

Mercado de Trabalho: A Visão dos Acadêmicos de Administração da Ufsm e Unifra

**Lisandra Taschetto Murini
Arlei Arlindo Freo
Lucia Rejane da Rosa Gama Madruga**

RESUMO

Este artigo apresenta o resultado de uma pesquisa de caráter exploratório e tem como foco principal verificar a percepção dos egressos dos Cursos de Administração da UNIFRA e UFSM, quanto as expectativas para ingresso no mercado de trabalho. Os resultados indicaram que os formandos dos Cursos de Administração da UNIFRA e UFSM assemelham-se nos itens sexo, faixa etária e estado civil, sendo a maioria do sexo masculino; na faixa etária de 21 a 30 anos; solteiros e estão empregados. Outra semelhança é que os acadêmicos estão otimistas em relação ao seu futuro profissional, pois eles pensam que existem oportunidades de trabalho para os mais preparados; concordam que o Curso de Administração prepara para o mercado de trabalho; estão satisfeitos com o Curso, pois através dele visam obter uma melhor qualidade de vida; ascensão; reconhecimento profissional e um futuro promissor. Destaca-se como diferenciação o fato de que na UNIFRA estão trabalhando na área de Administração; com predominância na área de Administração Geral e na UFSM estão atuando na área de Administração, no setor Financeiro e Administração Geral. Além disso, concordam que é de relevante importância a realização de um curso de pós-graduação.

Palavras- chave: perspectivas, Cursos de Administração e desafios.

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. 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 subsídios às instituições de ensino superior na sua prática formativa.

Este artigo tem como foco principal analisar os resultados das pesquisas com egressos do Curso de Administração da UNIFRA e UFSM, com os seguintes objetivos: a) identificar o perfil do formando; b) verificar as expectativas dos formandos com o ingresso no mercado de trabalho e, c) verificar o grau de satisfação dos alunos em relação ao Curso.

Para tanto, o artigo foi estruturado da seguinte forma. Na segunda seção estão apresentadas as instituições de ensino UFSM (Universidade Federal de Santa Maria) e UNIFRA (Centro Universitário Franciscano). Ainda nesta seção evidencia-se os Cursos de Administração das duas instituições, destacando as competências profissionais, o campo de atuação profissional e as denominações dos Cursos. Na terceira seção apresenta-se a revisão bibliográfica. Na quarta seção a metodologia e na quinta os resultados obtidos.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO E SUAS PARTICULARIDADES

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. 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 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. 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 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.

O Centro Universitário Franciscano pertence à Congregação das Irmãs Franciscanas, fundada na Holanda, em 1835, inspirada no ideal, na regra de vida e na espiritualidade de São Francisco de Assis. As Irmãs Franciscanas, desde sua chegada ao Rio Grande do Sul (1872), atuaram no campo educacional. E, no início do século XX, fundaram a sua primeira escola em Santa Maria - o Colégio Sant'Anna. Depois de mais de 50 anos dedicados ao ensino de 1º e 2º graus, expandiram sua atuação para o nível superior, criando, em 1955, duas instituições: a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras Imaculada Conceição - FIC e a Faculdade de Enfermagem N. Senhora Medianeira - FACEM. Foram 40 anos em favor da saúde e da educação em Santa Maria até que, em 1996, a FIC e a FACEM transformaram-se em Faculdades Franciscanas - FAFRA, o que trouxe benefícios, como um melhor aproveitamento dos recursos humanos, dos materiais, do espaço físico, e também uma maior integração entre as diversas áreas do conhecimento, propiciando o crescimento da instituição em termos de qualidade e expansão.

No final de 1998, as Faculdades Franciscanas passaram a ser CENTRO UNIVERSITÁRIO FRANCISCANO - UNIFRA, o que constituiu um significativo incremento às atividades de ensino, pesquisa e extensão e garantiu autonomia à instituição, possibilitando a expansão do ensino de graduação. O Centro Universitário Franciscano foi criado com a missão de desenvolver e difundir o conhecimento técnico-científico e a cultura em suas múltiplas manifestações, distinguindo-se pela excelência acadêmica na formação de profissionais íntegros e de cidadãos comprometidos com o desenvolvimento humano e com bem-estar social a partir dos princípios cristãos.

