

PERFIL DO ALUNO DA FACULDADE LUTERANA SÃO MARCOS

Andrea Vaz de Araújo¹
araujodea@hotmail.com
Rafael Marimon Boucinha¹
rafael@saomarcos.br
Flávia Pereira da Silva²
flavia.silva@ufrgs.br

¹Faculdade Luterana São Marcos, Alvorada, RS

²Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, Porto Alegre, RS

RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo descrever o perfil dos alunos da Faculdade Luterana São Marcos. Os dados foram coletados de agosto a setembro de 2012, com o retorno de 276 respostas. Apresenta-se análise das características socioeconômicas, perfil acadêmico e profissional do aluno e expectativas. Com os dados obtidos, aponta-se caminhos para pesquisas futuras, a serem realizadas pela FLSM, auxiliando na gestão do Curso de Administração, e direcionando um planejamento adequado as atividades ofertadas aos seus alunos.

Palavras-Chave: Perfil do aluno. Perfil Acadêmico. Ensino Superior.

ABSTRACT

This research describes the profile of students of São Marcos Lutheran School. Data were collected from August to September 2012, with 276 answers. It presents analysis of socioeconomic characteristics, academic profile of the student and professional and expectations. With the data obtained, points to avenues for future research, could be done by FLSM, assisting in the management of Course Directors, proper planning and directing the activities offered to students.

Keywords: Student profile. Academic Profile. Higher Education.

1. INTRODUÇÃO

Conforme dados do Ministério da Educação e Cultura – MEC (BRASIL, 2012), do ano de 2000 até 2011, o Brasil foi um dos países que mais cresceu na área educacional, segundo o Programa de Avaliação do Estudante (PISA). Em sua última avaliação, o Brasil figura entre os três países que mais evoluíram, com um aumento de 33 pontos, superado apenas pelo Chile (37 pontos) e Luxemburgo (38 pontos). Dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP, 2012a) revelaram que, em 2010, o Brasil aumentou os investimentos em educação, cuja estimativa de investimento público direto em relação ao PIB aumentou ano após ano, sendo 3,9% em 2005, 4,3% em 2006, 4,5% em 2007,

4,7% em 2008, 5% em 2009 e em 2010 o percentual ficou em 5,10%, um incremento anual significativo para o governo (BRASIL, 2012b; INEP, 2012b).

Neste cenário, ocorreu o Censo da Educação Superior, e o desempenho das Instituições de Ensino Superior (IES) também apresentou um crescimento significativo. Os dados apurados demonstram que o número de matrículas nos cursos de graduação aumentou 7,1% de 2009 a 2010, e que de 2001 a 2010 esse aumento chegou a 110,1%. Tais dados evidenciam, ainda, que esses estudantes estão matriculados em 29.507 cursos de graduação presencial e a distância, distribuídos entre 2.377 IES públicas e privadas (BRASIL 2012a).

Para o Ministro da Educação, Aloísio Mercadante, as instituições privadas de ensino superior apresentam um papel crucial no aumento de ofertas de vagas, correspondendo a 75% das matrículas e alertando a importância do MEC em buscar formas de garantir a qualidade de educação do ensino superior (BRASIL, 2012b; UNICAMP, 2012).

Pensando nessas qualidades, atribuídas a interesse e satisfação do aluno, é que as IES, ao longo dos anos, realizam estudos e pesquisas de diversos níveis, principalmente relacionadas à avaliação de sua clientela. Portanto, a preocupação com o perfil do estudante não é fato novo, e o interesse em investigar esse perfil vem sendo tema de estudo em diversas IES e cursos.

No ano de 1997, o artigo *Caracterização socioeconômica e educacional do estudante de enfermagem nas escolas de Minas Gerais* (NAKAMAE et al., 1997) descreve o perfil comparativo dos estudantes de enfermagem originários das escolas mineiras, públicas e privadas. Em outro artigo publicado em 2006, foi realizado um estudo sobre *O perfil do aluno ingressante em uma universidade particular da cidade de São Paulo* (SANTOS e LEITE, 2006) e em 2007, sobre *O perfil do estudante de Medicina da Universidade Federal do Espírito Santo* (FIOROTTI, ROSSONI e MIRANDA, 2010).

De fato, é possível perceber a importância do conhecimento do perfil dos alunos para que as instituições possam proceder às adequações necessárias em seu sistema de ensino. Além disso, conhecer o que fazem como profissionais e sua adaptação nos setores em que atuam possibilita uma reflexão crítica sobre a formação e sua relação com as necessidades do mercado de trabalho, a fim de contribuir com as discussões sobre a aproximação das instituições a essas necessidades.

Sendo assim, acredita-se na importância desse estudo para o Curso de Administração da Faculdade Luterana São Marcos – FLSM, visto que a mesma realiza apenas um cadastro quando do ingresso dos novos alunos. Tal cadastro auxilia na análise preliminar do perfil e

contribui com a melhoria da qualidade de ensino oferecido e a satisfação de seus alunos. Contudo, para uma abordagem mais aprofundada e que sirva como fonte de informações gerenciais para a Faculdade, é preciso detalhar as principais características do seu público.

Dentro deste contexto, o presente artigo procura oferecer subsídios para responder à seguinte questão de pesquisa: **qual o perfil do aluno da Faculdade Luterana São Marcos?** Como objetivo geral, estabeleceu-se **identificar o perfil do aluno da Faculdade Luterana São Marcos**, sendo os objetivos específicos em relação aos alunos (1) identificar as características socioeconômicas, (2) descrever o perfil acadêmico e profissional, e (3) conhecer as expectativas em relação ao Curso de Administração.

Assim, o artigo encontra-se estruturado da seguinte forma: Seção 2 – Critérios de Classificação Econômica, Seção 3 – Perfil Profissional, Seção 4 – Perfil do Acadêmico de Administração no Brasil, Seção 5 – Metodologia, Seção 6 – Descrição e Análise de Dados, e Considerações Finais.

2. CRITÉRIOS DE CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA

Na década de 70, os critérios de classificação econômica no Brasil possuíam entidades responsáveis e critérios distintos entre si. Atualmente o órgão responsável pelo Critério de Classificação Econômica Brasil é a Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP), nascida de uma fusão da Associação Nacional de Empresas (ANEP) e Associação Brasileira dos Institutos de Pesquisa de Mercado (ABIPEME), tornando-se padrão nacional.

O CCEB – Critério de Classificação Econômica Brasil, enfatiza sua função de estimar o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, abandonando a pretensão de classificar a população em termos de “classes sociais” (ABEP, 2012, p.1).

O CCEB é uma ferramenta de segmentação econômica que utiliza o levantamento de características domiciliares, atribuindo pontos em função de cada característica domiciliar. Com a soma desta pontuação, faz-se uma correspondência entre as faixas de pontuação dos critérios e de classificação econômica dividida em: *A1*, *A2*, *B1*, *B2*, *C1*, *C2*, *D*, e *E*. Esta divisão corresponde às classes econômicas.

A discriminação efetiva do poder de compra entre as diversas regiões brasileiras, que revelam as importantes diferenças entre elas, é a comprovação adicional da conveniência do CCEB.

Classe	Pontos	Valor Bruto em R\$
A1	42 a 46	12.926

A2	35 a 41	8.418
B1	29 a 34	4.418
B2	23 a 28	2.565
C1	18 a 22	1.541
C2	14 a 17	1.024
D	8 a 13	714
E	0 a 7	477

Quadro 1: Renda familiar por Classe (ano-base: 2010).

Fonte: ABEP, 2012, p.3.

De acordo com os dados do censo demográfico do ano de 2010, fornecido pelo IBGE, a cidade de Alvorada-RS possuía 195.673 residentes, sendo predominante a cor/raça branca, conforme se pode observar no quadro abaixo.

Informações	%	Nº de Pessoas
População residente em Alvorada/RS:	100%	195.673
<i>Agrupados por cor ou raça:</i>		
Branca:	73,50%	14.3812
Preta:	12,77%	24982
Amarela:	0,26%	508
Parda:	13,29%	26.003
Indígena:	0,19%	368

Quadro 2: Censo demográfico do ano de 2010 de Alvorada-RS.

Fonte: Adaptado de IBGE, 2012.

2.1. Metodologia para censo nas empresas

O Instituto Ethos realiza desde 2001 a pesquisa de perfil social, racial e de gênero das 500 maiores empresas do Brasil, em parceria com o Ibope Inteligência e outros institutos.

