FATORES DETERMINANTES DA ESCOLHA PELO CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO DO INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA

Sara Carvalho Brum [1]

Fabio Penteado Carvalho [2]

Fernando Carlan da Silveira [3]

Bruno Milani [4]

Resumo:

O presente artigo tem a intenção de investigar quais os fatores podem ser considerados como diferenciais para a escolha pelo curso bacharelado em administração do Instituto Federal Farroupilha - Campus São Vicente do Sul e quais pontos, por meio da análise dos resultados obtidos, podem ser melhorados para que aumente o interesse pela instituição. A pesquisa caracteriza-se por ser aplicada, com abordagem quantitativa. Para a coleta dos dados foram aplicados 50 questionários, com 53 questões cada, usando uma adaptação do instrumento de Mainardes (2007), tendo como foco todos os discentes regularmente matriculados no curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal Farroupilha - Campus São Vicente do Sul (IFFar - SVS). O resultado indica motivações diferentes na escolha do aluno quando comparadas as respostas com o curso frequentado. Nota-se que os motivos que mais foram levados em consideração foram: compromisso da IES com o serviço educacional, empregabilidade do curso escolhido, horários de aulas, coerência e interação entre teoria e prática, qualidade de ensino no curso. Palavras-Chave: Atração de alunos; Satisfação dos alunos; Qualidade educacional.

Palavras-chave: Administração, fatores determinantes, curso de administração

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

FATORES DETERMINANTES DA ESCOLHA PELO CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO DO INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA

[1] Aluno de graduação. cbrum.sara@gmail.com. Autor principal

[2] Bacharelando em Administração . fabiopcarvalhoadm@gmail.com. Co-autor

[3] Bacharelando em Administração . fc96fc@gmail.com. Co-autor

[4] Docente. bruno.milani@iffarroupilha.edu.br. Orientador

FATORES DETERMINANTES DA ESCOLHA PELO CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO DO INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA

1 INTRODUÇÃO

O crescimento do acesso ao ensino superior vem se dando de forma constante e, nos últimos anos, de modo acelerado sugerindo a absorção, ainda que muito parcial, uma parte da população que historicamente permaneceu fora do mesmo. Esse contexto favoreceu um processo de oferta crescente de vagas em função da expansão do número de instituições instaladas, em espaço de tempo relativamente reduzido.

A quinta edição do Mapa do Ensino Superior, estudo desenvolvido desde 2011 pela Assessoria Econômica do Sindicato das Entidades Mantenedoras de Estabelecimentos de Ensino Superior no Estado de São Paulo (SEMESP), apresenta a região Centro-Ocidental rio-grandense como responsável por 27.340 matrículas em cursos superiores do estado, sendo 16.405 em instituições públicas. No estado do Rio Grande do Sul, o curso de Administração é o segundo mais procurado, assim como ocorre em nível nacional.

O agravamento da competição e o crescimento de vagas não ocupadas caracterizam a situação de algumas instituições que oferecem o curso de Bacharelado em Administração. Essa condição é intensificada pela deficiência de dados sobre condicionantes para a escolha desta carreira e da instituição de ensino. O curso de Bacharelado em Administração do campus, por ser recente, não desfruta de estudos realizados localmente. Assim, o trabalho visa identificar os fatores que influenciaram a escolha dos acadêmicos pelo curso Bacharelado em Administração do Instituto Federal Farroupilha - Campus São Vicente do Sul (IFFar - SVS).

Através do instrumento de pesquisa utilizado pretende-se analisar os resultados de acordo com como atributos da instituição de ensino, mercado de trabalho e atração pelo curso e Instituição de Ensino Superior (IES). Verificando assim, se há necessidade de uma nova abordagem para divulgar e atrair mais discentes a escolher a instituição em questão para cursar Administração.

As IES estão enquadradas no segmento serviços, possuindo características específicas e diferenciando-se umas das outras pela estrutura, qualidade de ensino, processos democráticos e corpo docente, entre outros aspectos de igual importância. Portanto, para Aléssio (2010), pode-se considerar que se a instituição não tem boa estrutura e bons professores, certamente terá desvantagem competitiva. Contudo, evidenciando e tendo estes fatores, também não leva vantagem alguma, pelo fato de que estes são considerados indispensáveis. Aléssio (2010) também aponta que os itens considerados como maiores atrativos para a escolha da IES são: segurança no campus, infraestrutura e instalações da universidade, além de localização.