A atualização constante é uma característica do Centro Universitário Franciscano. A cada ano que passa, a infra-estrutura é modernizada, novos cursos vão surgindo e o trabalho relacionado à pesquisa, ao ensino e à extensão torna-se mais sólido e atuante. Isso oportuniza aos seus alunos diversos caminhos, desde cursos e congressos a intercâmbios com outras universidades e instituições empresariais. Atualmente a UNIFRA possui 5 áreas: Área de Artes, Letras e Comunicação, Área de Ciências da Saúde, Área de Ciências Humanas, Área de Ciências Naturais e Tecnológicas, e Área de Ciências Sociais Aplicadas, dentre estas áreas possui: 27 cursos de graduação (atualmente possui 5.900 alunos de graduação), 59 cursos de pós-graduação *latu sensu* no período de 1976 – 2004, 55 cursos de extensão e 1 curso técnico em Enfermagem, 2 cursos de mestrado. No ano de 2005 a UNIFRA completa 50 anos de existência.

2.1.1 As particularidades dos Cursos de Administração da UFSM e UNIFRA

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.

O Curso de Administração da UFSM já colocou no mercado mais de 2.300 profissionais, em 67 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.

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 pré-disposição para o aprendizado contínuo.

Estão explicitas no Projeto Político-Pedagógico do Curso de Administração as seguintes competências: comunicação e expressão, raciocínio lógico, crítico e analítico, visão sistêmica e estratégica, criatividade e iniciativa, negociação, tomada de decisão, orientação para resultados, liderança e trabalho em equipe.

Na UNIFRA, o Curso de Administração pertence a Área de Ciências Sociais Aplicadas, com habilitação Administração de Empresas, funcionando nos turnos da manhã e noite, com duração de 8 semestres, com carga horária de 2.790 horas/aulas entre créditos teóricos, práticos e estudos independentes. Autorizado pelo parecer 13/98 – CLR/ Consun, de 18 de novembro de 1998. Resolução n. 9/98 - Consun, de 20 de novembro de 1998, e reconhecido pela Portaria n°. 3.971/02 - MEC de 30 de dezembro de 2002, quando na Avaliação do MEC obteve conceito A nas três dimensões avaliadas: Projeto Político Pedagógico, corpo docente e instalações.

A missão do Curso de Administração é “formar profissionais empreendedores, capazes de interagir no mundo em constante transformação, por meio de uma sólida formação interdisciplinar, contextualizada, ética e humanista”.

Tem como princípios:

- respeito ao ser humano, aos direitos naturais e ao meio ambiente;
- encorajamento e estímulo às potencialidades individuais, à criatividade e à iniciativa;
- relacionamento ético, com prevalência da dignidade e integridade de caráter entre a instituição, colaboradores, professores, alunos e a comunidade;
- honestidade, coerência, fraternidade, lealdade, empatia e busca de comunicação eficaz no relacionamento interpessoal;
- busca permanente da excelência na qualidade dos serviços prestados, num processo constante de renovação, aperfeiçoamento e inovação;
- postura empreendedora e liderança nas mudanças com responsabilidade;
- integração com a comunidade, cooperando para o crescimento regional;
- reconhecimento e valorização da dedicação ao trabalho.

A visão é: “ser um Curso gerador de novos conhecimentos e mentalidades empreendedoras, contribuindo para o desenvolvimento regional”.

O objetivo geral é formar administradores aptos ao exercício profissional responsável, competente do ponto de vista científico, comprometidos com o contexto social e com um perfil empreendedor para geração, desenvolvimento e gerenciamento de negócios.

O perfil do profissional que o processo pedagógico deve garantir ao final do Curso envolve:

- visão global que o habilite a compreender o meio social, político, econômico e cultural em que está inserido e tomar decisões em um mundo diversificado e interdependente;
- formação humanística que propicie responsabilidade social, justiça e ética profissional;
- formação técnica e científica para atuar na administração das empresas, privilegiando a gestão de negócios e de pessoas;
- competência para empreender ou criar e ao promover transformações no seu contexto de atuação;
- capacidade de autogerenciamento;
- capacidade de raciocínio abstrato;
- capacidade de atuar de forma interdisciplinar;
- capacidade de compreensão da necessidade do contínuo aperfeiçoamento profissional, da assimilação de novas informações e de flexibilidade intelectual em situações de mudança.

