

A APLICAÇÃO DA METODOLOGIA NET PROMOTER SCORE (NPS) NO CENTRO UNIVERSITÁRIO GOVERNADOR OZANAM COELHO (UNIFAGOC) COMO FERRAMENTA DE AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL DOS EGRESSOS

FERREIRA, Lavinia^a ; CIRIBELI, João Paulo^b

^a Graduanda em Ciências Contábeis pelo UNIFAGOC - E-mail laviniaferreira3531@gmail.com

^b Doutor em Administração. Professor Adjunto do UNIFAGOC - E-mail jpciri@hotmail.com

RESUMO

O presente trabalho teve por objetivo geral calcular e avaliar o NPS do UNIFAGOC, analisando, também, as respostas dissertativas fornecidas pelos egressos em um questionário aplicado. Quanto à metodologia a pesquisa foi aplicada, quantitativa, exploratória, descritiva, bibliográfica e estudo de caso instrumental. A população do estudo abrangeu 1.176 egressos formados em 2020, 2021, 2022 e 2023, já a amostra foi de 200 egressos. Com base nos resultados pode-se observar que a grande maioria dos egressos demonstra satisfação com o UNIFAGOC. Quanto ao NPS da instituição, dos cursos e dos professores pode-se concluir que, em termos gerais, os três estão na Zona de Qualidade. Contudo, apesar dos aspectos positivos, algumas críticas foram apontadas, como a insatisfação com novo sistema de ensino, especialmente no que diz respeito à transformação da modalidade integralmente presencial para uma modalidade híbrida de ensino.

Palavras-chave: NPS. UNIFAGOC. Pesquisa de Satisfação. Egresso.

1. INTRODUÇÃO

A avaliação da qualidade educacional tem se consolidado como um aspecto fundamental para o aprimoramento contínuo das instituições de ensino superior. Nesse contexto, o Net Promoter Score (NPS) tem se destacado como uma ferramenta eficaz para medir o grau de satisfação e a lealdade dos alunos em relação à instituição em que estudam ou estudaram.

Criado por Reichheld (2003), o NPS é um indicador que se baseia na simples pergunta: “Em uma escala de 0 a 10, o quanto você recomendaria esta instituição para um amigo ou colega?”. Com isso, a metodologia classifica os respondentes em três grupos: promotores, passivos e detratores, possibilitando uma avaliação quantitativa da experiência acadêmica dos estudantes. O uso do NPS, aliado à análise das respostas dissertativas dos egressos, permite uma compreensão mais ampla sobre a percepção que os alunos têm da instituição, suas práticas pedagógicas, infraestrutura e apoio à formação profissional.

Este estudo tem como objetivo geral calcular e avaliar o NPS do UNIFAGOC, analisando, também, as respostas dissertativas fornecidas pelos egressos em um questionário

aplicado. Com isso, busca-se compreender as principais áreas de satisfação e insatisfação dos ex-alunos, fornecendo dados importantes para a gestão da instituição, além de evidenciar as possíveis melhorias que podem ser implementadas no processo de ensino-aprendizagem. O NPS, ao ser combinado com uma análise qualitativa das respostas dissertativas, possibilita uma visão mais precisa e detalhada das expectativas atendidas ou não pelo centro universitário.

De acordo com a literatura, o uso do NPS em instituições educacionais é um reflexo do crescente interesse por métodos de avaliação mais diretos e acessíveis, que atendem à necessidade de monitoramento constante da experiência estudantil (Anderson, 2008). Além disso, a análise das respostas dissertativas complementa o NPS ao oferecer um espaço para que os alunos expressem suas percepções e sugestões, fornecendo dados ricos que podem influenciar mudanças significativas nas práticas institucionais (Boulding et al., 1999). Assim, este artigo pretende não apenas calcular o índice NPS, mas também interpretar as contribuições qualitativas dos egressos para uma compreensão holística da qualidade educacional no UNIFAGOC.

O principal benefício da pesquisa está relacionado ao fato de Instituição de Ensino Superior, UNIFAGOC, poder conhecer o grau de satisfação de seus egressos, e a partir desta análise propor melhorias para a instituição e/ou para os cursos de graduação. Por meio do parecer dos ex-alunos, abrindo um canal de comunicação, tratando e analisando os resultados ter-se-á insumos importantes para a IES estabelecer o seu Plano de Melhoria Acadêmica. Neste sentido a própria sociedade irá se beneficiar, pois com a melhoria dos cursos, profissionais mais bem capacitados estarão atuando no mercado de trabalho.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Aspectos conceituais da palavra egresso

De acordo com dicionário Michalis (2009), a palavra pode ser definida como a pessoa que saiu ou se afastou por tempo indeterminado, de um grupo ou comunidade. O dicionário Aurélio (2009) segue a mesma linha de pensamento definindo a palavra como a alguém que se ausentou, que se distanciou, ou que não faz parte de um grupo.

Para Pena (2000), existe uma divergência no conceito da palavra egresso no âmbito educacional. Enquanto alguns autores usam o termo para definir exclusivamente os alunos já formados, outros já abrangem com essa definição todos os ínvodos que já saíram da instituição, seja por formatura, desistência, transferência ou até mesmo jubilados.

Ferreira (2004) define o conceito de egresso no âmbito educacional como o aluno que cumpriu toda a grade curricular de um curso de graduação ou pós-graduação e obteve uma titulação em certa área de conhecimento.

2.2 Acompanhamento e relacionamento junto aos egressos

As IES (Instituições de Ensino Superior) desempenham importantes atividades na formação de profissionais para o mercado de trabalho. Elas devem ser efetivas ao solucionar os problemas que surgem no dia a dia através de formação de profissionais que atendam aos requisitos exigidos pelo mercado (Louzada; Martins, 2005). As instituições educacionais precisam ser dinâmicas capazes de identificar e atualizar os currículos dos cursos oferecidos com intuito de acompanhar as mudanças impostas pela sociedade de forma a tornar o processo de ensino compatível com o exigido no dia a dia dos alunos (Caixeta, 2010).

Louzada e Martins (2005) entendem que é importante um relacionamento duradouro com os egressos da instituição com intuito de haver uma troca de informações para que se chegue a um padrão satisfatório de exigência de qualidade dos profissionais formados para o mercado de trabalho.

O egresso enfrenta em seu cotidiano situações em que os levam a confrontar as competências desenvolvidas, no exercício das atividades profissionais. A partir daí cabe a instituição realizar o acompanhamento dos egressos para avaliar a adequação pedagógica dos cursos vivenciados, bem como os aspectos intervenientes no processo de formação acadêmica (Meira; Kurcgant, 2009).

De acordo com Kunz (1999), a Universidade tem como função principal formar um cidadão, desenvolvendo sua consciência crítica, contribuindo para o desenvolvimento humano, para o bem-estar da sociedade, para o bom funcionamento das relações sociais, para a reflexão dos valores. Os objetivos da Universidade são mais amplos do que aqueles esperados pela maioria dos agentes presentes no mercado de trabalho. Por outro lado, a Universidade não pode se manter independente daquilo que lhe dá a razão de existir: a formação de novos profissionais.

Brito (2008), diz que o currículo de um curso deve ser construído não apenas atendendo os requisitos do MEC, mas atendendo a necessidade da realidade o qual ele está inserido. Deve atender o esperado no sentido profissional do curso, mas também as características regionais o qual está inserido. Analisando em um nível macro, o modelo de formação profissional deve ser pensado de maneira integrada ao contexto da sociedade brasileira e em um nível micro, deve atender as realidades mais específicas de cada curso e

regionais de cada instituição. Nesse contexto, o acompanhamento de egressos permite que a instituição atualize o currículo dos cursos ofertados de acordo com o necessitado pelo mercado e com a percepção dos egressos.

Nesse sentido em 2004, foi criado o Sistema Nacional da Educação Superior (SINAES) que trouxe importantes medidas de auto regulação das instituições de ensino superior, incluindo acompanhamento de egressos (Brasil, 2004). Com a criação dessa lei o Ministério da Educação determina que todas as instituições de ensino superior realizassem um acompanhamento efetivo dos egressos, e que elas se comprometessem não somente com a formação do aluno durante a graduação, mas também com a integração do profissional com o mercado de trabalho e atender as necessidades profissionais exigidas (Caixeta, 2010).

