

O Secretário Atuando como Consultor: Um Estudo de Mercado sobre a Imagem e Posicionamento de uma Unidade Educacional na Paraíba

The Secretary Acting as a Consultant: A Market Study on the Image and Positioning of an Educational Unit in Paraíba

Joseilme Fernandes Gouveia¹ e Laiany Fonseca da Silva²

^{1,2}Universidade Federal da Paraíba, UFPB

Como citar: Gouveia, J. F. & Silva, L. F. (2020). O Secretário Atuando como Consultor: Um Estudo de Mercado sobre a Imagem e Posicionamento de uma Unidade Educacional na Paraíba. *Connection Scientific Journal*, 3(1), 27-42. <https://doi.org/10.51146/csj.v3i1.34>

Recebido em: 2020-01-29. **Aceite em:** 2020-03-10. **Publicado em:** 2020-04-24.



Resumo

Diante dos diversos papéis que o secretário executivo pode exercer, a função de consultor será abordada nesta pesquisa, já que os resultados avaliaram a imagem e o posicionamento de uma Unidade Educacional. O estudo objetivou investigar a imagem e posicionamento da Unidade Educacional frente aos seus potenciais clientes. Para isso, foi realizada uma pesquisa de campo sob abordagem quantitativa, por meio da aplicação de um questionário aos potenciais pais de alunos que transitavam em estabelecimentos próximos à referida instituição. Os dados coletados foram organizados em figuras e tabelas utilizando como ferramentas tecnológicas o Word, Excel e o SPSS, os quais foram analisados sob a análise do conteúdo. De modo geral, o estudo identificou as principais preferências dos pais na hora de matricular seus filhos na escola, sendo a mais lembrada, Escola União. Com isso, o principal resultado apurado é que a imagem e o posicionamento no mercado de trabalho da escola Unidade Educacional da CNEC precisam ser mais bem trabalhados, já que os potenciais clientes, em sua maioria, não lembram dela, nem a consideram prioritária quando precisam matricular seus filhos. Portanto, a pesquisa de mercado realizada pelo secretário executivo atuando como consultor, aponta que novas estratégias sejam estabelecidas pela Unidade Educacional, a fim de alcançar seus futuros clientes em que poderão considerá-la como preferência e prioridade para matricular seus filhos.

Palavras-chaves: secretariado executivo, consultoria, pesquisa de mercado

Abstract

Considering the various competencies that an executive secretary can perform, the role of consultant will take place in this research, since the results evaluated the image and positioning of an Educational Unit. The study aimed to investigate the image and positioning of the Educational Unit considering its potential customers. In order to achieve this goal, a field research under a quantitative approach was performed, through the application of a questionnaire to the potential parents of students who were available in the area of the institution. The data collected were organized into graphs and tables using Word, Excel, and SPSS software as technological tools, which were analyzed under content analysis. In general, the study identified the main preferences of parents when enrolling their children in school, the União school. Hence, the main result found is that the image and positioning in the labour market of the CNEC Educational Unit school need to be enhanced, since most potential clients do not remember the school, nor do they consider it a priority when they need to enroll their children. Therefore, the market research carried out by the executive secretary acting as a consultant, points out that new strategies should be established by the Educational Unit, aiming to reach its future clients, which they may consider it as a preference and priority to enroll their children.

Keywords: executive secretariat, consultant, competencies, market research

Atualmente, o profissional com formação em secretariado executivo vem se destacando no mercado de trabalho por sua capacidade de assessorar, organizar, construir estratégias e tomar decisões no ambiente organizacional (Silva, 2013). Ele pode exercer uma função de influenciador com relação às mudanças e aos conhecimentos, assimilando e ajustando suas estratégias para conseguir alcançar os objetivos da empresa. Segundo Veiga (2009, p. 26) “o mercado necessita de profissionais que tenham empregabilidade e façam a diferença nas empresas”. Desse modo, identifica-se que, em um mercado tão competitivo e com grande aumento de inovações tecnológicas, ser um agente de mudanças é buscar sempre a inovação em uma organização, é estar aberto às oportunidades e construção do seu conhecimento.

Nessa conjuntura, Guimarães e Santiago (2018), Antunes e Araújo (2013) apontam a consultoria como uma área de atuação do secretário executivo, de modo que este estudo pretende colaborar com essa discussão partindo da prática. Diante dos papéis que o secretário executivo pode exercer, a função de consultor será tratada no decorrer desta pesquisa, corroborando com Guimarães e Santiago (2018), que identificaram uma secretária executiva, graduada pelo curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), que atuou como consultora na área de organização de eventos. Assim, o estudo intenciona ratificar a presença do secretário executivo atuando como consultor organizacional.

O lócus de investigação foi numa Unidade Educacional que faz parte do grupo de Campanha Nacional de Escolas da Comunidade (CNEC), em Santa Rita, na Paraíba, onde a pesquisadora identificou qual a visão que a marca da unidade transmite para seus atuais e futuros clientes. De acordo com D’Elia e Amorim (2013), “o nome de uma pessoa, empresa, marca ou profissão está relacionado à sua identidade, transmitindo orgulho, paixão, um sentido de propriedade e pertencimento”, isso faz com que a empresa sempre esteja explorando as necessidades relacionadas ao bom desenvolvimento nas melhorias, aperfeiçoamento das técnicas e satisfação dos seus clientes.

Justifica-se a relevância desta pesquisa científica devido ao seu papel informacional sobre a atuação do secretário como consultor organizacional, além de apresentar resultados de uma consultoria realizada junto à Unidade Educacional da CNEC. Além disso, a investigação colabora com a discussão científica na área de Secretariado, já que segundo Gonçalves e Santiago (2016), até o ano de 2016 havia apenas 6 artigos científicos publicados nos periódicos da área sobre a atuação do secretário como consultor.