O Curso de Administração da UNIFRA já colocou no mercado 97 profissionais, em três turmas e passou por duas avaliações do Exame Nacional de Cursos do MEC, sendo que na última avaliação obteve o conceito A. Demonstrando que a qualidade do seu currículo tem permitido aos acadêmicos obterem resultados que coloca o Curso dentre os melhores avaliados do País.

2.2 A ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO E SEU PAPEL EDUCACIONAL

A Revista Graduando em Administração – UFRGS (1988), destaca que, desde o princípio da humanidade sempre houve cooperação e coordenação de esforços entre os homens para atingir seus objetivos com maior facilidade e eficiência. Com a evolução tecnológica e a complexidade das organizações as empresas necessitam de funções mais especializadas e, para atender esta demanda, vê-se a necessidade de utilizar princípios de

Administração. Esse contexto fortaleceu o espaço para o administrador exigindo a definição de um perfil profissional compatível com as exigências demandadas.

Algumas características individuais formadoras do perfil ideal para este profissional têm sua origem ainda nos princípios da Administração Científica de Taylor como, por exemplo, a capacidade de observação, premissa básica para o processo de racionalização do trabalho. Na abordagem humanística desenvolvida por Mayo, esta característica continuou sendo requerida, pois era de fundamental importância na análise das condições de trabalho e sua relação com o desempenho dos indivíduos. Além disso, foi agregada a necessidade de observação da empresa como um todo, considerando-se o relacionamento entre diversos setores, a qual foi ressaltada na abordagem sistêmica e ampliada na abordagem contingencial, onde exige-se uma visão global das relações entre as organizações e o meio na qual estão inseridas.

Segundo KATZ (1996, p. 67), “ao reconhecer relacionamentos e tomar conhecimento dos elementos importantes em cada situação. O administrador deve, então ter condições de agir de maneira a promover o bem estar geral de toda organização”. Contudo, entende-se que o administrador é um tomador de decisões e através de ações ele necessita atingir os resultados com eficácia e a eficiência.

As instituições educacionais que respondem às necessidades do mercado têm como propósito criar satisfação diante de uma expectativa. De acordo com KOTLER (1998), o nível de satisfação resulta da relação entre as expectativas e o desempenho. Para MIRSKAWKA (1993), trata-se de uma equação, em que a satisfação é igual às percepções que se tem sobre o que se recebe menos as expectativas a respeito do que se pensa que deveria receber. Esse processo também ocorre nas Instituições de ensino que devem preocupar-se com a qualidade de seus egressos.

Segundo VAVRA (1993), a definição do que é qualidade é um importante passo para identificar como satisfazer plenamente o público-alvo, ou seja, quem determina qual deve ser o padrão da qualidade dos produtos e serviços é o próprio público-alvo. O ponto de partida de um negócio bem sucedido é atender a essas exigências e experiências.

De acordo com KOTLER & FOX (1994), a qualidade de uma instituição de ensino está relacionada com as pessoas que freqüentam, se esta possuir boa imagem de qualidade e excelência, terá sempre clientes potenciais, por isso necessita estar permanentemente preocupada com o ensino e a qualidade que a coloca. Diante disso, o debate acerca do ensino de administração é uma condição fundamental para a busca da qualidade almejada pelos alunos e esperada pelo mercado.

2.2.1 Área de Administração

A razão pela qual as empresas existem é ainda uma questão controvertida. Seu objetivo, sua função e seu papel não estão perfeitamente claros. Para ARANTES (1998, p. 19), “A finalidade para a qual a empresa existe é fundamental para a vida dela, pois é em função de como vê esse papel que a empresa define seus rumos e seus objetivos, que estabelece suas práticas e avalia seu desempenho”.

Segundo VERGARA e BRANCO (2001, p. 21), as empresas são “construções sociais”, isto é, “sujeito e objeto da realidade da qual fazem parte”. São, portanto, partícipes dos problemas sociais e, atualmente, uma das instituições mais influentes no rumo da sociedade. Sob o ponto de vista conceitual, a empresa que, além do seu negócio, prevê a colaboração corporativa efetiva na construção de uma sociedade mais justa e ambientalmente sustentável, exerce o que se convencionou chamar cidadania corporativa.