As políticas de atendimento aos egressos, previstas pelo SINAES, permite a criação de sistemas de relacionamento com os antigos alunos. Possibilita registro de informações dos egressos, acompanhamento de sua trajetória e interação entre a instituição e egresso. Além de permitir informações que subsidiem o planejamento estratégico da instituição de ensino. Algumas instituições oferecem serviços onde conseguem manter relacionamento constante com o egresso, por exemplo permitir o acesso a biblioteca universitária em caráter permanente, recebimento semanais de eventos programados. Isso permite que o egresso se aproxime da instituição e utilize das estruturas para potencializar suas atividades profissionais (Silva; BezerRA, 2015).

Sendo assim define - se acompanhamento de egressos como:
o conjunto de políticas e programas que as instituições de ensino superior desenvolvem para monitorar a necessidade de formação continuada dos seus alunos formados e aproximação das instituições com o mercado de trabalho que pretende atender de acordo com a formação dos profissionais. (Caxeta, 2010, p. 20)

Considerar as opiniões dos egressos permite a identificação de omissões e equívocos que estão sendo cometidos no processo de formação. Assim o acompanhamento de egressos permite sinalizar as necessidades de formação identificadas pelos ex-alunos, mas também as necessidades de mudanças e atualizações pedagógicas dos cursos a partir da relação com o mercado de trabalho.

3 METODOLOGIA

3.1 Classificação metodológica

A pesquisa é classificada como aplicada, pois, tem interesse prático na aplicação dos resultados na solução de problemas que acontecem na realidade (Vilaça, 2010) e possui abordagem quantitativa, uma vez que "é apropriada para medir tanto opiniões, atitudes e preferências como comportamentos" (Zanella, p. 89, 2006).

Quanto aos fins, a pesquisa classifica-se como exploratória e descritiva. As pesquisas exploratórias são realizadas, em áreas onde há pouco conhecimento acumulado e sistematizado (Vergara, 2010). Descritiva por buscar descrever as características de determinada população ou fenômeno, estudar as características de um grupo, proporcionar uma nova visão do problema, e são também as mais requeridas por instituições educacionais (Gil, 2009).

Quanto aos meios, a pesquisa classifica-se como bibliográfica e estudo de caso instrumental. Com base nas leituras realizadas, estabeleceu-se um modelo teórico de referência sobre o tema em questão, que pôde ser utilizado como material para análise da pesquisa (Vergara, 2010). O estudo de caso instrumental, em sua finalidade, busca compreender e otimizar um caso, pelo interesse em promover algo mais amplo, uma vez que ele pode fornecer *insights* sobre um contexto. (Mazzotti, 2006).

3.2 Procedimentos metodológicos

Para o tratamento dos dados foi utilizada a metodologia NPS, que possui uma pergunta base denominada: "Qual é a probabilidade de você recomendar a empresa X para um amigo ou colega?" Entretanto, para Reichheld e Markey (2012), esta pergunta pode ser adaptada de acordo com as configurações da empresa. Para realizar a pesquisa, será elaborado um questionário, contendo 03 perguntas fechadas do tipo NPS com alternativas de resposta que fariam numa escala numérica de 0 a 10 (ver Quadro 1).

Quadro 1 – Perguntas adaptadas conforme a metodologia NPS

Pergunta N°	Pergunta realizada
1	Em uma escala de 0 a 10 qual a probabilidade de você recomendar os Professores do UNIFAGOC para um amigo ou colega?
	Qual o motivo mais importante para nota que você deu?
2	Em uma escala de 0 a 10 qual a probabilidade de você recomendar o curso de xxxxxxxxxxxx para um amigo ou colega?
	Qual o motivo mais importante para nota que você deu?
3	Em uma escala de 0 a 10 qual a probabilidade de você recomendar o UNIFAGOC para um amigo ou colega?
	Qual o motivo mais importante para nota que você deu?

Fonte: Elaborado pelos autores

Também foram consideradas outras 5 perguntas de multiplaescolha no questionário para identificação do perfil dos respondentes, bem como sua situação profissional atual.

O questionário foi aplicado nos meses de julho e agosto de 2024, via link do Google Forms enviado por e-mail aos egressos. O processo foi totalmente sigiloso, sem identificação dos respondentes, seguindo a recomendação do Ofício Circular Nº 2/2021/CONEP/SECNS/MS, além do envio ter sido feito na forma de lista oculta.

Ao clicar no link do *Google Forms*, na parte inicial do questionário, foi disponibilizado um link para o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) com todas as informações necessárias e a seguinte expressão “Para baixar o TCLE no formato pdf clique neste link ”, após havia também a seguinte pergunta “Você concorda com o termo acima?” e as seguintes alternativas de resposta “sim” ou “não”. Caso o respondente marque “sim” ele passará para a próxima pergunta” caso marque “não” as respostas não serão consideradas.

Observando as recomendações da Carta Circular nº 1/2021-CONEP/SECNS/MS será resguardado aos respondentes o direito de não responder qualquer questão, sem necessidade de explicação ou justificativa para tal, podendo também se retirar da pesquisa a qualquer momento.

Para o cálculo amostral, considerou-se um erro de 5%, e confiabilidade de 95%, que segundo Barbetta (2007), gera um alto nível de credibilidade nos resultados para amostra aleatória simples. A população de estudo abrangeu 1.176 egressos formados em 2020, 2021, 2022 e 2024, já a amostra foi de 200 egressos.

Tabela 1: Número de egressos do UNIFAGOC¹

ANO	NÚMERO DE EGRESSOS
2020	240
2021	301
2022	300
2023	335
TOTAL	1176

Fonte: UNIFAGOC, 2024

¹ Para o cálculo do número de egressos do UNIFAGOC não foram considerados os alunos do curso de Medicina, por dois motivos: o curso possui uma dinâmica de funcionamento diferente dos demais cursos, o que poderia enviesar a pesquisa, o outro motivo é o fato de já haver uma pesquisa de acompanhamento dos egressos realizada pelo curso em conjunto com a Comissão Própria de Avaliação - CPA.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo, foi realizada uma análise dos resultados obtidos a partir das respostas fornecidas pelos egressos formados nos anos de 2020, 2021, 2022 e 2023. A análise ocorreu de forma comparativa a cada ano e permitirá uma melhor compreensão do cenário dos egressos da instituição, com vistas a contribuir para o aprimoramento das estratégias de transição da IES para o mercado de trabalho.

Na Tabela 2 estão identificados o número de respondentes por curso e por ano, ao todo 200 egressos responderam ao questionário, sendo que os cursos com maior número de respondentes foram Direito, Pedagogia, Administração e Psicologia.