A pesquisa tem como objetivo chamar a atenção das empresas para a importância da valorização da diversidade como fator decisivo para a construção de uma sociedade justa e sustentável e estimular a adoção de ações em favor da inclusão e do respeito a segmentos com histórico de vulnerabilidades e desvantagens na sociedade. São analisados dados em relação a sexo, cor ou raça, deficiência e idade, considerando tempo de empresa e escolaridade na distribuição de oportunidades na hierarquia interna (UNIETHOS, 2008, p.5).

Para oferecer às empresas uma metodologia de levantamento de dados, o Instituto Ethos criou e publicou o documento *Diversidade e Equidade: Metodologia para Censo nas Empresas* (UNIETHOS, 2008). Nesta publicação, cada empresa deve ser considerada como unidade de aplicação do questionário, com o propósito da realização do censo interno.

As recomendações para a realização do censo interno, expressas em tal documento, são:

- A meta é obter 100% de respostas;
- O período deve ficar entre 30 a 50 dias, visando que todos possam responder ao questionário;
- Os dados levantados devem estar relacionados a dados pessoais, funcionais e familiares, considerando ainda aspectos sociais, econômicos e ambientais; e
- O estado civil, a religião e a regionalidade são outros dados que podem ser tratados no censo interno.

Em se tratando da fase de planejamento, são pontos fundamentais para o seu sucesso: (1) preparação, (2) período de respostas ao questionário, (3) análise dos dados, (4) apresentação dos resultados, e (5) elaboração do plano de ação. Desta maneira, é possível oferecer informações de qualidade sobre o público-alvo às organizações, cujos dados apurados podem ser monitorados e resultar em planos de ação. O Censo é visto pelo Instituto Ethos como um evento dentro de um processo amplo para práticas de valorização da diversidade, e fixa ainda a importância em definir o tema relevante a ser tratado. Este tema se tornará um item ou uma pergunta do questionário que, por sua vez, será a base sobre a qual os dados apurados serão tabulados.

Neste documento, o Instituto Ethos também fornece modelo do questionário a ser aplicado com orientações acerca de cada questão possível de inclusão na pesquisa. Conforme a área temática tratada, o questionário deverá conter (a) identificação pessoal e familiar, (b) escolaridade, (c) dados funcionais, e (e) voluntariado e qualidade de vida.

3. PERFIL PROFISSIONAL

Segundo o Ministério do Trabalho e Emprego – MTE (BRASIL, 2012c), a Classificação Brasileira de Ocupações – CBO (BRASIL, 2012d; BRASIL, 2012e) foi elaborada no ano de 1977, através de um convênio entre Brasil e Organizações das Nações Unidas (ONU), com base na Classificação Internacional Uniforme de Ocupações (CIUO), de 1968. Tornou-se referência obrigatória dos registros administrativos e ferramenta fundamental para estatística

de emprego e desemprego, possuindo nomenclaturas diferentes dos dados censitários e de pesquisa domiciliar. Em busca de uma classificação única, em conjunto com IBGE, o CBO passou por várias estruturas, até chegar à atual:

[...] é o documento normalizador do reconhecimento, da nomeação e da codificação dos títulos e conteúdos das ocupações do mercado de trabalho brasileiro. É ao mesmo tempo uma classificação enumerativa e uma classificação descritiva (BRASIL, 2012d, p.3).

Com base nas informações do MTE, a CBO (BRASIL, 2012e) descreve o perfil do Administrador:

São considerados administradores, através do código de ocupação de número: 2521, os profissionais que recebem os títulos pertencentes à família com referência ao código de ocupação de número 2521-05, entre eles estão o Administrador de empresas, Administrador de marketing, Administrador de orçamento, Administrador de patrimônio, Administrador de pequena e média empresa, Administrador de recursos humanos, Administrador de recursos tecnológicos, Administrador financeiro, Administrador hospitalar, Administrador público, Analista administrativo, Consultor administrativo, Consultor de organização e Gestor público (Administrador).

Dentro dessas classificações, o CBO atribui a descrição sumária das atividades do Administrador, definindo como os profissionais que planejam, organizam, controlam e assessoram as organizações nas áreas de recursos humanos, patrimônio, materiais, informações, financeira, tecnológica, entre outras. Estes profissionais também são responsáveis pela implementação de programas e projetos, elaboração do planejamento organizacional e promoção de estudos de racionalização, bem como sobre o controle do desempenho organizacional, prestando, assim, consultoria administrativa às organizações e pessoas.

Ainda dentro desse contexto, a CBO (2012, p.1) descreve:

Condições gerais de exercício: Trabalham em qualquer ramo de atividade econômica, serviços, comércio e indústria, incluindo-se a administração pública. São assalariados, celetistas, estatutários ou autônomos. Geralmente, trabalham em equipe, em ambiente fechado e em horário diurno. Estão sujeitos a pressão por cumprimento de prazos e metas.

Formação e experiência: Para o exercício dessa ocupação requer-se cursos superior completo em Administração de Empresas ou Administração Pública, com registro no Conselho Regional de Administração (CRA).

Em 2006, o CFA realizou uma pesquisa buscando atualizar os dados encontrados no último estudo realizado em 2003. Em relação ao perfil profissional, o estudo relata que, “A

identidade do Administrador consolidou-se como a de um profissional com visão sistêmica e articulador das áreas internas da organização” (CFA, 2006, p.9), cuja renda média apurada ficou em 11,51 salários mínimos.

Com relação ao perfil profissional do Administrador gaúcho, o CRA-RS realiza anualmente estudos sobre o assunto. Em maio de 2011, o resultado da pesquisa indicou que 60,10% dos respondentes eram do sexo masculino com idade média de 37,4 anos, e ainda, 49,5% dos entrevistados estavam casados (CRA-RS, 2012a; CRA-RS, 2012b). Os resultados também indicaram que havia muitos profissionais ocupando cargos administrativos, o que fez a renda média do Administrador ser apurada em 10 salários mínimos (CRA-RS, 2012a; DIEESE, 2012a).

4. PERFIL DO ACADÊMICO DE ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL

Em relação ao perfil acadêmico, buscou-se identificar informações relacionadas à profissão de Administrador na pesquisa realizada pelo CFA (2006, p.23):

A natureza do projeto profissional, a possibilidade de abrir ou ampliar seu próprio negócio, o desenvolvimento da carreira e outros motivos que sinalizam certa independência de atuação foram os principais motivos que influenciaram o Administrador na escolha de sua carreira.

Assim, o perfil do Administrador é do sexo masculino, casado, sem dependentes, na faixa etária de 30 anos, e oriundo de universidades particulares. O resultado também evidencia que mais de 62% dos egressos já participou de cursos de especialização na área de Administração.

A pesquisa realizada no Rio Grande do Sul apresentou resultados semelhantes à pesquisa nacional: sexo masculino, casado e faixa etária entre 26 e 35 anos. O principal motivo apontado para a escolha do curso refere-se à sobrevivência material de acordo com a vocação, sendo que, de 2000 a 2010, a classe ampliou sua presença no mercado, impulsionada principalmente pelo crescimento das faculdades privadas (CRA-RS, 2012b). No período de 2007 a 2010, houve o crescimento acelerado dos cursos de pós-graduação, estando a área de Administração de Recursos Humanos no topo da lista.

Por fim, o cargo mais adequado para o recém-formado é de assistente, assessor e supervisor, servindo como cargo de apoio e demonstrando que o leque de atributos procurado pelas organizações neste perfil é bastante amplo (CRA-RS, 2012a; CRA-RS, 2012b). Em

comparação à concorrência de outros profissionais, os engenheiros encontram-se no topo da pesquisa, assumindo funções de administradores mesmo não tendo sido preparados para tais funções.

5. METODOLOGIA

Com base nos estudos apresentados, percebe-se que é de fundamental importância usar critérios validados para comparações com estudos realizados nacionalmente. Por esta razão, buscou-se elaborar um instrumento de pesquisa com a capacidade de fornecer os dados necessários ao delineamento do perfil dos alunos da FLSM, caracterizando as diferenças socioeconômicas existentes.

As variáveis empregadas para identificar os aspectos gerais do respondente foram *sexo, idade, cor/raça, estado civil, família, fonte de informações, esporte, atividades, música e idiomas* para uma visão da identificação pessoal e familiar dos respondentes, com base no modelo criado pelo Instituto Ethos.