Em seu estudo, Mainardes (2010), constata que os egressos da instituição devem ser bem aceitos no mercado de trabalho; a comunidade deve possuir uma opinião positiva a respeito de ambos; o diploma dos profissionais formados deve ser bem aceito no mercado de trabalho. Sem eles, o potencial aluno não considera nem o curso nem a instituição como opção de escolha.

Dessa forma, fica claro que para atrair mais alunos, uma IES precisa preocupar-se com seus egressos e com sua imagem no mercado. Ajudar os formados no curso a se colocarem e crescerem profissionalmente leva ao interesse de potenciais alunos para o curso e para a instituição. É preciso ter políticas de acompanhamento e auxílio a egressos, pois a consequência disto é uma imagem melhor da instituição e do curso frente à sociedade, levando aos alunos em potencial a procurarem a IES para realizarem sua graduação (MAINARDES, 2010).

2 METODOLOGIA

O presente estudo trata-se de uma pesquisa aplicada, com abordagem quantitativa, operacionalizada por meio de levantamento de dados primários. Os dados foram obtidos por meio de aplicação de questionário, realizada na segunda quinzena do mês de agosto de 2016.

Marconi e Lakatos (2011) mostram que a pesquisa quantitativa "é a mais apropriada para apurar atitudes e responsabilidades dos entrevistados, uma vez que emprega questionários"; logo "seu objetivo é medir e permitir o teste de hipóteses, uma vez que os resultados são definidos e menos possíveis de erros de interpretação".

Para a coleta de dados utilizou-se um questionário adaptado de Mainardes (2007), elaborado em uma escala Likert de sete pontos; a escala de Likert foi desenvolvida por Rensis Likert em 1932 e tem como base a coleta de opiniões objetivas das pessoas envolvidas na pesquisa a respeito de um objetivo de estudo, apoiando-se em um conjunto de afirmações proposto em questão (Aléssio, 2010).

O questionário foi composto de duas partes: na primeira, caracterizou-se os discentes, que responderam à pesquisa, por meio de uma pergunta aberta (idade) e quatro perguntas fechadas (gênero, estado civil, número de filhos e função profissional); na segunda parte, foram questionados a respeito dos fatores que os atraíram para o curso de graduação escolhido.

Para a pesquisa de campo, considerou-se como população os alunos regularmente matriculados no curso Bacharelado em Administração do campus São Vicente do Sul do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha (IFFar- SVS). A amostra analisada contou com 49 questionários, dos quais nenhum foi invalidado.

A partir da coleta, os dados foram tabulados, permitindo assim a análise dos mesmos, fazendo uso do software Microsoft Excel.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

No primeiro momento buscou-se caracterizar os respondentes, descrevendo os perfis dos alunos do curso de Bacharelado em Administração do IFFar- SVS.

De acordo com as respostas obtidas, dos 49 discentes entrevistados, 36,73% são homens e 61,22% são mulheres, sendo que esses respondentes tem uma média de 24 anos. Quanto ao estado civil e ao número de filhos, a maioria dos discentes são solteiros, representando 91,8% da amostra, sendo 4,1% casados e 4,1% em outra situação. Quanto ao número de filhos, 91,8% não possuem filhos, o que coincide com o número de solteiros, 6,1% possuem 1 filho e 2% possuem 2 filhos.

Tabela 1 – Caracterização quanto à função profissional

Função Profissional	%
Operacional (sem subordinados)	30,6
Supervisão	8,2
Gerência média	6,1
Proprietário/acionista	10,2
Não trabalha	22,4
Outros	22,4

Fonte: Elaborado pelos autores.

Como demonstra a Tabela 1 quando questionados quanto sua função profissional, 15 dos 49 respondentes classificam-se em operacional (sem subordinados); 5 dos respondentes são proprietários/acionistas; 11 marcaram outros; 11 não trabalham; 4 tem como função supervisão; 3 tem gerência média.