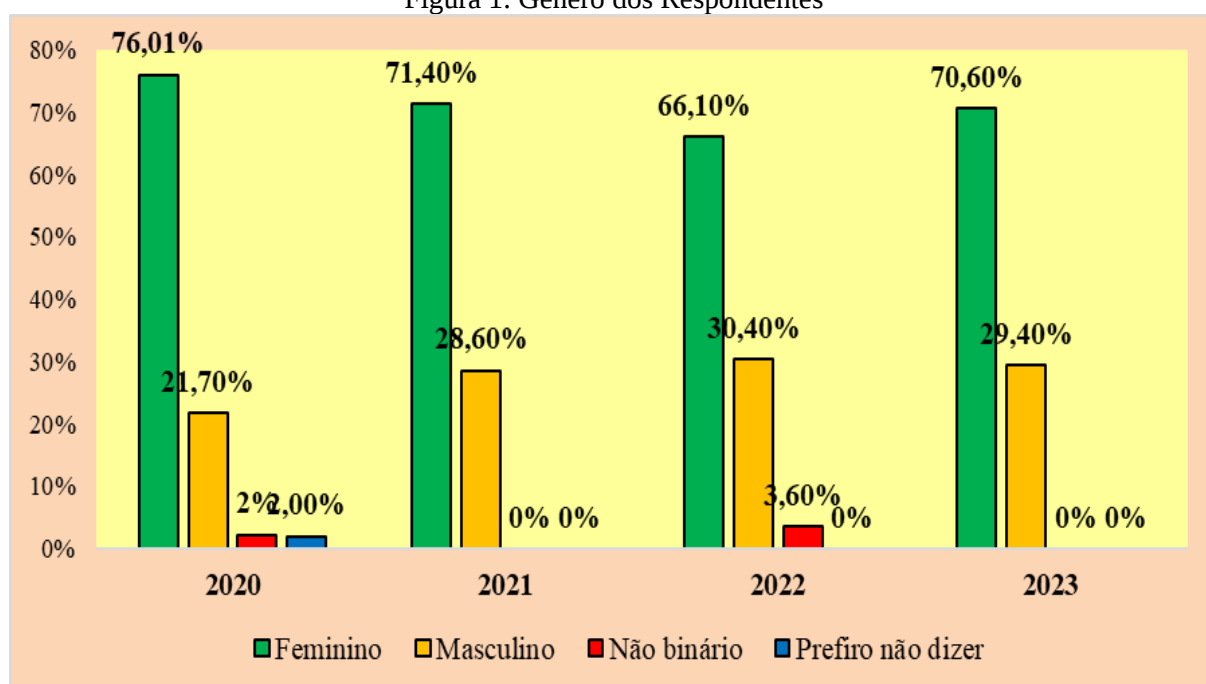
Tabela 2: Número de respondentes por curso e ano

CURSO	2020	2021	2022	2023	TOTAL
ADMINISTRAÇÃO	2	6	6	7	21
CIÊNCIAS CONTÁBEIS	3	3	4	5	15
DIREITO	9	14	21	7	51
EFI, BACHARL E LICENCIATURA	2	6	2	3	13
ESTÉTICA E COSMÉTICA	0	0	2	6	8
ODONTOLOGIA	0	0	1	4	5
PEDAGOGIA	20	11	13	5	49
PSICOLOGIA	5	5	6	3	19
ED. ESPECIAL E INCLUSIVA	1	0	0	2	3
CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO	3	2	1	1	7
JORNALISMO				3	3
NUTRIÇÃO				2	2
ENFERMAGEM				4	4
TOTAL	45	47	56	52	200

Fonte: Dados da pesquisa

Tratando dos resultados comparativos ano a ano, e considerando a metodologia NPS é possível perceber na Figura 1 o perfil dos respondentes com base no gênero. Nota-se que em todos os 4 anos avaliados o gênero feminino foi predominante, com porcentagens que variam de 66,10% (em 2022) a 76,01% (em 2020).

Figura 1: Gênero dos Respondentes



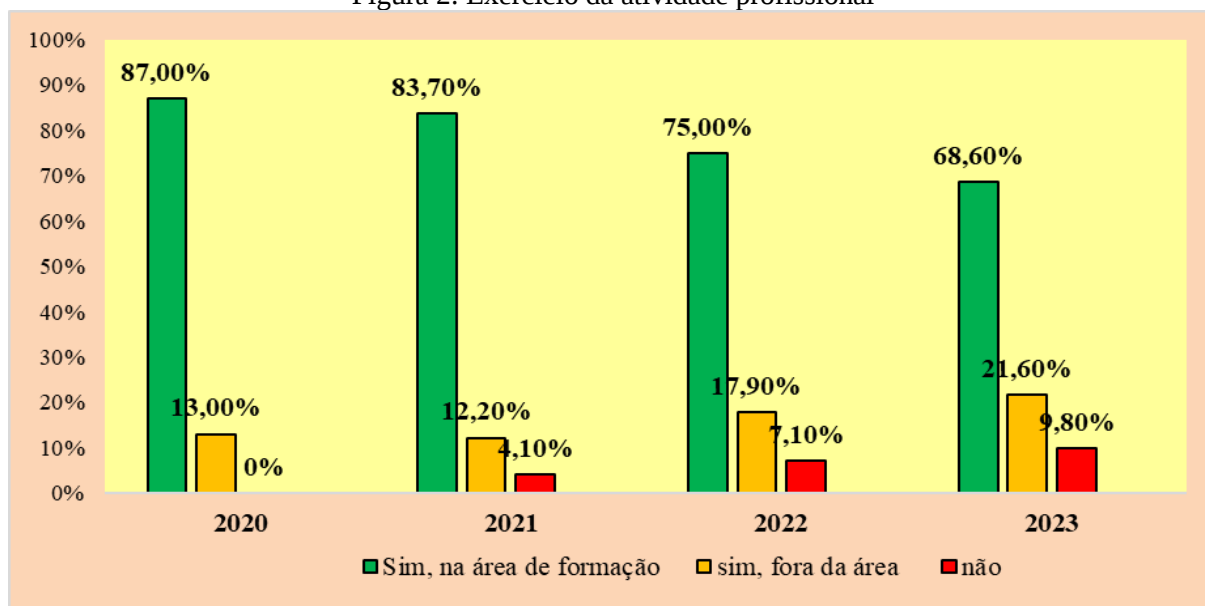
Fonte: Dados da pesquisa

Ainda sobre os resultados, a Figura 2 ilustra a distribuição de egressos conforme sua inserção no mercado de trabalho, classificando-os em três categorias: “atuação na área de formação”, “atuação profissional fora da área de formação” e “não trabalha atualmente”.

Pela figura é possível perceber que a grande maioria dos respondentes estão trabalhando na área de formação, com variações de 68,60% (em 2023) a 87,00% (em 2020). Quanto aos que atuam fora da área de formação pode-se perceber que o menor percentual foi no ano de 2021 (12,20%) e o maior percentual em 2023 (21,60%). Outro dado que chama a atenção é o número de egressos que não estão no mercado de trabalho, com variação crescente de 2020 (0,00%) a 2023(9,80%).

A justificativa para o maior número de egressos não estarem trabalhando nos anos mais recentes, bem como o número de egressos que atuam fora da área de formação, pode recair sobre o fato de terem se formado há pouco tempo, 01 ano e 02 anos, respectivamente.

Figura 2: Exercício da atividade profissional

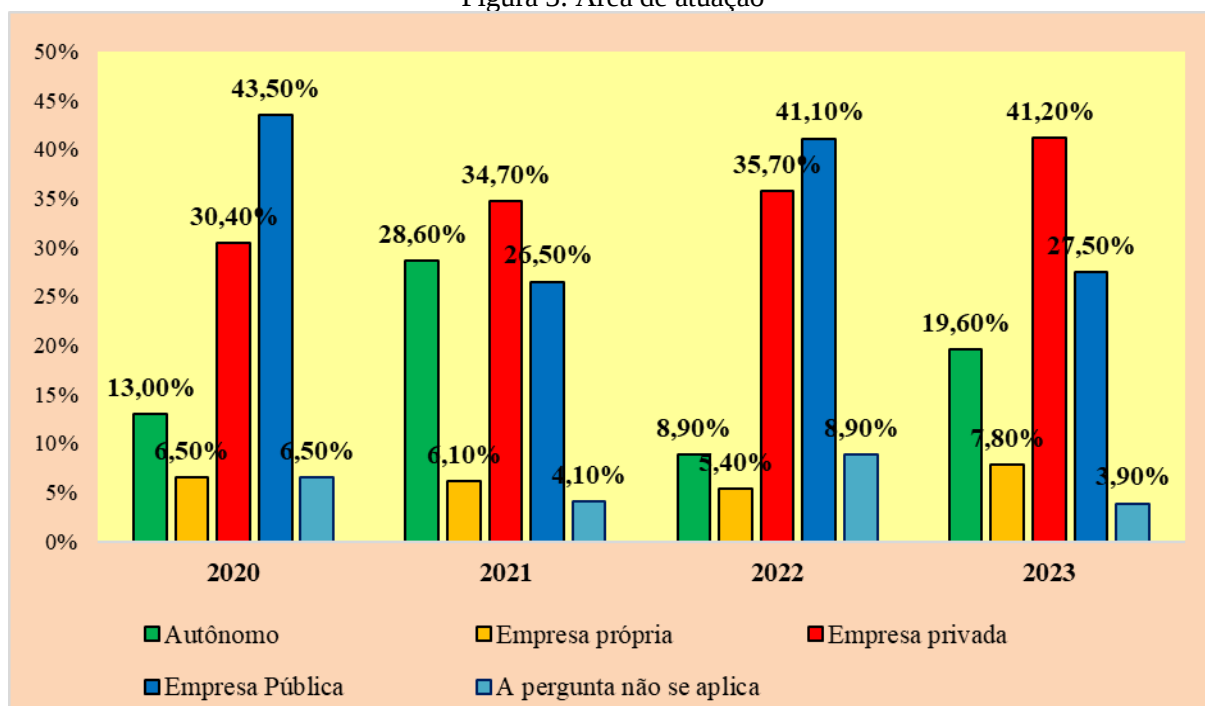


Fonte: Dados da pesquisa

A análise da Figura 3 revela que, em 2020, a maioria dos egressos optou por atuar em empresas públicas, possivelmente devido ao maior tempo desde a formação, permitindo maior preparação para concursos públicos. Outro fator que pode justificar é o grande número de respondentes serem da pedagogia, que em geral atuam na rede pública municipal de ensino.

