

GRADUANDOS EM ADMINISTRAÇÃO: EXPECTATIVA DE VAGA NO MERCADO DE TRABALHO

Jéssika Aparecida Chianfrone da Silva¹
Pâmela Cristina da Silva Narciso²
Maria Aparecida Magalhães Salles³
Neidecy Torchia do Nascimento Gomes⁴
Dário Moreira Pinto Junior⁵

RESUMO

O ingresso numa instituição de ensino superior, é um grande desafio para os jovens que concluem o ensino médio. O grau de dificuldade é alto devido ao nível baixo das ofertas e o elevado número de pessoas que almejam o mesmo objetivo. Este trabalho teve como objetivos: conhecer o perfil dos graduandos em administração que estão em fase de conclusão do curso e analisar suas expectativas com relação ao mercado de trabalho e à instituição em que estudam. Para realização deste artigo, usou-se a pesquisa bibliográfica e de campo. Com relação à pesquisa de campo, foram aplicados questionários para os estudantes do curso de administração. A pesquisa foi feita com o corpo discente em três turmas. Os dados resultantes da pesquisa foram analisados e quantificados através de análise estatística. Os resultados mostraram que existe bastante otimismo no que diz respeito à expectativa de ser aproveitado numa empresa de médio ou grande porte dentro do nosso país.

Palavras chaves: curso administração, graduando, profissional do futuro

ABSTRACT

The admission into a higher education institution, is a major challenge for young people completing high school. The degree of difficulty is high due to the low level of offers and the high number of people who want the same purpose. This work aimed to know the profile of students in administration who are being concluded of the course and analyze their expectations regarding the labor market and the institution they attend. To carry out this article, we used the literature and field. With respect to field research, questionnaires were applied to the students of management. The survey was conducted with the student body into three classes. The data resulting from the survey were analyzed and quantified by statistical analysis. The results showed that there is a lot optimism regarding the expectation of being taken advantage of a medium-or large in our country.

Keywords: course management, graduating, professional of the future

1-graduanda do Curso de Tecnologia em Recursos Humanos do UBM;
2-graduanda do Curso de Tecnologia em Recursos Humanos do UBM;
3, 4 e 5 - docentes dos cursos de tecnologia do UBM.

1. INTRODUÇÃO

O ingresso numa instituição de ensino superior é um grande desafio para os jovens que concluem o ensino médio. O grau de dificuldade é alto devido ao nível baixo das ofertas e o elevado número de pessoas que almejam o mesmo objetivo. Após o início do curso superior surge outro desafio que é o de conseguir uma vaga no mercado de trabalho que está cada vez mais competitivo e exigindo muitas vezes um currículo com prática e experiência, o que para muitos graduandos de administração se torna difícil porque, normalmente, eles detêm bastante teoria, porém pouca prática profissional. Esse contexto leva a necessidade de atenção à questão de formação e consequente inserção desses profissionais no mercado de trabalho.

É importante promover desenvolvimentos de estudos que permitam evidenciar a relação de recém-formados com o mercado de trabalho. Isto conduz ao fornecimento de subsídios às instituições de ensino superior no que diz respeito a sua prática formativa.

Embora seja uma temática ainda pouco explorada, alguns estudos têm sido desenvolvidos com o intuito de verificar as variáveis que influenciam o grau de satisfação dos alunos em relação à qualidade oferecida pelas instituições de ensino superior. Dentre eles pode-se destacar o estudo de Rolim et. al. (2007). Ele trata de um estudo sobre o índice de satisfação dos graduandos em administração da Universidade de Federal de Lavras.

Compreender os fatores que afetam essa percepção dos alunos sobre a qualidade da IES e de cursos específicos é fator crítico para o planejamento e competitividade da instituição de ensino superior – especialmente para as instituições privadas.

Através do estudo, pode-se compreender que a busca do conhecimento para o mercado deve ser contínua. Devemos estar em constante aprendizado, pois esse é um ponto fundamental na análise de um currículo para os empresários.

Este trabalho teve como objetivos: conhecer o perfil dos graduandos em administração que estão em fase de conclusão do curso e analisar as



expectativas dos estudantes de administração com relação ao mercado de trabalho e à instituição em que estudam. Outro objetivo secundário foi confrontar a opinião dos empresários com o parecer dos estudantes. Para a realização deste artigo, usou-se a pesquisa bibliográfica e de campo. Com relação à pesquisa de campo, foram aplicados questionários para os empresários e estudantes do curso de administração, a fim de estabelecer uma correlação das percepções de ambos, referente ao mercado de trabalho.

