



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
ADMINISTRAÇÃO

RENAN SOIBELMAN CARDEMAN

OS DIRETORES DE ESCOLAS PARTICULARES CONHECEM SEUS
CONSUMIDORES? UM ESTUDO SOBRE OS CONSUMIDORES E GESTORES DA
REDE DE ESCOLAS PARTICULARES DO RIO DE JANEIRO.

Rio de Janeiro, RJ
2018

RENAN SOIBELMAN CARDEMAN

OS DIRETORES DE ESCOLAS PARTICULARES CONHECEM SEUS
CONSUMIDORES? UM ESTUDO SOBRE OS CONSUMIDORES E GESTORES DA
REDE DE ESCOLAS PARTICULARES DO RIO DE JANEIRO.

Monografia apresentada como requisito parcial à
obtenção do grau de Bacharel em Administração à
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis
da Universidade Federal do Rio de Janeiro
(FACC/UFRJ).

Rio de Janeiro, RJ
2018

RENAN SOIBELMAN CARDEMAN

OS DIRETORES DE ESCOLAS PARTICULARES CONHECEM SEUS
CONSUMIDORES? UM ESTUDO SOBRE OS CONSUMIDORES E GESTORES DA
REDE DE ESCOLAS PARTICULARES DO RIO DE JANEIRO.

Monografia apresentada como requisito parcial à
obtenção do grau de Bacharel em Administração à
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis
da Universidade Federal do Rio de Janeiro
(FACC/UFRJ).

Rio de Janeiro, RJ, 21 de Novembro de 2018

BANCA EXAMINADORA

Professor Mestre Vinicius Cordeiro Ribeiro (Orientador)
UFRJ

Professor Doutor Helios Malebranche Olbrisch Freres Filho (Leitor)
UFRJ

Dedico este trabalho à minha família que sempre me incentivou durante esta jornada e meus amigos. Sem eles, não chegaria a este momento de minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meu professor orientador, Vinicius Ribeiro, pelos ensinamentos e dedicação para com este trabalho.

A esta faculdade, seu corpo docente, direção, administração e todos os funcionários que, de alguma forma, fizeram deste momento possível.

A todos os meus amigos. Vocês, com certeza, são e foram fundamentais para essa e todas as conquistas que tive durante este período.

A minha namorada, Paola, por seu companheirismo e incentivo em todos os momentos por que passei até aqui.

A Vera Lucia Leonardo, pela atenção a mim doada a todo o tempo em que juntos convivemos

A todos os meus familiares, em especial a minha irmã, Aline, que de alguma forma, ajudaram a me fortalecer durante os longos anos de estudo e aflições por que passei.

Agradeço, enfim, a meus pais, que com muito amor me criaram e educaram para que aqui pudesse estar hoje. Sem vocês, tenho certeza de que não alcançaria este feito.

RESUMO

Este estudo faz uma análise do grau de conhecimento de gestores escolares sobre seus consumidores, os pais de alunos. A boa gestão de uma escola particular passa pela captação de novos clientes e para tanto, é importante que o gestor tenha conhecimento de seu consumidor. Para chegar aos objetivos do estudo foi realizado um levantamento de campo (survey), com pais de alunos e diretores de escolas. A pesquisa contou com 66 respondentes sendo 50 pais de alunos e 16 diretores de escola. Os resultados obtidos apontaram que os diretores conhecem o principal fator de escolha dos pais de alunos, ainda que não tenham conhecimento tão aprofundado sobre seu consumidor.

Palavras-chave: Educação básica privada. Gestão educacional. Comportamento do consumidor.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 —	Número de escolas de educação básica no Brasil	12
Gráfico 2 —	Número de matrículas da educação básica no Brasil.	13
Gráfico 3 —	IDEB Brasil 2017	14
Gráfico 4 —	Faixa etária dos respondentes da pesquisa de diretores	21
Gráfico 5 —	Faixa etária dos respondentes da pesquisa de pais de alunos . . .	22
Gráfico 6 —	Sexo dos respondentes da pesquisa de diretores	22
Gráfico 7 —	Sexo dos respondentes da pesquisa de pais de alunos.	23
Gráfico 8 —	Quantidade de filhos dos respondentes da pesquisa de pais	23
Gráfico 9 —	Renda Mensal dos respondentes da pesquisa de pais de alunos .	24
Gráfico 10 —	principal fator de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de diretores	25
Gráfico 11 —	Principal fator de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de pais de alunos.	26
Gráfico 12 —	Outros fatores determinantes de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de diretores	26
Gráfico 13 —	Outros fatores determinantes de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de pais de alunos.	27
Gráfico 14 —	Fatores menos importantes de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de diretores	28
Gráfico 15 —	Fatores menos importantes de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de pais de alunos.	29

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IDEB	Índice de Desenvolvimento da Educação Básica
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira

SUMÁRIO

1	O PROBLEMA	9
1.1	INTRODUÇÃO	9
1.2	OBJETIVOS	9
1.2.1	Objetivo Geral	9
1.2.2	Objetivos Específicos	9
1.3	QUESTÃO A SER RESPONDIDA	10
1.4	DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	10
1.5	RELEVÂNCIA DO ESTUDO	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1	A EDUCAÇÃO BÁSICA PRIVADA NO BRASIL	11
2.1.1	Número de unidades escolares	11
2.1.2	Número de alunos	12
2.1.3	Índice de desenvolvimento da educação básica	13
2.2	O GESTOR EDUCACIONAL	14
2.3	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	15
3	METODOLOGIA	17
3.1	TIPO DE PESQUISA	17
3.1.1	Quanto aos fins	17
3.1.2	Quanto aos meios	17
3.2	POPULAÇÃO E AMOSTRA	17
3.3	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	18
3.4	COLETA E ANÁLISE DE DADOS	20
4	ANÁLISE DE RESULTADOS	21
4.1	PERFIL DO RESPONDENTE	21
4.2	FATORES DETERMINANTES PARA A ESCOLHA DA ESCOLA	24
5	CONCLUSÃO	30
	REFERÊNCIAS	32
	APÊNDICE A — INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	36

1 O PROBLEMA

1.1 INTRODUÇÃO

Com a crescente oferta no número de escolas particulares, segundo dados do Ministério da educação, divulgados através do INEP (2018), a educação básica vem adquirindo cada vez mais características de mercados complexos, em que a decisão de escolha do consumidor deixa de ser exclusivamente por fatores geográficos e passa a envolver muitos outros fatores, quais sejam, segundo Benini e Scheid (2013): qualidade de ensino, preço, estrutura física e atividades diferenciadas.

Benini e Scheid (2013) ressaltam ainda a importância para o mercado educacional de se conhecer o comportamento do consumidor, principais características e preferências, visto a complexidade que vem tomando este mercado e a necessidade de escolas particulares em conquistar e manter seus clientes.

Entendendo-se esta atual conjuntura que permeia as instituições privadas de ensino e a importância do gestor de uma organização para o seu sucesso, iniciou-se o presente estudo com a finalidade de compreender se os gestores de escolas, retratados na figura do diretor da unidade escolar, conhecem as decisões de compra de seus consumidores, os pais de crianças em idade escolar.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo Geral do estudo é de entender se os diretores de escolas particulares entendem os motivos de escolha de seus consumidores.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Entender quais são os motivos de escolha dos pais de alunos pela escola dos filhos.
- Entender quais os motivos de escolha da escola os diretores de unidades escolares entendem ser mais frequentes.
- Descobrir se os diretores de escolas conhecem os motivos alegados pelos pais de alunos do ensino médio para escolha da escola.

1.3 QUESTÃO A SER RESPONDIDA

Após a construção dos objetivos, geral e específicos a serem alcançados com a elaboração do presente estudo, chegou-se à seguinte pergunta problema a ser respondida ao término da pesquisa:

Os diretores de escolas particulares do Rio de Janeiro conhecem os principais motivos de escolha da escola pelos pais de alunos?

1.4 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

O estudo irá se limitar a diretores e ex-diretores que tenham exercido a função a partir do ano de 2013 em escolas da cidade do Rio de Janeiro e pais de alunos ou ex-alunos que tenham cursado o ensino médio nos últimos 5 anos em escolas do Rio de Janeiro.

1.5 RELEVÂNCIA DO ESTUDO

O presente estudo busca aprofundar uma ótica da educação básica brasileira pouco aprofundada até então, qual seja, a visão da escola privada como organização e de seus diretores como gestores organizacionais. Silva (2009) ressalta a importância do gestor educacional no sucesso da instituição educativa, tanto no âmbito pedagógico quanto no âmbito organizacional o que enfatiza a necessidade da presença de gestores capacitados nas instituições de ensino.

