

# **A Visão dos Formandos do Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, quanto as Perspectivas de Conseguir uma Vaga no Mercado de Trabalho**

## **RESUMO**

Atualmente observa-se que a clientela das Universidades está se tornando cada vez mais exigente, portanto deve-se levar em consideração o nível de satisfação destes clientes, assim identificar a relação dos recém-formados com o mercado de trabalho é importante para subsidiar as instituições de ensino superior na sua prática formativa. A metodologia utilizada constitui numa pesquisa do tipo descritiva, com os dados coletados através de um questionário aplicado em uma turma de formandos, com 27 entrevistados. Observou-se que os formandos do Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM são em sua maioria do sexo masculino, entre 21 a 30 anos de idade, solteiros, em grande parte empregados e estagiários, e estão atuando na área de Administração, basicamente nas áreas financeira e administração geral. Além disso, estão parcialmente otimistas em relação ao seu futuro profissional pois definem que o mercado de trabalho será preferencialmente para os mais preparados e concordam que o Curso de Administração os prepara para este mercado, estão satisfeitos com o Curso e esperam, ao ingressar no mercado de trabalho, uma melhor qualidade de vida almejando uma ascensão profissional através do reconhecimento de suas capacidades e declararam também que acham totalmente relevante a realização de um curso de pós-graduação para uma melhor qualificação profissional.

## **1. INTRODUÇÃO**

Atualmente o grande desafio para os jovens que terminam o ensino médio é o ingresso em uma Universidade, o que está cada vez mais difícil e concorrido. As ofertas são poucas e o número de pessoas que almejam o mesmo objetivo é muito grande. Após o ingresso em uma Universidade outro desafio vem à tona, o de conseguir uma vaga no mercado de trabalho que está cada dia mais competitivo e exigindo muitas vezes um currículo com prática e experiência, o que para muitos graduandos de administração se torna mais difícil pois normalmente eles detêm a teoria e falta-lhes a prática profissional. Esse contexto leva a necessidade de atenção à questão de formação e consequente inserção desses profissionais no mercado de trabalho. Assim desenvolver estudos que permitam evidenciar a relação dos recém-formados com o mercado de trabalho é importante para fornecer subsidio as instituições de ensino superior na sua pratica formativa.

Procurando contribuir com o avanço desse processo reflexivo realizou-se essa pesquisa com os seguintes objetivos fundamentais: a) identificar o perfil do formando em Administração da UFSM; b) verificar o grau de satisfação dos alunos em relação ao Curso e c) verificar as expectativas dos formandos ao ingressarem no mercado de trabalho.

A seguir são apresentados histórico da UFSM, suas finalidades, objetivos gerais da instituição. O Curso de administração, suas competências, o campo de atuação profissional e a denominação do Curso.

## **2. A INSTITUIÇÃO**

Este capítulo foi estruturado a partir de informações constantes do Projeto Político-Pedagógico do Curso de Administração da UFSM.

## **2.1 Histórico da UFSM**

A Universidade Federal de Santa Maria, idealizada e fundada pelo Prof. Dr. José Mariano da Rocha Filho, foi criada pela Lei n. 3.834-C de, 14 de dezembro de 1960, com a denominação de Universidade de Santa Maria, instalada solenemente em 18 de março de 1961. A UFSM é uma Instituição Federal de Ensino Superior, constituída como Autarquia Especial vinculada ao Ministério da Educação.

A atual estrutura, determinada pelo Estatuto da Universidade, aprovado pela Portaria Ministerial N. 801 de 27 de abril de 2001, e publicado no Diário Oficial da União, em 30 de abril do mesmo ano, estabelece a constituição de 8 (oito) Unidades Universitárias: Centro de Ciências Naturais e Exatas, Centro de Ciências Rurais, Centro de Ciências da Saúde, Centro de Educação, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Centro de Tecnologia, Centro de Artes e Letras e Centro de Educação Física e Desportos.

