

OTIMIZAÇÃO DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ALUNOS DO PROGRAMA JOVEM APRENDIZ DA CIDADE DE GOIOERÊ-PR

LEIGUS, Alisson¹

A grande maioria das empresas buscam profissionais que estão ainda em processo de educação, seja no ensino médio ou no ensino superior e o objetivo destas empresas é desenvolver estes estudantes na parte profissional, e aplicar todas as teorias aprendidas em sala de aula e aplicá-las em um processo produtivo.

E, para os estudantes da cidade de Goioerê não é diferente, uma cooperativa da região fornece essa oportunidade de aprender com a prática. As aulas são ministradas todos os sábados aos alunos que também atuam na cooperativa, de forma desenvolver o raciocínio, metodologias de trabalho e, principalmente o trabalho em equipe.

A utilização de pesquisas de satisfação é uma ferramenta importante para o aperfeiçoamento do ensino (MONKS, 1989). Com base nisso, o objetivo geral do artigo é descobrir o nível de interesse dos alunos do Programa Jovem Aprendiz, através da utilização da ferramenta de melhoria contínua, PDCA.

Esta pesquisa classifica-se como bibliográfica, estudo de caso, pesquisa qualitativa, pesquisa quantitativa, pesquisa de campo e pesquisa exploratória, e aplicação de questionários diretos. O questionário será elaborado com perguntas fechadas, em que os entrevistados assinalam alternativas, ou seja, escolhem a resposta que melhor lhes representa entre as opções.

O objetivo essencial da administração é realizar atividades através de pessoas de maneira eficiente e eficaz para que trabalhem com um único objetivo, e ao mesmo tempo satisfazer as necessidades humanas e da empresa, gerando riquezas e promovendo o desenvolvimento econômico (BERNAL, 2010).

Chiavenato (2000, p. 7), afirma que: “assim a administração é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar o uso de recursos a fim de alcançar objetivos”. Por fim, a administração é uma atividade complexa que envolve pessoas para que se consigam atingir os objetivos da organização e também para que elas possam satisfazer suas próprias necessidades. Com o objetivo principal de gerar riquezas e promover o desenvolvimento econômico, é importante que ela se mantenha competitiva, acompanhando as necessidades e desejos de seus clientes e sempre sintonizada nas principais tendências do mundo.

¹Professor do curso de Administração da Faculdade de Cafelândia – FAC. leigus@copacol.com.br.

E dentro da administração existe a ferramenta (PDCA), também chamada de Ciclo de Deming ou Ciclo de Shewhart, Planejar (Plan); Executar (Do); Verificar (Check) e agir corretivamente (Action), o PCP deve atuar e apoiar os participantes da cadeia produtiva no gerenciamento do ciclo PDCA (TUBINO, 2000), tem como objetivo promover a melhoria contínua dos processos, é baseada na repetitividade, aplicada sucessivamente nos processos, buscando a melhoria contínua para atingir as metas, esse sistema pode ser utilizado em qualquer setor de produção, sempre com o objetivo de agilizar, reduzir custos e aumentar eficiência.

A demanda de mercado é o motivo de uma empresa existir, e satisfazer os clientes deve ser o principal objetivo da empresa. Afinal, são eles os responsáveis por garantir o crescimento da organização no meio competitivo. Segundo Kotler (2000), satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa.

A expectativa do cliente, bem como sua necessidade em um determinado produto, é composta por fatores que levam o consumidor a adquiri-lo. Identificar essas expectativas e necessidades deve ser uma das tarefas mais importante para venda de um produto ou serviço. A compreensão errada da expectativa ou demanda de mercado pode levar à perda do cliente ou fechamento definitivo da empresa.

Albrecht e Bradford (1992, p. 1), ressaltam que: para que sua empresa seja bem-sucedida, você precisa vender aquilo que o cliente quer comprar; para saber o que ele quer você precisa saber quais são as suas vontades, necessidades, atitudes e tendências de compra. Portanto, é preciso executar uma abordagem sistemática para entrar em contato com seus clientes, de forma tal que esse conhecimento resulte numa vantagem competitiva no mercado.

Segundo Kotler e Armstrong (2003, p. 477), clientes muito satisfeitos produzem diversos benefícios para a empresa. Clientes satisfeitos são menos sensíveis aos preços, falam bem da empresa e de seus produtos a outras pessoas e permanecem fiéis por um período mais longo.

Com isso, conclui-se que o nível de satisfação dos alunos para com o instrutor, demonstra que, com relação ao conhecimento do assunto, administração do tempo e esclarecimento de dúvidas, obtiveram-se percentuais de até 70%, avaliados pelos alunos como muito satisfeitos, assim, como também o quesito relacionamento com o grupo e apresenta conteúdo sem sequência lógica. No quesito linguagem clara e objetiva, 50% estão muito satisfeitos, 29% responderam que estão satisfeitos e 21% responderam normal.