Acrescido à importância do gestor para as escolas, Calderón, Strelec e Marim (2009) reforçam que os ofertantes de produtos ligados a educação vêm sofrendo constante transformação, assemelhando-se a organizações de mercado e adquirindo suas diversas características como, por exemplo, a percepção de Pais e alunos como consumidores.

Diante deste panorama apresentado, o estudo faz-se relevante para o aprofundamento da análise do mercado de educação privada no Brasil, como insumo para futuros estudos que abordem temáticas similares e ainda, para gestores de escolas particulares que tenham pretensões de aprimorar suas estratégias institucionais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A EDUCAÇÃO BÁSICA PRIVADA NO BRASIL

Este item do presente trabalho destina-se a caracterizar a atual conjuntura do mercado de educação básica privada no Brasil, a fim de contextualizar e embasar a pesquisa realizada. Visto isso, é importante entender a definição de educação básica, diferenciando-a dos demais tipos de educação existentes, hoje, no Brasil. Cury (2002) utiliza-se da definição do art. 21 da constituição de 1988 para explicar no que consiste a educação básica no Brasil:

Mas a educação básica é um conceito, definido no art. 21 como um nível da educação nacional e que congrega, articuladamente, as três etapas que estão sob esse conceito: a educação infantil, o ensino fundamental e o ensino médio. (CURY, 2002, p. 169).

Tal entendimento do conceito de educação básica é importante para se compreender os dados deste mercado. Para fazer uma análise da conjuntura atual do mercado de educação básica privada no Brasil, será feita uma divisão com o intuito de facilitar a compreensão do histórico recente deste mercado. Será apresentada primeiro uma análise baseada no número de unidades escolares existentes entres os anos de 2010 e 2017, seguido pelo número de matrículas no ensino básico privado nos mesmos anos e o índice de desenvolvimento da educação básica, o IDEB.

2.1.1 Número de unidades escolares

O número de unidades escolares é um dos indicadores medidos no censo escolar do INEP e permite entender o panorama de ofertantes de educação, tanto privadas, sendo o foco deste estudo, quanto públicas.

Mello e Paixão (2016) destacam uma queda no número de escolas entre 2008 e 2014, mas com aumento do número de unidades escolares privadas no mesmo período.

A figura 1, abaixo, apresenta dados do Censo Escolar INEP expostos por Qedu (2010 - 2017) de número de unidades escolares nos últimos 7 anos, de 2010 a 2017. Houve aumento de 7,7% no número de escolas da rede privada, enquanto que na rede pública, houve um decréscimo de 8,8% deste indicador. Ainda que esteja se expandindo, o ano de 2014 representou o ápice do número de escolas privadas nos últimos 7 anos, mostrando queda acentuada de 2014 para 2015. O número de unidades escolares voltou a subir de 2015 para 2016 e igualmente no

período seguinte.

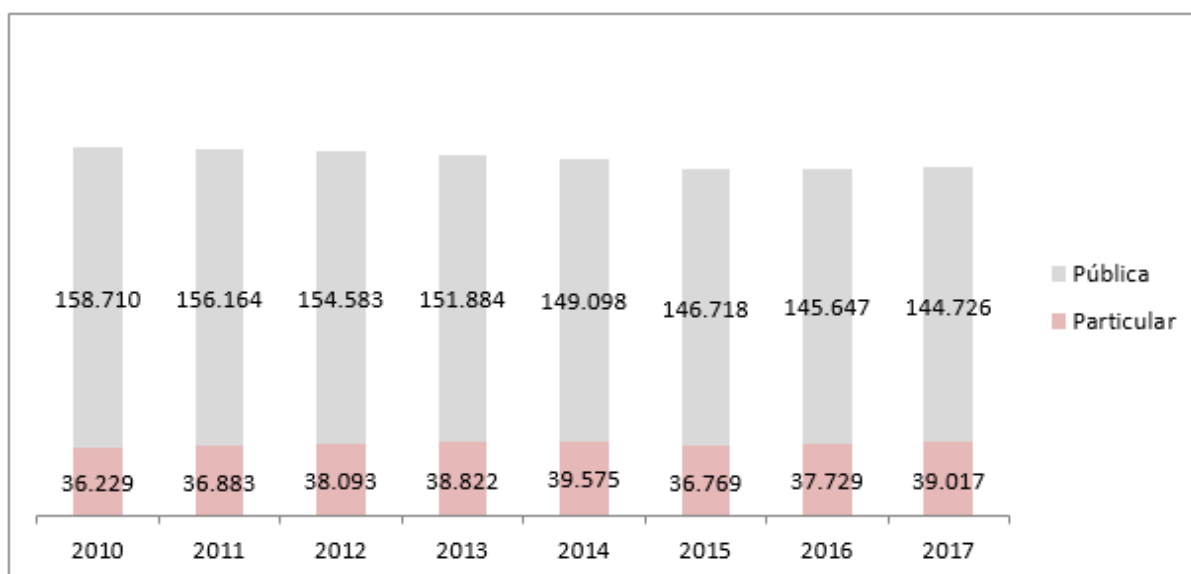


Gráfico 1 - Número de escolas de educação básica no Brasil

Fonte: Qedu (2010 - 2017). Autoria Própria

É possível entender, portanto que o mercado de educação básica privada no Brasil é, hoje, um mercado atrativo a novos entrantes, como expõe Cunha (2018).

2.1.2 Número de alunos

Segundo dados do INEP, expostos por Qedu (2010 - 2017) há um aumento significativo de 2010 para 2017 no número de alunos da rede privada (16%) e queda considerável no número de alunos da rede pública.

Nascimento, da Costa Filho e Hor-Meyll (2017) ressaltam o fenômeno recente do interesse por educação básica privada e destacam sua relevância para o mercado.

A figura 2 nos mostra o panorama do número de alunos nas redes pública e privada nos últimos 7 anos.

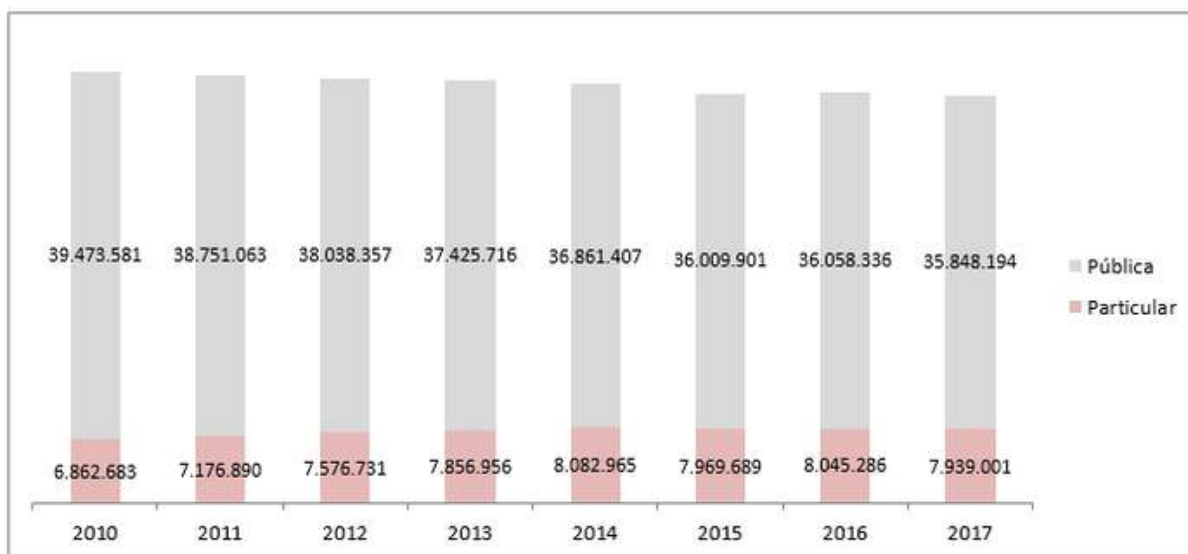


Gráfico 2 - Número de matrículas da educação básica no Brasil
 Fonte: Qedu (2010 - 2017). Autoria Própria

Percebe-se o mercado da rede privada aquecido, sendo agora o centro das atenções de grandes grupos de educação do país (AGÊNCIA O GLOBO, 2016). Koike (2017, p. 1) afirma que "[...] as famílias tendem a abrir mão da escola particular só em último caso." o que corrobora para entender a estabilidade no número de matrículas da rede privada de ensino básico.