Para identificação do perfil profissional dos respondentes, definiram-se as variáveis: *trabalho, mercado, remuneração, cargos, informações gerais e específicas sobre a empresa na qual trabalha e a visão sobre a identidade do Administrador*. Já para o perfil acadêmico, foram estabelecidas *a formação no ensino médio, as informações específicas sobre o curso, o interesse pela Instituição, os conhecimentos adquiridos e os interesses após a conclusão do curso*. Em ambas as etapas, a construção do questionário baseou-se nas pesquisas realizadas pelo CFA e pelo CRA-RS.

Quanto aos fins, a metodologia usada no desenvolvimento desta pesquisa foi de natureza (1) exploratória, pois vem em busca de informações desconhecidas sobre o tema objeto de estudo, e (2) descritiva, pois procurou descrever as características do perfil do aluno da FLSM. Ressalta-se que os fatos não foram manipulados, mas sim observados, registrados e analisados, visando identificar o vínculo dos pontos mais pertinentes da população observada. Complementando com Gil (2010, p.27), tem-se que “As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população”.

Em se tratando dos meios, utilizou-se pesquisa bibliográfica em livros e periódicos, além de consultas à internet, tendo como base as definições de que tal pesquisa fundamenta-se no manejo de obras literárias impressas ou online (YIN, 2001; FURASTÊ, 2005). Uma vez que a pesquisa foi realizada diretamente na organização em questão, segundo Gil (2010, p.37)

caracteriza-se como estudo de caso, pois “[...] consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetivos, permitindo seu amplo e detalhado conhecimento [...]”, também podendo ser entendida pelo estudo aprofundado de algum caso em especial, pessoa ou instituição a fim de avaliar as circunstâncias aos quais está submetido (YIN, 2001; FURASTÊ, 2005), a fim de investigar um fenômeno dentro de seu contexto.

O universo da pesquisa foi representado pelos 354 alunos do curso de Administração da FLSM, de 1º ao 8º Semestre de curso, pretendendo a realização de uma pesquisa censitária a partir da participação voluntária. Para a coleta dos dados, utilizou-se um questionário com perguntas abertas, fechadas e de múltipla escolha. Os questionários foram aplicados no período de agosto a setembro de 2012.

Para análise dos dados, foram utilizados procedimentos estatísticos, através da pesquisa quantitativa, a fim de atender aos objetivos específicos, conforme quadro que segue.

QUESTÃO	OBJETIVO ESPECÍFICO
1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 24, 25 e 26.	Objetivo 1: Identificar as características socioeconômicas.
19, 20, 21, 22, 23, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46 e 47.	Objetivo 2: Descrever o perfil acadêmico e profissional.
31	Objetivo 3: Conhecer as expectativas em relação ao Curso de Administração.

Quadro 3: Demonstrativo relacionando as questões aos objetivos.

Fonte: Pesquisa.

6. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Dentre os 354 alunos inscritos no Curso de Administração, obteve-se uma coleta de 276 questionários (77,97%). As respostas foram categorizadas de acordo com termos definidos nos objetivos propostos para o presente trabalho, como será apresentado a seguir.

6.1. Características socioeconômicas dos alunos da Faculdade Luterana São Marcos

Observou-se que há pouca diferença entre gêneros, com predomínio de mulheres (56,88%). A média de idade dos respondentes foi de 26,89 anos, com desvio-padrão de 6,63 anos (amplitude: 17-49), compondo assim turmas de alunos com idade economicamente ativa; sem filhos (78,62%), e que possuem moradia própria (83,70%).

Ao se investigar a escolaridade do chefe da família, identificou-se que 36,59% possui ensino superior incompleto, e que 72,46% dos alunos não conhecem outro idioma a não ser o português. Diante da proximidade de eventos de porte internacional em cidades próximas a Alvorada, como a Copa do Mundo de 2014, entende-se que a FLSM pode oferecer aos estudantes cursos de línguas, atrativo que também pode ser estendido para a comunidade.

No que tange à etnia dos participantes, verificou-se que a maior parte dos estudantes se autodeclara de cor/raça branca (85,51%), em sequência os de cor/raça preta (7,25%) e parda (4,35%), sendo que 2,90% não responderam a essa questão. De acordo com esses resultados, comparados aos dados censitários de 2010 divulgados pelo IBGE, onde 73,50% da população residente em Alvorada-RS eram autodeclarados brancos (IBGE, 2012), correspondendo a 195.673 pessoas, percebe-se uma semelhança entre os resultados das duas pesquisas, podendo assim inferir que a maioria dos alunos são residentes em Alvorada-RS.

A análise dos dados do estado civil dos estudantes revelou que 59,78% dos estudantes eram solteiros, 26,45% casados, e 10,51% encontravam-se em união estável, sendo apenas 3,26% separados/divorciados. As informações decorrentes dos dados coletados mostraram que 50,72% dos estudantes moram com os pais, 36,96% mora com o cônjuge, 6,88% com familiares e 5,07% moram sozinhos.

Verificou-se também que o chefe da família com maior renda ou única renda é o próprio investigado (37,68%). Os resultados que seguem são a indicação do pai (33,33%) como fonte de renda ou única, o cônjuge (15,27%), e a mãe (10,14%), também tendo sido indicados o irmão/irmã (2,17%) e outra pessoa (1,45%). Diante desse panorama, seria interessante a criação de programas de apoio para a manutenção dos alunos da FLSM no mercado de trabalho, uma vez que a maioria paga seus estudos com rendimentos próprios.

Os resultados apontaram que 32,97% dos estudantes são sustentados com a renda mensal familiar, cuja faixa é *de R\$ 2.565,01 até R\$ 4.418,00* (37,68%), correspondente à Classe B1, conforme adaptação da pesquisa da ABEP (2012). A Classe B2, cuja faixa de renda é *de R\$ 1.541,01 até R\$ 2.565,00*, apresentou como resultado 25,00%, e a Classe A2, *de R\$ 4.418,01 até R\$ 8.418,00* (ABEP, 2012), apresentou o percentual de 17,39%. As demais faixas apresentaram percentuais abaixo de 9,5%, conforme demonstrado no Gráfico 1, sendo NR os alunos que não responderam.

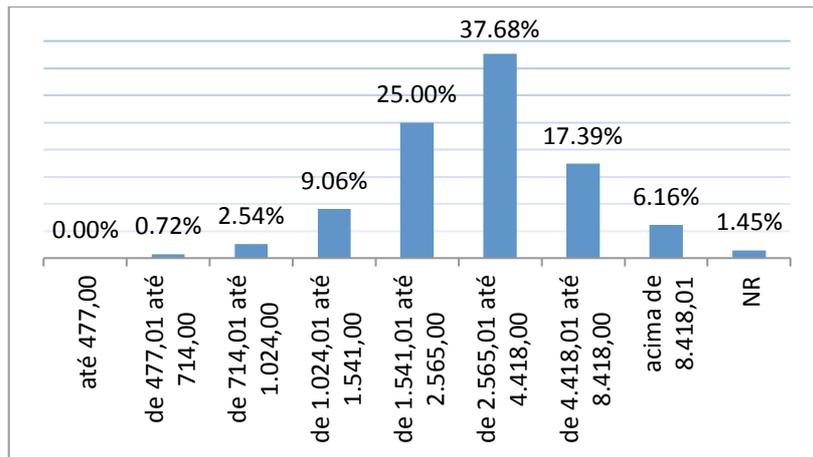


Gráfico 1: Renda Mensal Familiar.

Fonte: Pesquisa.

No que se refere ao principal meio de transporte para a locomoção até a FLSM, 59,78% utiliza o veículo motorizado próprio. Em relação ao número de propriedade de veículos para transporte da família, 46,74% afirmam possuir apenas um veículo, e 30,07% afirmaram possuir dois. Desta maneira, entende-se que seria importante a manutenção de um estacionamento próprio gratuito, como diferencial competitivo no mercado.

6.2. Perfil profissional do aluno

Os resultados indicaram que a maioria dos alunos encontrava-se trabalhando (90,58%) em cargo de assistente (21,01%) e em empresas de grande porte (31,16%). As três áreas de atuação com maior concentração de alunos foram Marketing/Comercial, Financeira e Serviços que, juntas, representam 56,16% do total dos respondentes. O maior percentual de concentração apresentado foi Marketing/Comercial com 28,26%. Houve, ainda, a indicação de outras áreas (11,23%), como Administração em Geral, Qualidade, Engenharia e Jurídico, conforme representado no Gráfico 2.