A Universidade Federal de Santa Maria está localizada no Centro Geográfico do Estado de Rio Grande do Sul, distante 290 km de Porto Alegre. A cidade de Santa Maria é o pólo de uma importante região agropecuária que ocupa a parte Centro-Oeste do Estado. Na UFSM, está a sede do Distrito Geo-educacional 37, numa área de 94.955 km<sup>2</sup> com 1.365.012 habitantes, abrangendo 58 (cinquenta e oito) municípios, dos quais 8 (oito) possuem estabelecimentos de Ensino Superior.

O campus da UFSM, que abrange a Cidade Universitária “Prof. José Mariano da Rocha Filho”, está localizado no Bairro Camobi, Rodovia RS 509, onde são realizadas a maior parte das atividades acadêmicas e administrativas. Funcionam no Centro da cidade de Santa Maria, outras unidades acadêmicas e de atendimento à comunidade.

A extensão do campus é de 1.906,56 hectares, nos quais as edificações perfazem 239.578 m<sup>2</sup> em edificações no centro da cidade. Possui, ainda, edificações nos municípios de Frederico Westphalen, Irai e Jaguari com 19.537 m<sup>2</sup> de área, sendo que a área total construída da UFSM, até dezembro de 2001, é de 281.614 m<sup>2</sup>.

A UFSM possui, hoje, em pleno desenvolvimento, cursos, programas e projetos nas quais as mais diversas áreas do conhecimento humano. A Instituição mantém 37 Cursos de Graduação com 59 habilitações, 43 Cursos de Pós-graduação Permanente, sendo 20 de Mestrado, 10 de Doutorado e 13 de Especialização. Além desses realiza Cursos de Especialização em caráter eventual, de Atualização e de Aperfeiçoamento, atendendo diversificadas e urgentes solicitações de demanda regional.

Oferece, ainda, Ensino Médio e Tecnológico nos Colégios Agrícolas de Santa Maria e Frederico Westphalen e no Colégio Técnico Industrial de Santa Maria.

O contingente educacional da UFSM é de 15.440 alunos, distribuídos entre os diferentes níveis de ensino. O corpo docente é composto de 1.171 professores (Graduação, pós-graduação e Ensino Médio e Tecnológico) e o quadro de pessoal técnico-administrativo é composto por 2.345 servidores.

A UFSM possui, em sua estrutura, 2 (dois) Restaurantes Universitários; Biblioteca Central e setoriais com 143.886 volumes de Livros e Teses, Hospital-Escola com capacidade de 315 leitos, Hospital de Clínicas Veterinárias; Farmácia-Escola; Museu Educativo; Planetário e Usina de Beneficiamento de Leite.

A Missão da UFSM é promover o ensino, pesquisa e extensão, formando lideranças capazes de desenvolver a sociedade.

Sua Visão é ser reconhecida como referência e excelência no ensino, pesquisa e extensão pela comunidade científica e pela sociedade em geral.

Seus Valores são a liberdade, democracia, responsabilidade, justiça, consciência ética, educação e respeito, identidade, comprometimento social, cidadania, pluralidade, integração e criatividade.

## **2.2 Finalidades da UFSM**

De acordo com o art. 4º, do Estatuto UFSM/2001, a Universidade Federal de Santa Maria, destina-se a:

- promover, de forma indissociável, o Ensino, a Pesquisa e a Extensão;
- fomentar o desenvolvimento tecnológico, científico, literário, artístico e desportivo;
- formar profissionais e especialistas de nível superior;
- formar profissionais de nível médio nas áreas tecnológicas vinculadas ao desenvolvimento nacional; e
- preparar recursos humanos, através dos Cursos de pós-Graduação.

## **2.3 Objetivos Gerais da Instituição**

De acordo como o art. 5º, do Estatuto UFSM/2001, a Universidade Federal de Santa Maria, tem como objetivos:

### *I- Fundamentais:*

- a educação integral;
- ensino para a formação e o aperfeiçoamento de profissionais, técnicos e pesquisadores de alto nível;
- a pesquisa pura ou aplicada;
- a criação e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo;
- desenvolver educação profissional nos diversos níveis: básico, técnico e tecnológico;
- a extensão, aberta a participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica gerada na Instituição, e
- a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber através do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação.