Os números do setor privado demonstram relevância no mercado total de educação básica, aonde sua participação em relação ao total de escolas e matrículas do país vem crescendo ano a ano.

2.1.3 Índice de desenvolvimento da educação básica

Camelo (2014) elenca alguns fatores motivadores para a decisão dos pais de colocarem seus filhos em escolas particulares, pagas, ao invés de escolas públicas e gratuitas. Dentre eles, destacam-se a melhor infraestrutura e maior organização.

O IDEB, índice de desenvolvimento da educação básica, calculado a partir da Prova Brasil, que mede os conhecimentos dos alunos em português e Matemática e do fluxo escolar (taxa de aprovação) é o medidor oficial do governo para avaliar o índice de qualidade de ensino das escolas. Este índice segue uma escala de 0 a 10 em que quanto maior a nota, melhor o nível escolar (QEDU, 2018).

O retrato do IDEB de 2017 reforça a diferença de qualidade de ensino do setor privado se comparado com o setor público, serviço substituto ao do setor privado.

O gráfico 3 traz um comparativo do IDEB de 2017, por segmento, a partir do

ensino fundamental I, até o ensino médio.

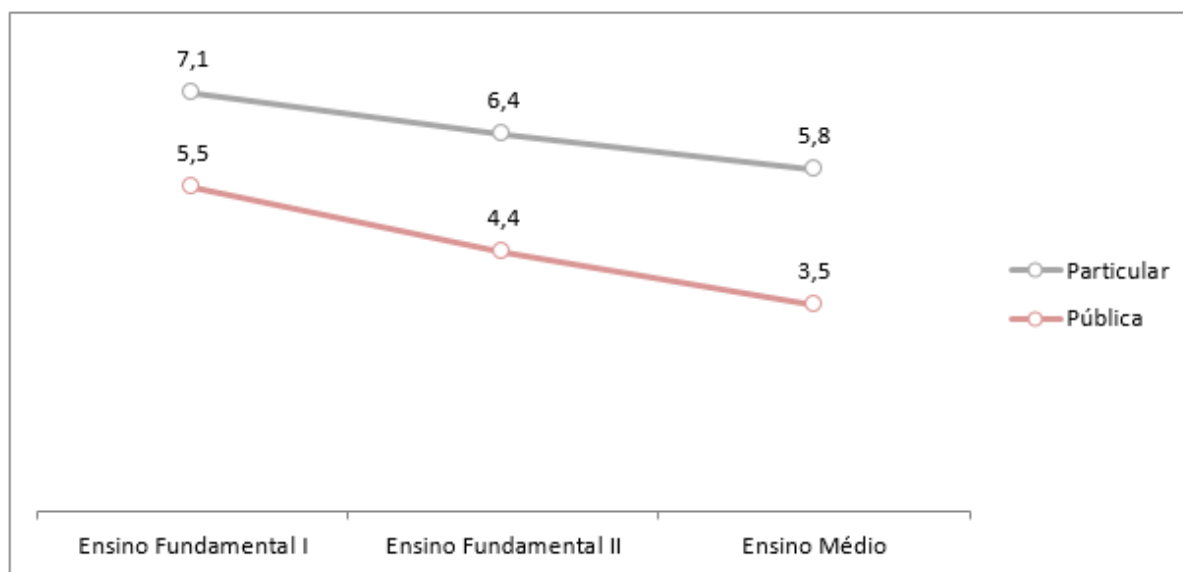


Gráfico 3 - IDEB Brasil 2017

Fonte: Qedu (2017). Autoria própria

2.2 O GESTOR EDUCACIONAL

A escola privada de educação básica, enquanto instituição geradora de lucro tem, hoje, características que a assemelham muito a qualquer outra organização. As unidades escolares têm metas de aprendizado - como a nota no IDEB, por exemplo - de receita, de número de novas matrículas entre outras.

Desse modo, a lógica de mercado vem se evidenciando no campo da educação básica com a expansão da escola que funciona como empresa, que é atenta ao mercado que pertence, direcionada para a gestão estratégica e que cada vez mais se consolida como alternativa educacional de qualidade em substituição ao Estado. (GALLI, 2018, p. 83).

Esta visão de escola-empresa é evidenciada também por Calderón, Strelec e Marim (2009) e é extremamente importante para entender o papel do gestor educacional não só como responsável pela gestão operacional da unidade escolar, bem como sua gestão estratégica.

Contudo, mesmo com a expansão do mercado privado de educação e a transformação das escolas em empresas, Novis e de Faria (2015) retratam o setor da educação como promissor porém, pouco caracterizado por boas práticas de gestão. É possível que, com a rápida expansão deste mercado, ainda seja comum o estilo de gestão pouco profissional, menos direcionada a resultados uma vez que os

profissionais responsáveis por gerir as instituições de ensino privado básico têm em sua maioria, currículo acadêmico, voltado para o lado pedagógico e não administrativo do negócio (BOTLER, 2003).

Portanto, o gestor educacional tem a árdua tarefa de balancear os aspectos pedagógico e administrativo, ainda que o primeiro deva ser sempre priorizado, por influenciar diretamente a formação do aluno enquanto cidadão (SILVA, 2009). Diante desse cenário, algumas escolas privadas já buscam formas de capacitar melhor seus gestores:

Os Sistemas de Ensino consistem em um pacote de produtos e serviços que fornecem uma solução educacional completa para escolas associadas, sejam elas públicas ou privadas. Os principais serviços e produtos são conteúdos educativos, material de apoio para professores, formação e aconselhamento de professores e diretores, gestão escolar (como marketing para atrair alunos, por exemplo), e avaliação de alunos. (BICHMACHER ; MAGALHÃES, 2013, p. 28).

Chamam a atenção para o estudo aqui proposto dois dos pontos ressaltados por Bichmacher e Magalhães (2013) como serviços que vem sendo oferecidos às escolas: formação e aconselhamento de professores e diretores e gestão escolar, o que mostra que há sim, a preocupação das escolas de incorporar práticas de gestão empresariais para obter melhores resultados acadêmicos e financeiros.

Nota-se, portanto, que o gestor escolar está, gradualmente, incorporando novas habilidades de gestão, para acompanhar as mudanças do setor de educação e o surgimento de escolas-empresa. SALES (2017) enfatiza a importância do entendimento das necessidades do consumidor pelo gestor de escolas-empresa, pois "um produto não vendido não configura valor. Desta forma, o consumidor é quem dita o valor, cabendo às empresas o entendimento dessas percepções." SALES (2017, p. 18).

Este estudo buscou justamente entender se os gestores escolares, retratados na figura dos diretores das unidades escolares, conhecem as motivações de seus consumidores ao escolherem a instituição de ensino de seus filhos.

2.3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Para Solomon (2016, p. 6), comportamento do consumidor "[...] é o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazerem necessidades e desejos." Pode-se entender comportamento do consumidor, portanto, como a busca pela compreensão do que permeia a escolha de um indivíduo em seu ato de compra.

Hoje, segundo Larentis (2012), as empresas buscam de diferentes formas fidelizar seus clientes e se torna inquestionável a importância do entendimento de seu consumidor, dada a grande concorrência estabelecida. Se uma empresa não conseguir ofertar o que o cliente está buscando, outros o farão. Outros autores, como Nascimento (2016, p. 18) , que afirma que "[...]o processo decisório é conduzido por diferentes lógicas que justificam a compra de um produto [...]" e Kotler (1998), que reafirma a importância dos estudos na área do comportamento do consumidor dão extrema importância ao tema e seu papel dentro dos estudo de marketing, demonstrando a necessidade atual de se conhecer bem o seu consumidor.

Fica desta forma evidenciada a importância de se entender o consumidor nos dias de hoje. Entendendo os diretores de unidades escolares como gestores responsáveis por tomadas de decisão dentro de uma escola, este estudo buscou justamente entender se o os gestores da educação básica têm conhecimento dos fatores que levam os pais de alunos a fazerem a escolha da escola de seus filhos.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo, serão apresentados os métodos de pesquisa aplicados para que se buscasse atingir os objetivos estabelecidos ao início do trabalho.

3.1 TIPO DE PESQUISA

3.1.1 Quanto aos fins

Quanto aos fins, a presente pesquisa caracteriza-se como exploratória, que segundo Gil (2008, p. 27) "[...] são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato." Por tratar do tema do comportamento do consumidor e métodos de gestão da educação básica no Brasil, pouco explorado até então, define-se a presente pesquisa como exploratória quanto aos fins.

