



**WIZARD**  
by Pearson

*Booklet*

# GESTÃO

## De Dados



## ***GESTÃO DE DADOS***

**01** Gestão de dados e sucesso da escola

**02** Metas

**03** Ciclo PDCA

**04** Key Performance Indicators - KPI

**4.1** Retenção

**4.2** Rematrícula

**4.3** Frequência

**4.4** Entrega de tarefas

**05** Relatório Comercial Mensal

## **Introdução**

Este booklet contém informações para uma melhor Gestão de dados de sua unidade. Nele você encontrará os principais KPIs a serem analisados para que seja possível ter sempre um melhor resultado em sua unidade. Além das informações aqui descritas, também teremos cursos complementares para serem realizados.

### **1. A gestão de dados e o sucesso da escola**

Na Wizard, mensuramos os resultados de nossas unidades e seus respectivos trabalhos, através da análise dos KPIs (Key Performance Indicators).

O registro, levantamento e a análise desses indicadores é o que chamamos de Gestão de Dados, um processo que, quando realizado com assertividade, tem forte impacto positivo nos resultados, fomentando o crescimento e o sucesso da escola.

Nesse sentido, é importante sabermos:

#### **1- Quais são os conceitos de alunos e como utilizar essas nomenclaturas com dados estratificados.**

Vamos começar por checar a apresentação dos conceitos em nosso sistema homologado:

Status	Situações
Lead	Lead não prospectado   Lead agendado contato   Lead agendado visita Lead prospectado   Lead não matriculado
Pré-matrícula	Pré matrícula
Matriculado	Matriculado sem turma   Matriculado com turma
Ativo	Ativo a rematricular   Ativo rematriculado sem turma Ativo rematriculado com turma   Ativo a formar
Rematriculado	Rematriculado sem turma   Rematriculado com turma
Evadido	Trancado por mais de 6 meses   Evadido por ausência   Não rematriculado Rescindido sem aula   Rescindido com aula   Ex aluno
Trancado	Trancado
Formado	Formado

Agora podemos checar quais dados são essenciais para a coordenação pedagógica da unidade.

- Presença (de alunos e professores);
- Homework;
- Número de alunos: ativos, rematriculados, não rematriculados, evadidos, trancados e formados (de acordo com a Ficha de Frequência e os dados do sistema homologado);
- Número de turmas (de acordo com os dados do sistema homologado);
- Média de alunos por turma: total de alunos da unidade dividido pelo total de turmas (alunos VIP não entram nessa conta);
- Retenção (de alunos e professores, de acordo com os dados do sistema homologado);
- Matrícula (dos alunos e segmentada por idiomas, de acordo com os dados do sistema homologado);
- Evasão (de alunos e professores, de acordo com os dados do sistema homologado);
- Desempenho de aprendizagem (através dos report cards e acompanhamento nas reuniões individuais com os professores);
- Score do aluno (de acordo com os dados do sistema homologado);
- Pesquisa de Satisfação.

**Nota:** Média de alunos por turma - Sabemos que nossos alunos são nossa fonte de receita. Então, precisamos ter muito claro qual deve ser o número médio de alunos por turma, para garantir a saúde financeira de nosso negócio. Fazemos esse cálculo levantando os gastos gerais da unidade por mês (imóvel, água, luz, telefone, folha de pagamento etc.) e dividindo esse montante pela quantidade de turmas vigentes. O resultado representa o custo de cada turma para a escola.

### ***Acompanhe este exemplo:***

Em média, a unidade XPTO gasta mensalmente R\$ 10.000,00, e ao todo tem 10 turmas. Então, divide 10.000 por 10 e identifica que cada turma custa R\$ 1.000,00.

Tendo levantado esse custo, a unidade precisa saber qual número de alunos por turma vai garantir que as receitas ultrapassem as despesas. Considerando que a mensalidade paga pelos alunos da XPTO é de R\$ 145, a média de alunos por turma dessa escola deve ser, no mínimo, sete. Abaixo disso, já comprometeria o resultado financeiro.

Claro que não basta zerar essa conta. Então a escola deve definir a média considerando também quanto quer obter de lucro, respeitando o número máximo de alunos por turma indicado pela franqueadora.

Nota: Para turmas Connections, procure sempre trabalhar com o mínimo de 60% da capacidade da sua sala, já no Interactive mínimo 08 / máx. 10 alunos.

### **2- Como coletar os dados.**

Através do RGM (Relatório Gerencial Mensal) e do Dashboard Pedagógico no Sistema Homologado, da Pesquisa de Satisfação e dos dados coletados na própria unidade por meio dos cards e das reuniões com os professores.

### **3- Como deve ser a execução?**

É preciso organizar e realizar a análise e interpretação dos dados, para então criar os planos de ação necessários para a melhoria da execução dos processos e, por consequência, dos resultados da unidade. Lembrando sempre de fazer uma conexão entre os dados durante a análise, como por exemplo: Uma turma com baixa frequência pode significar um aumento a curto / médio prazo nos índices de evasão: um problema de evasão pode sinalizar uma campanha de rematrícula deficitária.

Vamos checar quais são os objetivos e vantagens de realizar a gestão de dados:

- Reduzir custos e esforços;
- Otimizar o uso das salas, a quantidade de aulas dos professores, os materiais e recursos a serem utilizados (aproveitar ao máximo os recursos que possuímos);
- Melhorar a agilidade e eficácia dos processos pedagógicos existentes;
- Prevenir desistências e futuras evasões;
- Aperfeiçoar a tomada de decisão;
- Evitar a perda de alunos e professores;
- Alinhar a meta e direcionar para atingir os resultados;
- Colaborar com o sucesso de nossos alunos.