### *II- Especiais:*

- a) o estudo dos problemas relacionados com o progresso da sua região geo-econômica, do Estado e do País;
- b) a colaboração com o poder público na solução dos problemas nacionais, objetivando o desenvolvimento do país;
- c) o fortalecimento da paz e da solidariedade universais, e
- d) o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade.

## **2.4. O Curso de Administração**

O Curso de Administração da Ufsm tem duração de 4 anos para o diurno e 5 para o noturno e ingressam tanto no curso diurno como no noturno, 50 novos alunos a cada ano. Aumentar a produtividade e competitividade de empresas públicas e privadas é um dos objetivos do profissional de Administração. Para tanto o currículo integra disciplinas de

diversas áreas como economia, sociologia, marketing, relações humanas, administração financeira, direito, entre outras.

Os alunos do Curso de Administração podem participar de vários projetos desenvolvidos em conjunto com os professores, em pesquisa, ensino e extensão. No decorrer dos semestres os professores orientam 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 apresentado em banca examinadora.

Além disso, os alunos têm a possibilidade de desenvolver trabalhos na *Objetiva Jr.*, uma empresa exclusivamente formada por alunos da UFSM, que atuam junto à sociedade prestando assessoria e consultoria em micro e pequenas empresas, contando com a orientação de professores.

O Curso de Administração da UFSM já colocou no mercado mais de 2.200 profissionais, em 64 turmas e passou por oito avaliações do Exame Nacional de Cursos do MEC, sendo que as oito avaliações obteve o conceito “A”. Demonstrando que a qualidade de seu currículo tem permitindo aos acadêmicos manter-se entre os melhores avaliados do país.

Dentre as competências e habilidades do Administrador estão: lidar com modelos de gestão inovadores; ordenar atividades e programas; decidir entre alternativas; identificar e dimensionar riscos e selecionar estratégias adequadas de ação.

#### **2.4.1 Objetivos do Curso**

De acordo com o Projeto Político Pedagógico do Curso de Administração os seus objetivos foram 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.

Objetivo Geral: O Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria tem 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.

O Perfil desejado do formando 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 proatividade 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 predisposição para o aprendizado contínuo.

Estão explícitas no Projeto Político-Pedagógico do Curso de Administração as seguintes competências.

1. **Comunicação e expressão:** estabelecer comunicação interpessoal, expressar-se corretamente nos documentos técnicos específicos e interpretar a realidade das organizações.
2. **Raciocínio lógico, crítico e analítico:** utilizar raciocínio lógico, crítico e analítico, operando com valores e formulações matemáticas e estabelecendo relações formais e causais entre fenômenos. Ser capaz também de interagir criativamente diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais.
3. **Visão sistêmica e estratégica:** compreender o todo administrativo, de modo integrado sistêmico e estratégico, bem como suas relações com o ambiente externo.
4. **Criatividade e iniciativa:** propor e implementar modelos de gestão, inovar e demonstrar um espírito empreendedor.
5. **Negociação:** resolver situações com flexibilidade e adaptabilidade diante de problemas e desafios organizacionais.
6. **Tomada de decisão:** ordenar atividades e programas, decidir entre alternativas e identificar e dimensionar riscos.
7. **Orientação para resultados:** agir em busca de resultados comprometidos com o futuro da organização e com o seu compromisso social.
8. **Liderança:** selecionar estratégias adequadas de ação, visando a atender interesses interpessoais e institucionais.
9. **Trabalho em equipe:** selecionar procedimentos que privilegiem formas de atuação em prol de objetivos comuns. Agir com empatia, reconhecendo as diferenças e buscando a sinergia com o foco nos resultados organizacionais.