Uma das ferramentas que têm se tornado indispensável na atualidade é a tecnologia, pois com as mudanças da globalização, ela faz com que seus usuários se aprimorem e se beneficiem dela cada vez mais. Nesse sentido, Chiavenato (2003, p. 416) mostra que “as empresas precisam utilizar alguma tecnologia para executar operações e realizar sua tarefa [...] toda empresa depende da tecnologia para funcionar e alcançar seus objetivos”. Sendo assim, verificou-se que elas devem sempre buscar meios abrangentes de diagnosticar os pontos positivos e negativos em uma empresa, o que levará a discutir sobre as melhores estratégias para serem trabalhadas em conjunto com o seu crescimento. Qual a imagem e posicionamento da Unidade Educacional pesquisada frente aos seus potenciais clientes?

A pesquisa teve como objetivo geral investigar a imagem e posicionamento da Unidade Educacional frente aos seus potenciais clientes? Como objetivo específico, pretendeu-se identificar os fatores que os potenciais clientes priorizam na hora de realizar a matrícula escolar.

Avanços da Profissão de Secretariado no Âmbito da Consultoria

Falar da profissão de secretário executivo é resgatar o quanto que este profissional se tornou um agente de conexão entre pessoas, setores e procedimentos, além de ser o elo entre os clientes internos e externos, os gestores, investidores, entre outros. No Brasil, a profissão foi uma das que mais passou por transformações nas décadas de 1950 a 2000 (Bond & Oliveira, 2009). Inicialmente, ela era vista como algo mecânico e operacional, em que sua função estava em desempenhar atividades tais como: servir café, recepcionar clientes e visitas, atender telefone, entre outras que deixava o secretário limitado à execução e manutenção das rotinas administrativas. Hodiernamente, as atividades foram evoluindo e sendo incorporadas à atuação do profissional de secretariado, o que gerou uma carreira de oportunidade nas organizações, possibilitando que ele pudesse atuar como gestor, coordenador de diversas atividades, gestor do tempo, empreendedor, tradutor, consultor, assessor técnico-administrativo, gerencial e comercial (Bond & Oliveira, 2009). Em complemento, Veiga (2009) afirma que:

O profissional de Secretariado Executivo tem habilidades para gerir pequenos grupos, produzir, organizar e realizar pequenos e grandes eventos corporativos, tomar pequenas decisões quando os executivos nos dão essa liberdade dentro da organização, organizar viagens e reuniões entre outras responsabilidades (p. 18).

Compreende-se que o perfil do secretário executivo permite uma atuação polivalente ocupando um papel estratégico nas organizações como gerenciador e monitorador de procedimentos em uma empresa, no qual se observa o movimento cotidiano, se tornando um agente facilitador na geração de resultados de qualidade, mudanças e aumento da performance na comunicação. Suas atividades são gerenciadas a estratégias organizacionais, em que exige do secretariado o conhecimento das funções administrativas, de negócio e da sua área de atuação.

Com o crescimento do mercado, o profissional de secretariado ganhou espaço, mostrando suas competências no setor da consultoria. Giorni (2016), Miranda *et al.* (2016), Schmitz, Schmidt (2016) e Alcântara e Pereira (2017) apontam que a consultoria é uma área promissora para os profissionais de secretariado, mas que é necessário que o secretário adquira e desenvolva competências específicas para fazer o diagnóstico de uma situação e, em consequência, sugerir melhorias preventivas ou corretivas.

Para atuar na área de consultoria faz-se necessário um perfil que, segundo Giorni (2016, p. 42), “é uma pessoa que está em posição de exercer alguma influência sobre um indivíduo, grupo ou organização, mas não tem poder direto para produzir mudanças ou programas de implementação”. Com isso, o profissional deve ter a responsabilidade de estar continuamente buscando novos conhecimentos, atualizando sua visão estratégica de mercado e aperfeiçoando suas informações para desenvolver vários papéis em sua formação entre eles o de consultor.

O consultor é alguém capaz de oferecer soluções para outros empreendedores, como por exemplo, um bom mecânico é um bom consultor, ele pode aconselhar preventivamente sobre seu automóvel ou oferecer uma solução específica que vai livrá-lo de um problema que já esteja ocorrendo no carro (Portela & Schumacher, 2009, p. 12).

Nas últimas décadas, e com o crescimento das demandas por parte das empresas em aprimorar e potencializar os seus resultados, o ramo de consultoria organizacional foi se colocando e sendo aderido pelos gestores. A atuação das consultorias externas nas empresas privadas se faz por meio de um perfil em que há uma ligação de modo direto entre consultores e os diretores da empresa em que, juntos, encontram métodos e estratégias para desenvolverem seus projetos e alcançar seus objetivos. Com isso, enfrentam desafios em seu processo de organização que vão aos poucos ganhando forma e se adequando a nova visão sistemática da empresa. De forma resumida, algumas características são necessárias para ser um consultor e atuar como agente de mudanças.

Conforme aponta Antunes (2016), o secretário executivo precisa adquirir/desenvolver algumas habilidades para atuar como consultor: Ser coerente e sincero; ter empatia; ser humilde, flexível, bom ouvinte; e possuir senso de humor. Para entender e resolver o problema que existe em uma determinada organização, o secretário precisa se colocar no lugar do gestor para sentir e compreender a problemática apresentada e, talvez, identificar outros problemas que não foram apontados pelos gestores da empresa. Nesse contexto, o secretário precisa ser um bom ouvinte para ouvir mais e atentamente todas as informações dadas pela empresa.