Sendo assim, é preciso ter bem-definido o que se quer alcançar em termos de resultados, estabelecendo quais são as metas enquanto pedagógico Wizard.

**Curso complementar:** O que são indicadores pedagógicos e como eles impactam a performance

**<https://uc.pearson.com.br/mod/url/view.php?id=14905>**

(faça login na Universidade Corporativa antes de clicar nesse link)

## **2. Metas**

A gestão do coordenador de uma escola Wizard deve ser bem definida, para que os processos sejam seguidos e as metas pedagógicas atingidas e superadas. Para isso, é necessário compreender quais são os Valores, Visão e Missão da escola. A partir desses conceitos, e em concordância com a marca, é possível definir as metas e traçar os planos de ação para alcançá-las e obter o resultado esperado.

### **Missão Pearson:**

We add life to a lifetime of learning so everyone can realize the life they imagine. We do this by creating vibrant and enriching learning experiences designed for real-life impact.

#### **MISSÃO**

*"Transformar milhões de vidas, garantindo a cada aluno o alcance de suas ambições de aprendizagem."*

#### **VISÃO**

*"Ser a referência na capacitação e progresso humano através da aprendizagem de idiomas."*

#### **VALORES**

*"Coragem, decência, responsabilidade e excelência."*

A missão, visão e os valores da Wizard by Pearson norteiam os esforços em prol de seus clientes e colaboradores.

Sua escola já tem a própria Missão, Visão e Valores?

Se não, aproveite a oportunidade para construir e dar sentido a seu trabalho.

Com esses conceitos já definidos, chega o momento de compreender como traçar metas dentro de uma organização, começando por:

- Definir uma meta específica e tangível. (O que é preciso alcançar, qual é o objetivo final?)
- Estabelecer um prazo. (Quando tal ação deve acontecer?)
- Definir o que e como fazer: direcionar e liderar as ações/tarefas para que a escola atinja sua meta.

As metas devem ser registradas, organizadas e direcionadas. Não pode haver confusão entre meta e tarefas: meta é o que se quer alcançar, e tarefas são as ações a serem feitas para que a meta seja atingida.

Alguns passos podem ajudar na definição das metas:

**Passo 1)** Defina o objetivo final: A meta é seu destino, e direciona para onde se mover. Para confirmar se está no caminho certo, use perguntas como “O que pretendemos conquistar?” ou “O que ganharemos com isso?”. Por exemplo: Queremos reter 98% dos nossos alunos ativos. Com isso, teremos uma escola financeira e pedagogicamente mais equilibrada.

**Passo 2)** Metas devem ser desafiadoras e realistas: Escolha um meio termo no grau de dificuldade, pois, metas mais difíceis elevam o grau de comprometimento da equipe e motivam uma resolução. Revise ou até mude as metas, mas, continue rumo ao objetivo. E sempre que alcançar seu objetivo, comemore e estabeleça uma meta mais elevada.

Para saber se está no caminho certo, use perguntas como: “Esta meta é alcançável?”, “Esta meta é desafiadora, e minha equipe está comprometida?”. Por exemplo, se neste semestre sua equipe atingiu 96% de rematrícula, para o semestre seguinte, avalie a possibilidade de aumentar a meta de rematrícula para 98%.

**Passo 3)** Controle os resultados: Monitore as ações e seus resultados. Acompanhe a meta e sua equipe, faça o que precisa ser feito para torná-la realidade, dê os direcionamentos possíveis. Consulte o franqueado e a equipe. Para saber se está no caminho certo, use perguntas como “Esta meta está trazendo os resultados esperados?” “O que faremos para atingir esta meta?”, “Que outras ações podem ser realizadas para atingirmos esta meta?”.

**Passo 4)** Acompanhe e meça sua evolução: Meça seu progresso, verifique se está dentro do prazo determinado. Confirme se há a necessidade de implementar alguma ação para corrigir o rumo. Monitore sistematicamente. Para saber se está no caminho certo, use perguntas como “Quando vamos atingir esta meta?”, “Estamos no prazo?” ou “Já concluímos as tarefas determinadas para aquele tempo?”, “Concluímos as tarefas iniciais dentro do prazo?”. Por exemplo: Até a virada do semestre, teremos que atingir 98% de retenção. Com a análise do RGM, podemos verificar nossa retenção/evasão mensalmente, para traçarmos os devidos planos de ação.

**Passo 5)** Faça uma verificação: Certifique-se de que tudo está dentro do estabelecido e os recursos necessários estão disponíveis. Confirme com perguntas como “Que recursos temos?”, “Como conseguiremos mais ajuda?” ou “Como dividir ou trabalhar com os recursos atuais?”.

**Passo 6)** Avalie o custo: Tenha a planilha em mãos para saber qual é o custo de suas metas. O custo envolve finanças, tempo e comprometimento. A escola pode arcar com esses custos? Para saber se está no caminho certo, use perguntas como “O capital investido gerará o retorno esperado?”. Por exemplo: Faremos a celebração do Thanksgiving para auxiliar na rematrícula e prospecção de novos alunos. Assim, devemos analisar o custo dessa festa, o raio de abrangência que teremos, e se no final, trará o resultado especificado na meta: aumento da rematrícula e de novos alunos. Sempre realizar um relatório com o resultado da tarefa desenvolvida, para saber se, no futuro, compensará realizar novamente aquela ação.

**Passo 7)** Faça um plano de ação: Aprende-se a fazer fazendo. Como fazer? Quando fazer? Quem chamar? De que forma executar? Divida as metas em metas menores, faça primeiro as maiores, depois as de média importância e por fim, as pequenas.