3.1.2 Quanto aos meios

Quanto aos meios, trata-se de um levantamento de campo (Survey), com captação de respostas quantitativas de amostra dentro do perfil pré estabelecido. Novamente, Gil (2008) define o levantamento de campo como pesquisas que se caracterizam pela interrogação direta do estudado, solicitando informações de cunho pessoal e tratando-as de forma quantitativa.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Bussab e Morettin (2010) definem população como o conjunto dos elementos sob investigação que, no caso da presente pesquisa, se faz por meio dos moradores da cidade do Rio de Janeiro que têm ou tiveram filhos estudando no ensino médio da educação básica privada e/ou diretores de escola que atuam ou atuaram em unidade privada com oferta de ensino médio nos últimos 5 anos.

Segundo Bussab e Morettin (2010, p. 262) amostra é "Qualquer subconjunto da população". Entende-se a amostra do presente estudo como o subconjunto de indivíduos que forneceram informações à pesquisa, por meio de instrumento de coleta de dados.

Em sua totalidade, foram obtidas 100 respostas, sendo 79 delas de pais de

alunos e 21 de diretores e ex-diretores de escolas. Destes, apenas 66 adequam-se à população definida para o estudo, tendo sido os outros 34 respondentes desconsiderados das análises e conclusões do estudo. Assim sendo, tem-se como amostra o subconjunto de 50 pais de alunos e ex-alunos da rede privada de ensino médio do estado do Rio de Janeiro e 16 diretores e ex-diretores da mesma rede privada de ensino básico.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados da presente pesquisa, foram utilizados dois distintos questionários, para amostras diferentes. O primeiro questionário, de natureza quantitativa, continha apenas perguntas fechadas e estava destinado a pais de alunos e ex-alunos da rede particular de ensino médio do Estado do Rio de Janeiro.

O questionário foi estruturado em três blocos, sendo o primeiro para identificação de perfil do respondente e primeira filtragem para verificação de pertencimento do respondente à amostra estudada. O segundo bloco foi estruturado ainda para coletar informações pessoais adicionais ao perfil do respondente e realizar um segundo filtro de amostragem. Já o terceiro bloco, foi construído com o intuito de captar as percepções deste público sobre os principais fatores de escolha pelo objeto de estudo da pesquisa, qual seja, a rede de ensino médio privado do Estado do Rio de Janeiro. Assim sendo, o questionário aplicado estruturou-se da seguinte maneira:

A. Bloco I

- Qual a sua faixa de idade?
- Qual o seu sexo?
- Você possui algum(a) filho(a) que está cursando o ensino médio ou cursou nos últimos 5 anos em escola particular?

B. Bloco II

- Quantos filhos você possui nessas condições (está cursando o ensino médio ou cursou nos últimos 5 anos)?
- Qual a renda mensal de sua família?
- Em que estado seu(ua) filho(a) cursou ou está cursando o Ensino Médio?

C. Bloco III

- Qual dos fatores abaixo você considera ou considerou como principal para a escolha da escola de seu(ua) filho(a)?

- Além do fator principal marcado acima, quais outros fatores você considera ou considerou importantes para a escolha da escola de seu(u) filho(a)?
- Qual dos fatores abaixo você considera ou considerou menos importantes para a escolha da escola de seu(u) filho(a)?

O segundo questionário, destinado a diretores e ex-diretores da rede privada de ensino médio do estado do Rio de Janeiro tinha natureza mista, contendo duas perguntas abertas, prévias às perguntas fechadas. As perguntas abertas foram posicionadas antes que as perguntas fechadas aparecessem para evitar que houvesse influência nas respostas, uma vez que o intuito das perguntas abertas era captar respostas espontâneas dos respondentes acerca do tema tratado. O questionário para diretores e ex-diretores, foi estruturada em dois blocos, o primeiro, assim como o questionário para pais de alunos, para entendimento do perfil do respondente e filtragem de perfil da amostra a ser estudada, eliminando-se respostas que não se enquadrassem ao subconjunto de amostra pré-definido para o estudo. O segundo bloco, continha perguntas para entendimento da percepção do respondente acerca do tema a ser observado, qual seja, o comportamento do consumidor de escolas da rede privada de ensino médio do Rio de Janeiro. O questionário estruturou-se da seguinte maneira:

A. Bloco I

- Qual a sua faixa de idade?
- Qual o seu sexo?
- Você exerceu nos últimos 5 anos ou está exercendo a função de diretor de alguma unidade escolar privada que continha pelo menos uma das séries do ensino médio (1ª a 3ª série do ensino médio)?
- Em que estado você exerceu ou está exercendo a função de Diretor de escola?

B. Bloco II

- Perguntas abertas
 - Quais são ou eram suas principais ações para captar e reter alunos do ensino médio em sua unidade escolar?
 - Você acredita que há alguma ação melhor a se fazer, mas que não é ou não era possível ser feita (Por falta de verba, de estrutura, tempo etc)? Quais?
- Perguntas Fechadas
 - Qual dos fatores abaixo você acredita que seja o mais

determinante para os pais de alunos(as) do ensino médio ao escolher a escola dos filhos(as)?

- Além do fator principal marcado acima, quais outros fatores você acredita que os pais de alunos(as) do ensino médio consideram importantes para a escolha da escola de seus filhos(as)?
- Qual dos fatores abaixo você acredita que os pais de alunos(as) do ensino médio considerem menos importantes para a escolha da escola de seus filhos(as)?

3.4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Para coletar os dados necessários foram utilizados dois questionários, como exposto anteriormente. Os questionários foram divulgados via internet, por meio de link para acesso ao instrumento de coleta. Os meios utilizados para divulgação foram diversos, dentre os quais, grupos de redes sociais, email e aplicativos de mensagens instantâneas. O questionário esteve disponível para respostas do dia 8/10/2018 ao dia 6/11/2018, tendo sido captadas 100 respostas, somando-se os dois questionários.

O questionário destinado a pais de alunos, obteve 79 respostas, sendo 50 destas com respondentes dentro do universo determinado para o estudo. As outras 29 respostas foram descartadas para análise por não estarem compreendidas neste universo. O questionário destinado a diretores e ex-diretores obteve 21 respostas, sendo 16 delas dentro do universo determinado para o estudo. As outras 5 respostas foram descartadas, não fazendo parte da análise.

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

Este capítulo expõe a análise feita a partir das respostas coletadas no estudo.

4.1 PERFIL DO RESPONDENTE

Após compilação e análise dos dados, percebeu-se que a faixa etária dos dois públicos-alvo são em grande maioria distintas. Enquanto 68% dos pais de alunos respondentes têm faixa de idade entre 41 e 55 anos, a faixa etária mais representativa para os diretores de escola foi a de 26 a 40 anos, representando 56% dos respondentes.

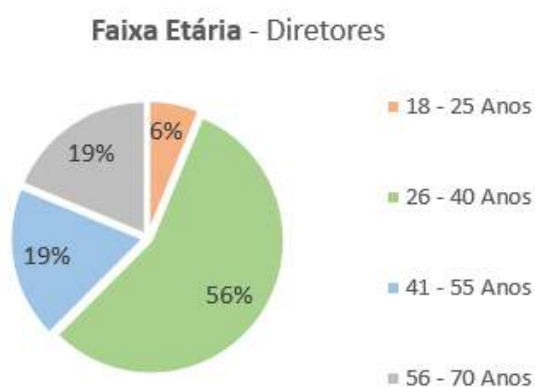


Gráfico 4 - Faixa etária dos respondentes da pesquisa de diretores

Fonte: Autoria Própria

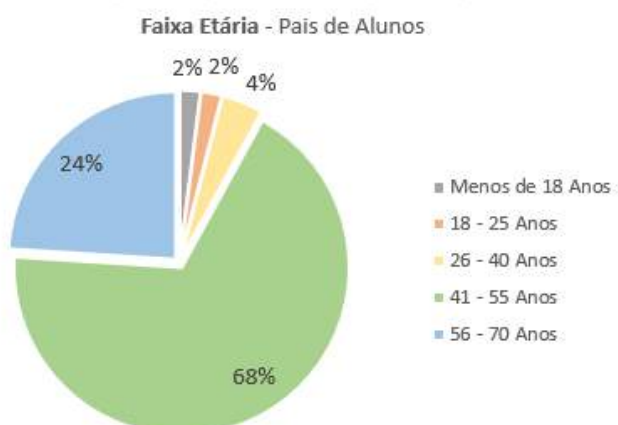


Gráfico 5 - Faixa etária dos respondentes da pesquisa de pais de alunos
Fonte: Autoria Própria

Em relação ao sexo dos respondentes, tanto os diretores quanto pais de alunos representaram grande equilíbrio entre homens e mulheres com diferenças percentuais de, no máximo 2% a mais para o sexo masculino, no caso dos pais de alunos.