Consultoria Empresarial Versus Secretarial

Com toda a visão e atuação do secretário, muitos se perguntam o que seria a consultoria secretarial, qual a diferença entre consultoria secretarial e consultoria empresarial. Em primeiro lugar, cabe informar que as consultorias secretarial e empresarial são diferentes. Segundo Oliveira (2009, p. 4) a “consultoria empresarial é um processo interativo de um agente de mudanças externo a empresa, que assume a responsabilidade de auxiliar as pessoas nas tomadas de decisão, não tendo, entretanto, o controle direto da situação”.

Na consultoria secretarial, utiliza-se dos mesmos processos da consultoria empresarial, porém, o diagnóstico está ligado às atividades desempenhadas e de responsabilidade do secretário executivo. Sobre isso, no estudo de Antunes (2013), existem alguns conhecimentos que podem ser trabalhados e explorados pelos secretários executivos para dar sustentação à sua atuação como consultor.

Regulamentação da Profissão; Fundamentos da ética profissional ao secretariado; Código de Ética do secretário; Técnica secretarial - Redação técnica e correspondências (cartas, memorandos, convites e semelhante, outros); Padronização dos textos organizacionais; Arquivo e documentação: conceitos, valores, importância e gestão; Técnica secretarial: telefone, recepção, controle de agenda, reuniões, controle e follow-up, viagens, tipos de documentação e gerenciamento de arquivos; Práticas secretariais no suporte e assessoramento; Funções administrativas em uma visão secretarial; Gestão do processo de trabalho – rotina e administração do tempo; Técnicas da informação para a organização; Gestão dos processos

informativas para assessoramento; A informação como matéria-prima para a decisão; Alternativas eficazes para a solução de problemas; Apresentação de fatos e dados de forma coerente e precisa; Acompanhamento e assessoria em projetos; Importância do relatório administrativo; Tipos de pesquisa e elaboração de projetos de na área de secretariado; O marketing empresarial e o apoio das atividades de secretariado; Relacionamento chefe/secretário executivo; Liderança: convívio social; Grupos de trabalho e coordenação de equipes (p. 132).

Nesse esteio, em relação aos assuntos específicos da atuação secretarial, o profissional de secretariado ainda tem muito o que explorar para consolidar o seu desempenho como consultor. A consultoria secretarial exige do secretário um olhar crítico e sugestivo do profissional sobre determinada situação imbuída nas suas atribuições diárias. Por isso, é necessário que o secretário tenha uma visão holística sobre o impacto que as atividades operacionais têm para a organização como um todo, de modo que o ato de realizar atendimento telefônico, gerir informações, processos, pessoas e materiais, organizar reuniões e viagens, dentre outras, devem ser cautelosamente observados pelo secretário. Tais observações o permitirão avaliar e diagnosticar possíveis problemas para, então, propor melhorias objetivando que os resultados organizacionais sejam alcançados.

As competências do profissional de secretariado são inúmeras, seja no setor público ou no privado, as quais abrangem o relacionamento interpessoal, a resiliência, a ética, o conhecimento dos perfis de valores e expectativas das organizações (Antunes, 2016). De acordo com Sabino e Rocha (2004) o profissional de secretariado executivo tornou-se uma peça importante dentro da organização, tendo uma postura gerencial compatível com as novas exigências do mercado atual, englobando comportamento organizacional, gestão de pessoas e comunicação interpessoal.

A procura da consultoria secretarial está relacionada à busca por novos avanços tecnológicos, inovação e aperfeiçoamento de técnicas de negócios administrativos, de relacionamento, comunicação organizacional, apoio logístico, no qual se procura vantagens para competir em uma globalização que avança a cada dia, tendo como desejo melhorar seus conhecimentos e crescimento. Com isso, buscam-se habilidades e objetividade em quem realmente consiga analisar todos os aspectos desejados em uma empresa (Antunes, 2016).

A missão da consultoria é fornecer instrumentos e ferramentas que sejam úteis para a tomada de decisão de uma empresa fornecendo informações técnicas e intelectuais especializadas para melhor solucionar o problema. Atingir um alto nível como consultor é o objetivo de qualquer um que esteja trabalhando na área, é enfrentar situações na qual se coloca obstáculo, é encarar as resistências como ouvir/acatar sugestões, buscar consenso e não adesão total, introduzir gradativamente as mudanças, ter um bom relacionamento pessoal são algumas persistências na atuação como consultor (Case, Case & Franciatto, 1997).

Profissionais que interligam de maneira organizada suas atividades têm mais vantagens na maturação do seu empreendimento, conseguem de maneira sutil obter vantagens e ganhos, protegendo seu futuro e minimizando os riscos. Entretanto, Case e Franciatto (1997), relatam que todos os novos consultores devem tomar cuidado com dois problemas cruciais no período de maturidade, que são a falta de tempo e as questões éticas. Pois

não há necessidade de roubar seu tempo na empresa para fazer seus afazeres profissionais que estão totalmente interdependentes da empresa, basta que você organize seu cronograma, horários e estabeleça prioridades, sempre iniciando pelos mais urgentes.

Ao longo da trajetória do profissional como consultor, é adquirida muita experiência que lhe traz muitos benefícios e credibilidade com seus clientes, você começa a ganhar prazer em trabalhar no ramo de consultoria tendo com isso uma carreira de sucesso no mercado além de ajudar as pessoas a resolverem seus problemas em meio a correria do dia a dia na empresa (Portela & Schumacher, 2009). As empresas necessitam estar constantemente atualizadas para enfrentar a concorrência, devem criar negócios, inovações e oportunidades. Com isso, Azevedo e Costa (2004) deixam claro que:

O profissional de Secretariado executivo exerce inúmeras funções dentro das organizações. Para que elas sejam bem desempenhadas, é necessário adotar uma postura profissional, dando possibilidade de melhorar a execução das tarefas que são de sua responsabilidade. Conforme a passagem dos tempos, a profissão sofre mudanças significativas. Por isso é que “o especialista” em determinadas tarefas está sendo substituído por aquele com visão abrangente, que saiba trabalhar em equipe, conhecendo a totalidade dos projetos da empresa (p. 145).