Já em 2023, observa-se uma predominância de egressos empregados no setor privado, essa tendência evidencia a influência do estágio na formação e nas condições econômicas relacionadas à empregabilidade dos respondentes.

Figura 3: Área de atuação

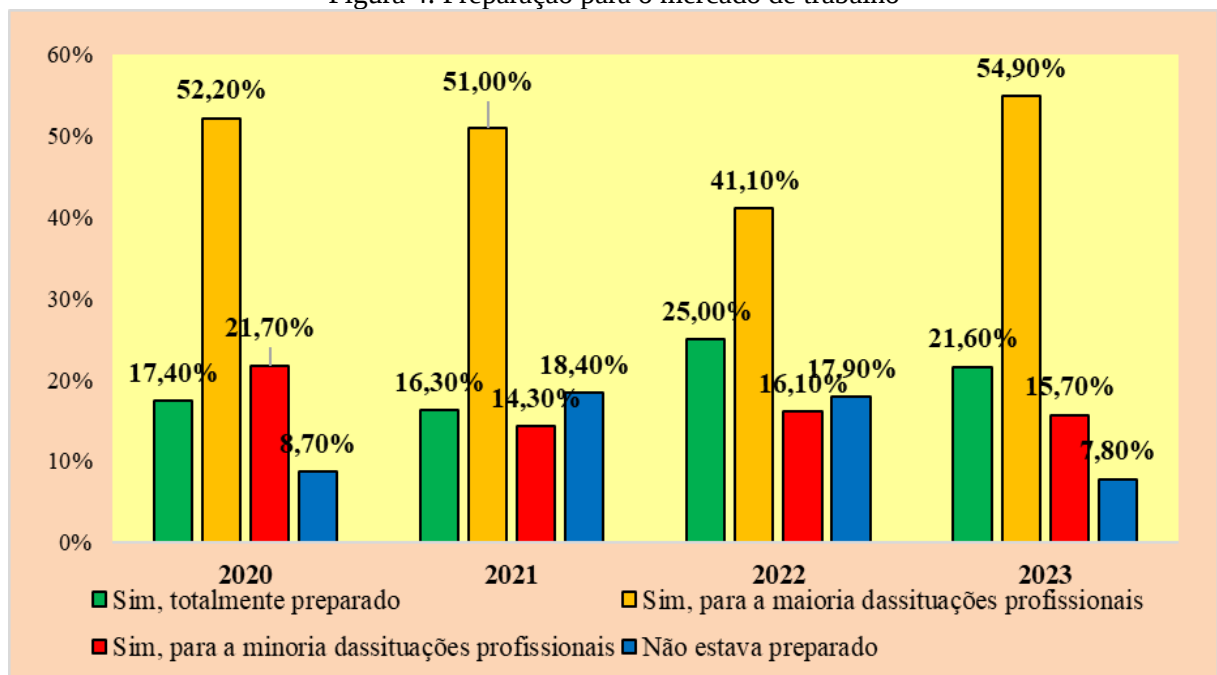


Fonte: Dados da Pesquisa

A Figura 4 demonstra que a grande maioria dos egressos (em torno de 70%) se sentiram “totalmente preparados” ou “preparados para a maioria dos casos” quando se formaram. No entanto existem uma parcela considerável de respondentes que afirmaram não estar preparados para o mercado de trabalho, com variações de 7,80% (em 2023) e 18,40% (em 2021).

Cabe ressaltar que nos de 2021 e 2023 o número mais elevado de respondentes que não se sentiam preparados para o mercado de trabalho pode ser explicado, em partes, pela pandemia da Covid-19. Além disso, observa-se que 2023 apresentou o menor índice de egressos que se consideraram despreparados para o mercado de trabalho, com apenas 7,80%. Nesse mesmo ano, a instituição alcançou o maior percentual dos últimos quatro anos de profissionais que se sentiram “preparados para a maioria das situações profissionais”, atingindo 54,90%. Esses dados sugerem uma possível recuperação na qualidade da formação acadêmica, com impactos positivos na percepção de preparo dos egressos.

Figura 4: Preparação para o mercado de trabalho

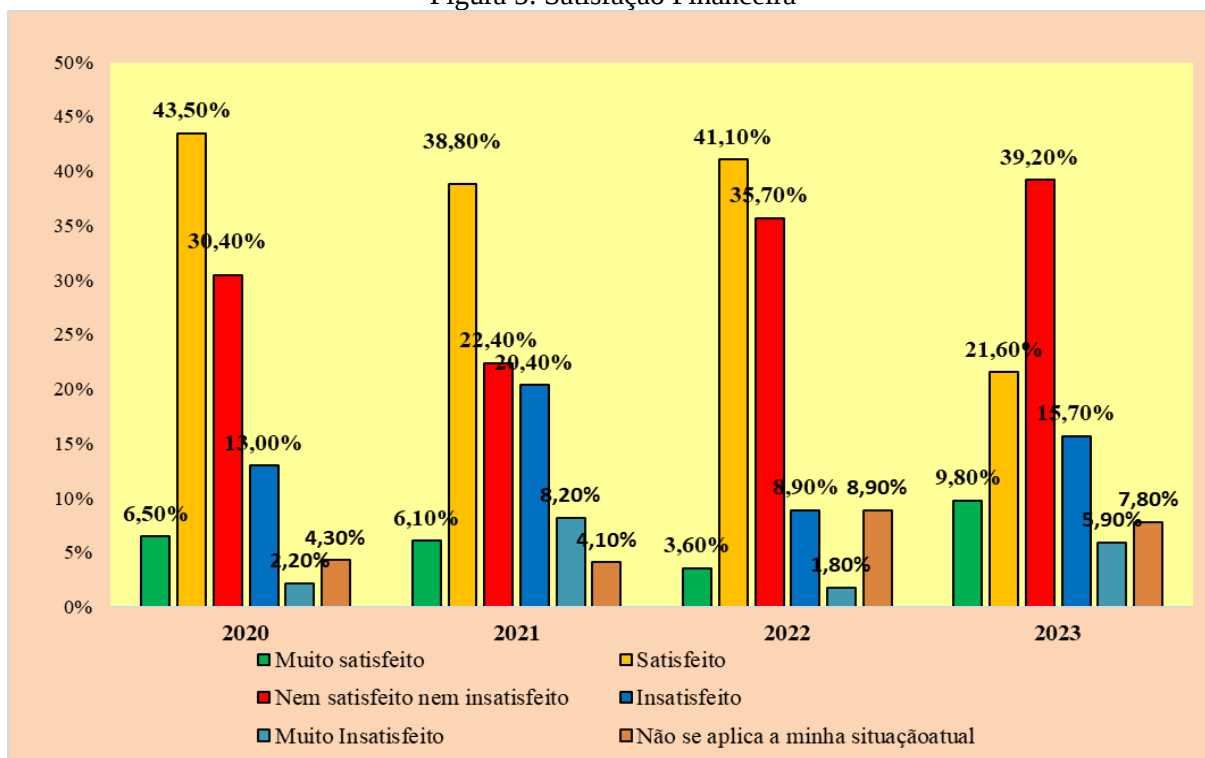


Fonte: Dados da pesquisa

A Figura 5 identifica dados relacionados à satisfação dos egressos frente aos salários no período de 2020 a 2023. Em 2020, observa-se que foi o ano em que a maior proporção de egressos se declarou “satisfeito” com os salários.