A segunda parte da análise buscou estudar os atributos que influenciaram na escolha do Curso de Bacharelado em Administração do IFFar-SVS. As questões foram separadas em grupos, onde o respondente assinalava aquelas consideradas por ele como mais relevantes.

Tabela 2 - Questões que mais influenciaram na escolha do curso de A1 a A19

Questão	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10
Respostas	7	7	11	7	5	23	10	19	14	11
Questão	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	
Respostas	16	15	5	14	1	9	12	14	8	

Fonte: Elaborado pelos autores.

Com relação aos atributos da instituição de ensino questões A1 a A19 (Tabela 2), os itens que se destacaram importantes foram: A6 (compromisso da IES com o serviço educacional prestado pela mesma), citado por 23 dos 49 respondentes; A11 (infraestrutura e instalações da IES), citado 16 vezes; A12 (práticas administrativas da IES) citado 15 vezes; A14 (preocupação da IES com seus alunos) e A18 (qualidade do serviço educacional prestado pela IES) ambos citados, 14 vezes; as questões citadas convergem com o estudo de Mainardes (2007), onde mostram-se relevantes como sendo atributos chave.

A questão A8 (cursos oferecidos pela IES), segunda mais citada e, A9 (Novas ideias, processos, produtos ou serviços da IES) citada 14 vezes, divergem do estudo de Mainardes (2007) onde aparecem como atributo básico (de baixa relevância).

Tabela 3 - Questões que mais influenciaram na escolha do curso/IES de A21 a A29

Questão	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30
Respostas	15	30	11	9	17	9	8	21	3	12

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme dados apresentados na Tabela 3, quando solicitado aos respondentes para assinalar os 3 itens que consideram de maior relevância com relação ao mercado de trabalho, de A21 a A30, constata-se que em primeiro lugar aparece o item A22 representando a empregabilidade do curso escolhido, citado por 30 dos 49 respondentes; seguido da questão A28 a qual exprime o valor do diploma no mercado citado por 21 dos respondentes e o item A25 citado por 17 dos respondentes, que caracteriza a reputação do curso e da IES. Os resultados aqui apresentados convergem com as conclusões obtidas por Alves (2000), Bergamo (2010) e Mainardes (2007).

Tabela 4 - Questões que mais influenciaram na escolha do curso/IES de 32 a A38

Questão	A32	A33	A34	A35	A36	A37	A38
Vezes Citada	27	8	21	7	8	4	7

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando solicitado aos respondentes para assinalar os 2 itens que mais acreditaram ser importantes entre A32 e A38 (Tabela 4), referente a atributos relacionados a motivos pessoais, em primeiro lugar aparece o item A32 representando os horários de aula, citado por 27 dos 49 respondentes, seguido de A34 correspondendo ao item proximidade da IES, citado por 21 dos respondentes. Estas respostas diferem dos resultados obtidos em pesquisas anteriores realizadas por Aléssio (2010), Scarpin (2010) e Mainardes (2007).

Tabela 5 - Questões que mais influenciaram na escolha do curso/IES de 40 a A45

Questão	A40	A41	A42	A43	A44	A45
Vezes Citada	11	20	7	11	13	20

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quando solicitado aos respondentes para assinalar os 2 itens que mais foram importantes de A40 a A45 (Tabela 5), com relação aos atributos do curso escolhido, em primeiro lugar aparecem os itens A41 "Coerência e interação entre teoria e prática" e A45 "Qualidade de ensino no curso", ambos citados por 20 dos 49 respondentes, o que também converge com Mainardes (2007), pois neste estudo estas duas questões são também classificadas como atributos chave.

Tabela 6 - Atração para o Curso e IES de forma geral.

Questões	%
Da Instituição de Ensino como um todo	2,0
Das Oportunidades no Mercado de Trabalho	57,1
De Motivos Pessoais	16,3
Do Curso em si	12,2
Nula	12,2

Fonte: Elaborado pelos autores.

