

# Tempo e satisfação DO CLIENTE

Um dos dados de pesquisa a que os gestores estão mais atentos é o da satisfação do cliente - a família ou o aluno. Parece uma preocupação natural: uma comunidade satisfeita tende a ser fiel e, provavelmente, essa satisfação terá um efeito viral, gerando o sonhado boca a boca positivo. Mas é preciso cuidado, e por diversas razões.

Em primeiro lugar, porque a ideia da satisfação é genérica. Uma comunidade pode estar satisfeita temporariamente com a escola simplesmente porque a instituição não lhe impõe desconfortos, não exige muito dos alunos, passando a impressão de que lá tudo é permitido. Mas não pensará duas vezes em trocar por outra que ofereça o mesmo *laissez-faire* e alguma vantagem a mais.

No sentido inverso, muitas das escolas mais concorridas, dessas que têm fila de espera, pouco se preocupam em satisfazer pais e alunos. Estabelecem condições rígidas, negociam pouco, reduzem os momentos de contatos e explicações para os pais, que se queixam, mas não arredam o pé.

Esses dois exemplos com sinais contrários apenas ilustram uma recomendação para os gestores: qualquer pesquisa precisa ter o cuidado de permitir análise sobre cada um dos fatores envolvidos, para que se possa diferenciar críticas pontuais e insatisfações momentâneas da confiança no trabalho pedagógico realizado.

As pesquisas que analisam a qualidade percebida pelos clientes de instituições educacionais vêm evoluindo. Há especialistas que alertam, inclusive, para o efeito do tempo na percepção da qualidade. Ou seja, as famílias que estão iniciando seu relacionamento com a escola vão ter uma visão diferente se comparadas àquelas que já estão há mais tempo na instituição escolar - e as pesquisas costumeiramente realizadas não permitem avaliar isso.

Essa ponderação é importante, pois questões que aparentemente impactam de modo semelhante à primeira vista (como no caso do antigo e, muitas vezes, falso dualismo entre infraestrutura x qualidade de ensino), ao longo do tempo se diferenciam. Para famílias com mais tempo na instituição, parecem prevalecer os critérios ligados à qualidade pedagógica.

São informações que podem definir ou redefinir as estratégias de ação da escola e, portanto, devem estar no *briefing* de qualquer pesquisa que a instituição pretenda fazer em 2011. Fique de olho! ■



**Cristiana Prado**  
Gerente de Marketing do  
Ético Sistema de Ensino  
[www.sejaetico.com.br](http://www.sejaetico.com.br)