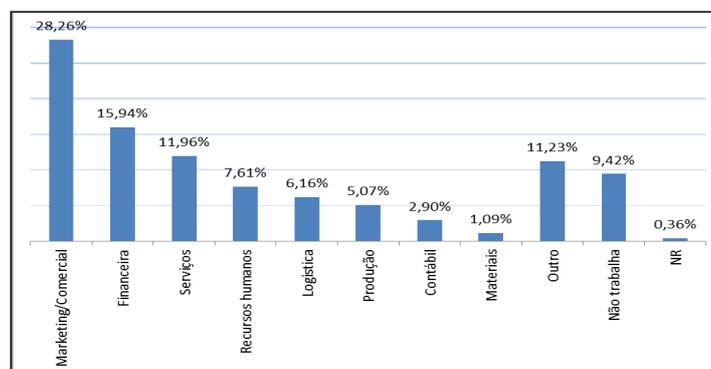


Gráfico 2: Área de atuação.

Fonte: Pesquisa.

Dos 90,58% estudantes que referiram trabalhar, 66,30% indicaram turno integral (manhã e tarde), de segunda a sexta-feira, e apenas 17,03% em turno integral de segunda a sexta e sábado pela manhã. Os demais turnos de trabalho foram indicados em menos de 3,00%, conforme Gráfico 3.

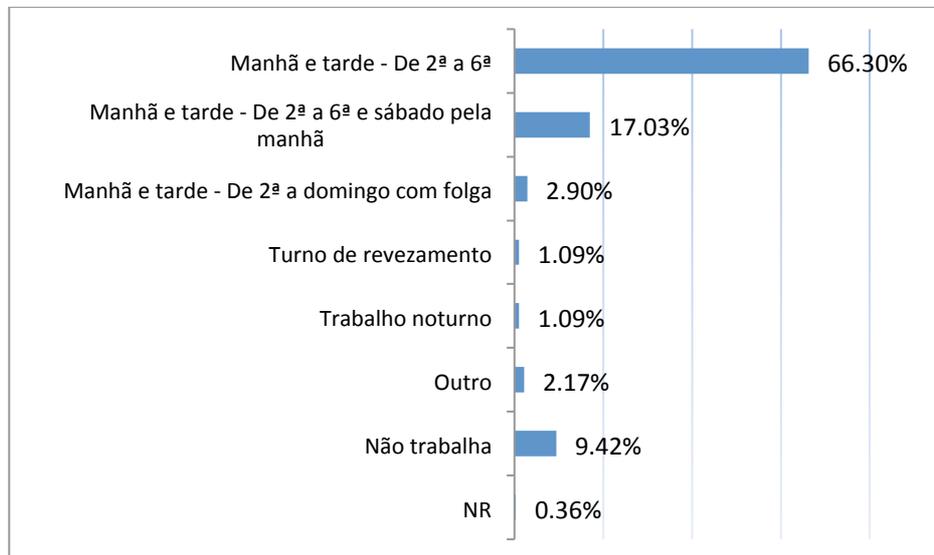


Gráfico 3: Turno de trabalho.

Fonte: Pesquisa.

A maioria dos alunos (71,74%) atua na iniciativa privada, conforme demonstrado no Gráfico 4. As demais opções apresentaram percentuais abaixo de 7,00%. Por esta razão, é interessante que a FLSM observe o equilíbrio entre as áreas da Administração em virtude da diversificação de interesses decorrentes desta distribuição.

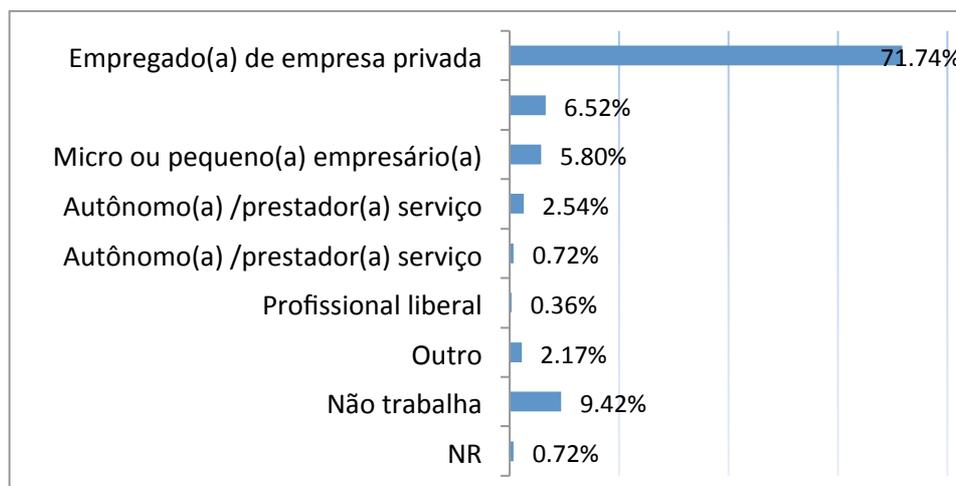


Gráfico 4: Trabalho atual.

Fonte: Pesquisa.

Em relação ao setor de economia em que se encontravam, em ordem decrescente figuram os setores de Serviços (31,16%) e de Comércio (30,07%), seguido pelo Industrial (20,65%) e outros setores (7,97%). 0,72% dos alunos não responderam a essa questão.

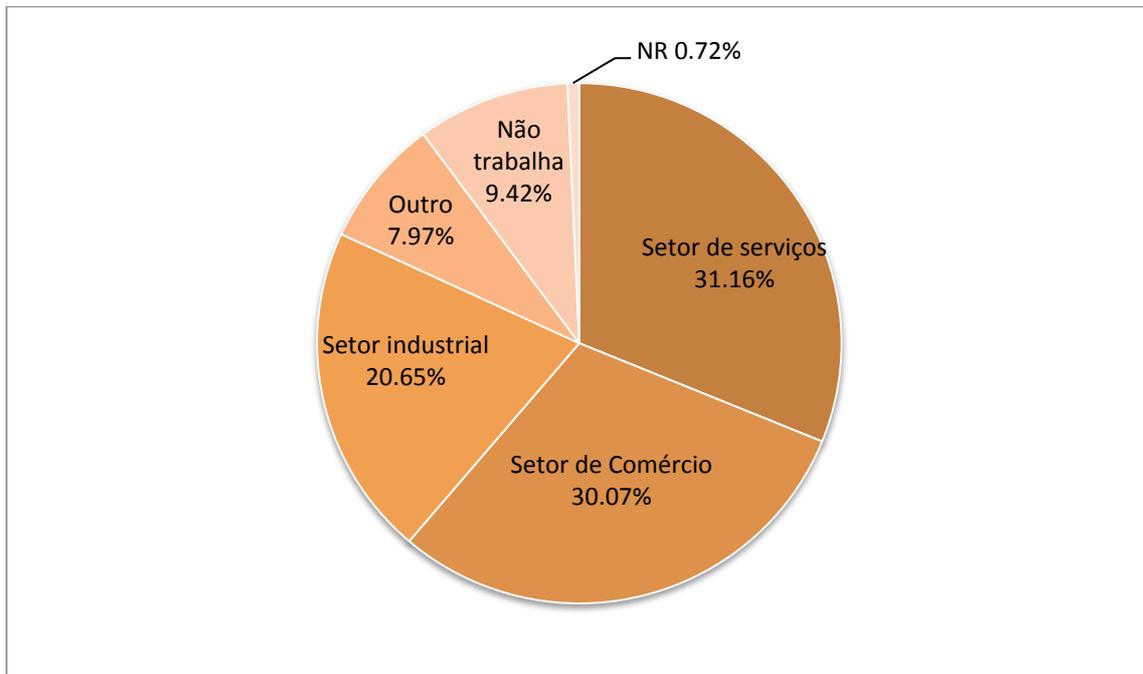


Gráfico 5: Setor de Economia da empresa.

Fonte: Pesquisa.

Em se tratando da renda mensal, 26,81% dos alunos encontra-se na faixa de R\$ 1.541,00 até R\$ 2.565,00, Classe B2 (ABEP, 2012), conforme apresenta o Gráfico 6.