Campo de atuação profissional consiste na identificação de oportunidades, diagnóstico, análise e solução de problemas organizacionais através do uso de conhecimento e interpretação dos conceitos e da habilidade para ajudar os outros a compreenderem os problemas em termos mais objetivos, ultrapassando os sintomas manifestos.

O mercado para esse profissional consiste em atividades na iniciativa pública e privada, consultoria em organização, gerência de empresa de qualquer natureza, empreendedorismo e instituições de ensino são algumas áreas em que pode atuar este profissional. O administrador é um profissional ativo, empreendedor, com postura criativa, aberto a novas idéias, catalisador de mudanças e consciente de que sua atualização profissional faz parte de um processo de aprendizado permanente.

### 3. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Na história da humanidade sempre houve necessidade de cooperação entre os homens e de coordenação de esforços a fim de que seus objetivos fossem atingidos com mais facilidade e eficiência. Dessa forma, toda a associação de indivíduos com metas pré-estabelecidas não poderá deixar de utilizar princípios de administração (Revista Graduando em Administração -UFRGS, 1988).

Com a evolução tecnológica e o crescimento econômico, as empresas e as organizações foram tornando-se cada vez maiores e mais complexas, exigindo, por sua vez, funções mais especializadas. A fim de atender às necessidades dessas funções, surgiram no ensino de Administração novas especialidades profissionais (Revista Graduando em Administração -UFRGS, 1988).

Portanto entende-se que a partir dessa nova fase o administrador poderá assumir um papel de suma importância para as empresas, pois ele poderá utilizar os conhecimentos teóricos adquiridos nas instituições de ensino e na solução dos problemas do dia a dia, buscando assim seu reconhecimento profissional no mercado de trabalho.

### **3.1. O contexto atual da vivência e formação do administrador**

Segundo ARANTES (1998), o papel das empresas é o de manter uma interação ativa e responsável com o ambiente externo em que atuam, e além disso, tem também compromissos e responsabilidades internos em relação a seus empreendedores e colaboradores.

O papel do administrador é contribuir para que a empresa tenha um resultado positivo, garantindo a sobrevivência e permanência no mercado.

Para ARANTES (1998), o administrador é um tomador de decisões que afetam os resultados empresariais. Ele focaliza sua atenção nas coisas que produzem contribuição significativas para as finalidades empresariais.

O administrador cria o futuro, define os caminhos e assume o compromisso e a responsabilidade pela contribuição dos resultados de sua área de responsabilidade para as finalidades empresariais. Ele tem coragem de inovar e mudar, e de assumir riscos e as responsabilidades inerentes a essas inovações e mudanças.

Segundo WICK & LEON (1997), com o passar dos anos o administrador teve que se reciclar, ou seja teve que mudar em alguns aspectos de sua atuação. Anteriormente, o chefe era responsável pela sua carreira, atualmente sente-se responsável pela própria carreira, assume responsabilidade pelo seu próprio desenvolvimento, encara a educação como uma atividade para a vida toda, percebe como o aprendizado afeta os negócios, e decide intencionalmente o que aprender, demonstrando que os administradores devem se responsabilizar pelo próprio aprendizado e estar conscientes que o seu desenvolvimento pessoal e profissional dependem muito mais das suas ações pessoais na busca de novos conhecimentos.

Com isso o Administrador deve constantemente estar atualizando-se, buscando através das instituições ensino a excelência na matéria do conhecimento.

Segundo BRAGA *apud* ANDRADE (2001), as transformações ocorridas no contexto social e econômico através do desenvolvimento da tecnologia indicam mudanças rápidas e profundas no cotidiano das pessoas como: grande ênfase no conhecimento pessoal, aumento de valor para as informações e mudanças de paradigmas fazendo com isso o aprimoramento e aperfeiçoamento do ensino de administração.

Em vista disso o profissional de administração deve ter em seu currículo de formação disciplinas que envolvam diversas áreas de conhecimento como: economia, direito, sociologia, contabilidade, dentre outras.

