PROCESSO DE (RE)MATRÍCULA DA UNIJUÍ NA PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES: FRAGILIDADES E POTENCIALIDADES[1]

Elenir Dalla Roza Lazzarotto[2], *Leila Regina Cargnelutti Follak*[3], *Lurdes Marlene Seide Froemming*[4], *Rogério Nora De Carvalho*[5]

INTRODUÇÃO: Inseridas em um contexto mundial de grandes, constantes e rápidas transformações, as Instituições de Ensino Superior são induzidas a mudar seus objetivos, metas e processos, aprimorando os serviços prestados aos seus alunos com o objetivo de gerar melhores níveis de satisfação em seu público. Identificar e satisfazer as expectativas e necessidades dos clientes, que se mostram cada vez mais exigentes e seletivos, desafia as universidades a reestruturar seus processos, inovar tecnologicamente e serem pró-ativas em suas ações. Para manterem-se neste mercado competitivo, as Instituições necessitam atender os anseios de seu público de forma eficaz, pois este mesmo público é um divulgador em potencial. Neste sentido, a satisfação e a comunicação favorável produzida por estes atores atingem outros indivíduos nos ambientes de convivência. A imagem institucional constitui-se também destes registros e depoimentos ou por informações recebidas e, principalmente, pelo acolhimento inicial, receptividade e resolução de problemas. Os serviços, a qualidade no atendimento e a satisfação dos clientes são objeto do presente estudo, uma vez que foram pesquisados os encontros de serviços no processo de matrículas, momento de interação entre pessoas fornecedoras e clientes dos serviços internos ao processo. Neste contexto questiona-se: de que forma os colaboradores da Unijuí percebem e avaliam o processo de (re) matrículas e quais os possíveis indicadores de (in)satisfação dos alunos neste encontro de serviços? METODO: O estudo caracteriza-se como exploratório de natureza descritiva. Os indivíduos constituíram-se de técnicos administrativos, atendentes e auxiliares de matrícula, secretárias executivas, secretários e coordenadores de cursos, representantes da Secretaria Acadêmica, Coordenadorias de Assuntos Estudantis, Financeira, Informática e Recursos Humanos. A análise focalizou as percepções dos colaboradores como autores do processo, avaliando as condições e a qualidade dos serviços, na perspectiva de melhoria do nível de satisfação dos profissionais que atuam no processo e, conseqüentemente, dos clientes-alunos. RESULTADOS: Os resultados da pesquisa, evidenciam a realidade da Universidade na percepção dos profissionais que fazem acontecer o processo de (re)matrículas. Entender o fluxo dos diversos encontros de serviço pelos quais o aluno passa, bem como os aspectos peculiares e particulares observados pelos entregadores do serviço, é o que se buscou resgatar nas entrevistas. Com relação à questão da organização do processo de (re)matrícula, o planejamento do evento é o item de maior potencial, podendo ser considerado aspecto gerador de satisfação para os colaboradores. Assim como, a segurança e a padronização das informações, o menor tempo de espera, a agilidade do sistema, o suporte técnico, o cronograma e a escala de atendentes, foram aspectos positivos apresentados. Outro fato gerador de satisfação é atribuído ás reuniões preparatórias e a capacitação para o evento, bem como, o constante acompanhamento e suporte das equipes responsáveis. Com referência aos aspectos negativos o mais crítico diz respeito à climatização do ambiente onde ocorre a

(re)matricula, mesmo sendo um aspecto periférico é causador de sensações adversas e influi no humor e bem estar dos sujeitos que circulam nestes espaços. A estrutura física/locais de atendimento, a imagem da universidade, a instabilidade do sistema, a falta de participação, acompanhamento e orientação aos alunos por parte da coordenação dos cursos, bem como, problemas de informação, foram pontos negativos destacadas pelos colaboradores, que certamente refletem em insatisfações aos clientes. CONCLUSÕES: Uma pesquisa referente à percepção dos colaboradores acerca das fragilidades e potencialidades de um processo complexo, como o de matrículas e rematrículas, oportuniza a organização conhecer melhor opiniões e necessidades dos colaboradores, possibilitando o desenvolvimento de ações voltadas ao aperfeiçoamento da gestão do processo. O atendimento das demandas dos colaboradores e a elevação dos níveis de satisfação, tanto dos clientes internos como dos alunos, são premissas para o desenvolvimento institucional. O estudo mostrou que o gerenciamento de matrícula na Unijuí está em fase de aperfeiçoamento e consolidação, enquanto processo interno, restrito ao fazer administrativo e ao vínculo com o aluno. No entanto, as demandas e exigências do mercado educacional e o contexto atual desafiam esta prática e submetem a instituição a um modelo de gerenciamento mais amplo, abrangendo fatores como os meios para atrair e reter alunos e o planejamento estratégico e profissional. Contribuindo para deliberações relacionadas às variáveis externas, em especial no que se refere à análise da concorrência, potencial de demanda, metas para o aumento de alunos e perfil do aluno em potencial, auxiliando a formulação e implementação de estratégias institucionais que assegurem maior competitividade, sustentabilidade e continuidade. A contribuição deste estudo constitui-se em fornecer novos elementos às discussões sobre o processo de (re)matrícula, com intuito de obter um ótimo nível de satisfação interno e conseqüentemente resultar em um excelente nível de satisfação no público externo – os alunos. As conclusões assinalam que o processo de matrículas e rematrículas requerem um trabalho planejado, integrado e profissional, sendo fundamental para a satisfação e continuidade dos acadêmicos na Universidade.

[1] Trabalho de Conclusão do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Gestão Universitária - Unijuí, Ijuí, RS

[2] Aluna pós-graduação em Gestão Universitária - Unijuí

[3] Aluna do curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Gestão Universitária da Unijuí

[4] Professora Doutora DEAD

[5] Aluno do curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Gestão Universitária da Unijuí