Para saber se está no caminho certo, use perguntas como “Como fazer a distribuição da meta ao longo do ano?”, “Como dividi-la ao longo do ano de forma a manter o crescimento mês a mês?” ou “O que me impede de atingir essas metas?”.

Portanto, toda meta precisa ser SMART:

**Specific (específica):** clara, prática e eficaz. Afinal, quanto mais específica maior a chance de realização.

Exemplo: você precisa ter uma média de dez alunos por turma.

Perguntas para definir uma meta específica:

- O que realizar? (Aumentar o número de alunos por turma)
- Por que realizar? (Para aumentar o ticket médio da escola e preencher todas as vagas das turmas)
- Quem está envolvido? (Recepção, Comercial e Coordenação)
- Onde e quando realizar? (Na unidade Wizard até XX / XX / 202X)
- Quais minhas necessidades e limitações? (Necessidades - avaliar turmas existentes, fazer fusão das turmas Connections para o próximo período, avaliar a demanda do Interactive para os horários existentes. Limitação - disponibilidade de alunos e professores para a fusão de turmas e troca de horários.)

**Measurable (mensurável):** Acompanhamento e aferição são essenciais para gerenciar a meta. Estabeleça critérios que possam ser medidos, crie um checklist para acompanhar a evolução rumo ao objetivo. Alcançar a meta dentro do prazo estabelecido é uma forma de se motivar rumo ao grande objetivo. Para confirmar se o seu objetivo é mensurável, faça perguntas como:

- Quanto? (Sem custo para a escola)
- Quantos? (10 alunos por turma)
- Como saber quando estará cumprida a meta? (Quando todas as turmas estipuladas atingirem o número mínimo de 10 alunos).

**Attainable (atingível):** Ao identificar os objetivos, é importante focar em: pessoas, atitudes, capacidades (física e financeira) e habilidades que serão desenvolvidas por você e sua equipe para atingir a meta que deseja, evitando o desperdício de oportunidades para a realização de suas metas.

Confirme com as perguntas a seguir:

- Todos estão envolvidos com a execução e atingimento da meta?
- Com base no histórico, é possível atingir o objetivo traçado?
- Qual a opinião de nossos colaboradores? Eles acreditam que é possível?

**Relevant (relevante):** A meta deve ter um propósito e representar um objetivo que faça a equipe se comprometer a trabalhar e enfrentar os desafios e obstáculos que aparecerão. Se sua equipe acredita que o objetivo pode ser realizado, de fato ele é real. Mas lembre-se de que uma boa meta é aquela que traz progresso. Por isso, atente-se ao resultado.

Confirme com as seguintes perguntas:

- Como podemos aumentar o número de alunos retornados?
- Como podemos melhorar o nível de satisfação de nossos alunos com base nos dados da pesquisa?

**Time-bound (tempo/prazo definido):** Determine um prazo. A meta deve ter um período de execução, de forma que, diariamente, ações devem ser implementadas para que se atinja o objetivo proposto. Sem prazo não há sensação de urgência. Vale reforçar que quando o objetivo é tangível fica mais fácil alcançá-lo.

**Por exemplo:** se a unidade tem 450 alunos, e quer chegar a 500, qual será o prazo estabelecido para tal?

Para facilitar o processo segue abaixo um modelo de meta SMART, que pode ser utilizado como base, para criação das metas SMART de sua unidade.

### **Específica (Specific):**

👍 Ter 400 alunos em minha escola.

👎 Ter uma escola cheia.

### **Mensurável (Mensurable):**

👍 Atingir um índice de satisfação (NPS) de pelo menos 70 pontos.

👎 Possuir alunos satisfeitos com minha escola.

### Atingível (Attainable):

- 👍 Aumentar de 7 para 10 matrículas por consultor por mês.
- 👎 Aumentar de 7 para 200 matrículas por consultor por mês.

### Relevante (Relevant):

- 👍 Metas que tenham impacto na operação da escola.
- 👎 Metas sem relevância para o propósito da escola ou da função do colaborador. Ex.: Consultor comercial com meta de apontamento de presença.

### Tempo/prazo definido (Time-bound):

- 👍 Aumentar de 300 para 400 alunos na minha escola até o final de 2023.
- 👎 Aumentar de 300 para 400 alunos na minha escola.

**Nota:** para criação dessas metas é sempre importante levar em consideração a realidade da escola e uma taxa de crescimento, como por exemplo: se sua unidade fechou o ciclo verão de rematrícula ano passado com 70%, pode-se considerar uma meta de 75% para esse ciclo.

## 3. Ciclo PDCA

PDCA -PLAN-DO-CHECK-ACT (Planejar - Fazer - Verificar - Agir) é uma ferramenta de gestão interativa, que consiste na realização desses quatro passos, e tem como objetivo melhorar os processos e produtos de forma contínua.

Tudo começa com o planejamento (P), momento em que se deve focar na parte estratégica, levantando e analisando informações. Depois, parte-se para a prática (D), quando o que foi planejado deve ser executado. E o que foi executado deve, então, ser verificado, ou checado (C), para gerar uma nova ação ou um ajuste (A), de forma a corrigir os problemas e as divergências encontradas.

Analisemos cada uma dessas etapas:

**PLAN (PLANEJAR)**– Neste primeiro passo, deve-se elaborar um plano de ação baseado nos dados extraídos tanto do RGM, quanto do Dashboard pedagógico.

Levantar quais são os problemas, e criar plano de ação para cada um deles, respeitando estas fases: primeira, estabelecimento dos objetivos e metas do ciclo; segunda, definição de ações para que esses objetivos sejam atingidos; e terceira, definição do método e dos responsáveis para que os processos aconteçam.

Como ocorre em qualquer planejamento, a cuidadosa elaboração dessa etapa evita falhas e perda de tempo nas próximas fases do ciclo PDCA.