Com a globalização da economia vê-se uma nova conjuntura econômica impulsionada pelo comércio sem fronteiras, novas marcas e produtos são apresentados ao mercado, tornando-o assim mais variado e competitivo, e portanto com consumidores mais exigentes e seletivos e tornando um mercado mais carente de profissionalismo, acarretando oportunidades para os profissionais mais qualificados e preparados para disputar uma vaga no mercado de trabalho.

Desta forma, o processo de formação do administrador veio sofrendo alterações para se adequar às novas exigências.

No Brasil este processo se deu de forma diferente, segundo (CASTRO, 1981), o ensino de administração no Brasil iniciou em 1952.

Para MARTINS *apud* ANDRADE (2001), a formação do administrador iniciou na década de 40, onde viu-se a necessidade de qualificação de mão-de-obra e conseqüentemente a profissionalização do ensino de administração.

Segundo essa visão, tratava-se de formar, a partir do sistema escolar, um administrador profissional, apto para atender ao processo de industrialização. Tal processo foi se desenvolvendo de forma gradativa, desde a década de 30. Porém ficou acentuado no momento de regulamentação da profissão, ocorrida na metade dos anos sessenta através da Lei nº 4.769 de 09 de setembro de 1965. Após esta lei, o acesso ao mercado profissional seria

privativo dos portadores de títulos expedidos pelo sistema universitário. Portanto, tal ensino veio privilegiar a participação das grandes unidades produtivas, que passaram a constituir um elemento fundamental na economia do país, principalmente a partir de 1964.

Hoje conforme dados do MEC/INEP (2000). O número de alunos matriculados em cursos de administração no Brasil representam 12,5% do total de alunos em cursos superiores. As vagas nos Cursos de Administração estão concentradas em instituições privadas, 88,54% e somente 11,46% estão em instituições públicas.

### **3.2. Perfil do Administrador Hoje**

O papel do administrador é contribuir para que a empresa tenha um resultado positivo, garantindo a sobrevivência e permanência no mercado. Dependendo do porte da empresa, o administrador pode estar focado mais em uma ou em outra área, mas a sua formação garante que ele consiga gerenciar todos os recursos.

Sendo a sociedade formada por organizações, o papel do administrador torna-se relevante porque ao otimizar os resultados empresariais, ele pode estar gerando mais empregos e melhoria da qualidade de vida das pessoas. Através de estratégias de gestão, o administrador pode promover a cidadania e seus valores. Um vez que os administradores também atuam em órgãos públicos, podem contribuir decisivamente no gerenciamento do patrimônio público. O profissional da Administração pode tornar as empresas socialmente responsáveis, preocupadas em dar respostas para a sociedade, contribuindo para o seu desenvolvimento.

Atualmente pode-se definir como perfil do administrador o profissional que possua formação humanística e visão global que o habilite a compreender o meio social, político, econômico e cultural onde esta inserido e a tomar decisões em um mundo diversificado e interdependente, agindo de maneira pró-ativa na busca e obtenção de resultados.

O Art. 2º - da Lei Nº. 4.769, de 09 de setembro de 1965 diz que: A atividade profissional de Administrador deve ter algumas premissas básicas, tais como: pareceres, relatórios, planos, projetos, arbitragens, laudos, assessoria em geral, chefia intermediária, direção superior, pesquisas, estudos, análise, interpretação, planejamento, implantação, coordenação e controle dos trabalhos nos campos da Administração, como administração e seleção de pessoal, organização e métodos, orçamentos, administração de material, administração financeira, administração mercadológica, administração de produção, relações industriais, bem como outros campos em que esses desdobrem ou aos quais sejam conexos.

Portanto para tornar-se um profissional completo o Administrador deve possuir conhecimento em várias áreas e estar sempre disposto a aprender e a reciclar-se, pois ele deve estar preparado para as mudanças que o mercado exige.

## **4. METODOLOGIA**

Este trabalho desenvolveu-se a partir da seguinte metodologia.