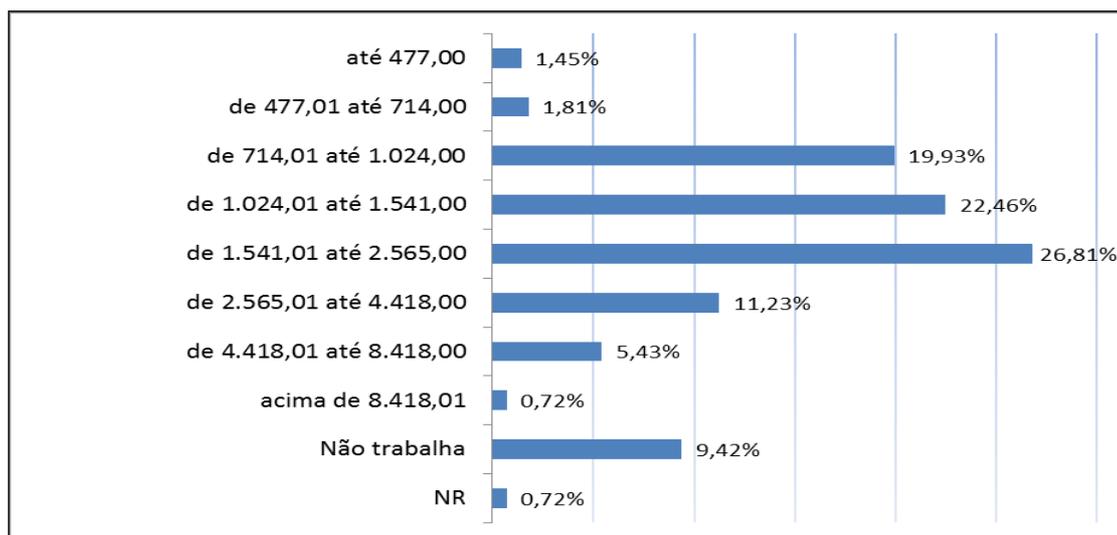


Gráfico 6: Renda Mensal.

Fonte: Pesquisa.

Quanto aos traços da identidade do Administrador, elencados na Tabela 1, os alunos poderiam indicar até duas alternativas considerando o exercício da profissão após o término do Curso. Por sua vez, os estudantes indicaram que este é um profissional que atua com a visão de *formar, liderar e motivar equipes de trabalho* (60,14%), atuando também com *visão sistêmica da organização* (42,75%). É importante ressaltar que os resultados também apontaram que o administrador é um *articulador das diversas áreas das organizações* (29,35%).

Tabela 1 – Traços da identidade do Administrador.

Variável	(%)	(N)
Formar, liderar e motivar equipes de trabalho.	60,14%	165
Atuar com visão sistêmica da organização	42,75%	118
Articular as diversas áreas da organização	29,35%	81
Otimizar a utilização de recursos	19,93%	22
Negociar conflitos e interesses	12,68%	35
Não respondeu	3,99%	11
Outros	0,36%	01

Fonte: Pesquisa.

Por meio de tais informações, é possível inferir que o perfil profissional dos alunos é composto de trabalhadores de cargos administrativos nas Áreas de Marketing/Comercial, Financeira e Serviços, em turno integral. Portanto, não seria interessante para a FLSM disponibilizar disciplinas do Curso de Administração no período diurno diante da indisponibilidade de horário da maioria de seus alunos.

6.3. Perfil acadêmico

Quanto à análise do perfil acadêmico, observou-se que a maioria dos alunos são oriundos de escola pública (82,25%), afirmando que souberam através de amigos (33,70%) sobre o Curso de Administração ofertado pela FLSM, realizando o vestibular para ingresso (88,77%).

Quando indagados acerca do trancamento de matrícula, 73,55% afirmaram que não haviam trancado, e 25,00% que já o haviam feito em pelo menos uma ocasião, indicando como motivo principal o impedimento financeiro ou trabalho (16,67). Tal informação pode ser tratada com mais atenção pela FLSM, mesmo que a média de trancamentos tenha estado em torno de uma vez. Deve ser considerado, ainda, que 1,45% dos alunos não respondeu sobre o trancamento. Salienta-se que 74,64% dos respondentes afirmaram não estar em fase de

conclusão de curso, sendo apenas 21,74% respondentes que se consideravam em fase final. Do total de respondentes, 67,39% apontou intenção de realizar curso de pós-graduação. Questionados sobre o tempo em que ficaram afastados dos estudos (Gráfico 7) até seu ingresso na FLSM, observa-se que os resultados apresentados ficaram bem distribuídos, sendo as faixas de *menos de 01 ano* (25,72%), *entre 05 e 10 anos* (22,10%), *entre 2 e 5 anos* (21,38%), *entre 1 e 2 anos* (18,12%) e por fim *mais de 10 anos* (11,59%). Por meio das informações obtidas, observou-se que 55,07% dos alunos ficou afastado dos estudos mais de 02 anos. Nessa questão, 1,09% dos alunos não responderam.

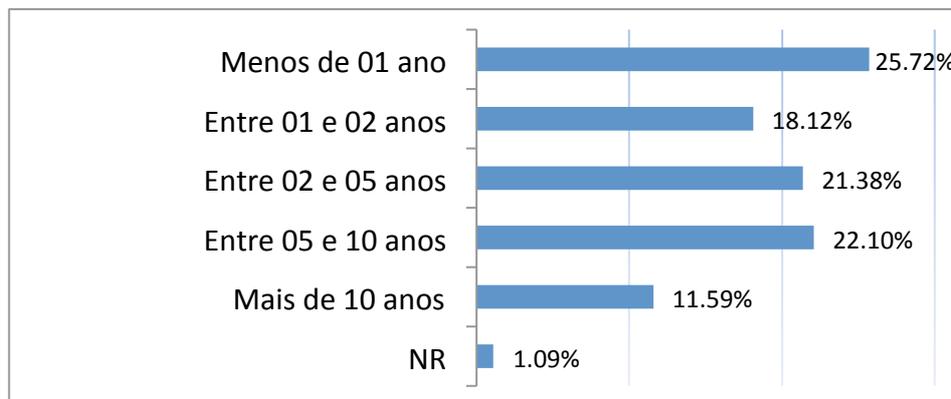


Gráfico 7: Tempo de afastamento dos estudos.

Fonte: Pesquisa.

No Gráfico 8, as novas oportunidades no mercado de trabalho (49,64%) foi considerada a principal motivação para ingressar na Faculdade, o que vem de encontro aos resultados apresentados na Tabela 1, em se tratando dos traços da identidade do Administrador, na visão do aluno. Os outros dois motivos considerado pelo investigados como motivo de ingresso foi o fato de adquirir conhecimento (23,91%) e o incentivo familiar (15,94%). Em se tratando das demais opções expostas para escolha, as mesmas apresentaram percentuais abaixo de 5,50%.



Gráfico 8: Motivação para ingresso na Faculdade.

Fonte: Pesquisa.

O Gráfico 9 demonstra que o interesse pelo conteúdo (38,41%) e o fato de estar trabalhando na área (38,41%) foram as principais razões apontadas pelos alunos para estudar Administração. Tal informação vem de encontro à motivação por novas oportunidades no mercado de trabalho e ao cargo que ocupa, dentre estes o cargo de assistente. O motivo *salários oferecidos no mercado de trabalho* (15,22%), apresenta um percentual expressivo.

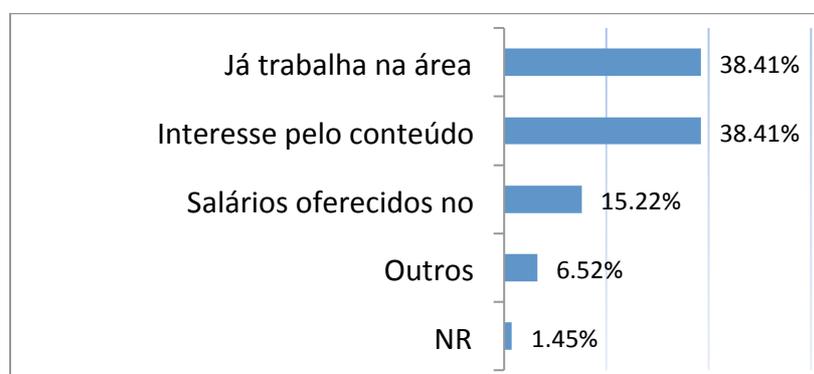


Gráfico 9: Motivação para a escolha do curso.

Fonte: Pesquisa.

Como se pode constatar no Gráfico 10, das opções elencadas na pesquisa, a maioria dos estudantes afirma que a localização (89,86%) foi a razão pela escolha da FLSM, tendo as outras opções apresentado percentuais abaixo de 5,00%.