2. O CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

O curso de administração tem duração de 4 anos letivos. Podendo ser diurno ou noturno. Normalmente são 50 vagas ofertadas para cada turma a cada ano. Aumentar a produtividade e competitividade de empresas públicas e privadas é uma das metas de um profissional graduado em administração. Para tanto o currículo do curso integra disciplinas de diversas áreas como economia, sociologia, marketing, relações humanas, administração financeira, direito, produção, entre outras.

Os graduandos participam de vários projetos desenvolvidos em conjunto com os professores, em pesquisa, ensino e extensão. No decorrer dos semestres o corpo docente orienta trabalhos realizados nas disciplinas em empresas da região e no último semestre os alunos realizam o estágio obrigatório em uma empresa, na área de sua preferência. A partir do estágio é elaborado um trabalho de conclusão de curso (TCC) apresentado em banca examinadora. Como o Ministério da Educação – MEC (2012), com base nas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN's), não exige o TCC, algumas instituições optam pela elaboração de um artigo científico, multidisciplinar, o que pode ser feito no último ano do curso. Além disso, os alunos têm a possibilidade de desenvolver trabalhos na chamada, empresa júnior, uma empresa exclusivamente formada por alunos do curso. Esta empresa tem a intenção de prestar assessoria e consultoria em micro e pequenas empresas da região contando com a orientação de um docente do curso.

Dentre as competências e habilidades do administrador pode-se destacar, (I) como lidar com modelos de gestão inovadores; (II) como decidir entre alternativas; (III) como identificar e dimensionar riscos e selecionar estratégias adequadas de ação.

Com relação aos objetivos do curso, de acordo com o Projeto Pedagógico do Curso de Administração (PPC), são organizados de forma a proporcionar o direcionamento de suas ações futuras em busca de uma formação adequada às exigências do contexto e da sociedade como um todo, respeitando o princípio da ética e de um profissional voltado para a cidadania. Destaca-se também, como objetivo, preparar profissionais para atuar na área da administração, estimulando o desenvolvimento de capacidades para compreender o contexto encaminhar soluções e tomar decisões visando os resultados organizacionais.

No que diz respeito ao perfil desejado do formando, o mesmo apresenta as seguintes características:

- Internalização de valores de cidadania, responsabilidade social, justiça e ética profissional;
- Formação humanística e visão global que a habilite compreender o meio social, político, econômico e cultural no qual está inserido e a tomar decisões em um mundo diversificado e interdependente;
- Formação técnica científica para atuar na administração das organizações, além de desenvolver atividades específicas da prática profissional em consonância com as demandas mundiais, nacionais e regionais;
- Competência para empreender e tomar decisões, analisando criticamente as organizações, antecipando e promovendo suas transformações;
- Capacidade de atuar em equipes multidisciplinares e multifuncionais;

- Flexibilidade e pró-atividade diante das mudanças;
- Orientação para resultados;
- Capacidade interativa, integrativa e de coordenação;
- Capacidade de compreensão de necessidade do contínuo aperfeiçoamento profissional e do desenvolvimento da autoconfiança, demonstrando pré-disposição para o aprendizado contínuo.

3. QUALIDADE DE SERVIÇOS NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

Pode-se caracterizar o ensino superior como uma *prestação de serviço*, o que é diferenciado de um *produto físico*. Segundo Kotler e Armstrong (2003), existem características que tornam possível diferenciar o serviço de um produto. Os serviços são intangíveis, não podem ser tocados. Para reduzir a incerteza clientes devem buscar sinais de qualidade antes da aquisição dos serviços. O fornecedor de serviços tem que fornecer evidências tangíveis sobre a qualidade dos serviços a serem prestados. Outra característica importante é a inseparabilidade dos serviços. Eles não podem ser separados de seus fornecedores, ou seja, o fornecedor/prestador é parte do serviço. Existe uma forte interação entre prestador do serviço e cliente. Outro detalhe é a variabilidade dos serviços. A qualidade do serviço depende de quem os fornece, de como, quando e onde são fornecidos. Aspectos como a motivação de um funcionário ou o seu cansaço afetam de forma significativa a qualidade de um serviço. Por último ele cita a perecibilidade dos serviços, ou seja, os serviços não podem ser armazenados para venda ou uso posterior. Por isso as empresas devem saber gerenciar de forma adequada os seus atendimentos e a sua demanda para que não cause prejuízos à empresa ou ao cliente. Pode-se dizer que a *qualidade* é uma aspiração natural do ser humano. Todos nós queremos consumir ou adquirir produtos de qualidade. Todos nós também ficamos satisfeitos quando realizamos um trabalho que nós mesmos consideramos de qualidade. Da maneira como aprendemos em casa, na escola, no trabalho, a qualidade é inerente ao produto ou serviço. Mais



recentemente este conceito foi reavaliado e colocado sobre outro enfoque. A qualidade passou a significar o atendimento a uma necessidade de quem utiliza o produto ou serviço. O produto passa a ser de qualidade se ele atender àquilo que se espera dele. Passa então a ser um conceito relativo, centrado na necessidade de quem avalia.