O universo desta pesquisa foi de 40 (quarenta) formandos do 2º semestre de 2003, segundo a Coordenação do Curso de Administração do Universidade Federal de Santa Maria. Deste total foram entrevistados 27(vinte e sete) formandos, os quais estavam presentes no momento da coleta de dados, caracterizando-se como uma amostra não probalística do tipo acidental.

Devido às características do estudo, optou-se por ser a entrevista como o melhor instrumento para a coleta de dados, por ser a forma mais rápida e eficiente de obter os dados.

Para a obtenção das informações foi elaborado um questionário estruturado, no qual foi aplicado diretamente na sala de aula do Curso de Administração da UFSM.

A enquete foi concebida e tabulada com a ajuda do software Le Sphinx, visando abreviar o tempo e cruzar as informações mais relevantes. As questões abertas foram analisadas individualmente, no intuito de obter informações relevantes à pesquisa.

Após a tabulação dos dados, estes revisados e transformados em tabelas, afim de facilitar a análise e interpretações. Na análise, procurou-se enfatizar os objetivos propostos e buscar respostas adequadas para os mesmos.

## 5. RESULTADOS

Este item apresenta os resultados e sua análise.

Tabela 1. Sexo

<b>Sexo</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Frequência</b>
<b>Masculino</b>	17	63%
<b>Feminino</b>	10	37%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

Tabela 2. Faixa Etária

<b>Faixa etária</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Frequência</b>
<b>16 a 20 anos</b>	0	0%
<b>31 a 40 anos</b>	4	15%
<b>51 ou mais</b>	0	0%
<b>21 a 30 anos</b>	23	85%
<b>41 a 50 anos</b>	0	0%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

Tabela 3. Estado Civil

<b>Estado civil</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Frequência</b>
<b>Solteiro</b>	20	74%
<b>Casado</b>	6	22%
<b>Viúvo</b>	0	0%
<b>Separado</b>	1	4%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

Através da análise das tabelas 1, 2 e 3 nota-se que a maioria dos alunos da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM que estão em fase de conclusão do Curso de Administração são do sexo masculino (63%), na faixa etária de 21 a 30 anos (85%) e solteiros (74%).

Tabela 4. Situação profissional

<b>Situação</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Frequência</b>
<b>Empregado</b>	12	44%
<b>Desempregado</b>	1	4%



<b>Bolsista</b>	0	0%
<b>Estagiário</b>	8	30%
<b>Estudante</b>	6	22%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

Tabela 5. O profissional e sua atuação na área de Administração

<b>Trabalho</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Frequência</b>
<b>Não-resposta</b>	6	22%
<b>Sim</b>	13	48%
<b>Não</b>	5	19%
<b>Pretende atuar</b>	3	11%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

Tabela 6. Área da administração em que desenvolve suas atividades

<b>Atuação</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Frequência</b>
<b>Não-resposta</b>	14	52%
<b>Recursos Humanos</b>	0	0%
<b>Financeiro</b>	5	19%
<b>Contabilidade</b>	1	4%
<b>Marketing</b>	1	4%
<b>Produção</b>	0	0%
<b>Compras</b>	0	0%
<b>Administração Geral</b>	5	19%
<b>Vendas</b>	0	0%
<b>Comercial</b>	1	4%
<b>Materiais</b>	0	0%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

O número de citações é superior ao número de observações devido às respostas múltiplas (2 no máximo).

Observando a tabela 4 verifica-se que a maioria, dos alunos estão empregados (44%), que 30% estão estagiando e apenas 22% estão somente estudando e 4% estão desempregados. Nota-se que na tabela 5 grande parte do entrevistados do Curso de Administração, estão atuando no mercado de trabalho, sendo que 48% está atuando na área de Administração. Observando a tabela 6, verifica-se que 19% na área financeira, 19% na administração geral e o restante em outras áreas de atuação.

Tabela 7. Expectativa com relação á atividade profissional.