A desvantagem de ser um consultor é que no início tudo é incerto, mesmo que seja uma novidade, é importante que se trace os pontos fortes e fracos que a empresa possui para que se busque meios para solucionar os problemas que venham a surgir, assim todos os envolvidos poderão beneficiar-se. Além disso, é importante ter convicção que se não se dedicar ao serviço prestado, não será possível ter bons resultados (Portela & Schumacher, 2009).

Segundo Veiga (2009),

[...] as organizações procuram por profissionais transparentes, éticos, sociáveis, adaptáveis, comprometidos que gostem e se dediquem à profissão que escolheram. As reduções das novas estruturas organizacionais e as grandes mudanças da tecnologia da informação passaram a exigir um perfil polivalente de atuação secretarial (p. 37-38).

As variabilidades no mundo corporativo altamente tecnológico e globalizado fazem com que as empresas busquem, cada vez mais, por profissionais altamente capacitados e dispostos a enfrentar as diversidades e constantes desafios que englobam o mercado de trabalho sendo capazes de agregar conhecimentos e trabalhar em equipe visando o êxito da organização como um todo.

Sabe-se que toda profissão corre o risco de passar por dificuldades, entretanto, em se tratando do profissional de secretariado como consultor, é importante que se tenha o cuidado e busque sempre alcançar os objetivos pretendidos para que todos os envolvidos tenham êxito no alcance dos resultados (Portela & Schumacher, 2009).

Procedimentos Metodológicos

Tratou-se de uma pesquisa bibliográfica, exploratória e quantitativa. Segundo Gil (2002, p. 44) “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Eles se constituem importantes fontes de referências. Enquanto Marconi e Lakatos (2010) consideram a pesquisa quantitativa baseada em dados estatísticos, lidando com números, na qual a quantidade implicará nos resultados. O objetivo de uma pesquisa exploratória é “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses” (GIL, 2002, p.41).

A pesquisa foi de cunho quantitativa e fez uso de métodos estatísticos e questionários com perguntas (abertas e fechadas) para a coleta de dados junto aos potenciais consumidores, ou seja, pais de alunos que não são clientes da instituição Campanha Nacional de Escolas da Comunidade (CNEC). Foram entrevistadas 153 pessoas com filho em idade escolar e que residiam na cidade.

O desenvolvimento desta pesquisa científica traz contribuições empíricas, visto que os autores deste artigo (um secretário e outro não) fizeram um diagnóstico sobre a imagem e o posicionamento de marca da Unidade Educacional da CNEC, na cidade de Santa Rita, na Paraíba, sobretudo, por ratificar a atuação desse profissional como consultor. Nessa prática, o secretário executivo realizou uma consultoria empresarial, ou seja, um diagnóstico de um problema organizacional sem estar diretamente ligado à assessoria e gestão secretarial. A Unidade Educacional da CNEC problematizou sobre a percepção que os potenciais clientes têm sobre a imagem da instituição, de maneira que um dos autores desta pesquisa vislumbrou uma oportunidade de realizar um processo de consultoria. Na ocasião, o secretário elaborou uma pesquisa de campo para diagnosticar e avaliar o posicionamento da marca e imagem da Unidade Educacional da CNEC junto aos seus potenciais clientes.

Dessa forma, para a realização desta pesquisa, foram entrevistados potenciais clientes da Unidade Educacional da CNEC durante os dias 20 e 22 de março de 2019, os quais foram identificados em pontos de maior fluxo de pessoas, em estabelecimentos próximos ao da Unidade Educacional da CNEC. Os sujeitos foram os potenciais pais dos alunos que possuem renda superior a R\$ 1.500,00 (Mil e quinhentos reais), os quais responderam um questionário composto de 22 perguntas fechadas e 3 abertas. De posse das respostas, elas foram tabuladas no questionário eletrônico utilizando o sistema *Myfastsurvey*. Depois de respondidos foram analisados conforme o objetivo da pesquisa e aqueles questionários preenchidos incorretamente foram anulados. A margem de erro é 4,0% e intervalo de confiança de 95,0.

Após a aplicação do questionário foram construídas figuras e tabelas e realizada análises de conteúdo para as perguntas abertas utilizando como ferramentas tecnológicas o Word, Excel e o SPSS.