Na questão representada pela tabela 6 o respondente assinalou uma alternativa que mais se identificava, dando continuidade a frase: "Me senti atraído para este curso e para esta instituição de ensino por causa". Destacou-se a frase: "Das Oportunidades no Mercado de Trabalho" selecionada por 28 dos 49 questionados, concordando com Mainardes (2007), Bomtempo, Silva, Freire (2012) e Alves (2000) seguida de: "De Motivos Pessoais", selecionado por 8 questionados, esta questão foi anulada em 6 questionários por não ser respondida. Contudo, quando comparadas os demais fatores com o estudo de Mainardes (2007), estas divergiram, pois naquele estudo constatou que os fatores obtiveram notas semelhantes, o que significa que tem praticamente o mesmo grau de importância para os respondentes, porém no presente estudo há o destaque para o item "instituição de ensino como um todo" como o que menos influenciou.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando-se os resultados apresentados, pode-se perceber que os alunos são predominantemente do gênero feminino. A idade encontra-se no intervalo de 17 a 34 anos, havendo maior predominância da faixa etária abaixo de 24 anos, indicando um público jovem. Quase a totalidade dos alunos não recebe auxílio financeiro, assumindo a responsabilidade por sua formação.

O objetivo principal deste trabalho foi alcançado pois por meio da metodologia aplicada identificou-se os fatores considerados como diferencial para a escolha pelo curso Bacharelado em Administração do IFFar - Campus São Vicente do Sul

De modo geral os atributos relacionados ao mercado de trabalho receberam uma avaliação considerável dos respondentes, sendo assim, os atributos que mais obtiveram relevância. Assim, estão em congruência com Mainardes (2007), Bomtempo, Silva, Freire (2012) e Alves (2000) que em seus respectivos estudos afirmaram que o estudante é atraído para o curso que lhe oferece maiores oportunidades perante o mercado de trabalho.

Pela análise dos outros fatores do questionário, percebeu-se uma importância relativa e generalizada dos mesmos, indicando que o aluno realmente pensa e avalia as possibilidades no momento da decisão

No entanto, percebem-se motivações diferentes na escolha pelo curso ao analisar os dados. Segundo Mainardes (2007), a gestão de uma instituição no meio altamente competitivo

atual exige de seus gestores a habilidade de reter e converter informação em estratégia, para defender ou manter sua participação no mercado. Portanto, como contribuição este estudo gerou subsídios para que a instituição elabore estratégias distintas para a atração de alunos, com abordagens diferenciadas e direcionadas ao curso ofertado.

REFERÊNCIAS

ALÉSSIO, Simone Cristina. Fatores determinantes na escolha por uma Instituição de Ensino Superior do Sul do Brasil. In: SEGeT – SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA. 2010. Resende - RJ. **Anais...** Resende - RJ, VII SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2010.

ALVES, Helena M. B. As dimensões da qualidade no serviço educação: uma percepção dos alunos da Universidade da Beira Interior. **Revista Portuguesa de Gestão**, v. 4, n. 2, p. 78-89, 2000.

BERGAMO, Fabio Vinicius De; ET AL. De prospect a aluno: fatores influenciadores da escolha de uma instituição de ensino superior. **BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**. 2010.

BOMTEMPO, Maurício Scagliante; DA SILVA, Dirceu; FREIRE, Otávio Bandeira De Lamônica. Motivos da Escolha do Curso de Administração de Empresas por meio da Modelagem de Equações Estruturais. **Revista Pretexto**, v. 13, n. 3, 2012.

MAINARDES, Edson. W. **Atração e Retenção de Alunos em Cursos de Graduação em Administração das Instituições Particulares de Ensino Superior de Joinville/SC.** Dissertação em Administração. Universidade Regional de Blumenau - FURB. Blumenau-SC. 2007.

_____. Atração de Alunos para a graduação em administração em Joinville – SC: Estudo Multicaso sobre os Fatores Relacionados ao Mercado de Trabalho. **FACEF Pesquisa**, v.13, n.1, p. 22-47, 2010.

MARCONI, Maria De Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica:** Ciência e conhecimento científico; métodos científicos; teoria, hipóteses e variáveis; metodologia jurídica. Editora Atlas, 6 eds. 2011.

SCARPIN, Marcia Regina Santiago; DOMINGUES, Maria José Carvalho De Souza; SCARPIN, Jorge Eduardo. Fatores de atração como diferencial competitivo nos cursos de pós-graduação lato sensu. In: Seminário em Administração (SEMEAD), 711, 2008. São Paulo. **Anais...** São Paulo, XI Seminário em Administração (SEMEAD). 2008.