<b>Expectativa</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Frequência</b>
<b>Totalmente otimista</b>	7	26%
<b>Parcialmente otimista</b>	17	63%
<b>Regular</b>	1	4%
<b>Parcialmente pessimista</b>	2	7%
<b>Totalmente pessimista</b>	0	0%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

Conforme os dados da tabela 7, nota-se que 63% estão parcialmente otimista com relação ao seu futuro profissional e 26% estão totalmente otimistas quanto ao seu futuro profissional. Quanto aos motivos que apresentaram para justificar o seu estado de otimismo destacaram:

- Insegurança quanto ao mercado de trabalho
- Mercado em expansão
- Conceito do curso perante a sociedade.

Aqueles totalmente otimista atribuem este estado a suas boas relações e acreditam em seu potencial.

Tabela 8. Opinião sobre as oportunidades para os recém-graduados em Administração.

Oportunidades	Qt. cit.	Frequência
Vai absorver todos	1	4%
Para os mais preparados	17	63%
Para os com muita sorte	1	4%
Para os com influência	4	15%
Conhecimento teórico e a prática	6	22%
Para ninguém	0	0%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	

O número de citações é superior ao número de observações devido às respostas múltiplas (2 no máximo).

Na tabela 8 observa-se que 63% dos entrevistados dizem que as oportunidades para os recém-graduados em administração serão para os mais preparados e 22% dizem que as oportunidades serão para os que possuem conhecimento teórico-prático.

Tabela 9. A preparação oferecida pelo curso é adequada.

Mercado de trabalho	Qt. cit.	Frequência
Concordo totalmente	0	0%
Concordo	14	52%
Indiferente	2	7%
Discordo	10	37%
Discordo totalmente	1	4%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

Tabela 10. Nível de satisfação com o Curso.

Satisfação do curso	Qt. cit.	Frequência
Totalmente satisfeito	0	0%
Satisfeito	15	55%
Indiferente	3	11%
Insatisfeito	8	30%
Totalmente insatisfeito	1	4%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

Analisando a tabela 9, verifica-se que a maioria dos alunos, 52% concordam que o Curso de Administração prepara-os para o mercado de trabalho e 37% discordam com esta opinião. Os motivos indicados para a falta de preparo para o mercado de trabalho

referem-se, na sua maioria, à falta de aplicação prática. Para aqueles que consideram um bom preparo do curso, isso se deve ao excelente embasamento teórico apresentado pelo mesmo.

E através disso verificou-se na tabela 10, que 55% dos entrevistados estão satisfeitos com o Curso e 30% mostraram-se estar insatisfeitos, enquanto 11% se mostraram indiferentes. Observando também que o Curso vem desempenhando seu papel junto aos alunos, buscando a qualidade no ensino.

Tabela 11. Expectativa sobre o ingresso no mercado de trabalho.:

<b>Ingressar mercado</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Frequência</b>
<b>Não-resposta</b>	1	4%
<b>Trabalho digno</b>	6	22%
<b>Ganho razoável</b>	7	26%
<b>Ascensão profissional</b>	11	41%
<b>Futuro promissor</b>	8	30%
<b>Qualidade de vida</b>	11	41%
<b>Respostas das expectativas</b>	2	7%
<b>Reconhecimento profissional</b>	9	33%
<b>Trabalhar na área de atuação</b>	5	19%
<b>Não conseguir trabalhar na área</b>	0	0%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	

O número de citações é superior ao número de observações devido às respostas múltiplas (8 no máximo).

Conforme os dados da tabela 11, percebe-se que mesmo os acadêmicos que não estão atuando no mercado de trabalho como os demais, estão confiantes ao ingressar no mesmo. Nenhum deles demonstrou a certeza de não conseguir uma vaga no mercado de trabalho em sua área de atuação, estando assim confiantes em trabalhar.

Tabela 12. Onpinhão sobre a necessidade de Pós-Graduação?