**DO (FAZER)**– Após detalhar o planejamento, é preciso colocá-lo em prática com a execução dos planos de ação, preparando e capacitando os envolvidos para executá-lo da melhor forma, otimizando recursos. Esta é a etapa mais importante do ciclo PDCA, e deve ser monitorada para que, em nenhum momento, haja desvio do que foi planejado.

**CHECK (VERIFICAR)**– O terceiro passo do PDCA é a análise ou verificação dos resultados alcançados, ou parcialmente atingidos. Esta etapa acontece pela análise do trabalho em andamento ou, quando já concluído, pela verificação de todos os itens e dados obtidos. O principal objetivo desta fase é detectar acertos e eventuais erros ou falhas, de forma a evitar que essas situações se repitam nos planos futuros.

**ACT (AGIR)** – Nesta última fase do PDCA, são tomadas as ações corretivas com base no que foi verificado. Ou seja, deve-se corrigir as falhas encontradas no passo anterior. Então, depois de realizada a investigação das causas dessas falhas ou desvios no processo, e tomadas as medidas para solucioná-las, comece tudo de novo.

Exatamente como um ciclo, o PDCA deve ser construído e retomado sempre, para que as práticas e os processos sejam aprimorados continuamente.

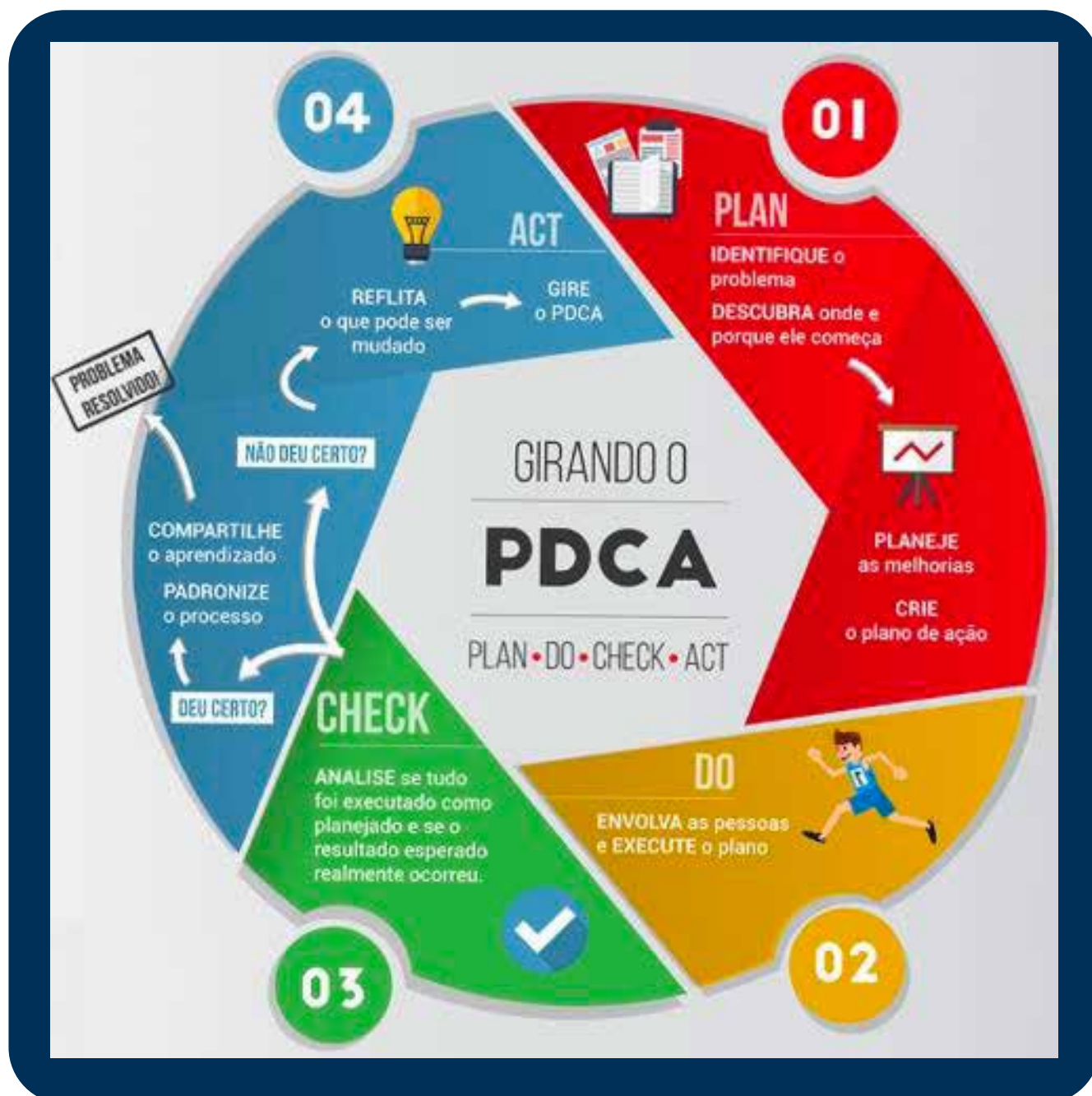


Figura 8: Resumo das etapas do PDCA.

O ciclo PDCA é uma ferramenta fantástica que pode, e deve, ser utilizada em conjunto com o 5W2H e o Diagrama de Ishikawa ou Diagrama Causa e Efeito, no acompanhamento de cada ação definida, garantindo o cumprimento dos prazos.

Porém, mesmo sendo simples a organização dos dados, a maioria das empresas não utiliza método algum para validação e acompanhamento de execução de ações. Isso implica, muitas vezes, em constatação de problemas e não conformidades quando não há mais tempo para resolvê-los ou para resolvê-los com qualidade.