Gráfico 6 - Sexo dos respondentes da pesquisa de diretores
Fonte: Autoria Própria

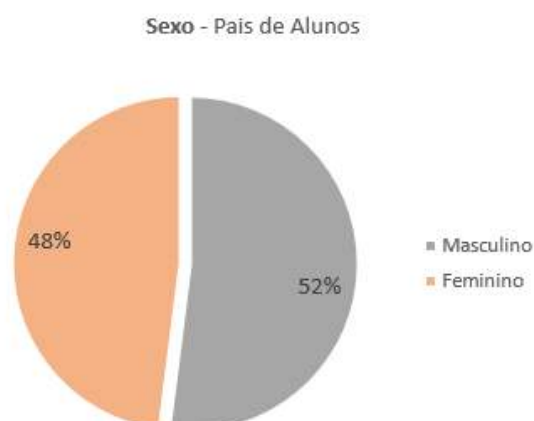


Gráfico 7 - Sexo dos respondentes da pesquisa de pais de alunos
Fonte: Autoria Própria

Nenhum dos pais de alunos continha mais de 2 filhos que estudam ou estudaram na rede privada de ensino médio nos últimos 5 anos, com a grande maioria (72%) tendo apenas 1 filho nessas condições.

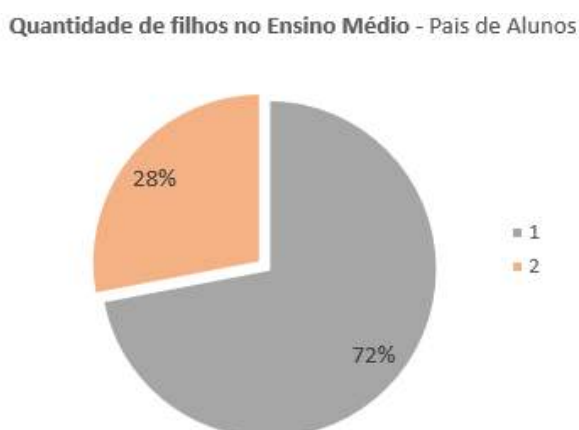


Gráfico 8 - Quantidade de filhos dos respondentes da pesquisa de pais
Fonte: Autoria Própria

Em relação a renda mensal dos consumidores da rede privada da educação básica, constatou-se, por meio das respostas dos pais de alunos um predomínio de consumidores com alta renda mensal, tendo entradas de mais de 7 salários mínimos no período de 30 dias. Apenas 1 respondente (2% do total de respondentes) disse ter salário mensal entre 1 e 3 salários mínimos.



Gráfico 9 - Renda Mensal dos respondentes da pesquisa de pais de alunos
Fonte: Autoria Própria

4.2 FATORES DETERMINANTES PARA A ESCOLHA DA ESCOLA

Para verificar o conhecimento dos gestores de unidades escolares acerca de seus consumidores, os dois grupos foram questionados sobre os principais fatores para a escolha da escola de uma aluno, bem como os fatores menos determinantes.

Aos pais de alunos da rede privada de ensino médio do Rio de Janeiro, foi perguntado quais os motivos para a escolha da escola de seus e filhos e aos diretores de escola, quais os motivos eles entendiam ser os principais na escolha de um pai pela escola de seus filhos.

Os fatores pré disponibilizados como opção de resposta aos respondentes foram os seguintes:

- Qualidade de ensino
- Estrutura Física
- Mensalidade cobrada
- Localização
- Número de Alunos da escola
- Opinião de conhecidos
- Opinião de especialistas
- Propagandas (Qualquer tipo de publicidade)
- Linha pedagógica (Construtivista, conteudista, comportamentalista etc)
- Poucos ou nenhum relato de bullying na escola

Para todas as perguntas em que constavam estes fatores, havia também a opção de resposta *outros*, com campo aberto para resposta livre do respondente.

Assim, quando perguntados sobre o principal fator de escolha dos pais de alunos pela escola de seus filhos, a ampla maioria, 63% dos respondentes, disse ser a qualidade de ensino o fator mais determinante no momento de decisão dos pais pela escola dos respectivos filhos. Apenas 4 dos 10 fatores disponibilizados para resposta foram mencionados e, nenhum respondente entendeu haver um motivo que não estava pré-listado nas respostas. O gráfico abaixo mostra o percentual de respostas para cada um dos fatores, tendo sido excluídos do gráfico os fatores que não tiveram nenhuma resposta computada.

Principal fator de escolha da escola - Diretores

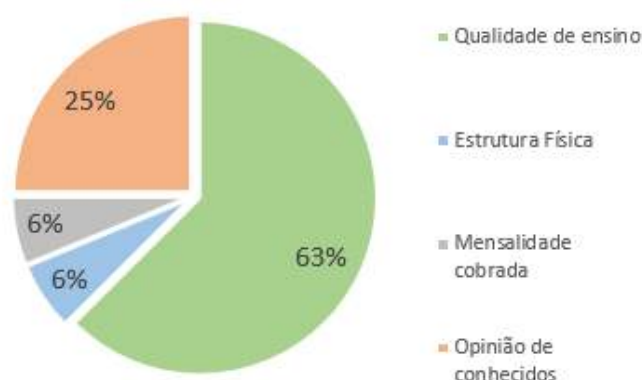


Gráfico 10 - principal fator de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de diretores
Fonte: Autoria Própria

Já os pais de alunos, quando igualmente questionados sobre o principal fator de escolha da escola de seus filhos, responderam quase em mesma proporção que o fator preponderante é, também, a qualidade de ensino da unidade escolar. No entanto, diferentemente dos diretores de escola, citaram 6 dos 10 fatores pré listados. Enquanto 6% dos respondentes do grupo de diretores disse ser a estrutura física o fator de maior impacto para a escolha da escola, nenhum pai respondente disse ser esse o fator preponderante para suas escolhas. O gráfico abaixo mostra o percentual de respostas para cada um dos fatores, tendo sido excluídos do gráfico os fatores que não tiveram nenhuma resposta computada.

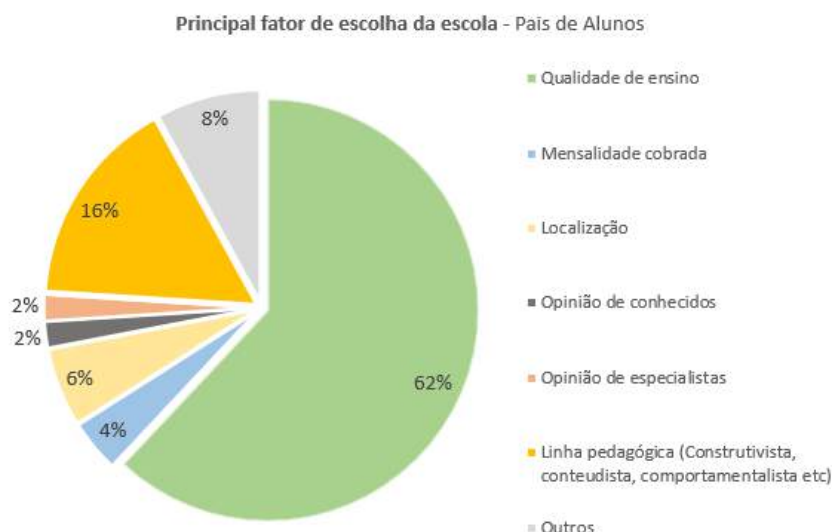


Gráfico 11 - Principal fator de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de pais de alunos
Fonte: Autoria Própria

Após serem questionados sobre o principal fator de escolha dos pais para a escola dos filhos, foi pedido aos diretores que escolhessem, no máximo, dois outros fatores que considerassem importantes, além do principal fator, previamente respondido. Desta forma, obteve-se os seguintes resultados, demonstrados na forma do gráfico 12, abaixo. Novamente, fatores que não obtiveram ao menos uma resposta, foram desconsiderados na representação gráfica.



Gráfico 12 - Outros fatores determinantes de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de diretores
Fonte: Autoria Própria

Assim como com o principal fator, os pais de alunos foram igualmente questionados sobre os demais fatores que consideravam importante no momento de escolha da escola de seus filhos. Os mesmos fatores foram citados por pais de alunos e diretores de escola, à exceção do fator propagandas, que foi citado por 4% dos diretores respondentes da pesquisa e do fator linha pedagógica da escola, que foi citado por 14% dos pais de alunos respondentes da pesquisa. Além disso, 4% dos pais disseram haver outros fatores que não os pré listados como determinantes para a escolha da escola de seus filhos. O gráfico 13 mostra a distribuição de respostas dos pais de alunos do ensino médio da rede privada de escolas do Estado do Rio de Janeiro.