Esse pico pode ser explicado pelo maior tempo de atuação no mercado de trabalho, permitindo que os profissionais adquiram mais experiência. A experiência acumulada ao longo dos anos geralmente leva a um melhor desempenho e, consequentemente, a um salário mais elevado.

Figura 5: Satisfação Financeira

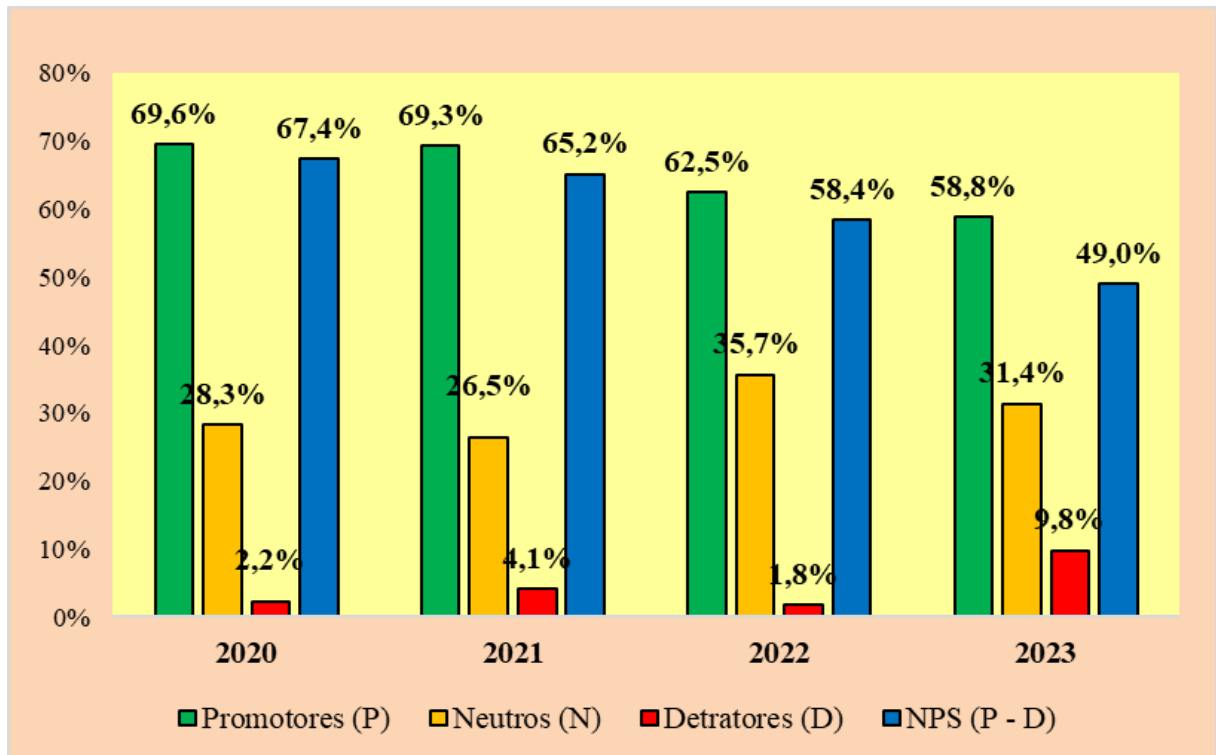


Fonte: Dados da pesquisa

A Figura 6 retrata a análise do *Net Promoter Score* (NPS) referente a avaliação do **corpo docente** desta instituição nos anos de 2020, 2021, 2022 e 2023, evidenciando um desempenho predominantemente positivo.

Aproximadamente 60% das avaliações (média simples do NPS) referente aos professores situam-se na faixa de notas 9 ou 10, categorizadas como promotoras, segunda a metodologia NPS. Esses resultados indicam uma elevada satisfação dos discentes com o corpo docente.

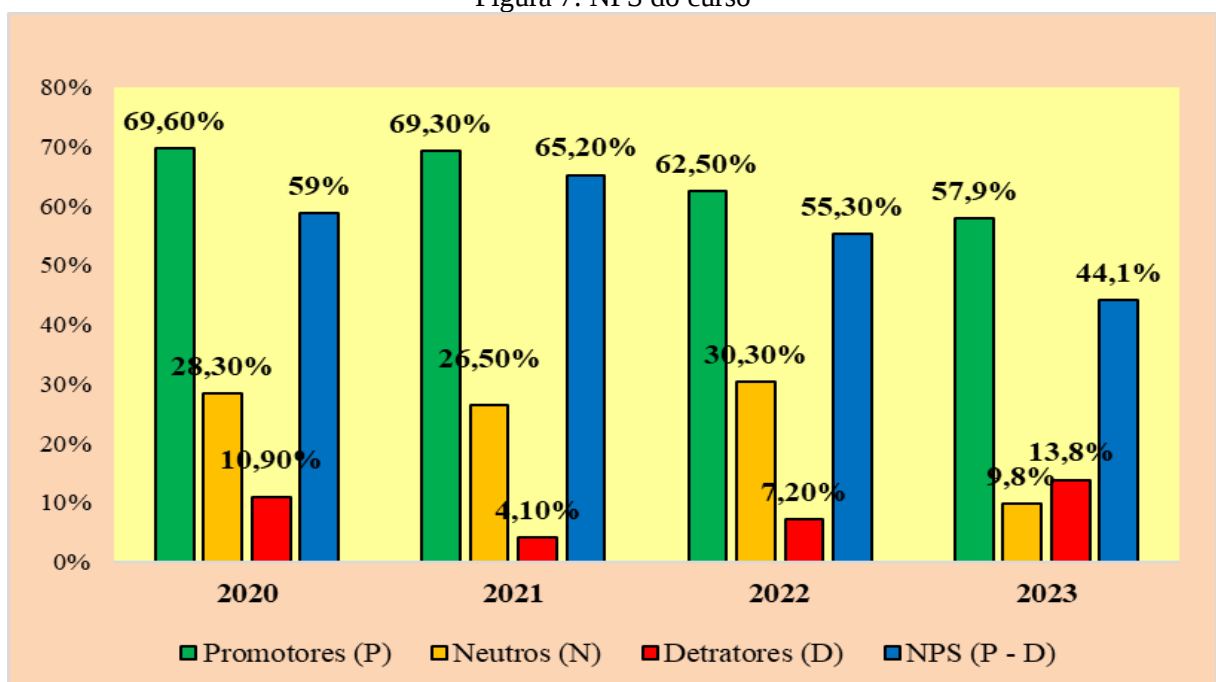
Figura 6: NPS dos professores



Fonte: Dados da pesquisa

Na Figura 7 estão identificados os NPS's dos **cursos** de graduação nos anos de 2020 a 2023, com variações que foram de 44,1% em 2023 a 65,2% em 2022. Mesmo em situação de pandemia, os anos mais bem avaliados foram os de 2021 (65,20%) e 2020 (59,00%)

