir o curso rápido, ter um bom retorno financeiro, ter um bom desempenho, ter boas oportunidades depois do curso, passar em concurso público, conseguir o CRC, entre outros. Pelo fato de a pergunta ser aberta, o valor do percentual totalizou 152,6%, contendo respostas múltiplas. Novamente foram colocados os indicadores primordiais.

Marques (2016) ainda certificou que a soma de uma maioria de 63% dos alunos espera conseguir um bom emprego/boa remuneração e tornar-se um bom profissional. Como nos outros gráficos, este também possui respostas duplas, chegando a uma porcentagem de 154%.

NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ALUNOS DO 3.º PERÍODO DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DO UNIPAM 2017

Apresenta-se o nível de satisfação dos alunos do 3.º período do curso de Ciências Contábeis do UNIPAM 2017.

Gráfico 1. Avaliação do curso de Ciências Contábeis



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Reichheld (2011) explica que o cálculo para medir o NPS é realizado subtraindo-se o percentual de clientes promotores (P) pelo percentual de clientes detratores (D), e obtendo-se, assim, o percentual líquido de promotores, que significaria o NPS.

Segundo o gráfico, os entrevistados avaliaram o curso de Ciências Contábeis, e os resultados das entrevistas demonstraram que a maior parte deles (59%) classifica o curso com uma nota entre 7 e 8, enquanto 34% considera o curso como merecendo uma nota entre 9 e 10, ao passo que 7% classifica o curso entre 0 a 6.

Entre os entrevistados que atribuíram nota entre 0 a 6, considerados detratores, ao serem questionados sobre o motivo da nota, 37,5% atribuíram-na a matérias desnecessárias, 12,5%, por acreditarem que deveria haver mais disciplinas voltadas para o cotidiano do contador; 12,5% acreditam que deve se focar mais nas matérias sobre Contabilidade; 12,5% atribuem a nota ao fato de haver muitos profissionais na área; 12,5% apontaram que o curso não oferece muita prática; e 12,5% destacaram que alguns assuntos ficam vagos. Assim como os gráficos acima, o percentual somou 133,3%, pelo fato de um aluno ter mais de uma resposta.

Sobre as circunstâncias que motivaram os alunos a classificar o curso com notas entre 7 e 8, as principais sugestões para que o curso seja melhor avaliado foram: ter mais prática e simulação de situações reais (20,9%); focar mais em matérias relacionadas à Contabilidade (16,3%); melhorar a grade e a distribuição de horários (16,3%); contar com professores melhores e mais didáticos (12,8%); excluir matérias que nada acrescentam à vida profissional (10,5%). Havendo várias respostas múltiplas, o percentual resultou em 179,2%.

Questionados sobre a abordagem que utilizariam para indicar o curso de Ciências Contábeis do UNIPAM, os alunos apontaram que afirmariam principalmente as seguintes questões: ótimo curso/completo (20,6%); professores qualificados (19,0%); mercado amplo (17,5%); ótima estrutura (12,7%); ensino de ótima qualidade (9,5%), abrangência de muitas áreas (6,3%). O indicador do percentual destacou sendo 225,0%, consequência das respostas múltiplas.

Calculando o NPS dos questionários aplicados, foi obtida uma nota de 26,7%. Com esse resultado, o curso se classifica na zona de aperfeiçoamento, sendo que o maior objetivo agora é melhorar seus serviços/produtos e processos para tentar

transformar os clientes neutros em clientes promotores.

Marques (2016), ao analisar o grau de satisfação dos alunos do 3.º período do curso de Ciências Contábeis do UNIPAM, observou um resultado importante, um índice para o grau de satisfação de 4,3% encontrado no método NPS (Net Promoter Score), o que indicou que o curso de Ciências Contábeis se encontra na zona de aperfeiçoamento. A autora conclui que é importante que os dirigentes do curso em questão conheçam e adotem estratégias para ser possível alcançar a zona de excelência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado sobre a expectativa dos alunos do 1º período mostrou que a maioria dos alunos participantes da pesquisa é do sexo feminino, conta com idade entre 17 e 20 anos, é natural da cidade de Patos de Minas, pretende prestar concurso público, tomou conhecimento e escolheu o curso de Contábeis por influência da família e de amigos, classificou o UNIPAM como bom/excelente e não tem nada a reclamar. Enquanto a principal sugestão é quanto à melhoria do valor do curso, seguida pela sugestão de mais trabalhos e aulas práticas e mais oportunidades no bolsa social, a expectativa é de que os professores passem o máximo de conhecimento.