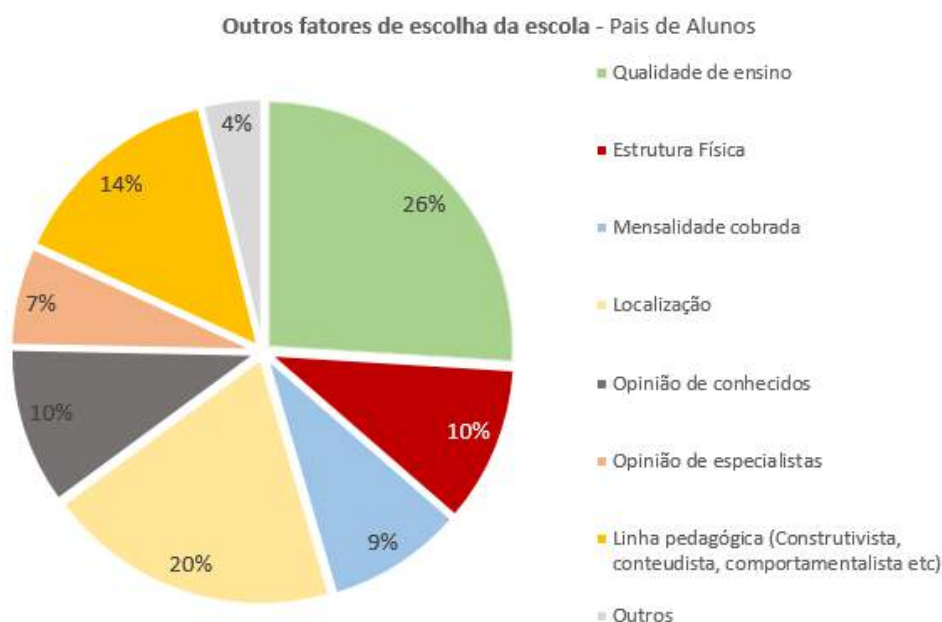


Gráfico 13 - Outros fatores determinantes de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de pais de alunos

Fonte: Autoria Própria (2018)

Por fim, ambos os grupos, diretores e pais de alunos, foram questionados sobre os motivos menos importantes no momento de decisão de matrícula dos filhos na unidade escolar.

Apenas o fator Estrutura Física, mencionado por 4% dos diretores de escola, não foi mencionado por nenhum pai de aluno respondente, enquanto apenas o fator localização, mencionado por 11% dos pais de alunos, não foi respondido por nenhum diretor de escola.

Enquanto para os pais de alunos respondentes o fator com menor influência sobre suas decisões de escolha da escola dos filhos é a propaganda, o fator com maior percentual de respostas dos diretores de escola foi pouco ou nenhum relato de bullying na escola. Os gráficos 14 e 15 representam a distribuição percentual de respostas sobre o fator menos determinante na escolha da escola para diretores e pais de alunos, respectivamente.

Fatores menos importantes de escolha da escola - Diretores



Gráfico 14 - Fatores menos importantes de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de diretores

Fonte: Autoria Própria

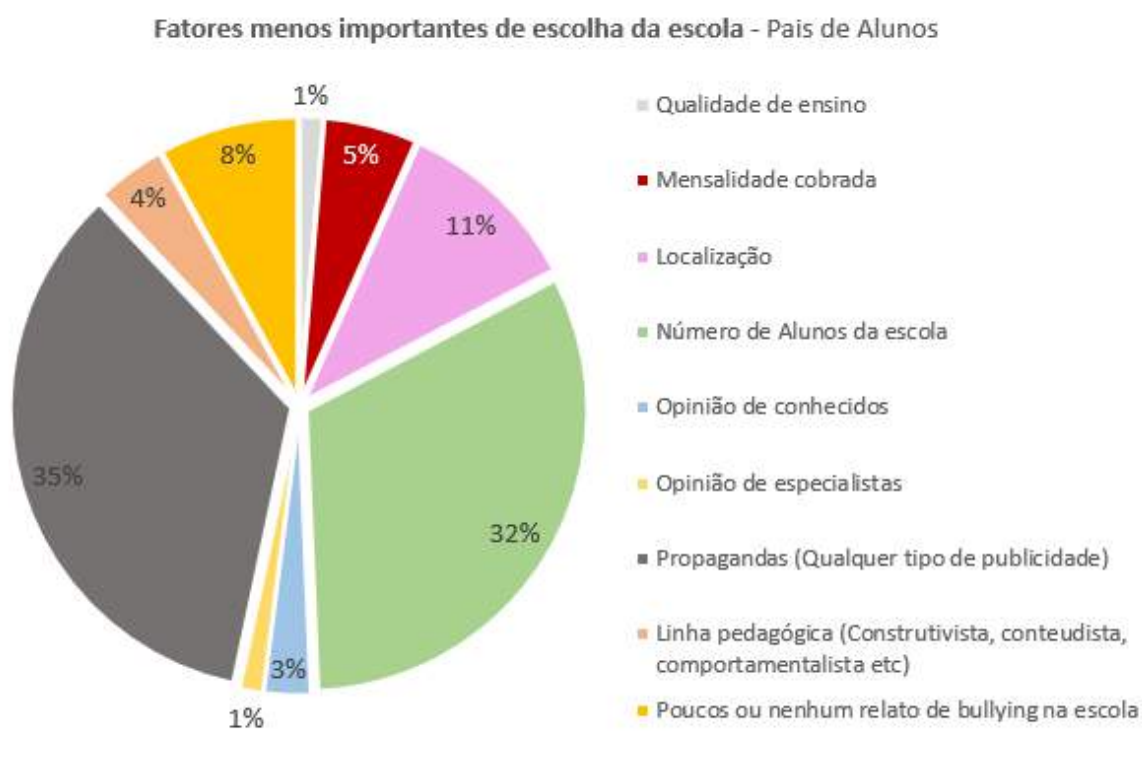


Gráfico 15 - Fatores menos importantes de escolha da escola para os respondentes da pesquisa de pais de alunos

Fonte: Autoria Própria

5 CONCLUSÃO

Ao princípio do presente estudo, tinha-se por finalidade entender se os gestores de escolas privadas conhecem os seus consumidores, representados pelos pais de alunos. Devido a limitações deste estudo, optou-se por utilizar como população da pesquisa apenas pais de alunos e ex-alunos do ensino médio do estado do Rio de Janeiro e diretores e ex-diretores de escolas do estado do Rio de Janeiro.

Assim sendo, apoiado nos resultados dos questionários aplicados e expostos no capítulo anterior pode-se verificar que de forma geral, os diretores de escola do estado do Rio de Janeiro entendem o principal fator motivador para a escolha da escola, sendo esse a qualidade de ensino da instituição.

No entanto, ao tentar aprofundar o conhecimento destes gestores sobre seus consumidores, os resultados não foram tão consistentes quanto em relação ao principal fator de escolha do consumidor. Apesar de terem sido citados praticamente todos os fatores que também foram levantados pelos pais de alunos, grande parte dos gestores, mais especificamente 37% dos respondentes, disse ser a mensalidade cobrada pela escola um dos fatores determinantes para a escolha da escola, além do fator de maior influência. Apenas 9% dos pais de alunos realmente disseram ser esse um dos fatores de influência no momento de decisão da escola de seus filhos. Contudo, é possível perceber que há sim um conhecimento do seu consumidor por parte dos gestores educacionais, mas podemos entender, com base nas respostas de quais outros fatores consideravam importantes para a escolha da escola, que este conhecimento não é demasiadamente aprofundado, estando em escala superficial.

Não obstante, os resultados dos fatores menos importantes para a decisão dos pais sobre as escolas de seus filhos demonstram conhecimento pouco aprofundado neste aspecto, visto que o fator mais levantado pelos pais como sendo de menor influência em suas decisões é o de propaganda, que foi mencionado por apenas 4% dos gestores educacionais como sendo de menor influência para a decisão dos pais. Apesar de o estudo ter por objetivo entender se os gestores conhecem os motivos de escolha dos consumidores e não os motivos de não escolha, este passa a ser um fator importante para aqueles que queiram tomar este estudo como base para outros temas acerca do assunto.

Em síntese, pautando-se nos resultados obtidos na pesquisa, entende-se que o gestor escolar da rede privada de ensino médio do estado Rio de Janeiro conhece os fatores determinantes de escolha do seu consumidor, ainda que de forma não muito aprofundada, assim como os fatores determinantes para não opção de

matrícula na escola.