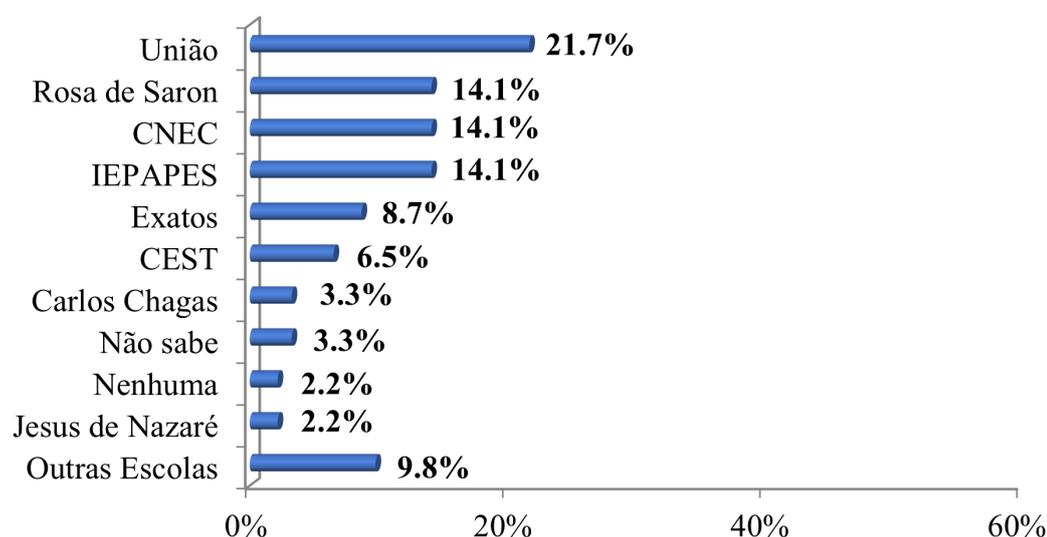
Análise e Discussão dos Dados

A unidade educacional em estudo, foi fundada em março de 1989. Desde 1992, a escola busca incorporar princípios flexíveis capazes de contemplar as particularidades pessoais e culturais, escolares e sociais, tendo como alvo os processos de desenvolvimento, personalização, socialização, humanização e libertação.

Na figura 1, observa-se que a principal lembrança dos entrevistados quando se pensa em educação foi a escola União com 21,7%, seguida das escolas Rosa de Saron, Unidade Educacional da CNEC e IEPAPES com 14,1%, na sequência, as escolas Exatos e CEST com 8,7% e 6,5%, respectivamente. As demais escolas não apresentaram percentuais significativos.

Figura 1

Primeiro nome da escola que vem à mente das pessoas quando se fala em educação



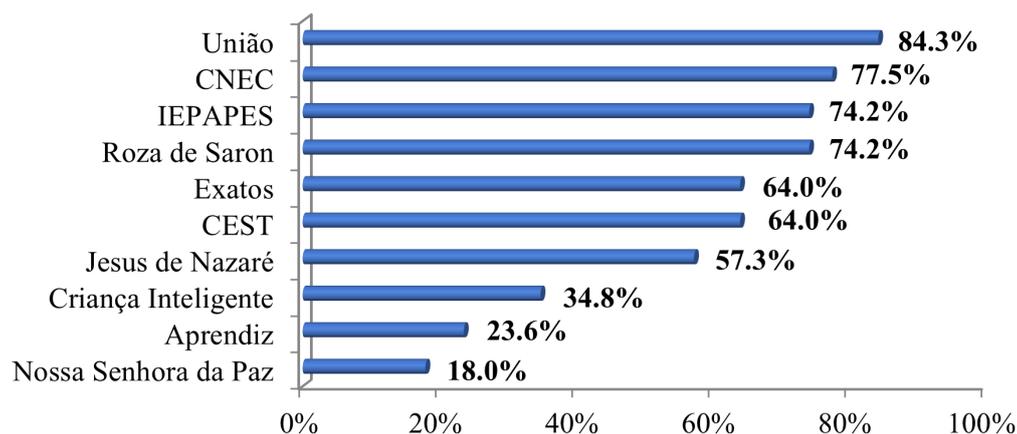
Nota: Dados da pesquisa, 2019.

“Uma marca de sucesso deve estar posicionada na mente do consumidor, transmitindo um conceito que precisa ser percebido e aceito pelos seus públicos quando eles entram em contato com a organização, podendo ocorrer em diversas situações” (Benso, 2010, p. 4). De acordo com Costa (2003, p. 38) “quando a identidade é forte, claramente diferenciada e gerenciada, chega a formar parte da personalidade original da empresa e, então, resulta em ‘estilo’. A esse estilo – dito em sentido amplo – pode-se chamar, com propriedade: imagem da marca.”

Analisando a figura 2, verifica-se que a escola mais conhecida do bairro foi a União, com percentual de conhecimento de 84,3%. As escolas Unidade Educacional da CNEC e Rosa de Saron apresentaram percentuais de 77,5% e 74,2%, respectivamente. Ou seja, aproximadamente 3/4 do público-alvo conhecem as escolas, mas a Unidade Educacional da CNEC fica em segundo lugar, o que reflete que outras instituições têm a sua imagem mais sólida e que fica na lembrança das pessoas. Nesta questão, os respondentes poderiam marcar mais de uma opção, ou seja, citar as escolas que são mais conhecidas deles.

Figura 2

Escola mais conhecida no bairro de Santa Rita, na Paraíba



Nota: Dados da pesquisa, 2019.

“Uma imagem é um conjunto simplificado e relativamente estável de percepções e de associações mentais ligadas a um produto, uma empresa, um indivíduo etc.” (Lindon, 2004, p. 180). Ela é a base de toda empresa que no começo do seu projeto tem como objetivo específico conquistar seus clientes, fazer com que eles se sintam cada vez mais abraçados, é saber as exigências que a sociedade tem e que procuram em um determinado órgão.