Quanto ao nível de satisfação dos alunos do 3º período, a maioria classifica o curso com nota entre 7 e 8. Entre os entrevistados que atribuíram nota entre 0 a 6, considerados detratores, ao serem questionados sobre o motivo da nota, a maioria atribuiu-o às matérias desnecessárias. Sobre as dicas para tirar nota 10, os alunos que deram notas entre 7 e 8, identificados como neutros, sugeriram aulas mais práticas, simulação de situações reais e foco em matérias relacionadas à Contabilidade. Já os alunos que deram nota entre 9 e 10, caracterizados como promotores, indicariam o curso por ser ótimo e completo, contar com professores qualificados, ter uma excelente estrutura e proporcionar um mercado amplo. Calculando o NPS dos questionários aplicados, foi obtida uma nota de 26,7%. Com esse resultado, o curso se classifica na zona de aperfeiçoamento, sendo que o maior objetivo agora é melhorar seus serviços/ produtos e processos para tentar transformar os clientes neutros em clientes promotores.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação – Sistema e-MEC. Relatório da Consulta Textual. Homepage na internet. 2017. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: abr. 2017.

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE PATOS DE MINAS. Curso de Ciências Contábeis. 2015. Disponível em: <<https://www.unipam.edu.br/graduacao/cienciascontabeis/curso.php>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

CIRIBELLI, M. C. Como elaborar uma dissertação de mestrado através da pesquisa científica. Rio de Janeiro: 7Letras, 2003.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Dados Estatísticos. Profissionais Ativos nos Conselhos Regionais de Contabilidade agrupados por Categoria. 2017. Disponível em: <<http://www3.cfc.org.br/spw/crcs/ConsultaPorRegiao.aspx?Tipo=1>>. Acesso em: abr. 2017.

FABRETTI, Láudio Camargo. Contabilidade tributária. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FISCHBORN, Nádia Heloisa; JUNG, Carlos Fernando. Perfil e expectativas de alunos de Ciências Contábeis e a relação com as demandas do mercado. Revista Eletrônica do Curso de Ciências Contábeis da FACCAT. Disponível em: <<https://contabeis.faccat.br/revista/edicao01/0003.pdf>>. Acesso em: abr. 2017.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos; FARIA, Ana Cristina de. Introdução à teoria da contabilidade para o nível de graduação. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARQUES, Luana Castro. Grau de satisfação com a utilização do método NPS (Net Promoter Score) 3º período e expectativa 1º período: caso curso de Ciências Contábeis UNIPAM. Revista do Comine, vol. 1, n. 1, 2016.

PELEIAS, Ivam Ricardo et al. Evolução do ensino da contabilidade no Brasil: uma análise histórica. R. Cont. Fin. USP, São Paulo. Ed. 30. Anos de

Doutorado. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rcf/v18nspe/a03v18sp.pdf>> Acesso em: 10 abr. 2017.

PEREIRA, Lucas Gomes; ROCHA Joseilton Silveira da; MERCÊS Robson Vieira das. Estudo exploratório sobre o perfil dos estudantes de Ciências Contábeis – UFBA. Congresso UFSC de Controladoria e Finanças. 2008. Disponível em: <<http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso/webroot/anais/2CCF/>>. Acesso em: abr. 2017.

PREIS, Bruna Regina da Silva, et al. Ensino em contabilidade: uma análise do perfil dos estudantes do curso de Ciências Contábeis quanto à sua percepção do mercado de trabalho e o seu grau de capacitação. Cadernos da FUCAMP, 12(16): 60-78, 2013. Disponível em: <<http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/cadernos/article/view/227/246>>. Acesso em: abr. 2017.

RAMPAZZO, Lino. Metodologia científica. Para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. São Paulo. Edições Loyola, 2005.

REICHHELD, Fred; MARKEY, Rob. A Pergunta Definitiva 2.0: como as empresas que implementam o Net Promoter Score prosperam em um mundo voltado aos clientes. Rio de Janeiro: Campus, 2011.

SCHMIDT, Paulo et al. Perfil dos alunos do curso de ciências contábeis de instituições de ensino do sul do Brasil. ConTexto, 12(21): 87-104, 2012. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/ConTexto/article/view/24825/pdf>>. Acesso em: abr. 2017.

VERGARA, S. C. Gestão com pessoas e subjetividade. São Paulo: Atlas, 2001.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.