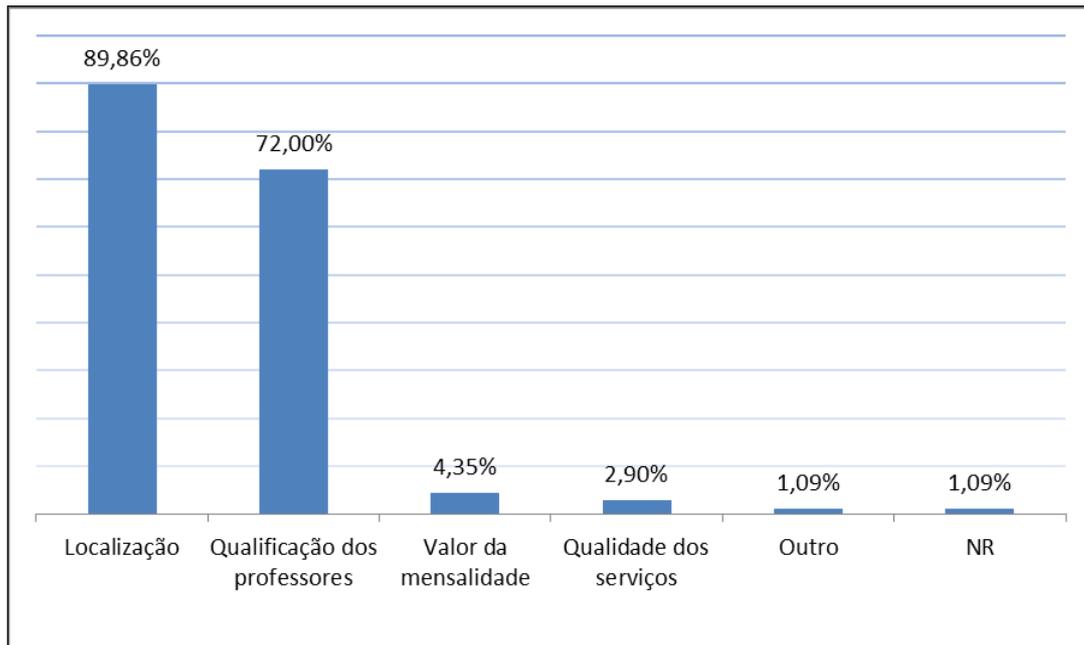


Gráfico 10: O que levou a escolher a FLSM?

Fonte: Pesquisa.

Tal informação alcança importância uma vez que a Instituição pretende construir um novo campus em local diverso do atual. Seria interessante verificar junto aos acadêmicos qual o impacto dessa mudança, seja no ganho de novas matrículas, seja em perda das atuais.

O Gráfico 11 mostra que 20,65% dos respondentes ingressaram na FLSM no ano de 2012, seguido pela indicação do ingresso de 14,49% no ano de 2011. Ainda, nos anos anteriores, os percentuais correspondem a 11,23% em 2007, 13,41% em 2008, 9,78% em 2009, e 11,59% em 2010. Os anos de 2003 a 2006, citados pelos respondentes, apresentaram percentuais entre 0,72% e 6,88%. Pela análise desse item, observou-se que os alunos matriculam-se em um número menor de disciplinas do que o previsto no currículo normal, estendendo o prazo recomendado pela Instituição para conclusão do Curso.

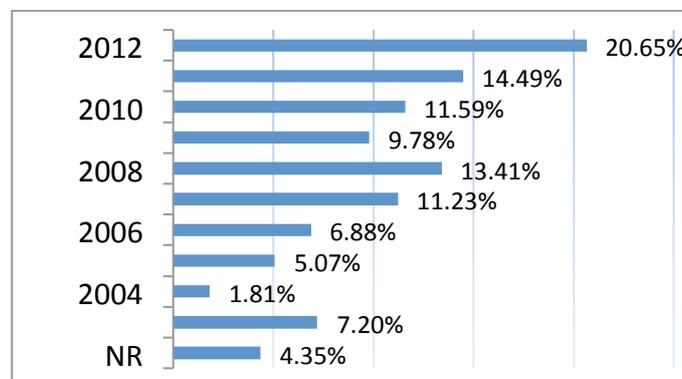


Gráfico 11: Ano que ingressou na Faculdade.

Fonte: Pesquisa.

Em relação à quantidade de disciplinas faltantes para a conclusão do curso, constatou-se que 32,25% das respostas não foram preenchidas. Diante desse resultado, infere-se a possibilidade de que o aluno pode não ter a visão adequada de todas as disciplinas que compõem o curso, ou ainda não consiga visualizar quais as disciplinas faltantes. Entende-se que a entrega de um manual impresso para os alunos, com o currículo e o total de disciplinas, possa suprir essa lacuna. As demais respostas apresentaram percentuais abaixo de 5,00%, conforme Gráfico 12.

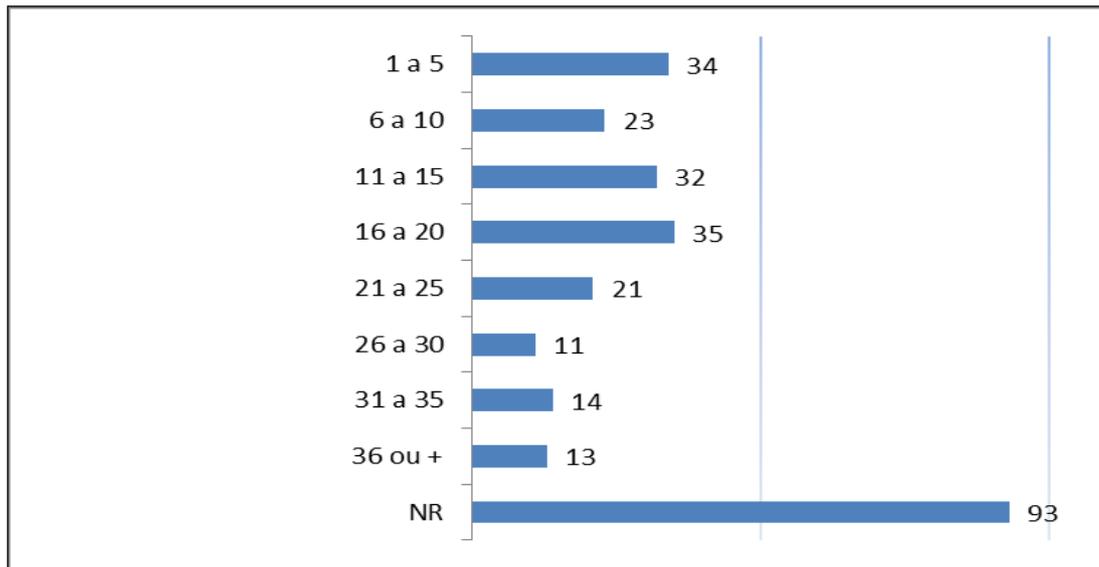


Gráfico 12: Quantidade de disciplinas faltantes para conclusão do Curso de Administração da FLSM.

Fonte: Pesquisa.

Verifica-se ainda que cento e quarenta e sete (147) dos duzentos e setenta e seis (276) estudantes estão matriculados em apenas três disciplinas (53,26%), e outros 22,46% apenas em quatro. No que se refere ao montante de cinco cadeiras, proposta para o semestre letivo, apenas 12,32% dos alunos cumprem esta orientação.

Para um melhor entendimento, indagou-se a razão da matrícula em um número menor de disciplinas, cujo resultado pode ser observado no Gráfico 13: 30,07% dos respondentes afirmam ser o alto custo financeiro, 20,65% alegaram não ter disponibilidade de tempo, e 25,00% não registraram resposta.