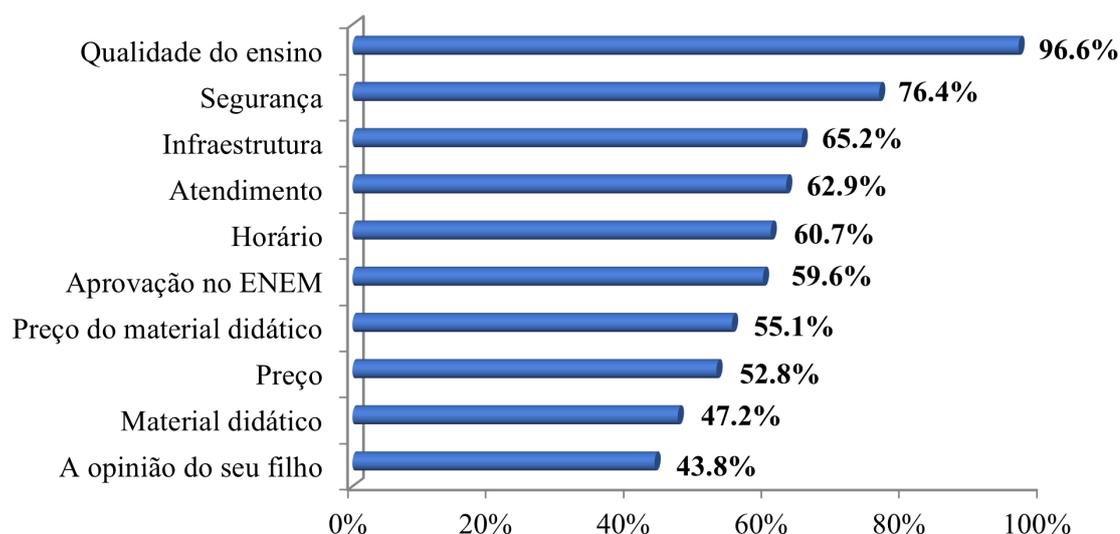
[...] a marca é mais do que um simples nome. O significado de uma marca resulta dos esforços de pesquisa, inovação, comunicação e outros que, ao longo do tempo, vão sendo agregados ao processo da sua construção. Isso significa que a sua criação e manutenção não podem ficar restritas a *designers*, artistas gráficos e agências de publicidade [...]. A marca revela faceta de diferenças nos produtos: funcionais, experiências e simbólicas (Tavares, 1998, p. 21).

Em tempos de mídias digitais, as informações estão sendo repassada rapidamente, isso nos leva a observar que a divulgação sobre determinado sistema educacional faz com que seus possíveis clientes venham a conhecer de perto a instituição e suas instalações, transformando assim a abrangência do conhecimento educacional.

Na figura 3, é possível observar a preferência dos pais em relação aos fatores mais importantes na hora de matricular seu filho na escola. Nessa questão, os respondentes poderiam marcar mais de uma opção, ou seja, citar os fatores que consideram mais importantes na escolha da escola para matricular os filhos. O principal fator de decisão escolhido foi a qualidade do ensino com percentual de 96,6%, seguido da segurança, com 76,4%, infraestrutura, com 65,2%, atendimento, 62,9%, horário com 60,7%, aprovação no ENEM, com 59,6%, preço do material didático, com 55,1%, preço da mensalidade, com 52,8%, dentre outros. Segundo Dourado & Oliveira (2009), a discussão acerca da qualidade da educação remete à definição do que se entende por educação, ela pode tanto está associada às diferentes etapas de escolarização ou até mesmo a um espaço múltiplo que compreende diversos autores.

Figura 3

Fatores mais importantes na hora de matricular um filho na escola



Nota: Dados da pesquisa, 2019.

O conhecimento é uma construção que requer questões e identificações fundamentais para sua concepção. Nessa direção, um dos primeiros aspectos a ser ressaltado sobre a qualidade é um conceito histórico, que se altera no tempo e no espaço, ou seja, o alcance do referido conceito vincula-se às demandas e exigências sociais de um dado processo histórico (Dourado & Oliveira, 2009). Isso nos permite dizer que vários fatores dominam a escolha dos pais ao matricularem seus filhos e uma delas refere-se à qualidade de ensino, pois é ela que direciona para uma boa qualificação e desenvolvimento de informações para a formação pessoal e profissional.

Na tabela 1, quando perguntado sobre as características das escolas que atuam em Santa Rita, as respostas obtidas foram as seguintes: com relação aos valores das mensalidades, a escola que se destacou foi a União com seus 36,0%, à Unidade Educacional da CNEC com 34,8% e o CEST com 19,1% consideradas como as escolas mais caras do bairro. Já em relação à qualidade do ensino, a Escola União foi quem ficou em primeiro lugar com 28,1%, em seguida as escolas Rosa de Sharon com 20,2%, IEPAPES com 16,9%, e a Unidade Educacional da CNEC com seus 14,6%.

Tabela 1

Características relacionadas às escolas do bairro

Escolas	É Caro (%)	É de Qualidade	É para Meu Filho	É inovadora	É a Melhor	É a Melhor infraestrutura
Aprendiz	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0
CEST	19,1	10,1	6,7	9,0	12,4	7,9
CNEC	34,8	14,6	15,7	9,0	13,5	12,2
Exatos	1,1	6,7	9,0	11,2	6,7	3,4
IEPAPES	6,7	16,9	23,6	20,2	18,0	18,0
Jesus de Nazaré	0,0	3,4	3,4	4,5	3,4	1,1
Nossa Senhora da Paz	0,0	0,0	0,0	1,1	1,1	1,2
Rosa de Sharon	2,2	20,2	18,0	12,4	19,1	5,6

Escolas	É Caro (%)	É de Qualidade	É para Meu Filho	É inovadora	É a Melhor	É a Melhor infraestrutura
União	36,0	28,1	22,5	32,6	25,8	50,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Nota: Dados da pesquisa, 2019. *Análise pela coluna.