Figura 7: NPS do curso

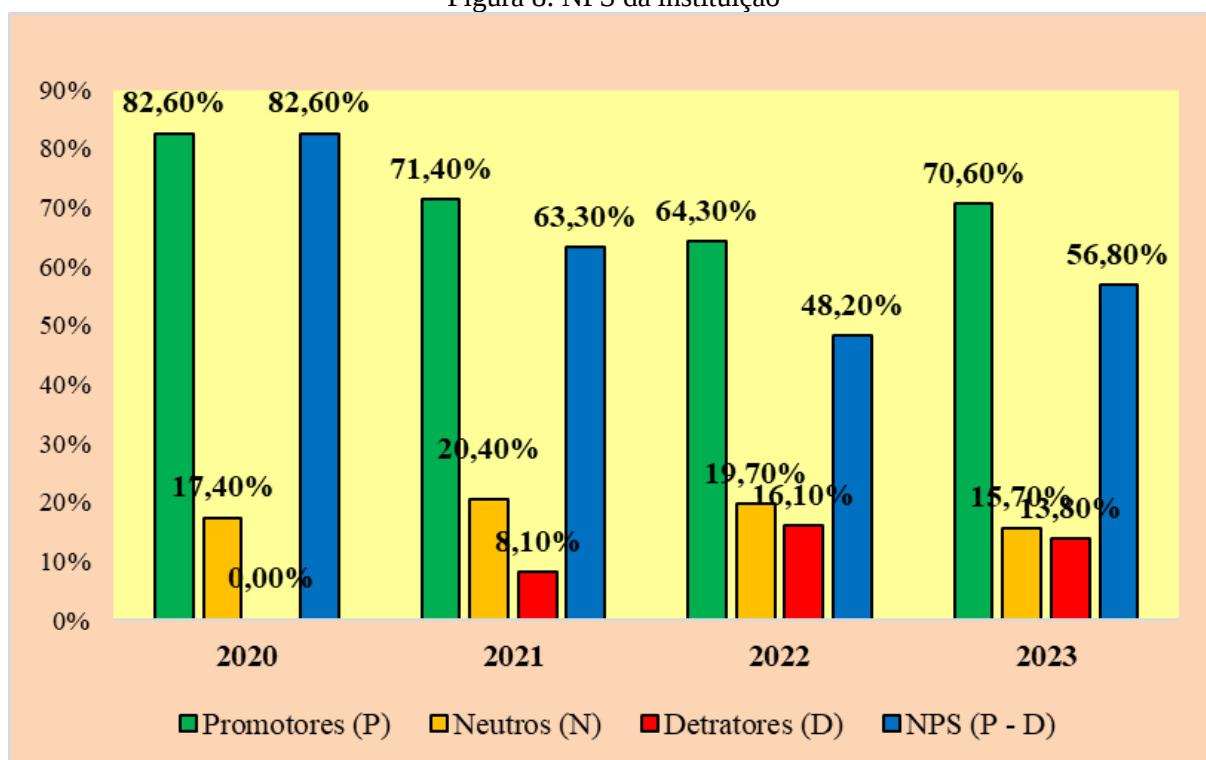


Fonte: Dados da pesquisa

Os dados da Figura 8 indicam que a **instituição** apresentou um excelente desempenho em 2020, contudo observa-se uma queda nos anos seguintes, saindo de 82,60% em 2020 para 48,20% em 2022. No ano seguinte (2023) houve uma recuperação parcial, onde o NPS sobe para 56,80%, retornando a IES à Zona de Qualidade.

Apesar do NPS menor em 2022, a instituição demonstrou resiliência e capacidade de adaptação, recuperando seu NPS em 2023. Nesse ano, houve um aumento de 8,6% de seu NPS em relação ao índice de 2022. Essa melhoria pode refletir o retorno às atividades presenciais, bem como ajustes realizados pela instituição para aprimorar a experiência educacional e retomar a confiança dos alunos.

Figura 8: NPS da instituição



Fonte: Dados da pesquisa

APONTAMENTOS DISSERTATIVOS DOS EGRESSOS PROMOTORES E DETRATORES

A análise das respostas dissertativas dos egressos do UNIFAGOC sobre a qualidade do curso e da instituição revela uma impressão positiva sobre a formação acadêmica recebida, evidenciando um impacto significativo tanto na vida profissional quanto pessoal dos alunos. As diversas opiniões destacam aspectos importantes da experiência acadêmica, como a competência dos docentes, a qualidade da infraestrutura e a importância do acompanhamento

contínuo oferecido pela instituição. No entanto, ao mesmo tempo, surgem elementos que podem ser aprimorados, com base nas respostas que refletem tanto satisfação quanto a necessidade de ajustes, tal como será identificado na parte dissertativa dos detratores.

Primeiramente, a maior parte dos egressos expressa um sentimento de gratidão e reconhecimento em relação ao UNIFAGOC, enfatizando a transformação que a instituição provocou em suas vidas. A satisfação com a qualidade do ensino é um ponto recorrente nas respostas, especialmente em relação ao conhecimento. Egressos como o número 6 destacam a combinação entre teoria e prática, principalmente por meio de projetos integradores, que possibilitaram a preparação para os desafios do mercado de trabalho. Esse *feedback* confirma a relevância da metodologia aplicada pela instituição, que vai além da simples transmissão de conteúdo, ao fomentar o desenvolvimento de habilidades essenciais, como o pensamento crítico e a capacidade de aplicar conhecimentos em contextos reais.

Outro aspecto ressaltado por diversos egressos foi a qualidade dos professores e a oportunidade de aprender com mestres, doutores e especialistas na área, conforme mencionado pelos alunos 2 e 13. A competência dos profissionais da instituição parece ter sido um fator fundamental para o sucesso da formação. A presença de professores altamente qualificados, que se dedicam ao processo de ensino e aprendizagem, é apontada como essencial para a conquista de uma formação de excelência. Além disso, o vínculo contínuo entre a instituição e seus ex-alunos, evidenciado pela continuidade de suporte e orientação, também surge como um ponto positivo. Egressos como o número 14 destacam a importância dessa relação duradoura, que contribui para o crescimento profissional e a manutenção de um canal de comunicação com a instituição.

Além disso, a infraestrutura do centro universitário é mencionada de forma positiva por alguns egressos, com destaque para as condições oferecidas para os estudos, estágios e desenvolvimento de habilidades específicas nas áreas de atuação. A boa estrutura da instituição, como a mencionada pelo aluno 10, reflete um ambiente propício ao aprendizado, o que é considerado um diferencial importante para quem busca uma formação de qualidade.

A seguir estão identificadas as respostas de alguns dos respondentes sobre a IES, neste caso trata-se dos promotores, ou seja, egressos que avaliaram positivamente a instituição.

Unifagoc foi e é para mim a melhor universidade, tanto para ingressar na área profissional quanto experiência, vale e valeu com certeza a formação (Egresso 1, 2023)

Tenho uma imensa satisfação de ter tido a oportunidade de cursar pedagogia no unifagoc, foi a realização de um sonho, contei com o apoio de

mestres, doutores e especialistas, o unifagoc foi e é o responsável pela minha formação e a minha capacitação de exercer a profissão que eu escolhi para viver o resto da minha vida. (Egresso 2, 2023)

Representou a realização de um sonho e proporcionou ampliar meus horizontes (Egresso 3, 2023)

Representou um marco histórico da minha formação acadêmica, foi onde tive oportunidade de crescer profissionalmente e aprender o que sei hoje! (Egresso 4, 2023)

Grande base para os estudos referente ao direito (Egresso 5, 2023)

A faculdade desempenhou um papel crucial na minha formação profissional. Ela não só forneceu o conhecimento técnico necessário para a minha área, mas também me ajudou a desenvolver habilidades essenciais, como o pensamento crítico. A combinação de teoria e prática, especialmente com o Projeto Integrador, me preparou para enfrentar os desafios do mercado de trabalho em diversas áreas. Não é à toa que, para minha segunda graduação, a escolha, sem dúvidas, foi a UNIFAGOC. (Egresso 6, 2023)

Foi um divisor de água em minha vida, hoje posso ir para qualquer lugar, tenho uma profissão, uma boa formação. (Egresso 7, 2023)

Sou extremamente grata por tudo que aprendi na UNIFAGOC, ingressar na instituição mudou a minha vida (Egresso 8, 2022)

Estudar na UNIFAGOC foi uma experiência incrível, com muitas vivências e experiências maravilhosas. Desde os estudos até os estágios. (Egresso 9, 2022)

A Unifagoc contribuiu bastante para a minha formação, tem uma ótima estrutura para os estudantes! (Egresso 10, 2022)

Proporcionou uma educação especializada, onde pude desenvolver habilidades valiosas e pude aumentar as chances na busca de emprego na área em que escolhi atuar. (Egresso 11, 2021)