WHAT	WHY	WHERE	WHEN	WHO	HOW	HOW MUCH
Criação de um novo website	Aumentar a geração de oportunidades comerciais	Online	de 01/07/2020 a 01/07/2020	Pedro Campos	Contratação de agência especializada	R\$ 5.000,00
Capacitação da equipe de atendimento	Reduzir o número de reclamações dos clientes	Campinas	18/07/2020	Equipe de atendimento	Treinamento In-company	R\$ 10.000,00
Implantação de um sistema de Gestão Orçamentária	Melhorar a previsibilidade de resultados e reduzir riscos futuros	Online	de 05/07/2020 a 10/07/2020	Camila Campos	Contratação de solução online especializada	R\$ 500,00 / mês

Figura 9: Exemplo de 5W2H

Escolha a ferramenta que melhor se adeque a sua realidade, e faça com que os planos de ação para melhoria dos indicadores da unidade sejam executados com excelência, garantindo assim o alcance dos resultados e, principalmente, o sucesso dos alunos.

#### 4. Key Performance Indicators – KPIs

O Coordenador Pedagógico é o gestor de toda a equipe pedagógica da escola. Por esse motivo, é o responsável por acompanhar professores, alunos e todos os dados pedagógicos que dizem respeito à manutenção e satisfação dos envolvidos no processo de ensino-aprendizagem.

Como gestor da escola, o coordenador precisa gerenciar os dados pedagógicos e fazer o acompanhamento dos números.

***“Não é possível gerir o que não se pode medir, (...) e, se não se pode gerir, não se poderá melhorar.” (William Hewlett)***

Os KPIs, Key Performance Indicators, são os indicadores que uma determinada organização utiliza para mensurar seus resultados. A definição desses indicadores está relacionada às operações realizadas pela organização.

Em uma unidade Wizard, devem ser acompanhados os indicadores relacionados aos processos da relação da escola-alunos, e seus resultados.

Vamos verificar um a um, onde encontrá-los e com que frequência eles devem ser coletados, bem como a meta geral que pretendemos alcançar em cada um deles, quando cabível.

#### **4. Key Performance Indicators – KPIs**

##### **“Nova retenção”**

Entende-se por “nova retenção” a capacidade da escola de manter alunos na unidade, seja ao longo do ciclo de um estágio/livro, seja em períodos de matrícula. Simplificando, é a habilidade de evitar que os alunos evadam. Para compor o conceito, vamos utilizar apenas dois indicadores, o número total de alunos ativos da escola no final de determinado tempo (mês trimestre, semestre), e o número de alunos evadidos nesse mesmo período. Com esses dois indicadores, conseguimos medir qual a representatividade dos alunos que ainda estão na unidade em relação ao total de alunos que poderíamos ter se não houvesse evasão.

Por que “nova retenção”?

De acordo com esse conceito, passa-se a calcular e monitorar os alunos evadidos totais, ou seja, toda a perda de alunos da unidade: os que desistem ao longo do ciclo, os que não se rematriculam e aqueles que sequer deram início ao seu planejamento pedagógico.

Assim, a retenção passa a ser um indicador de responsabilidade de toda a escola, envolvendo os departamentos comercial e pedagógico.

Com esse cálculo, a escola e seus gestores têm a capacidade de visualizar com maior clareza, qual é seu verdadeiro poder de reter alunos ao longo de um mês, de diferentes períodos (trimestre e semestre) e durante o ano.

## Evasão

Entende-se por evasão, a saída total e voluntária do aluno da unidade. É considerado evadido o aluno que deixa a escola em uma das seguintes situações:

- Ausente — Aluno que falta mais de oito vezes consecutivas.
- Cancelado — Aluno que se matricula, mas desiste antes mesmo do início de seu planejamento pedagógico.
- Rescindido — Aluno que voluntariamente rescinde, rompe o contrato com a escola durante o livro/estágio.
- Não-rematriculado — Aluno que, ao término do seu livro/estágio (último dia do planejamento pedagógico), ainda não tenha efetuado sua matrícula.
- Trancado que não retorna após o período — Aluno que efetua o trancamento e não volta para a escola após o período máximo de ausência. Sugerimos um período de 6 meses, após isso, caso o aluno deseje retornar, deverá passar por um teste de nivelamento para identificação de possíveis déficits.

\*É importante saber que alunos formados não são evadidos, porém devem ser incluídos no cálculo para termos o real número de alunos ativos.

Entendendo o conceito de evasão, é possível pensar nas potencialidades do processo comercial e pedagógico da unidade e agir de forma adequada.

O índice de retenção e de evasão da unidade deve ser acompanhado mensalmente e em diferentes períodos (trimestre, semestre), para que possamos ter uma visão ampla de nossa capacidade de manter os alunos (sucesso da unidade).

Exemplo de cálculo da “nova retenção” e da evasão MENSAL:

Para o cálculo da “nova retenção” mensal, precisaremos do número de alunos no último dia do mês e do número de alunos evadidos durante o mês, conforme quadro a seguir.

**Alunos em 31/03:** 100

Alunos evadidos entre 01/03 e 31/03: 10

$$\begin{aligned} \text{Retenção} &= \frac{(\text{ALUNOS no último dia do mês})}{(\text{ALUNOS no último dia do mês} + \text{Evadidos})} \times 100\% = \text{Retenção} \\ \text{Retenção} &= \frac{(100)}{(100 + 10)} \times 100\% = \mathbf{90,91\%} \end{aligned}$$

Veja que dividimos o número de alunos no final do mês pelo número de alunos que a unidade poderia ter se não tivesse perdido ninguém.