Para ARANTES (1998), a tarefa básica do administrador é ter idéias que contribuem para os resultados empresariais e de colocá-las em prática, e ainda, ter a coragem de inovar e mudar, e de assumir os riscos e as responsabilidades inerentes a essas inovações e mudanças, assumindo o compromisso e a responsabilidade pela contribuição de sua área de responsabilidade para as finalidades empresariais. Por ser o administrador um tomador de decisões atualmente, além de todas as exigências, é preciso que ele desenvolva a noção de responsabilidade social, pois é ele que detém uma visão holística da empresa e sabe exatamente onde, quando e como agir, focado em resultados positivos, garantindo a sobrevivência e permanência no mercado.

O ensino de Administração está cada vez mais sendo requerido, quando se observam fatores do tipo competitividade, qualidade e parcerias como pré-requisitos para o sucesso profissional e das organizações.

Segundo WICK & LEÓN (1997), pode-se fazer uma comparação entre o administrador do passado e o administrador do futuro, que na realidade pertence a um futuro que já deveria estar presente nas organizações.

Os administradores do passado aprendiam quando alguém lhes ensinava; achavam que o aprendizado ocorria; responsabilizavam o chefe pela carreira; não era considerado responsável pelo próprio desenvolvimento; acreditavam que sua educação estava completa ou só precisava de pequenas reciclagens; não percebia a ligação entre o que aprendiam e os resultados profissionais e deixavam o aprendizado a cargo da instituição. Os administradores do terceiro milênio procuram deliberadamente aprender; reconhecem o poder do aprendizado decorrente da experiência de trabalho; sentem-se responsáveis pela sua própria carreira; assumem a responsabilidade pelo seu próprio desenvolvimento; encaram a educação como uma atividade permanente para a vida toda; percebem como o aprendizado afeta os negócios e decidem intencionalmente o que aprender.

A passagem de uma postura para outra demonstra que os administradores necessitam responsabilizar-se pelo próprio aprendizado e estar conscientes que o seu desenvolvimento pessoal e profissional depende muito mais das suas ações pessoais na busca de novos conhecimentos.

Além disso pode-se citar o caso de diferenças etárias nas organizações, onde ainda hoje é visto como um problema. Vê-se pessoas jovens bem sucedidas e outras, de mais idade, que não conseguem atingir os objetivos que traçaram há anos. Isso pode ser perfeitamente explicado pelo quadro acima, tendo em vista a grande concorrência no mercado de trabalho, onde os jovens estão buscando com mais ansiedade seus objetivos, tendo maior poder de decisão sobre suas atitudes, poder de escolha entre o que fazer ou não, aprender ou não, responsabilizando-se pelos seus próprios atos.

Dessa forma, as empresas necessitam contar com a experiência dos veteranos que conhecem muito sobre ela e a força dos jovens, cheios de idéias e ideais. Ambos se completam.

2.2.2 Ensino de Administração

Segundo BRAGA apud ANDRADE (2001, p. 111), a sociedade em que estamos vivendo e continuaremos a viver nos próximos anos será caracterizada por um processo de transformação, “por mudanças cada vez mais rápidas e profundas causadas pelo desenvolvimento da tecnologia”. Tais mudanças podem ser observadas no aumento do valor da informação, na superprodução do conhecimento, no surgimento do pensamento complexo, nas mudanças de paradigmas, no ciclo de vida cada vez mais curto dos produtos, no surgimento de novos produtos e serviços, entre muitos outros exemplos. Para acompanhar esse processo o administrador deve rever seus conceitos.

Com isso, para tornar-se um bom profissional, o administrador deve ter plenos conhecimentos de disciplinas das diversas áreas como: economia, direito, sociologia, marketing, relações humanas, administração financeira, contabilidade, entre outras, além de participar de vários projetos de pesquisa e extensão.

A Educação Superior no Brasil, surgiu e se consolidou em escolas superiores isoladas com orientação precipuamente voltada para preparação profissional do administrador. As universidades não foram mais do que a reunião desses estabelecimentos isolados que relutaram em articularem-se numa nova instituição, mantendo seu *status* particular e características originárias.