Divisor de águas, realização emocional e profissional (Egresso 12, 2021)

O curso de Pedagogia do UNIFAGOC contribuiu significativamente para a minha formação, pois concedeu uma base sólida em teorias e práticas educacionais, me capacitando para desenvolver habilidades pedagógica e me tornar a profissional que sou hoje. (Egresso 13, 2021)

Durante e após minha formação, sempre testemunhei o comprometimento e a dedicação dos profissionais da instituição, estabelecendo vínculos que perduram ao longo dos anos. Eles mantêm contato contínuo, acompanham nossa trajetória profissional e estão sempre dispostos a oferecer suporte e orientação quando necessário. (Egresso 14, 2020)

Muito bom, profissionais muito competentes. (Egresso 15, 2020)

Entrar na faculdade e escolher o UniFagoc mudou a minha vida profissional para melhor. (Egresso 16, 2020)

A Instituição é composta pelos melhores cursos e, professores extremamente qualificados e especializados para ensinar, ajudar, apoiar e e nos fazer acreditar que podemos ser melhores e capazes a cada dia. (Egresso 17, 2020)

As respostas dos egressos do UNIFAGOC que apresentam críticas à instituição e aos seus cursos indicam algumas áreas em que ajustes são necessários para aprimorar a experiência acadêmica e profissional dos alunos. Esses detratores revelam preocupações sobre a metodologia de ensino, a infraestrutura de estágios e as oportunidades de desenvolvimento extracurricular, apontando que, apesar das qualidades da instituição, há pontos que merecem atenção para melhorar a formação oferecida.

Um dos aspectos mais mencionados pelos egressos críticos é a questão do novo sistema de ensino adotado, que, segundo eles, transformou a instituição em uma modalidade de Ensino a Distância (EAD). Um aluno, por exemplo, afirma que o sistema "*só transformou a faculdade em uma EAD menos pior que as demais*", o que sugere que a mudança para métodos mais digitais e a flexibilização do ensino, embora moderna, não atendeu às expectativas de todos. Isso indica uma possível inconsistência em adaptar os métodos de ensino ao perfil dos alunos, que podem preferir uma experiência mais presencial ou com maior interação direta com os docentes.

Além disso, outro ponto frequentemente mencionado é a falta de oportunidades de estágio e de atividades práticas. Um egresso mencionou especificamente a necessidade de "*mais locais para fazer estágio*", o que aponta para a carência de uma rede de parcerias entre a universidade e o mercado de trabalho. Embora os cursos ofereçam uma carga horária de prática, como mencionado por um outro aluno, o número de atividades práticas ainda é considerado insuficiente. Para sanar essa lacuna, seria importante que o centro universitário investisse em parcerias com empresas e órgãos públicos, ampliando as possibilidades de estágios supervisionados e estágios extracurriculares que complementem a formação acadêmica.

Por fim, a questão de custos e descontos também foi levantada, com um aluno sugerindo que a instituição deveria investir mais em programas de bolsas e descontos. A pressão financeira é uma realidade para muitos estudantes, e a oferta de condições mais acessíveis pode ser um fator crucial para garantir que mais alunos possam se beneficiar da educação oferecida pelo UNIFAGOC, sem que isso comprometa sua estabilidade financeira.

Na sequência estão as respostas de alguns dos detratadores dos anos de 2021, 2022 e 2023, os egressos de 2020 não manifestaram, de forma dissertativa, críticas em relação à instituição.

Parar com o novo sistema, só transformou a faculdade em uma EAD menos pior que as demais. (Egresso 18, 2023)

Ter mais locais para fazer estágio (Egresso 19, 2023)

Ter mais prática, sei que tem carga horária, mas senti falta de aulas práticas. Teve, mas, muito pouco. (Egresso 20, 2023)

Deveria haver um maior investimento em atividades fora da sala de aula como iniciação científica e projetos de extensão (Egresso 21, 2022)

investir em um programa de recrutamento para estágio de recém formados (Egresso, 2022)

Desconto e bolsas de descontos (Egresso 22, 2022)

Acredito que a forma como são as provas é um ponto fraco, estive no período anterior e durante o modelo INOVA e posso afirmar que quando eram provas separadas por disciplinas em dias diferentes era bem melhor. (Egresso 23, 2021)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste artigo foi calcular e avaliar o *Net Promoter Score* (NPS) do UNIFAGOC, além de analisar as respostas dissertativas fornecidas pelos egressos por meio de um questionário. A análise das respostas permitiu não só compreender a satisfação geral dos ex-alunos com a instituição, mas também identificar pontos de força e áreas passíveis de melhorias.

A partir dos resultados, foi possível observar que a grande maioria dos egressos demonstra satisfação com o UNIFAGOC. As respostas revelam uma percepção positiva em relação à qualidade do ensino, à infraestrutura da instituição e ao suporte acadêmico oferecido.

Quanto ao NPS da instituição, dos cursos e dos professores pode-se concluir que, em termos gerais, os três estão na Zona de Qualidade, ou seja, a IES em seus principais aspectos foi avaliada de forma positiva pelos egressos de 2020, 2021, 2022 e 2023.

Foi possível perceber também que o UNIFAGOC tem um impacto positivo na vida dos seus egressos. Para muitos, a IES representou "um marco histórico" na sua formação acadêmica e profissional, proporcionando não só conhecimento técnico, mas também o

desenvolvimento de habilidades essenciais, como o pensamento crítico. Outro aspecto destacado foi a estrutura do UNIFAGOC, frequentemente mencionada como "ótima" e crucial para o desenvolvimento dos estudantes.

Contudo, apesar dos aspectos positivos, algumas críticas foram apontadas. Egressos mencionaram insatisfações com o novo sistema de ensino, especialmente no que diz respeito à transformação da modalidade integralmente presencial para uma modalidade híbrida de ensino, que, embora melhor que outros modelos disponíveis, ainda apresenta desafios.

Em relação às limitações da pesquisa, é importante ressaltar que o baixo número de respondentes por curso prejudica a análise detalhada dos resultados em uma perspectiva mais segmentada, dificultando a avaliação do NPS por áreas específicas de formação. Assim, estudos futuros podem explorar amostras mais amplas e segmentadas por curso, o que permitiria uma análise mais precisa das particularidades de cada curso oferecido pela instituição

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, J. **Net promoter score: Ferramenta de apoio às decisões estratégicas de marketing de serviços**. Campina Grande: UEPB, 2014. 21f. Monografia (Graduação em Administração) – Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2014.
- ALVES, C. A. Estou satisfeito: um estudo sobre a lealdade do consumidor em restaurantes empregando a escala DINESERV. **Revista Brasileira de Marketing – Remark**, v. 16, n. 3. p. 334-350, 2017.
- ANDERSON, E. W. (2008). Customer satisfaction and word of mouth. **Journal of Service Research**, 1(1), 5-17.
- BARBETTA, P. A. **Estatísticas aplicadas às Ciências Sociais**. 7. ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007. 340 p.
- BORNIA, A. C.; JUNIOR, A. B. Proposta de um instrumento de medida para avaliar a satisfação de clientes de bancos utilizando a teoria da resposta ao item. **Gestão & Produção**, v. 18, n. 3, p. 541-554, 2011.
- BOULDING, W., KALRA, A., STAELIN, R., & ZEHNDER, C. (1999). The value of customer information in the service industry: A study of the customer satisfaction-product quality relationship. **Marketing Science**, 18(1), 79-99.
- BRASIL, Lei nº 10.168, de 14 de abril de 2004. **D.O.U**, Brasília, DF, p. 03. 14 abr, 2004.
- BRITO, Márcia Regina F. de. O SINAES e o ENADE: da concepção à implantação. Avaliação, 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-40772008000300014&lng=en&nrm=iso. Acessado em 18 Abr. 2024.
- CAIXEITA, J.E. **Formação continuada de professores e tecnologias de informação e comunicação: Uma proposta de acompanhamento de egressos do curso de ciências naturais**

da faculdade UNB Planaltina. Planaltina: UNB, 2010. Universidade de Brasília, Distrito Federal, 2010.