Diante do exposto neste capítulo, pode-se concluir que o presente trabalho acadêmico atingiu seu objetivo, qual seja, entender se os diretores de escolas particulares conhecem os motivos de escolha de seus consumidores bem como seus objetivos secundários, previamente expostos no primeiro capítulo.

Esta pesquisa buscou aprofundar os estudos acerca da área da educação básica privada, não sendo possível contudo, por impossibilidade físicas, temporais e geográficas de se abordar outros aspectos desta área de pesquisa. Recomenda-se, para estudos futuros, que sejam ampliados os aspectos considerados para esta pesquisa, como exploração de outras regiões geográficas ou outros públicos, permitindo uma visão mais abrangente da área de educação e dos fatores que influenciam a escolha pelas escolas. Um conhecimento mais aprofundado desses consumidores e da sua tomada de decisão certamente auxiliará tanto gestores como os próprios consumidores nesse contexto, além de enriquecer o conteúdo acadêmico na área.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA O GLOBO. "Educação básica privada entra em nova fase de expansão" Leia mais em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/educacao-basica-privada-entra-em-nova-fase-de-expansao-ckszs2qqo483zkdaega8m46zr/> Copyright © 2018, Gazeta do Povo. Todos os direitos reservados..
<https://www.gazetadopovo.com.br>. 2016. Disponível em:
<<https://www.gazetadopovo.com.br/economia/educacao-basica-privada-entra-em-nova-fase-de-expansao-ckszs2qqo483zkdaega8m46zr/>>. Acesso em: 19 nov. 2018.
- BENINI, Kellyn; SCHEID, Euclides. **FATORES INFLUENCIADORES NO PROCESSO DE DECISÃO NA ESCOLHA DA ESCOLA DE ENSINO PARTICULAR**. 1. ed. LAJEADO: Revista Destaques Acadêmicos, v. 5, 2013.
- BICHMACHER , Arthur; MAGALHÃES, João Roberto Moreira. **ELABORAÇÃO DE PLANO DE NEGÓCIOS DE UMA EMPRESA DO SETOR EDUCACIONAL DE ENSINO PERSONALIZADO** . Rio de Janeiro, 2013. 95 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Engenharia de produção) - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO, 2013. Disponível em:
<<http://www.monografias.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10008712.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2018.
- BOTLER, Alice Happ . Autonomia e ética na gestão escolar. **Revista Portuguesa de Educação**. Braga, v. 16, n. 1, p. 121-135, 2003. Disponível em:
<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37416106>>. Acesso em: 23 set. 2018.
- BUSSAB, Wilton de O; MORETTIN, Pedro A. **ESTATÍSTICA BÁSICA**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- CALDERÓN, Adolfo Ignacio; STRELEC, Thamara; MARIM, Vlademir. Terceirização na administração da educação : as estratégias do mundo empresarial no universo educacional em questão . In: SEMINÁRIO DE EDUCAÇÃO MATEMÁTICA DO PONTAL, 1. 2009, Uberlândia, 2009. 16 p.
- CUNHA, Joana. Conglomerados do ensino superior avançam sobre a educação básica. www1.folha.uol.com.br. São Paulo, 2018. Disponível em:
<<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/06/conglomerados-do-ensino-superior-avancam-sobre-a-educacao-basica.shtml>>. Acesso em: 19 nov. 2018.
- CURY, carlos roberto jamil. A EDUCAÇÃO BÁSICA NO BRASIL. **Educação & Sociedade**. Campinas, v. 23, n. 80, p. 168-200, Setembro 2002. Disponível em:
<<http://www.scielo.br/pdf/es/v23n80/12929.pdf>>. Acesso em: 16 nov. 2018.
- GALLI, Carolina Casella. **LÓGICAS INSTITUCIONAIS E A CONSTRUÇÃO DE SENTIDO EM ORGANIZAÇÕES ESCOLARES DA EDUCAÇÃO BÁSICA** . Curitiba, 2018. 158 p. Dissertação (Administração) - UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/55434>>. Acesso em: 23 set. 2018.
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

INEP. Censo Escolas 2017: Notas estatísticas. **Ineo.gov.br**. Brasília, 2018. 20 p. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/educacao_basica/censo_escolar/notas_estatisticas/2018/notas_estatisticas_Censo_Escolar_2017.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2018.

KOIKE, Beth. Ensino básico atrai faculdades, fundos e até jogador de futebol. **www.valor.com.br**. São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/empresas/5113586/ensino-basico-atrai-faculdades-fundos-e-ate-jogador-de-futebol>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**: Como criar, conquistar e dominar mercados. Tradução Carlos Szlak. São Paulo: Ediouro, 2009. 303 p. Tradução de: Kotler on marketing.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. Tradução Monica Rosenberg. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 750 p. Tradução de: Marketing Management.

KOTLER, Phillip. **Administração de Marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LARENTIS, Fabiano. **Comportamento do consumidor**. Curitiba: IESDE, 2012. 192 p.

MELLO, Eduardo Zech; PAIXÃO, Mariana Simon. **UMA ANÁLISE DA EDUCAÇÃO BRASILEIRA**: O mercado de sistemas de ensino. Rio de Janeiro, 2016. 121 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Engenharia de produção) - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO, 2016. Disponível em: <<http://monografias.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10016174.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

NASCIMENTO, Estefanie Silva do. **Significados do consumo de educação privada para consumidores emergentes**. Rio de Janeiro, 2016. 153 p. Dissertação (Administração) - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO, 2016. Disponível em: <http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/1412468_2016_completo.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2018.

NASCIMENTO, Estefanie Silva; DA COSTA FILHO, Murilo Carrazedo Marques; HOR-MEYLL, Luis Fernando. SIGNIFICADOS DA EDUCAÇÃO PRIVADA NA NOVA CLASSE MÉDIA. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 32-46, Abr./jun. 2017. Disponível em: <<http://periodicos.uff.br/pca/article/view/11301/pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

NOVIS, Anna Teresa Moraes; DE FARIA, Carolina Jorge. **ANÁLISE DOS MÉTODOS DE PRECIFICAÇÃO APLICADOS AO SETOR DE EDUCAÇÃO**: UM ESTUDO DE CASO. Rio de Janeiro, 2015. 90 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Engenharia de produção) - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO, 2015. Disponível em: <<http://www.monografias.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10015404.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2018.

PEREIRA, Ana Helena. **O comportamento do consumidor**. Lins, 2011. 49 p. Monografia (MBA em Gestão Empresarial) - CENTRO UNIVERSITÁRIO CATÓLICO SALESIANO AUXILIUM, 2011. Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/53461.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2018.

_____. Brasil: Ideb 2017. **Qedu.org.br**. 2017. Disponível em: <<http://qedu.org.br/brasil/ideb?dependence=4&grade=1&edition=2017>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Brasil: Ideb 2017. **Qedu.org.br**. 2017. Disponível em: <<http://qedu.org.br/brasil/ideb?dependence=4&grade=2&edition=2017>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Brasil: Ideb 2017. **Qedu.org.br**. 2017. Disponível em: <<http://qedu.org.br/brasil/ideb?dependence=4&grade=2&edition=2017>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Brasil: Ideb 2017. **Qedu.org.br**. 2017. Disponível em: <<http://qedu.org.br/brasil/ideb?dependence=5&grade=1&edition=2017>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Brasil: Ideb 2017. **Qedu.org.br**. 2017. Disponível em: <<http://qedu.org.br/brasil/ideb?dependence=5&grade=2&edition=2017>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Brasil: Ideb 2017. **Qedu.org.br**. 2017. Disponível em: <<http://qedu.org.br/brasil/ideb?dependence=5&grade=3&edition=2017>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Matrículas e infraestrutura. **Qedu.org.br**. 2010. Disponível em: <http://qedu.org.br/brasil/censo-escolar?year=2010&dependence=4&localization=0&education_stage=0&item=>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Matrículas e infraestrutura. **Qedu.org.br**. 2011. Disponível em: <http://qedu.org.br/brasil/censo-escolar?year=2011&dependence=4&localization=0&education_stage=0&item=>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Matrículas e infraestrutura. **Qedu.org.br**. 2014. Disponível em: <http://qedu.org.br/brasil/censo-escolar?year=2014&dependence=4&localization=0&education_stage=0&item=>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Matrículas e infraestrutura. **qedu.org.br**. 2015. Disponível em: <http://qedu.org.br/brasil/censo-escolar?year=2015&dependence=4&localization=0&education_stage=0&item=>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Matrículas e Infraestrutura. **Qedu.org.br**. 2016. Disponível em: <

http://qedu.org.br/brasil/censo-escolar?year=2016&dependence=4&localization=0&education_stage=0&item=>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Matrículas e Infraestrutura. **qedu.org.br**. 2017. Disponível em: <http://qedu.org.br/brasil/censo-escolar?year=2017&dependence=0&localization=0&education_stage=0&item=>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. O que é o Ideb. **qedu.org.br**. 2018. Disponível em: <<https://academia.qedu.org.br/ideb/o-que-e-o-ideb-2/>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