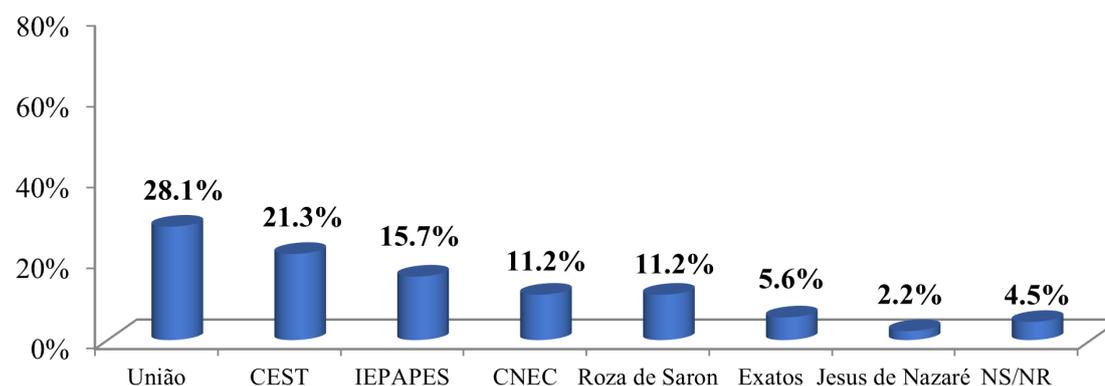
Ainda na tabela 1, quando perguntado se a instituição é para o seu filho a escola que mais se destacou foi a União com 22,5%, em seguida à IEPAPES com 23,6%, a Rosa de Saron com 18,0% e a Unidade Educacional da CNEC 15,7%. Com relação a oferecer inovação aos seus alunos a escola União obteve 32,6%, à IEPAPES com 20,2% a Rosa de Saron com 12,4%, a Unidade Educacional da CNEC obteve 9,0%. Em observância, a melhor escola que se mostra em destaque foi a União com seus 25,8% seguida da Rosa de Saron com 19,1%, o IEPAPES com 18,0% e a Unidade Educacional da CNEC 13,5%. Em relação a melhor estrutura para seu filho as escolas que mais se destacaram foram a União com 50,6%, o IEPAPES com 18,0% e a Unidade Educacional da CNEC 12,2%.

Ao se falar em valores, pensa-se nos altos custos que se terá durante o período de estudo dos seus filhos, porém também pensamos na qualidade fornecida pela instituição para o acompanhamento e evolução do desenvolvimento e conhecimento do seu filho. Em toda essa base encontra-se a inovação que está ligada ao alto poder de busca pela melhoria. Já quando falado em estrutura é possível ver os dois lados, o positivo e o negativo. Segundo Strunck (2007), analisar as condições de infraestrutura escolar, como um argumento em que prédios e instalações adequados podem, possivelmente, melhorar o desempenho dos alunos.

Observando a figura 4, no que diz respeito à opinião dos pais sobre a melhor escola de Santa Rita ou do seu bairro, destacaram-se as escolas União com 28,1%, CEST com 21,3%, IEPAPES com 15,7% e a Unidade Educacional da CNEC e Rosa de Saron com 12,2%. Em observância dos resultados, a escola União obteve quase sempre os melhores resultados, pelo simples fato de quase sempre estar à frente mesmo que com pouca diferença em relação às demais instituições, se destacando também pela qualidade de ensino, infraestrutura e inovação. A escola CEST ficou em segundo lugar em relação à escolha, de maneira geral, da melhor escola, há relatos de que escutam falar muito bem da instituição e de sua qualidade de ensino.

Figura 4

Melhor escola do bairro



Nota: Dados da pesquisa, 2019.

Vale destacar que o CEST foi a única escola que não está localizado no bairro em que foi realizado a pesquisa. Em terceiro lugar, ficou o IEPAPES, que se destacou nos itens qualidade de ensino, infraestrutura e inovação. As escolas Unidade Educacional da CNEC e Rosa de Saron ficaram nas mesmas posições, 4º lugar, a Unidade Educacional da CNEC se destacou por ser considerada cara, enquanto a Rosa de Saron pela qualidade do ensino.

Considerações Finais

Em vista dos resultados apresentados pela pesquisa de campo, observou-se que a consultoria secretarial é um mercado promissor para os profissionais de Secretariado Executivo, no estado da Paraíba. Com isso, vê-se a relevância do curso de graduação em Secretariado Executivo Bilíngue da UFPB, Campus IV, para formar profissionais para atuar no mercado de trabalho, sobretudo como consultor secretarial. Com isso, leva-se em conta as competências essenciais ao profissional como a gestão de relacionamento, comunicação organizacional, apoio logístico às entidades ou autarquias e a gestão dos processos administrativos entre outros.

Esta pesquisa, no que diz respeito à imagem e posicionamentos da escola Unidade Educacional da CNEC, foi importante instrumento para avaliação de como a sociedade observa a escola e sua posição no mercado local. De modo que os resultados e análises são frutos de um diagnóstico realizado junto ao público-alvo da escola. Em complemento, percebe-se que a escola não se destacou como a melhor instituição do bairro, mesmo sendo uma escola tradicional com mais de 20 anos no bairro, já que vem perdendo espaço para escola União. A escola Unidade Educacional da CNEC, ainda, foi avaliada como uma escola cara e que o seu posicionamento no mercado está ao lado da IEPAPES e Rosa de Saron.

Quando comparado o ensino da escola União com o da Unidade Educacional da CNEC, percebe-se que a qualidade do ensino foi semelhante. Talvez as estratégias de comunicação da escola Unidade Educacional da CNEC não estejam sendo bem exploradas, por isso que ela vem perdendo espaço cada vez mais na comunidade, já que os dados apresentam uma redução do número de alunos. A escola União se destacou em quase todos os quesitos como a melhor escola do bairro, principalmente pela infraestrutura e qualidade de ensino.