Dentro deste contexto os Cursos de Administração procuram formar profissionais dotados de uma visão sistêmica dos principais enfoques necessários para a gestão das organizações e têm por meta buscar o sucesso das empresas oferecendo ao egresso o conhecimento dos principais métodos e instrumentos que possibilitem os melhores resultados na gestão financeira, de mercado, de pessoas e clientes, entre outros.

2.2.1 Ensino da Administração no Brasil

Os Cursos de Administração no Brasil têm uma história muito curta, principalmente se compararmos com os EUA, onde os primeiros cursos na área iniciam-se no final do século XIX, com a criação da Wharton School, em 1881. Em 1952, ano em que se iniciava o ensino de administração no Brasil, os EUA já formavam em torno de 50 mil bacharéis, 4 mil mestres e 100 doutores, por ano, em administração, (CASTRO, 1981).

Para MARTINS apud ANDRADE (2001, p. 13), o contexto para a formação do administrador no Brasil começou a ganhar contornos mais claros na década de quarenta. A partir desse período, acentua-se a mão-de-obra qualificada e, conseqüentemente, a profissionalização do Ensino de Administração. O autor afirma que:

“O desenvolvimento de uma sociedade, até então, basicamente agrária que passava gradativamente a ter seu pólo dinâmico na industrialização, colocou como problema a formação de pessoal especializado para analisar e planificar as mudanças econômicas que estavam ocorrendo, assim como incentivar a criação de centros de investigação vinculados à análise de temas econômicos e administrativos”.

Segundo ANDRADE (2001), a Fundação Getúlio Vargas (FGV) representa a primeira e mais importante instituição que desenvolveu o ensino de administração. Atualmente, de acordo com o MEC/INEP a maior parte dos alunos egressos de Cursos de Administração provém de Instituições particulares e o total de matriculados representa a significativa parcela de 12,5% do total de alunos em cursos superiores no País.

2.2.1.2 Perfil do Administrador Hoje

Vivemos num constante processo de evolução, nos mais variados campos: cultural, tecnológico, econômico, político, social e ecológico, para o administrador destacar-se no

mercado de trabalho ele necessita ter: reflexão e ação (planejar e agir); intuição (pressentir coisas); foco nos resultados (combinar eficiência e a eficácia, assim atingindo os objetivos planejados); visão geral e integrada (conhecimento do ambiente interno e externo); automotivação (realização pessoal e profissional); autodesenvolvimento (constante procura do conhecimento); trabalho em equipe (trabalho em conjunto) e pessoas normais (pessoas com capacidade normal).

A carreira de Administração apresenta uma peculiaridade em relação as demais profissões: assim como as relações econômicas, ela é dinâmica. Constantemente agrega novos campos de atuação ao seu escopo, assim, todo profissional em Administração recebe uma formação básica e uma complementação específica, garantindo-lhe uma visão global e uma ênfase em um campo particular: planejamento, finanças, comércio exterior, marketing, recursos humanos, informática, logística e administração pública.

O administrador necessita ter uma formação humanística e visão global (estar sempre em constante aperfeiçoamento e atualização) que o habilite a compreender o meio social, político, econômico e cultural onde está inserido e a tomar decisões em um mundo diversificado e interdependente, procurando atingir os objetivos planejados, com êxito.

Com as mudanças econômicas, um novo acontecimento acentuou a tendência à profissionalização do administrador. ANDRADE (2001) indica que a regulamentação dessa atividade ocorreu na metade da década de sessenta, pela Lei Nº. 4.769, de 09 de setembro de 1965. No Art. 2º diz: A atividade profissional de Administrador será exercida, como profissão liberal ou não, mediante: a) pareceres, relatórios, planos, projetos, arbitragens, laudos, assessoria em geral, chefia intermediária, direção superior; b) 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.

O Art. 3º, afirma que o mercado do profissional seria privativo dos bacharéis em Administração, diplomados no Brasil. Isso veio ampliar um vasto campo de trabalho para a profissão do administrador.