CENSO da educação superior 2017. **Inep**, Brasília, 10 Set. 2019. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/docman/setembro-2018-pdf/97041-apresentac-a-o-censo-superior-ultimo/file>. Acesso em: 23 Mar. 2024.

CAMARGO, B. V., JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas Psicol.**, v.21, n. 2, p. 513-518, 2013.

COSSA, G. C. **O net promoter score e as métricas tradicionais de satisfação e lealdade do cliente na previsão do desempenho financeiro**. Lisboa: UNL, 2016. 64f. Dissertação (Mestrado em Estatística e Gestão de Informação, Especialização em Marketing Research e CRM) – Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2016

DENNING, S. The “relative NPS” trap: Why Philips isn’t delighting its customers. **Leadership.Forbes**, 2 nov. 2011. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/stevedenning/2011/11/02/the-relative-nps-trap-why-philips-isnt-delighting-its-customers/#275342f6442c>. Acesso em: 16 maio 2024.

FERREIRA, Aurélio Buarque Holanda de. Novo Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FLEURY, Maria Tereza Leme; FLEURY, Afonso. Construindo o conceito de competência. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, v. 5, p. 183-196, Ed. Especial, Curitiba, 2001.

FRONCILLO, Roberta. SAIE – 2000 a 2008: relatório de egressos de cursos superiores de tecnologia do Centro Paula de Souza. 2008. Disponível em: <http://www.centropaulasouza.sp.gov.br/sai/Livreto%20Egressos%20Fatec.pdf>. Acesso em: 26 Mar 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KOTLER, Philip. **Administração e Marketing**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KROLL, M.W.et al. The net promoter score - an asset to patient experience surveys? **Health Expect**, v.18, n.6, p. 3099-3109, 2015.

KUNZ, Ivanir. **Modalidades distintas na relação universidade/ empresa e suas características específicas no Brasil**. In: 1º Concurso de monografia sobre a relação universidade empresa. Curitiba: IPARDES, 1999.

JURAN, J. M. **A qualidade desde o projeto**: os novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1997.

LACOMBE, Francisco José Masset. **Dicionário de administração**. São Paulo: Saraiva 2004.

LOUSADA, A.C.Z; MARTINS, G.A. **Egressos como fonte de informação á gestão do curso de ciências contábeis**. São Paulo: USP, 2005. Universidade de São Paulo, São Paulo. 2005.

MEIRA, M. D.D; KURCGANT, P. **Avaliação de Curso de Graduação segundo egressos**. *Revista Esc. Enferm*, vol. 43, nº2, p. 481-485, 2009.

MICHAELIS. **Dicionário brasileiro da língua portuguesa**. [S. l.]: Editora Melhoramentos LTDA, 2009. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/egresso/>. Acesso em: 28 abr. 2024.

- MIZUTANI, B. S. **Implementação do net promoter score em uma empresa de varejo online**. São Paulo: POLI-USP, 2016. 127f. Monografia (Graduação em Engenharia de Produção) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- MAZZOTTI, A. J. A. Usos e abusos dos estudos de caso. **Cadernos de Pesquisa**, v. 36, n. 129, p. 637-651, 2006.
- MOTA, Marileide. As mudanças no mundo do trabalho e os resultados na aquisição de emprego. **Revista de Ciências Humanas e Artes**, Campina Grande, v. 13, n. 1; p. 82-90, jan./jul. 2007.
- OLIVEIRA, E. A. DE; SANGUINETO, A. L.; SANTOS, J. M. L. O net promoter score (nps) como forma de mensurar a satisfação dos clientes: o caso viana & moura construções. **Revista Interface de Saberes**, v. 14, n. 1, 2015.
- OLIVEIRA, Jayr Figueiredo de; SILVA, Edilson Aurélio da. **Gestão organizacional – descobrindo uma chave de sucesso para os negócios**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- PENA, Mônica Diniz Carneiro. **Acompanhamento de egressos: análise conceitual e sua aplicação no âmbito educacional brasileiro**. 2000. Disponível em: <https://periodicos.cefetmg.br/index.php/revista-et/article/view/6/3>. Acesso em: 27. Mar 2024.
- REICHHELD, F.F. The one number you need to grow. **Harvard Business Review**, v. 81, n. 12, p. 46-54, 2003.
- REICHHELD, F.F.; MARKEY, R. **A pergunta definitiva 2.0: como as empresas que implementam o net promoter score prosperam em um mundo voltado aso clientes**. 1.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. p.206.
- REICHHELD, F.F. The one number you need to grow. **Harvard Business Review**, v.81, n.12, p. 46-54, 2003.
- RITOSSA, Cláudia Mônica. **Marketing pessoal: quando o produto é você**. Curitiba: InterSaberes, 2012.
- SILVA, José Marcos; OLIVEIRA, Roque, **Sistema de acompanhamento dos egressos aplicado na Universidade Federal de Santa Catarina**. Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL 2015, 8. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=319342694016> Acesso em: 19 Abr. 2024.
- SALVIATI, Maria Elizabeth. Manual do aplicativo Iramuteq. **Iramuteq**. Planaltina, mar. 2017. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/manual-do-aplicativo-iramuteq-par-maria-elisabeth-salviati>. Acesso em: 28 ago. 2024.
- SOUZA, B. B. P. DE; GONÇALVES, C.A.; GOSLING, M.M. Mensuração do mix de marketing de serviços, da satisfação e da lealdade em clientes de um banco de varejo. **Remark - Revista Brasileira de Marketing**, v. 12, n. 2, p. 108-132, 2013.
- TRACKSALE. Belo Horizonte, 2019. Disponível em: <https://tracksale.co>. Acesso em: 04 abr. 2022.
- TINOCO, M.A.C.; RIBEIRO, J.L.D. Modelagem robusta para a satisfação de clientes de serviços. **Production**, v. 24, n. 1, p. 104-117, 2014.
- TRACKSALE. Belo Horizonte, 2018. Disponível em: <https://tracksale.co>. Acesso em: 04 abr. 2024.

TROJAN, R. M.; SIPRAKI, R. Perspectivas de estudos comparados a partir da aplicação da escala Likert de 4 pontos: um estudo metodológico da pesquisa TALIS. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, vol.10, n. 2, p.275-300, 2015.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2010.

VILAÇA, M. L. C. Pesquisa e ensino: considerações e reflexões. **e-escrita Revista do curso de letras da UNIABEU**. v. 1, n. 2, p. 59-74, 2010.

FREDERICO, E. et al. Valor, satisfação e recomendação espontânea para uma marca varejista. **Remark - Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 6, p.107-123, 2014.

MANGINI, E.R.; URDAN, A.T. ; SANTOS, A. Da qualidade em serviços à lealdade: perspectiva teórica do comportamento do consumidor. **Remark**, v.16, n.2, p. 207-217, 2017.

MAZZOTTI, A.J.A. Usos e abusos dos estudos de caso. **Cadernos de Pesquisa**, v.36, n.129, p. 637-651, 2006.

MELNIC, E. L. New Approaches in the Retail Banking System for Creating Long Term Loyalty Relationships With Customers: Case Study on the Romanian Market. **Eurasian Journal of Business and Management**, v. 4, n. 3, p. 49–64, 2016.

MIZUTANI, B. S. **Implementação do net promoter score em uma empresa de varejo online**. São Paulo: POLI-USP, 2016. 127f. Monografia (Graduação em Engenharia de Produção) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

OLIVEIRA, E. A. DE; SANGUINETO, A. L.; SANTOS, J. M. L. O net promoter score (nps) como forma de mensurar a satisfação dos clientes: o caso viana & moura construções. **Revista Interface de Saberes**, v. 14, n. 1, 2015.

OLIVER, R. L. Whence consumer loyalty? **Journal of Marketing**, Special Issue, p. 33-44, 1999.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, v.64, n.1, p. 12-40, 1988.

RAASSENS, N.; HAANS, H. NPS and online WOM: Investigating the relationship between customers` Promoter scores and eWOM behavior. **Sage Choice**, v.20, n.3, p. 322-334, 2017.

ZANELLA, L. C. H. **Metodologia da pesquisa**. Florianópolis: SEaD/UFSC, 2006, 144p.