Como o artigo trata de qualidade do ensino superior é importante definir o termo *qualidade* e sua relação com o termo *satisfação*. Araujo (2007) define *qualidade*, de uma forma resumida como sendo uma busca pela perfeição com fins a agradar clientes cada vez mais conscientes das facilidades de consumo e variedades de organizações a lhes oferecer produtos, o que no nosso estudo é na realidade serviços.

Segundo Marshall (2006) a gestão da qualidade está voltada à satisfação das necessidades e anseios dos clientes. O que importa é que o produto fabricado ou o serviço prestado possa atender as expectativas esperadas pelo consumidor. Oliveira (2006) relata que o cliente é a figura principal de todo o processo organizacional. É necessário que a organização leve em consideração as necessidades e expectativas do consumidor e tentem superá-las para atender o requisito de satisfazer completamente o cliente.

Se uma empresa, que no nosso caso é uma instituição de ensino superior, decide um melhor conhecimento de seus clientes (LAS CASAS, 2008) torna-se necessário realizar uma pesquisa para identificar quais são as suas necessidades e desejos. Realizando-a junto aos consumidores, que no nosso caso são graduandos, podendo identificar os chamados “indicadores da redução no padrão da qualidade”, clientes apáticos - o que pode significar falta de qualidade, além de identificar fatores de insatisfação dos clientes.

O mercado altamente competitivo aliado às exigências das empresas em busca de profissionais cada vez mais qualificados, fazem com que o estudante se aprimore para a busca da profissionalização. Um bom profissional não é avaliado pela quantidade de diplomas que ele possui, mas sim pela forma como o conhecimento adquirido gera a busca constante de aperfeiçoamento. O

aprimoramento e crescimento do profissional encontra-se nele mesmo. Ele precisa ter vontade de crescer. Muitos ficam simplesmente esperando uma atitude de desenvolvimento por parte da empresa, esquecendo que o principal fator de motivação se posiciona nele mesmo.

O artigo em questão tem como objetivos conhecer o perfil dos graduandos em administração que estão em fase final do curso, e analisar suas expectativas com relação ao mercado de trabalho. A pesquisa foi realizada no município de Barra Mansa-RJ. Foram realizadas um total de 94 (noventa e quatro) entrevistas.

4. METODOLOGIA

Segundo os objetivos, esta pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva. “A pesquisa exploratória é aquela que se caracteriza pelo desenvolvimento e esclarecimento de ideias, com o objetivo de oferecer uma visão panorâmica, uma primeira aproximação a um determinado fenômeno que é pouco explorado e a descritiva, por sua vez, pretende apresentar as características de um fenômeno” (VERGARA, 2007).

Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário onde constavam perguntas abertas e fechadas, respondido pelos graduandos do curso. Foram pesquisadas um total de 94 (noventa e quatro) alunos do curso em questão.

Depois de redigido, ele foi testado antes de sua utilização definitiva, aplicando-se alguns exemplares em uma pequena população escolhida.

5. RESULTADOS E ANÁLISE

A seguir são apresentados dados pessoais da população entrevistada. Foi um total de 94 entrevistas. Obteve-se o seguinte resultado:

- 33 (35%) são do sexo masculino e 61 (65%) sexo feminino;

- 69 (73%) são solteiros e 25 (27%) são casados;
- 48 (51%) têm idade até 30 anos, 36 (38%) entre 30 e 40 anos e o restante 10 (11%) têm idade acima de 40 anos.

95% dos entrevistados, que corresponde a 89 pessoas, estão trabalhando em microempresas na região. Sendo que, deste total, 5 graduandos estão na condição de estagiário. Vale destacar que, 70% dos entrevistados, que corresponde a 66 pessoas têm suas funções inseridas em administração (setor financeiro e recursos humanos).

O **quadro 1** apresenta os resultados (notas atribuídas) de perguntas com respostas quantificadas conforme opiniões dos entrevistados.