Enfim o administrador necessita dominar uma gama de conceitos que possa ajudá-lo na análise de problemas gerenciais das diversas áreas funcionais, levando-o à tomada de decisão e à implementação eficaz de seus projetos. Também, necessita conhecer a complexidade das inter-relações existentes entre as diversas áreas funcionais da empresa bem como a integração dos diferentes objetivos dessas áreas em uma política gerencial adequada ao interesse da organização como um todo.

Entende-se que o perfil do administrador de hoje, é o de um eterno aprendiz, capaz de levar o seu aprendizado para o ambiente das organizações. Para sobreviver às mudanças contínuas que ocorrem no ambiente empresarial, é necessário a mudança do perfil do administrador que, além de uma formação técnico-científica, necessita ter uma formação humanística, interdisciplinar e sistêmica, levando a aprendizagem para todos os níveis organizacionais, através de novas Tecnologias de Informação, introduzindo, portanto, uma nova concepção de administração nas organizações.

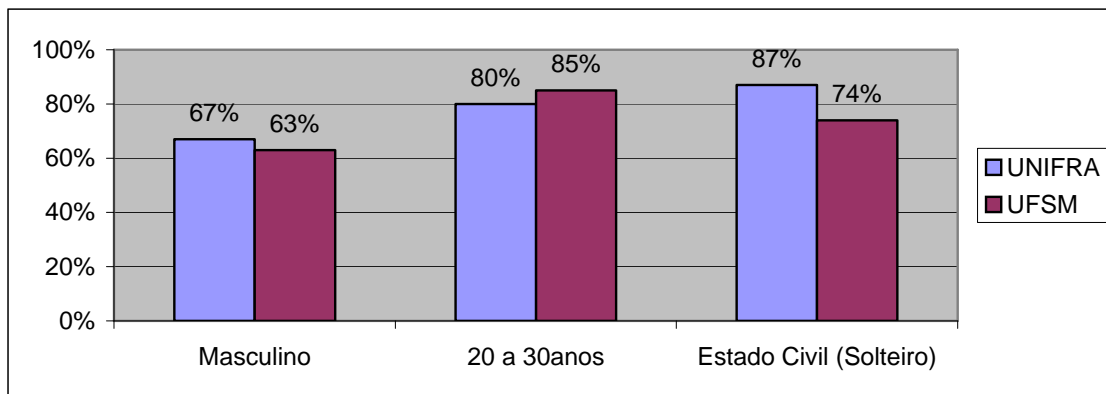
3 METODOLOGIA

A pesquisa, de caráter exploratório, foi realizada com 20 acadêmicos formandos da UNIFRA e 27 formandos da UFSM, do 2º semestre de 2003. O universo total era de 30 alunos na UNIFRA e 40 na UFSM. Face às características do estudo, considerou-se a entrevista como sendo o melhor instrumento para a coleta de dados, pela facilidade de coleta dos dados e por que na entrevista o pesquisador tem a vantagem adicional de observar as reações e expressões dos entrevistados. A entrevista teve o apoio de um questionário estruturado, o qual foi aplicado diretamente na sala de aula. A tabulação foi feita pelo software Le Sphinx e os dados foram organizados em gráficos.

4 RESULTADOS

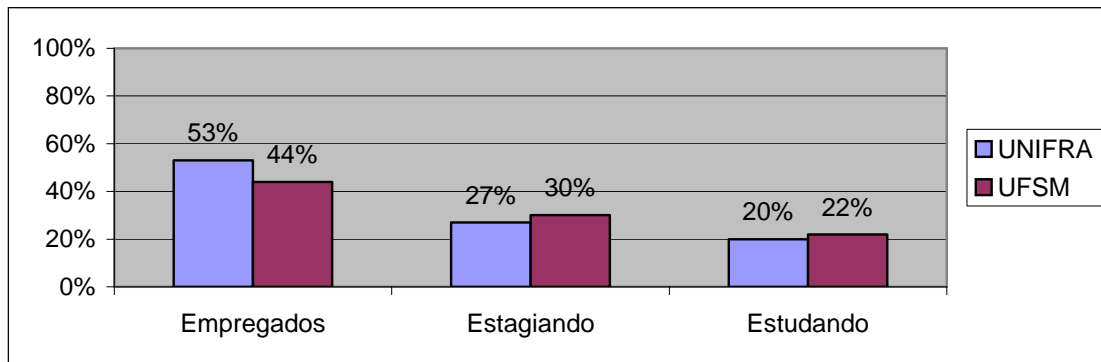
Este item apresenta um comparativo da análise dos resultados encontrados na pesquisa realizada nos cursos de Administração (UFSM e UNIFRA).