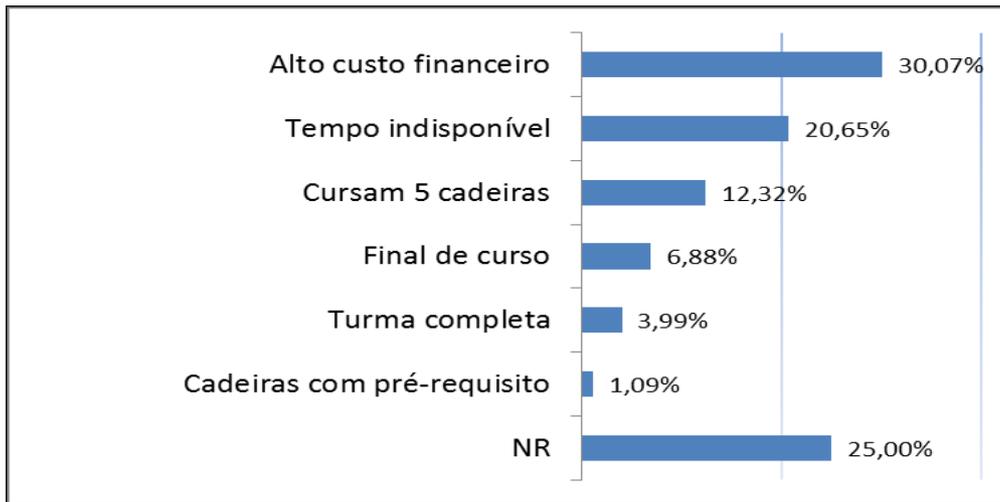


Gráfico 13: Motivo para matrícula em menos de cinco disciplinas no semestre.

Fonte: Pesquisa.

Quando indagados acerca de realizar um curso de extensão, conforme Gráfico 14, 78,62% afirmaram ter a intenção de realiza-lo, embora a FLSM já tenha ofertado cursos aos sábados pela manhã, não concretizados por falta de matrículas. Em relação ao alunos que não possuem intenção de realizar um curso de extensão, o percentual foi de 18,48%, e 2,90% não registraram resposta.

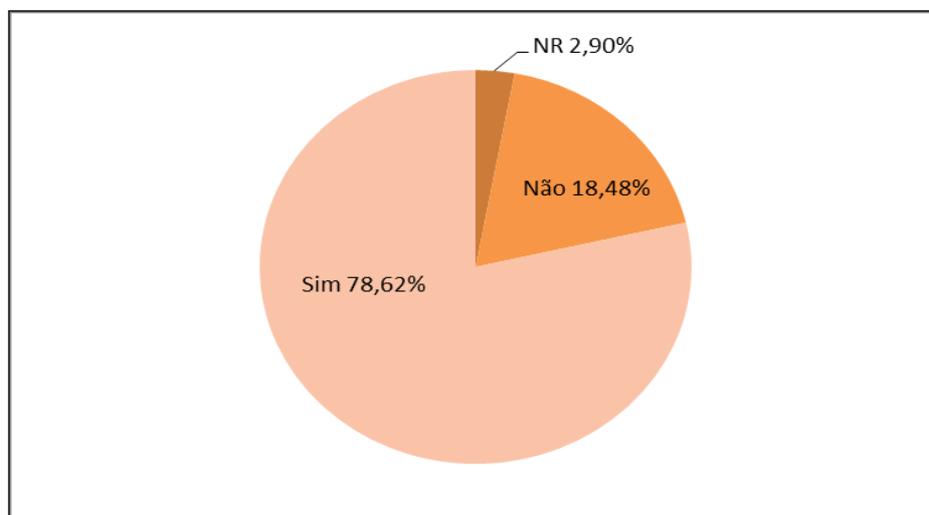


Gráfico 14: Pretende realizar curso de extensão?

Fonte: Pesquisa.

Das vinte opções apresentadas como opção de resposta, indicadas na Tabela 2, todas foram mencionadas pelos estudantes, concentrando em quatro (04) áreas de maior interesse: *inglês* (32,97%), *liderança* (15,94%), *Excel avançado* (14,49%) e *Marketing de relacionamentos*:

como fidelizar clientes (13,77%). As demais opções apresentaram percentuais semelhantes, em uma faixa de 0,36% até 9,78%.

Observou-se nos resultados apresentados que a FLSM pode explorar cursos de idiomas, complementando os apontamentos do item 6.1., e com relação ao *Marketing de relacionamentos: como fidelizar clientes*, citado como a quarta opção, a Instituição aproximase do mercado para o Tecnólogo em Gestão Comercial.

Tabela 2 – Opção de curso de extensão.

Variável	(%)	(N)
Inglês	32,97%	91
Liderança	15,94%	44
Excel avançado	14,49%	40
Marketing de relacionamentos: como fidelizar clientes	13,77%	38
Excelência em gestão de qualidades	9,78%	27
Finanças pessoais	9,06%	25
Excelência no atendimento a clientes	8,70%	24
Matemática financeira com HP 12C e Excel básico	8,33%	23
Como investir no mercado financeiro	7,97%	22
Noções de departamento de pessoal	7,97%	22
Técnicas e organização de apresentação em público	6,88%	19
Fluxo de caixa	4,35%	12
Etiqueta empresarial	3,99%	11
Access	2,90%	08
Ortografia e redação empresarial	2,90%	08
Word para trabalhos acadêmicos	2,17%	06
Excel básico	1,09%	03
Elaboração de currículos	0,36%	01
Outro	2,17%	06
Não tenho a menor idéia	5,43%	15
Não respondeu	4,71%	13

Fonte: Pesquisa.

Considerando em conjunto com os resultados do Gráfico 3, ratifica-se que é possível a Instituição ofertar cursos de extensão aos sábados, pois pode atingir mais de 70,00% de seus alunos. Das opções indicadas, as duas áreas mais citadas como interesse dos acadêmicos em realizar o curso de pós-graduação foram Gestão de Pessoas (19,57%) e Finanças (14,13%). No entanto, as demais opções de resposta também foram indicadas, apresentando percentuais entre 5,07% e 9,42%. Ainda, também houve registro de 30,80% dos alunos que não pretende

realizar curso de pós-graduação, 2,90% não responderam e 2,54% citaram outros cursos de interesses, tais quais: Comércio Exterior, Gestão Ambiental e Gestão de Risco, conforme Gráfico 15.



Gráfico 15: Qual área de especialização de seu interesse?

Fonte: Pesquisa.

Com a análise dos resultados apresentados, é possível descrever o perfil acadêmico dos alunos da FLSM, onde a maioria é oriunda de escola pública, com ingresso no curso por meio de vestibular, não trancou matrícula em nenhum semestre nem se encontra em fase de conclusão do curso. Tal perfil ainda se caracteriza por cursar apenas três disciplinas, alegando o alto custo financeiro e não ter disponibilidade de tempo para cursar o número de disciplinas recomendado pela FLSM por semestre. Neste sentido, entende-se que a Instituição de ensino poderia ofertar disciplinas aos sábados, considerando ainda que 3,99% dos respondentes afirmaram que não conseguiram matrículas em algumas disciplinas por estas terem atingido o seu limite de inscrições.

Os estudantes também se encontram em busca de novas oportunidades no mercado de trabalho, e a localização foi considerada a principal razão de terem escolhido a FLSM. Reforça-se que o projeto de construção de um novo campus da Instituição que tal mudança pode causar impactos negativos, como a evasão dos estudantes.

Quanto ao item *pós-graduação*, apesar da manifestação de interesse por parte dos respondentes, sabe-se que a Instituição não obteve número mínimo de inscritos para uma turma de pós-graduação na área de Gestão Estratégica. Entende-se que a FLSM poderia rever a área de oferta do curso para atender aos interesses dos alunos.

6.4. Conhecer as expectativas em relação ao Curso de Administração

Os alunos apontam suas expectativas em relação ao Curso de Administração (Tabela 3), quanto à escolha de até três alternativas: A *possibilidade de ocupar outros cargos* (52,17%)

foi a mais citada pelos respondentes, seguida por *completar conhecimento adquirido com a prática* (45,29%) e *garantir vaga no mercado de trabalho* (40,58%). Ressalta-se ainda que *abrir seu próprio negócio* (35,87%) e *formação cultural* (29,71%) também apresentaram percentual significativo.

Tabela 3 – Expectativas em relação ao Curso de Administração.

Variável	(%)	(N)
Possibilidade de ocupar outros cargos	52,17%	144
Completar conhecimento adquirido com a prática	45,29%	125
Garantir vaga no mercado de trabalho	40,58%	112
Abrir seu próprio	35,87%	99
Formação cultural	29,71%	82
Promoção	10,14%	28
Dar continuidade aos negócios da família	8,70%	24
Manter o cargo atual (estabilidade no emprego)	7,61%	21
Não respondeu	0,72%	02

Fonte: Pesquisa.