Conforme se verificou sobre o nível de satisfação dos alunos em relação ao material utilizado, os pontos avaliados pelos alunos foram: qualidade do material, casos e exercícios práticos, conteúdo do curso é aplicável na prática, obtiveram-se as seguintes porcentagens expressivas, praticamente 80% dos alunos estão muito satisfeitos com todos os pontos abordados, 29% responderam como satisfeitos para a qualidade do material utilizado, cerca de 21% satisfeitos com o conteúdo aplicado na prática e, em torno de 14%, como normal para casos e exercícios práticos, todas as respostas foram de percentuais positivos.

O nível de satisfação dos alunos em relação à organização do curso, a maioria deles responderam em percentuais que se dividiram em muito satisfeito, satisfeito e normal para a qualidade de equipamentos utilizados, o local do curso, assistência durante o curso e a carga horária em relação ao conteúdo, mostrando que não há nenhum aluno insatisfeito ou pouco satisfeito, nota-se que o programa do jovem aprendiz está trazendo muito conhecimento e assistência para os alunos, tanto no início de sua carreira profissional, como na aprendizagem.

Uma das questões do questionário e, que por ventura, é de extrema importância, é saber a satisfação dos alunos em relação às expectativas antes do evento, ou seja, do módulo estudado, e se as expectativas foram atendidas, demonstrando um percentual expressivo em muito satisfeito, seguido de satisfeito e uma pequena parte em normal e pouco satisfeita.

Diante disso, nota-se que foi possível avaliar o nível de satisfação dos alunos de modo a expor resultados positivos sobre todo o conteúdo abordado a respeito do módulo estudado, do instrutor, material utilizado e organização do curso, avaliando suas expectativas demonstrando que o programa do jovem aprendiz faz muita diferença na vida de alunos e adolescentes que estão entrando para o mercado de trabalho. Assim como o módulo estudado é de grande importância para o desenvolvimento de suas competências e capacidades lógicas, racionais e estatísticas, proporcionando maior desempenho de seus conhecimentos, adquirindo experiência no meio de trabalho sem deixar de aprender os conteúdos que envolvem cada módulo deste programa.

REFERÊNCIAS

ALBRECHT, Karl.; BRADFORD, Lawrence. J. **Serviço com qualidade: a vantagem competitiva**. São Paulo, 1992.

BEE, Helen. **O ciclo vital**. Porto Alegre: Artmed, 1997.

BERNAL, Anastasio Ovejero. **Psicologia do trabalho em um mundo globalizado: como enfrentar o assédio psicológico e o estresse no trabalho.** Porto Alegre: Artmed, 2010.

BRASIL. Lei n. 10.097, de 19 de dezembro de 2000. Altera dispositivos da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei n. 5.452, de 01 de maio de 1943. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 21 dez. 2000. Disponível em: 16 ago. 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

_____, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** 6ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

_____, Idalberto. **Gerenciando com as pessoas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____, Idalberto. **Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos: como incrementar talentos na empresa.** 7.ed. São Paulo: Manole, 2009.

CHURCHILL JUNIOR, G. A.; PETER, P. J. **Marketing criando valor para os clientes.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

DE TONI, D. **Administração da imagem de produtos: desenvolvendo um instrumento para a configuração da imagem de produto.** 2005. Tese (Doutorado em Administração)– Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

_____, D.; MILAN, G. S.; SCHULER, M. **Configuração de imagens de serviços: um estudo aplicado aos serviços de fisioterapia disponibilizados por um plano de saúde.** In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 24., 2005, Brasília. Anais... Campinas: ANPAD, 2005.

DEMO, Pedro. **Desafios modernos da educação.** Petrópolis: Vozes, 1998.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

_____, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. 10ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

_____, Philip.; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

MARCONI, Mariana de Andrade.; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**, 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MONKS, Joseph G. **Administração da produção**. São Paulo: Editora McGraw Hill, 1989.

SANTOS, C. F. **Contrato de emprego do adolescente aprendiz**. Curitiba: Juruá, 2003.

SLACK,N; CHAMBERS,S; HARLAND,C; HARRISON,A JOHNSTON,R. **Administração da produção**. São Paulo: Ed. Atlas S.A., 1999.

TUBINO, D. F. **Manual de planejamento e controle da produção**. 2ª Edição. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2000.

VANDERLEY, Luciano Gonzaga; KOTTWITZ, Alexandre. **A percepção do aluno de Administração em relação a si próprio, aos discentes, aos docentes e ao seu curso**. In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO, VIII, 2011. Anais online. CONVIBRA, 2011. 13 p.

WICKERT, Luciana Fim. **Desemprego e juventude**: jovens em busca do primeiro emprego. *Psicol. Cienc. Prof.*, v.26, n.2, p.258-269, 2006. Disponível em: Acesso em: 17 Ago. 2017.