Logo, o percentual de retenção no mês de março é de 90,91%, e o percentual de evasão 9,09%.

**Exemplo 2:** cálculo da “nova retenção” e evasão no acumulado do TRIMESTRE  
Para esse cálculo, também usaremos o número de alunos no último dia do trimestre e o número de alunos evadidos em todo o período (trimestre).

**Período:** de janeiro a março

- Alunos no último dia do período (31/03): 200
- Alunos evadidos no período (de 01/01 a 31/03): 30

$$\text{Retenção} = \frac{(\text{Alunos})}{(\text{Alunos} + \text{Evadidos})} \times 100 = \text{Retenção}$$

$$\text{Retenção} = \frac{(200)}{(200 + 30)} \times 100 = \mathbf{86,95\%}$$

Mais uma vez, dividimos o número de alunos que temos ao final do período pelo número de alunos que a unidade poderia ter se não tivesse perdido nenhum aluno.

Logo, o percentual de retenção acumulada no período de janeiro a março (trimestre) é de 86,95%, e o percentual de evasão acumulada no mesmo período é de 13,05%.

**Exemplo 3:** cálculo da “nova retenção” e evasão acumulada.

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril
Alunos (final do mês)	120	125	130	135
Evasão mensal	5	5	5	5
Retenção mensal	96%	96,15%	96,29%	96,4%
Evasão acumulada	5	10	15	20
Retenção acumulada	96%	92,5%	89,6%	87%

Logo, o percentual de retenção acumulada no período de janeiro a abril é de 87% e o percentual de evasão acumulada no mesmo período é de 13%.

Note que, se feito o cálculo isolado, apenas no limite de cada mês, sem considerar o acumulado, tem-se uma performance de 96%, em todos os meses de janeiro a abril. Porém, com o acompanhamento da retenção acumulada, a escola e o corpo gestor podem perceber, com maior clareza, uma evasão mais impactante de alunos ao longo do tempo, permitindo planos mais eficazes de prevenção e ação.

## **4.2 Rematrícula**

Entende-se por rematrícula a permanência do aluno na unidade, após o término do planejamento pedagógico de determinado estágio/livro, dando início ao estágio/livro seguinte.

Para trabalhar a rematrícula do aluno, alguns processos são essenciais:

- 1.** Checar sempre, em parceria com o comercial, o manual do sucesso do aluno, referente ao semestre vigente, encontrado no portal do franqueado;
- 2.** Utilizar o score do aluno;
- 3.** Trabalhar o professor como rematriculador (checar o percentual de rematrícula por cada professor);
- 4.** Utilizar os dados da pesquisa de satisfação (tabular quais alunos estavam propensos a desistir do curso, qual o motivo, gerenciar esses dados, e evitar que essa situação ou causa aconteça novamente no próximo semestre);
- 5.** Utilizar os dados do Score do aluno como ferramenta de fidelização (quantos e quais alunos estão com baixa porcentagem/desempenho);
- 6.** Utilizar os dados do Dashboard pedagógico para facilitar os cálculos e a análise de todos os dados de rematrícula.

Para acompanhamento específico do indicador de rematrícula da unidade em certo período, faremos o seguinte cálculo com os dados extraídos do sistema homologado:

**Período:** de abril a julho

- Alunos a rematricular no período: 200
- Alunos rematriculados no período: 150

$$\text{Rematrícula} = \frac{(\text{Alunos rematriculados})}{(\text{Alunos a rematricular})} \times 100$$

$$\text{Rematrícula} = \frac{(150)}{(200)} \times 100 = 75\%$$

Para efeitos desse cálculo, foram considerados alunos a rematricular, os alunos que tinham seus planejamentos pedagógicos terminando dentro do período estabelecido (no exemplo, de abril a julho).

### 4.3 Frequência

O índice de frequência é um indicador de ritmo de aprendizagem dos alunos, e seu cálculo é feito considerando o número de faltas que o professor atribuiu a seus alunos nas aulas apontadas do período, dividido pelo número de presenças que o professor tinha a atribuir.

As aulas a atribuir devem ser calculadas levando em consideração a quantidade de aulas que o professor lecionou no período (dia, semana, mês ou semestre) multiplicada pela quantidade de alunos alocados nas turmas para as quais lecionou. O resultado final deve ser multiplicado por 100 para encontrar o percentual real. Isso pode ser visto no exemplo a seguir.

### Frequência por Professor:

- Faltas apontadas no período: 30
- Presenças atribuídas no período: 300
- Total de aulas possíveis para no período: 330

$$\text{Frequência} = 300 / 330 = x \ 100$$

$$\text{Frequência} = 0,90 \times 100 = 90\%$$

### Frequência por Aluno:

- Faltas apontadas no período: 2
- Presenças atribuídas no período: 8
- Total de aulas possíveis para no período: 10

$$\text{Frequência} = 8 / 10 = x \ 100 = \%$$

$$\text{Frequência} = 0,8 \times 100 = 80\%$$

## 4.4 Entrega de Tarefa

O índice de entrega de tarefa é um indicador de engajamento dos alunos no processo de aprendizagem. Deve ser calculado da seguinte forma: o número de tarefas apontadas como “entregues” por professor ou aluno no mês vigente, dividido pelo número de tarefas que deveriam ser entregues por professor ou aluno no mesmo período.

A quantidade de tarefas a serem entregues é calculada levando em consideração a quantidade de tarefas das turmas alocadas para o professor, multiplicada pela quantidade de alunos das turmas. O resultado final deve ser multiplicado por 100 para encontrar obter percentual real.