Quadro 1 - resultados (notas atribuídas) de perguntas com respostas quantificadas conforme opiniões dos entrevistados

| QUESTIONÁRIO | | Notas atribuídas | | | | | Total |
|--------------|--|------------------|----|----|----|---|-------|
| | | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 | |
| 1 | Qual sua expectativa em relação a sua atividade profissional? | 24 | 45 | 15 | 9 | 1 | 94 |
| 2 | Qual o nível de satisfação com o curso? | 5 | 5 | 54 | 20 | 1 | 94 |
| 3 | A preparação oferecida pelo curso é adequada para o mercado de trabalho? | 5 | 32 | 40 | 17 | 0 | 94 |
| 4 | Qual sua expectativa sobre o ingresso no mercado de trabalho? | 8 | 52 | 30 | 4 | 0 | 94 |
| 5 | Qual sua opinião sobre a necessidade de Pós-Graduação? | 37 | 47 | 5 | 3 | 2 | 94 |

Com relação às notas referentes às questões 1, 2, 3, 4 e 5, destaca-se o seguinte:

- O valor “0” (zero) corresponde a resposta “péssimo”;
- O valor “1” (um) corresponde a resposta “ruim”;
- O valor “2” (dois) corresponde a resposta “regular”;
- O valor “3” (três) corresponde a resposta “bom”;
- O valor “4” (quatro) corresponde a resposta “excelente”.



Conforme pode observar os resultados no quadro 1, chegou-se aos seguintes posicionamentos:

1. 63% dos graduandos estão parcialmente otimistas com relação à atividade profissional;
2. Somente 10% dos alunos se sentem satisfeitos com o curso que estão frequentando;
3. 39% consideram, com otimismo, que a apresentação do curso, com relação ao mercado de trabalho, é adequada;
4. 64% dos entrevistados têm boas expectativas sobre as oportunidades após da conclusão do curso. Isto porque, na opinião deles, o mercado se encontra em expansão e além do mais, eles (graduandos) acreditam em seu potencial;
5. Com relação ao curso de pós-graduação, eles são bastante otimistas, ou seja, 89% são favoráveis ao curso. Isto porque os horizontes, depois de conclusão de uma pós, se abririam de uma forma mais ampla e mais significativa.

6. CONCLUSÃO

Nas últimas décadas a educação superior no Brasil tem passado por uma série de transformações. Uma delas é o aumento na oferta de cursos de graduação no Brasil, o que tem gerado um acirramento da concorrência entre as instituições de nível superior de forma que sobram vagas nas IES privadas. Entender o graduando, que é um cliente do serviço educacional, é fundamental para que as faculdades, centros universitários e universidades possam, melhorar, de forma contínua, a qualidade dos serviços prestados.

Este trabalho teve como objetivo identificar como os estudantes de graduação em administração de uma IES do município de Barra Mansa, enxergam o próprio curso com relação ao mercado de trabalho após conclusão do mesmo.



A pesquisa foi realizada com alunos ingressantes e concluintes de uma instituição privada de médio porte.

Pode-se concluir, considerando a população pesquisada, que a maior parte trabalha em micro e pequenas empresas da região, sendo que boa parcela estão inseridos em ambientes produtivos que tem ligação com o curso de administração. Outro fato importante a citar, de um modo geral, é que os graduandos têm bastante otimismo no que diz respeito à expectativa de ser aproveitado numa empresa de médio ou grande porte dentro do nosso país. Este otimismo se deve, principalmente, pela expansão que o mercado está passando na atualidade.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAUJO, L. C. G. **Organização, Sistema e Métodos: e as Tecnologias de Gestão Organizacional**. Volume 1, 3. ed. São Paulo, Editora Atlas, 2007

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. Tradução: MARQUES, A. S.; CAIRO, S.; Revisão técnica: SANTOS, G.; ALVAREZ, F. J. S. M.9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LAS CASAS, A.L. **Qualidade total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos**. São Paulo: Atlas, 2008.

MARSHALL JR, I.; CIERCO, A. A.; ROCHA, A.V.; MOTA, E. B.; LEUSIN, S. **Gestão da Qualidade: Série Gestão Empresarial**. 8. ed. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2006.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO – MEC. Disponível em <http://www.mec.gov.br>. Acesso em 12 de maio de 2012.

OLIVEIRA, O. J. **Gestão da Qualidade: Tópicos Avançados**. São Paulo, Editora Pioneira Thomson Learnig, 2006.

ROLIM, R. C.; OLIVEIRA, M. D.; SILVA, T. B.; MESQUITA, M. A. B. **Satisfação com o Curso de Graduação:Um Estudo junto aos Estudantes de**



Administração da Universidade Federal de Lavras. ENCONTRO DA ANPAD, XXX, 2007. Anais... Rio de Janeiro: 22 a 26 de setembro de 2007.