Pela análise das principais respostas indicadas, percebe-se que os estudantes da FLSM estão atentos às possibilidades de carreira que a formação em Administração pode lhes proporcionar, bem como o aperfeiçoamento de conhecimentos adquiridos na prática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada respondeu à questão de pesquisa **qual o perfil do aluno da Faculdade Luterana São Marcos?**, cujos resultados apresentados evidenciam que, dos 276 alunos que participaram da pesquisa, predomina o gênero feminino, com idade média de 26,89 anos, de cor/raça branca, conforme IBGE (2012), solteiro, sem filhos, residente com os pais e procedente de escolas públicas. A maioria concilia seus estudos com trabalho, grande parte em turno integral em empresas privadas, e são pertencentes às Classes B2, C1 e C2, e renda mensal de até R\$ 2.565,00 (ABEP, 2012). Também são contribuintes das despesas do lar e caracterizam-se ainda por serem chefes de família com a maior ou única renda. Tais resultados atendem ao objetivo específico de **identificar as características socioeconômicas**.

Avaliando os resultados apresentados, percebe-se as dificuldades encontradas pelos alunos para a continuidade de seus estudos, tendo como motivos principais o alto custo financeiro, motivo pelo qual matricularam-se em apenas três cadeiras. A matrícula em um número menor

de cadeiras do que o recomendado pela FLSM estende a duração do curso e impossibilita a sua conclusão dentro do prazo recomendado. Outro ponto igualmente importante é o percentual de alunos (25,00%) que trancaram suas matrículas em algum semestre por não ser possível efetuar os pagamentos ou impossibilidade de conciliar com o trabalho. Estes resultados atendem ao objetivo específico de **descrever o perfil acadêmico e profissional**.

A partir dos resultados obtidos, pretendeu-se com esta pesquisa contribuir para a revisão de diretrizes de apoio e manutenção dos alunos da FLSM, bem como incremento na captação de novos alunos e na oferta de novos cursos tanto de pós-graduação quanto de extensão. Recomenda-se atenção aos resultados obtidos, pois estes destacam os principais aspectos da clientela do Curso de Administração com um detalhamento maior do que o cadastro de novos alunos mantido hoje pela Instituição.

Ressalta-se ainda o interesse em cursos de extensão indicado pelos estudantes, uma vez que o número de respondentes por interesse equivale a uma turma. Cabe à FLSM definir suas prioridades e estabelecer um plano de ação para atendimento da demanda levantada. Em relação ao curso de pós-graduação, as maiores áreas de interesse citadas foram Gestão de Pessoas e Finanças. Considerando que houve a oferta de um curso de pós-graduação na área de Gestão Estratégica e não houve número suficiente de inscrições para a realização de uma turma, entende-se que a Instituição pode rever a oferta e o programa do curso direcionando o atendimento dessa clientela. Tais resultados atendem ao objetivo de **conhecer as expectativas em relação ao Curso de Administração**.

Portanto, em relação ao objetivo geral de **identificar o perfil do aluno da Faculdade Luterana São Marcos**, a presente pesquisa atingiu resultados satisfatórios por meio dos instrumentos utilizados. O conjunto de informações obtido a partir dos dados da pesquisa permitiu a caracterização deste perfil, descrito anteriormente nos objetivos específicos.

Há diversos caminhos que podem ser seguidos pela Instituição a partir da análise dos resultados apresentados visando pesquisas futuras com os alunos da FLSM. É importante ressaltar que a mensuração de outros aspectos, como *averiguar as propostas metodológicas na prática de ensino de administração e identificar a imagem e a visão que o acadêmico tem da profissão de Administrador* também podem ser considerados como estudos complementares, contribuindo para o delineamento de seu perfil.

Por fim, resalta-se a importância de pesquisas sazonais, a serem realizadas pela Instituição, a fim de acompanhar as variações que o perfil dos alunos da FLSM possam sofrer ao longo do tempo, implementando as modificações necessárias e minimizando os riscos. Dessa maneira,

entende-se que a gestão do Curso de Administração da FLSM pode ser mais assertiva e direcionar o planejamento adequado das atividades ofertadas à sua clientela.

REFERÊNCIAS

ABEP. Associação Brasileira de Estudos Populacionais. **Critério de Classificação Econômica Brasil**. Disponível em: <<http://www.abep.org/novo/Content.aspx?ContentID=301>>. Acesso em: 12 abr. 2012.

BRASIL. Ministério da Educação e Cultura. **Brasil é o terceiro que mais cresceu na década em educação básica**. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=16125:brasil-e-o-terceiro-que-mais-cresceu-na-decada-em-educacao-basica&catid=211&Itemid=86>. Acesso em: 06 abr. 2012a.

BRASIL. Ministério da Educação e Cultura. Educação Superior. **Censo revela que o acesso cresceu na década 2001-2010**. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=17212>. Acesso em: 06 abr. 2012b.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Classificação Brasileira de Ocupação – CBO. **Relatório da família. Características Administradores**. Disponível em <<http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/pesquisas/ResultadoFamiliaCaracteristicas.jsf>>. Acesso em: 29 abr. 2012c.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Classificação Brasileira de Ocupação – CBO**. Relatório da família. Administradores Participantes. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/pesquisas/ResultadoFamiliaParticipantes.jsf>>. Acesso em: 24 abr. 2012d.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Classificação Brasileira de Ocupação – CBO**. Histórico da CBO. O que é CBO2002. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/informacoesGerais.jsf;jsessionid=7CAEBBF240CC3E2E4431085D80A25155.lbroutev121p057>>. Acesso em: 24 abr. 2012e.

CFA. Conselho Federal de Administração. Pesquisa Nacional 2006. **Perfil, formação, identidade, e as perspectivas profissionais dos administradores**. Disponível em: <<http://www2.cfa.org.br/pesquisa-nacional>>. Acesso em: 25 abr. 2012.

CRA-RS. Conselho Regional de Administração do Rio Grande do Sul. Serviços. **Perfil dos Administradores do RS**. Disponível em: <http://www.crars.org.br/arquivos/pesquisa_CRARS_jun2011.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2012a.

CRA-RS. Conselho Regional de Administração do Rio Grande do Sul. Serviços. **Pesquisa 2011**. Disponível em: <<http://www.crars.org.br/pesquisa2011>>. Acesso em: 25 abr. 2012b.

DIEESE. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômica. Estudos e Pesquisas. **Balanco dos pisos salariais negociados em 2010**. Disponível em <http://www.fup.org.br/downloads/dieese_est_pesq_57_pisos2010.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2012a.

FIOROTTI, Karoline Pedroti, ROSSONI, Renzo Roldi e MIRANDA, Angélica Espinosa. **Perfil do estudante de Medicina da Universidade Federal do Espírito Santo, 2007**. *Rev.*

bras. educ. med., Set 2010, vol.34, no.3, p.355-362. ISSN 0100-5502. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-55022010000300004&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 23 mar.2012.

FURASTÉ, Pedro Augusto. **Normas técnicas para o trabalho científico**: elaboração e formatação. Porto Alegre: [S. Ed], 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010 de Alvorada / RS**. Informações do Brasil / IBGE. Disponível em: <<http://www.informacoesdobrasil.com.br/dados/rio-grande-do-sul/alvorada/censo-demografico-2010/>>. Acesso em: 27 set. 2012.

INEP. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Indicadores Financeiros**. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/indicadores-financeiros-educacionais>>. Acesso em: 06 abr. 2012a.

INEP. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Documentário revelará razões da evolução da educação no Brasil**: Avaliação Internacional. 05.05.2011. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=16595:documentario-revelara-razoas-da-evolucao-da-educacao-no-brasil&catid=211&Itemid=86>. Acesso em: 29 mar. 2012b.

NAKAMAE, Djair Daniel et al. **Caracterização socioeconômica e educacional do estudante de enfermagem nas escolas de Minas Gerais**. Rev. esc. enferm. USP, Abr 1997, vol.31, no.1, p.109-118. ISSN 0080-6234. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-62341997000100009&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 23 mar. 2012.

SANTOS, Carlos Eduardo dos, LEITE, Maria Madalena Januário. **O perfil do aluno ingressante em uma universidade particular da cidade de São Paulo**. Rev. bras. enferm., Abr 2006, vol.59, no.2, p.154-156. ISSN 0034-7167. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-71672006000200006&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 23 mar. 2012.

UNICAMP (Campinas SP). Revista de Ensino Superior. **Ensino superior privado requer forte supervisão do governo, diz Mercadante**. Disponível em: <<http://www.revistaensinosuperior.gr.unicamp.br/noticia.php?id=63>>. Acesso em: 28 mar. 2012.

UNIETHOS. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. **Diversidade e Equidade**: Metodologia para Censo nas Empresas. 2008. Disponível em: <http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/Divers_Equidade_web.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2010.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.