QEDU.ORG.BR. Matrículas e infraestrutura. **Qedu.org.br**. 2013. Disponível em: <http://qedu.org.br/brasil/censo-escolar?year=2013&dependence=4&localization=0&education_stage=0&item=>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

_____. Matrículas e Infraestrutura. **Qedu.org.br**. 2012. Disponível em: <http://qedu.org.br/brasil/censo-escolar?year=2012&dependence=4&localization=0&education_stage=0&item=>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

SALES, ROSMARI CAPRA. **OS VALORES OFERTADOS E PERCEBIDOS NO PROCESSO DE DECISÃO POR ESCOLAS INTERNACIONAIS: UMA ANÁLISE NO CONTEXTO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**. Rio de Janeiro, 2017. 137 p. Dissertação (Gestão empresarial) - Fundação Getúlio Vargas, 2017. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/19498>>. Acesso em: 23 set. 2018.

SILVA, Eliene Pereira da. A IMPORTÂNCIA DO GESTOR EDUCACIONAL NA INSTITUIÇÃO ESCOLAR. **REVISTA CONTEÚDO**. Capivari, v. 1, n. 2, Dez. 2009. Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45041217/21-83-1-SP.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1542643817&Signature=+GvGkXpflANyBgO7oYdJ5n0DwEU=&response-content-disposition=inline;filename=A_IMPORTANCIA_DO_GESTOR_EDUCACIONAL_NA_I.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2018.

SOLOMON, Michael R. **Comprando, possuindo e sendo**: introdução ao comportamento do consumidor. Tradução Beth Honorato. 11. ed. Bookman Editora, 2016. 608 p. Tradução de: Consumer behavior: Buying, having and being.

APÊNDICE A — INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Questionário para pais de alunos e ex alunos, até 5 anos atrás (2013), da rede privada do ensino médio do estado do Rio de Janeiro.

"Olá! Sou aluno de administração da UFRJ. Este formulário é um complemento da minha monografia. Todas as informações serão tratadas de forma anônima e sem fins lucrativos. Muito obrigado por me ajudar respondendo este questionário!"

Qual a sua faixa de idade?

- Menos de 18 Anos
- 18 - 25 Anos
- 26 - 40 Anos
- 41 - 55 Anos
- 56 - 70 Anos
- Mais de 70 Anos

Qual o seu sexo?

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não dizer

Você possui algum(a) filho(a) que está cursando o ensino médio ou cursou nos últimos 5 anos em escola particular?

- Sim
- Não

Quantos filhos você possui nessas condições (está cursando o ensino médio ou cursou nos últimos 5 anos)?

- 1
- 2
- 3
- 4 ou mais

Qual a renda mensal de sua família?

Considere o salário mínimo no valor de R\$954,00

- Até 1 salário mínimo
- de 1 a 3 salários mínimos
- de 3 a 5 salários mínimos
- de 5 a 7 salários mínimos
- Acima de 7 salários Mínimos

Em que estado seu(ua) filho(a) cursou ou está cursando o Ensino Médio?

- AC
- AL
- AP
- AM
- BA
- CE
- DF
- ES
- GO
- MA
- MT
- MS
- MG
- PA
- PB
- PR
- PE
- PI
- RJ
- RN
- RS
- RO
- RR
- SC
- SP
- SE

TO

Qual dos fatores abaixo você considera ou considerou como principal para a escolha da escola de seu(ua) filho(a)?

- Qualidade de ensino
- Estrutura Física
- Mensalidade cobrada
- Localização
- Número de Alunos da escola
- Opinião de conhecidos
- Opinião de especialistas
- Propagandas (Qualquer tipo de publicidade)
- Linha pedagógica (Construtivista, conteudista, comportamentalista etc)
- Poucos ou nenhum relato de bullying na escola
- Outros

Além do fator principal marcado acima, quais outros fatores você considera ou considerou importantes para a escolha da escola de seu(ua) filho(a)?

Selecione até 2 opções.

- Qualidade de ensino
- Estrutura Física
- Mensalidade cobrada
- Localização
- Número de Alunos da escola
- Opinião de conhecidos
- Opinião de especialistas
- Propagandas (Qualquer tipo de publicidade)
- Linha pedagógica (Construtivista, conteudista, comportamentalista etc)
- Poucos ou nenhum relato de bullying na escola
- Outros

Qual dos fatores abaixo você considera ou considerou menos importantes para a escolha da escola de seu(ua) filho(a)?

Selecione até 2 opções.

- Qualidade de ensino

- Estrutura Física
- Mensalidade cobrada
- Localização
- Número de Alunos da escola
- Opinião de conhecidos
- Opinião de especialistas
- Propagandas (Qualquer tipo de publicidade)
- Linha pedagógica (Construtivista, conteudista, comportamentalista etc)
- Poucos ou nenhum relato de bullying na escola
- Outros

Questionário para diretores e ex-diretores, até 5 anos atrás (2013), de escolas da rede privada do ensino médio do estado do Rio de Janeiro.

"Olá! Sou aluno de administração da UFRJ. Este formulário é um complemento da minha monografia. Todas as informações serão tratadas de forma anônima e sem fins lucrativos. Muito obrigado por me ajudar respondendo este questionário!"

Qual a sua faixa de idade?

- Menos de 18 Anos
- 18 - 25 Anos
- 26 - 40 Anos
- 41 - 55 Anos
- 56 - 70 Anos
- Mais de 70 Anos

Qual o seu sexo?

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não dizer

Você exerceu nos últimos 5 anos ou está exercendo a função de diretor de alguma unidade escolar privada que continha pelo menos uma das séries do ensino médio (1ª a 3ª série do ensino médio)?

Sim

Não

Em que estado seu(ua) filho(a) cursou ou está cursando o Ensino Médio?

AC

AL

AP

AM

BA

CE

DF

ES

GO

MA

MT

MS

MG

PA

PB

PR

PE

PI

RJ

RN

RS

RO

RR

SC

SP

SE

TO

Quais são ou eram suas principais ações para captar e reter alunos do ensino médio em sua unidade escolar?

Cite de forma sucinta as ações e estratégias mais utilizadas por você para captar e reter alunos.

Você acredita que há alguma ação melhor a se fazer, mas que não é ou não era possível ser feita (Por falta de verba, de estrutura, tempo etc)? Quais?

Cite de forma sucinta as ações e estratégias que acredita que são ou seriam melhores que as citadas anteriormente mas não são ou eram feitas por alguma impossibilidade.

Qual dos fatores abaixo você acredita que seja o mais determinante para os pais de alunos(as) do ensino médio ao escolher a escola dos filhos(as)?

- Qualidade de ensino
- Estrutura Física
- Mensalidade cobrada
- Localização
- Número de Alunos da escola
- Opinião de conhecidos
- Opinião de especialistas
- Propagandas (Qualquer tipo de publicidade)
- Linha pedagógica (Construtivista, conteudista, comportamentalista etc)
- Poucos ou nenhum relato de bullying na escola
- Outros

Além do fator principal marcado acima, quais outros fatores você acredita que os pais de alunos(as) do ensino médio consideram importantes para a escolha da escola de seus filhos(as)?

Selecione até 2 opções.

- Qualidade de ensino
- Estrutura Física
- Mensalidade cobrada
- Localização
- Número de Alunos da escola
- Opinião de conhecidos
- Opinião de especialistas
- Propagandas (Qualquer tipo de publicidade)
- Linha pedagógica (Construtivista, conteudista, comportamentalista etc)
- Poucos ou nenhum relato de bullying na escola
- Outros

Qual dos fatores abaixo você acredita que os pais de alunos(as) do ensino médio considerem menos importantes para a escolha da escola de seus filhos(as)?

Selecione até 2 opções.

- Qualidade de ensino
- Estrutura Física
- Mensalidade cobrada
- Localização
- Número de Alunos da escola
- Opinião de conhecidos
- Opinião de especialistas
- Propagandas (Qualquer tipo de publicidade)
- Linha pedagógica (Construtivista, conteudista, comportamentalista etc)
- Poucos ou nenhum relato de bullying na escola
- Outros