### Entrega de tarefas por professor:

- Tarefas entregues em março: 255
- Tarefas a entregar em março: 300

$$\text{Entrega de Tarefas por Professor} = \frac{255}{300} \times 100 = \text{Entrega de Tarefas por Professor}$$

$$\text{Entrega de Tarefas por Professor} = 0,85 \times 100 = \mathbf{85\%}$$

### Entrega de tarefas por aluno:

- Tarefas entregues em março: 3
- Tarefas a entregar em março: 4

$$\text{Entrega de Tarefas por Aluno} = \frac{3}{4} \times 100 = \text{Entrega de Tarefas por Aluno}$$

$$\text{Entrega de Tarefas por Aluno} = 0,75 \times 100 = \mathbf{75\%}$$

**Nota:** Embora não seja um dos KPIs listados, é muito importante o acompanhamento e o reforço do uso do Wiz.me, uma vez que ele faz parte do processo de aprendizagem do aluno.

### Cursos complementares:

Indicadores pedagógicos: retenção, rematrícula, evasão e pesquisa de satisfação

**<https://uc.pearson.com.br/mod/url/view.php?id=14907>**

Indicadores pedagógicos: alunos ativos, média de alunos por turma, frequência e entrega de homework

**<https://uc.pearson.com.br/mod/url/view.php?id=14906>**

(faça login na Universidade Corporativa antes de clicar nesse link)

## **5. Relatório Gerencial mensal**

O Relatório Gerencial Mensal (RGM) é um termômetro pedagógico de sua escola. Através dele, conseguimos acompanhar mensalmente os índices por professor e índices gerais da escola. Dessa forma, podemos agir com assertividade, melhorando os processos pedagógicos, desenvolvendo a equipe pedagógica e criando boas práticas em nossas escolas.



Quando a escola envia as informações à franqueadora com seu plano de ação estipulado, cria um compromisso de aprimorar seus índices, para garantir a melhor experiência para seu aluno. O papel da franqueadora é acompanhar as ações descritas nas análises, e sugerir estratégias baseadas na necessidade de cada escola, durante os atendimentos/consultorias. Por meio da análise do RGM, a escola consegue identificar: turmas de atenção que terão prioridade na observação de aulas; professor que necessita de acompanhamento; pontos de melhoria no acompanhamento da coordenação.

O principal foco da análise do RGM é a escola entender a sua situação pedagógica do mês analisado, e as possibilidades de melhorias, e traçar planos para melhorar seus índices. Como consequência, aumenta a qualidade de entrega das aulas e do acompanhamento dos alunos, garantindo sua satisfação com a escola.


Para que o RGM reflita os dados da escola, é essencial alimentar corretamente o sistema homologado. Informações de presenças e faltas, contratos encerrados, rescindidos e trancados são alguns dos itens que impactarão diretamente o resultado do RGM.

Para auxiliar na análise dos KPIs, o coordenador terá acesso ao documento Gestão de dados - Ferramenta de Acompanhamento, disponível no Portal do Franqueado, ele é dividido por abas que devem ser preenchidas pelo coordenador pedagógico da unidade, para um acompanhamento mais assertivo dos KPIs.

A primeira aba é composta por um Manual de conceitos para input de dados, na qual o coordenador pode tirar suas dúvidas:

 <b>Manual de Conceitos para Input de Dados</b>	
Alunos Connections IN ativos último dia	Aluno ativo: todos alunos que frequentaram as aulas durante o mês, na Experiência Connections Presencial. Informe neste campo a quantidade de alunos no último dia do mês que esteja preenchendo.
Alunos Connections ON ativos último dia	Aluno ativo: todos alunos que frequentaram as aulas durante o mês, na Experiência Connections Online. Informe neste campo a quantidade de alunos no último dia do mês que esteja preenchendo.
Alunos Interactive IN ativos último dia	Aluno ativo: todos alunos que frequentaram as aulas durante o mês, na Experiência Interactive Presencial. Informe neste campo a quantidade de alunos no último dia do mês que esteja preenchendo.
Alunos Interactive ON ativos último dia	Aluno ativo: todos alunos que frequentaram as aulas durante o mês, na Experiência Interactive Online. Informe neste campo a quantidade de alunos no último dia do mês que esteja preenchendo.
Alunos Ativos último dia Unidade	Este dado é calculado automaticamente na planilha. Este campo faz a soma dos números informados para os alunos ativos Connections IN/ON e Interactive IN/ON
Alunos WIP Ativos	Alunos WIP - Ativos: todos os alunos que frequentaram aulas durante o mês nas escolas WIP com contrato ativo com a sua unidade. Informe neste campo a quantidade de alunos no último dia do mês que esteja preenchendo. Se a sua escola não tiver alunos WIP, informe zero (0) no campo.
Alunos VIP (Connections)	Quantidade de alunos que realizam aula VIP na Experiência Connections. Se a escola não tiver alunos nessa situação, informe zero (0) no campo.
Alunos Executive (Connections)	Quantidade de alunos que realizam aula Executive na Experiência Connections. Se a escola não tiver alunos nessa situação, informe zero (0) no campo.
	Informe o total de turmas disponíveis para esta Experiência na modalidade <b>presencial</b> , sem considerar
<div> Conceitos <b>Input de Dados</b> Dashboard RGM Abril RGM Maio RGM Junho RGM Julho RGM Agosto RGM Setembro RGM Outubro</div>	

Na aba Input de dados, o coordenador coloca as informações de sua unidade, com base nos conceitos acima, e divididos por mês:

	<i>Input de Dados</i>												
	<i>20xx</i>									<i>20xx</i>			
	<i>Wizard .xxx</i>	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro	Março
Alunos Connections IN ativos no último dia													
Alunos Connections ON ativos no último dia													
Alunos Interactive IN ativos no último dia													
Alunos Interactive ON ativos no último dia													
Alunos da Unidade ativos no último dia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Alunos WIP (Wizard Internacional Program) Ativos													
Alunos VIP (Connections)													
<div> Conceitos <b>Input de Dados</b> Dashboard RGM Abril RGM Maio RGM Junho RGM Julho RGM Agosto RGM Setembro RGM Outubro ...</div>													