A instituição Unidade Educacional da CNEC deve procurar meios que melhorem a sua divulgação nos bairros, como também aderir as mídias digitais para alcançar os seus potenciais clientes. Assim, a escola poderia fazer-se mais presente no dia a dia dos seus clientes e potencializar seu crescimento, utilizando a tecnologia ao seu favor e se adequando ao mundo globalizado e digital. Todo o estudo envolvendo a empresa Unidade Educacional da CNEC levará ao conhecimento de como os seus potenciais clientes estão visualizando a marca, contribuindo assim para o crescimento dela como também parcerias com muitas outras organizações que se aliem ao conhecimento e empreendedorismo.

No que se refere aos fatores que os potenciais clientes priorizam na hora de realizar a matrícula escolar, observou-se que a qualidade do ensino é o fator prioritário, seguido da segurança do ambiente escolar, da infraestrutura oferecida. Entende-se que a escola deve focar na qualidade do ensino, ou seja, garantir um corpo docente qualificado.

Considera-se que a consultoria trouxe informações valiosas de mercado para a escola Unidade Educacional da CNEC, permitindo se reposicionar no mercado e identificar principais atributos que a comunidade considera importante quando matrícula um filho em uma escolar particular. Com seus conhecimentos e habilidades adquiridos através da formação em Secretariado Executivo, além de cursos de capacitação em outras áreas correlatas, o secretário diagnosticou um problema e realizou uma pesquisa de mercado junto ao público-alvo para, então, poder orientar e assessorar a empresa na solução dos problemas identificados.

Referências

- Alcântara S. R. A. S. & Pereira W. C. R. (2017). Consultoria empresarial: uma opção de carreira para o secretário executivo? *GeSec - Revista de Gestão e Secretariado*. São Paulo.
- Antunes, C. K. (2016). V ENESECEPB. *Entendendo consultoria secretarial*. Apostila do minicurso. Paraíba: UFPB/CCAE, Campus IV.
- Antunes, C. K. S. & Araújo, M. F. S. (2013). Os conhecimentos necessários à formação acadêmica em consultor secretarial. *Secretariado Executivo em Revista*, Passo Fundo, 9, 121-135.
- Azevedo, I. & Costa, S. I. (2004). *Secretária: um guia prático* (4a ed.). São Paulo: Senac.
- Benso, A. (2010). A Imagem e a Identidade das Marcas na Perspectiva da Comunicação Organizacional: Um Estudo do Grupo MB Confeções. *Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Caxias do Sul, RS, Brasil, 33. Recuperado em 8 novembro, 2019, de <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1699-1.pdf>
- Bond, M. T. & Oliveira, M. (2009). *Manual do profissional de secretariado: secretário como cogestor*. Curitiba: IBPEX.
- Case, T. A, Case, S., & Franciatto, C. (1997). *Empregabilidade: de executivo a consultor bem sucedido*. São Paulo: Makron Books.
- Chiavenato, I. (2003). *Introdução à Teoria Geral da Administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações* (7aed. rev. e atual. – 2. reimp.). Rio de Janeiro: Elsevier.
- D'Elia, M. E. S., Amorim, M., & Sita, M. (2013). (Orgs.). *Excelência no secretariado: a importância da profissão nos processos decisórios como assessorar e atingir resultados corporativos e pessoais com competência e equilíbrio*. São Paulo: Ser Mais.
- Dourado, L. F. & Oliveira, J. F. de (2009). A Qualidade da educação: perspectiva e desafios. *Cad. Cedes*, Campinas, 29(78), 201-215.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4a Ed.). São Paulo: Atlas.
- Gonçalves, T. & Santiago, C. (2016). A ausência do estado da arte na consultoria secretarial: um olhar sobre as produções científicas nos periódicos *Anais do Encontro Nacional dos Estudantes de Secretariado*, Florianópolis, SC, Brasil, 8.
- Giorni, S. (2016). *Consultoria: um pilar do profissional de secretariado*. Belo Horizonte: Ophicina de Arte & Prosa.
- Guimarães, V. & Santiago, C. (2018). O exercício da consultoria pelo profissional de secretariado executivo egresso da UFPB. *Secretariado Executivo Em Revist@*, 13, 39-56.
- Marconi, M. A. & Lakatos, E. M. (2010). *Fundamentos de metodologia científica* (7a ed.). São Paulo: Atlas.
- Lindon, D. (2004). *Mercator XXI-Teoria e prática do Marketing*. Leya.
- Oliveira, D. P. R. (2006). *Manual de Consultoria Empresarial*. Atlas, São Paulo, 2006.
- Oliveira, D. P. R. (2009). *Manual de consultoria empresarial: conceitos, metodologia e práticas* (8a ed.). São Paulo: Atlas.
- Portela. K. C. A & Schumacher. J. (2009). (Orgs.). *Gestão secretarial: o desafio da visão holística*. Cuiabá: Adeptus.

- Sabino, R. F. & Rocha, F. G. (2004). *Secretariado: do escriba ao web writer*. Rio de Janeiro: Brasport.
- Schmitz, C. J. & Schmidt, C. M. (2016). A Consultoria Secretarial e sua contribuição para o desempenho organizacional: um estudo com egressos da Unioeste, Campus de Toledo. *Anais do Encontro Nacional dos Estudantes de Secretariado*, Florianópolis, SC, Brasil, 8.
- Silva, A. C. (2013). Gestão de pessoas: dimensões profissionais. In: Bete, D'Elia, Magali, Amorim & Mauricio, Sita. (Orgs.). *Excelência no Secretariado: a importância da profissão nos processos decisórios*. São Paulo: Editora Ser Mais.
- Strunck, G. L. T. L. (2007). *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores* (3a ed.). Rio de Janeiro: Rio Books.
- Tavares, M. C. (1998). *A Força da Marca. Como Construir e Manter Marcas Fortes*. São Paulo: Harbra.
- Veiga, D. R. (2009). *Guia de secretariado: técnicas e comportamento* (2a ed.). São Paulo: Érica.
-