<b>Pós-graduação</b>	<b>Qt. cit.</b>	<b>Frequência</b>
<b>Totalmente relevante</b>	14	52%
<b>Relevante</b>	9	33%
<b>Indiferente</b>	4	15%
<b>Irrelevante</b>	0	0%
<b>Totalmente irrelevante</b>	0	0%
<b>Total Obs.</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

Observa-se que 52% acham totalmente relevante um curso de pós-graduação e 33% relevante e apenas 15% indiferente. O que demonstra a importância e o significado de cada vez mais investir no aperfeiçoamento pessoal e profissional, estando assim mais preparados para o mercado de trabalho.

## 6. CONCLUSÃO

Em vista dos dados citados acima, pode-se concluir que os formandos do curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, são em sua maioria do sexo masculino, entre 21 a 30 anos de idade, solteiros em grande parte empregados e

estagiários. E estão atuando na área de Administração, basicamente na área financeira e administração geral.

Pode-se observar que eles estão parcialmente otimistas em relação ao seu futuro profissional pois definem que o mercado de trabalho será preferencialmente para os mais preparados e concordam que o Curso de Administração os prepara para este mercado e estão satisfeitos com o Curso e esperam ao ingressar no mercado de trabalho uma melhor qualidade de vida almejando uma ascensão profissional através de reconhecimento de suas capacidades. Além disso declararam que acham totalmente relevante a realização de um curso de pós-graduação para uma melhor qualificação profissional.

Os itens verificados encorajam e motivam novas pesquisas e avaliações desse tipo, devido ao fato de termos resultados bastante positivos em quase todos os itens. As colocações negativas, embora em pequeno número, apontam para medidas urgentes a serem tomadas pela Coordenação do Curso.

## 7. BIBLIOGRAFIA

- ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de. **Administração: evolução, desafios, tendências**. São Paulo: Cobra. 2001.
- ARANTES, Nélío. **Sistemas de Gestão Empresarial: conceitos permanentes na administração de empresas válidas**. São Paulo: Atlas. 1998.
- CASTRO, C. de M. **O ensino de administração e seus dilemas: notas para debates**. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, v. 21, n. 3, p. 58-61, jul./set. 1981.
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas. 1996.
- Graduando em Administração - UFRGS no Mercado de Trabalho –** Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS. PROPLAN, 1988.
- <http://www.admunip.ubbi.com.br/historia.html>. Acesso em: 22 de dezembro 2003.
- [http://www.cfa.org.br/html/rba/rba\\_campanha.php](http://www.cfa.org.br/html/rba/rba_campanha.php). Acesso em: 22 de dezembro de 2003.
- <http://www.inep.gov.br>. Acesso em: 22 janeiro de 2004.
- KATZ, Robert. **As Habilidades de um Administrador Eficiente**. São Paulo: Coleção Harvard de Administração,. Vol. 1. Ed. Nova Cultural. 1976.
- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Atlas. 1998.
- KOTLER, Philip e FOX, Karen F. A. **Marketing Estratégico para Instituições Educacionais**. São Paulo: Atlas. 1994.
- LEI Nº 4.769, de 09 de setembro de 1965.
- MIRSHAWKA, Victor. **Criando valor para o cliente: a vez do Brasil**. Rio de Janeiro: Makron Books.1993.
- Projeto Político Pedagógico**. Curso de Administração. Universidade Federal de Santa Maria. 2003.
- VAVRA, Terry G. **Marketing de relacionamento: aftermarketing – como manter a fidelidade de seus clientes através de relacionamento**. São Paulo: Atlas. 1993.
- VERGARA, Sylvia Constant; BRANCO, Paulo Durval. **Empresa humanizada: a organização necessária e possível**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo: FGV, v. 41, n. 2, abr./jun. 2001. p. 21.
- WICK, Calhoun W.; LEÓN, Lu Stanton. **O desafio do Aprendizado**. Como fazer sua empresa estar sempre à frente do mercado. São Paulo: Nobel, 1997.