Ao fazer o input de dados na aba dois, eles serão automaticamente calculados na aba Dashboard, para que o coordenador tenha uma visão geral dos números de sua unidade:

	<i>Dashboard Pedagógico</i>									<i>Wizard .xxx</i>		
	<i>20xx</i>									<i>20xx</i>		
	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro	Março
Retenção Mensal												
Evasão Mensal												
Retenção Acumulada (Ciclo)												
Evasão Acumulada (Ciclo)												
Perda Total de Alunos por Mês	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Perda Total de Alunos Acumulada	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<div> Conceitos <b>Input de Dados</b> <b>Dashboard</b> RGM Abril RGM Maio RGM Junho RGM Julho RGM Agosto RGM Setembro RGM Outubro ... (+) (-)</div>												

Com essa visão das porcentagens de cada item, o coordenador deve fazer, então, a análise que estão nas abas seguintes e será copiada para o campo Análise no RGM do Sponte.

Vamos conhecer quais são os tópicos a serem analisados:

## 1. Retenção

Ao fazer o input de dados na aba dois, eles serão automaticamente calculados na aba Dashboard, para que o coordenador tenha uma visão geral dos números de sua unidade:

### 1. RETENÇÃO

- 0 alunos ativos no mês
- 0 alunos ativos Connections no mês
- 0 alunos ativos Interactive no mês
- 0 alunos rescindidos no mês
- 0 alunos perdidos no mês
- de retenção mensal esperada
- de retenção mensal atingida
- professores com baixa Retenção no mês: **Cite os nomes dos 3 professores com menor resultado**
- retenção acumulada esperada
- retenção acumulada atingida
- 0 alunos trancados no mês
- 0 alunos trancados sem retorno
- alunos por turma na Experiência Connections IN
- alunos por turma na Experiência Connections ON
- alunos por turma na Experiência Interactive IN
- alunos por turma na Experiência Interactive ON
- 0 alunos WIP ativos

**PLANO DE AÇÃO DO MÊS:** **Insira seu plano de ação a ser executado nos próximos 30 dias, conforme orientações.**

Como podemos ver na imagem, temos campos em amarelo, os quais devem ser preenchidos pelo coordenador pedagógico, uma vez que são dados particulares de cada unidade. Onde vemos o número 0, aparecerão os números da unidade, com base no preenchimento da aba Input de Dados.

Temos dados referentes a retenção e evasão mensal e acumulada, para que possamos visualizar o impacto tanto no mês, quanto no geral da unidade. Além de ter uma visão de alunos trancados, uma vez que eles podem vir a ser uma evasão, sendo assim é muito importante seu acompanhamento.

O papel do coordenador então, é criar um plano de ação com base nesses dados.

## 2. Rematrícula

### 2. REMATRÍCULA

de rematricula mensal esperada

0 alunos para rematricular no mês

0 alunos rematriculados no mês

de rematricula mensal atingida

de rematricula do ciclo esperada

0 alunos a rematricular no Ciclo Inverno

0 alunos rematriculados no Ciclo Inverno

de rematricula do Ciclo Inverno atingida

professor(es) com rematricula abaixo da meta do mês: **Cite os nomes dos 3 professores com menor resultado**

**PLANO DE AÇÃO DO MÊS:** **Insira seu plano de ação a ser executado nos próximos 30 dias, conforme orientações.**

Para a rematrícula, é seguido o mesmo padrão, mas os dados para análise aqui são mensais e por ciclo.

## 3. Atuação do professor

### 3. ATUAÇÃO DO PROFESSOR

professores da unidade

professores com frequência dos alunos abaixo da meta de 85%

Cite três professores com menor frequência: **Cite os professores e suas porcentagens**

professores com entrega de tarefa abaixo de 85%


Cite três professores com menor entrega de tarefas: **Cite os professores e suas porcentagens**

**PLANO DE AÇÃO DO MÊS:** **Insira seu plano de ação a ser executado nos próximos 30 dias, conforme orientações.**


Quando falamos sobre a atuação do professor, é importante focarmos em dados como frequência e entrega de tarefas.

## 4. Qualidade e capacitação

### 4. QUALIDADE E CAPACITAÇÃO

 aulas observadas no mês

Pontos de atenção das aulas observadas: **Cite os pontos de atenção identificados nas aulas que foram observadas**

 horas de WTDC no mês

Temas abordados no WTDC: **Cite os temas que foram trabalhados.**

**PLANO DE AÇÃO DO MÊS:** **Insira seu plano de ação a ser executado nos próximos 30 dias, conforme orientações.**

Este é um item mais descritivo, em que o coordenador deve escrever sobre sua atuação referente à observação de aula e ao WTDC. Todo mês, o coordenador deverá assistir a uma aula de cada professor, totalizando dez aulas, e ministrar quatro horas de WTDC, divididas conforme sua escolha.

Para finalizar, existe um item outras informações, em que o coordenador pode descrever ações ou situações, que sejam pertinentes para seu CPC compreender melhor sua análise.

Aconselhamos que após a coordenação realizar a análise dos dados, e antes do envio para a franqueadora via sistema homologado, converse com o franqueado, para colocá-lo a par dos índices pedagógicos de sua escola, e juntos discutam estratégias a serem adotadas.

O Sponte fornece tutoriais para auxiliar a escola a entender os lançamentos e cálculos do RGM, e como gerar o relatório pelo sistema.