Gráfico 1: Sexo, faixa etária e estado civil



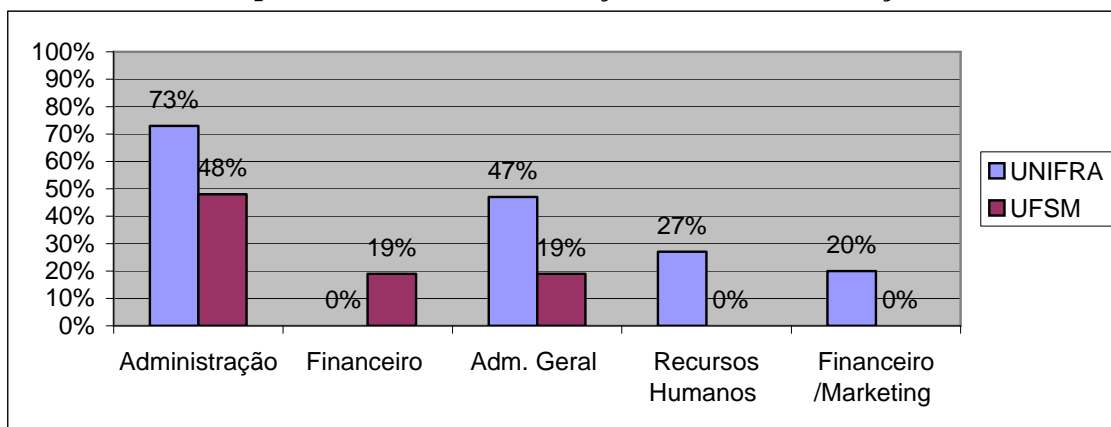
No gráfico 1, observa-se que, mesmo sendo uma Instituição privada e a outra pública, a análise das variáveis: sexo, faixa etária e estado civil possuem em sua maioria as mesmas características nas duas instituições, na UNIFRA a variável sexo masculino é 67%, enquanto na UFSM é 63%, quanto a idade verifica-se na UNIFRA predominância da faixa etária de 21 a 30 anos é de 80%, e na UFSM obtém-se 85%, quanto ao estado civil na UNIFRA 87% são solteiros, enquanto na UFSM este item equivale a 74%. Percebe-se que essas variáveis apresentam resultados semelhantes nas duas Instituições o que leva a acreditar que possa representar o perfil dos acadêmicos dos Cursos de Administração.

Gráfico 2: Situação Profissional Atual



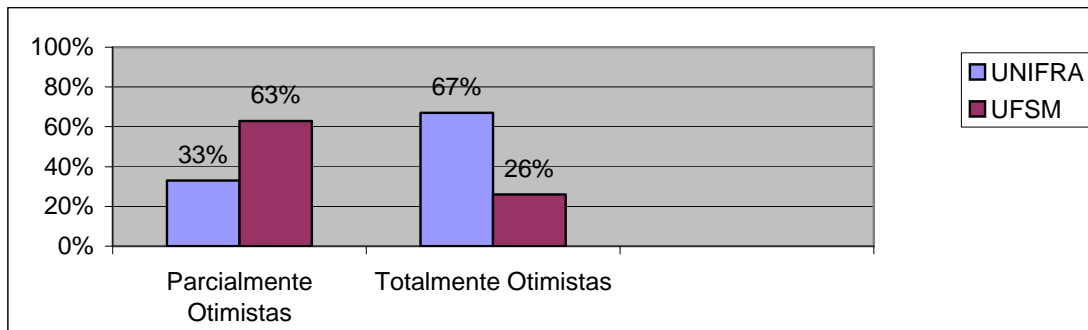
No gráfico 2, apresenta-se a situação profissional e identificam-se mais algumas semelhanças, pois na UNIFRA a maioria, 53% dos acadêmicos estão empregados, enquanto na UFSM são 44%, sendo que na UNIFRA 27% estagiando e na UFSM 30%. Somente estudando na UNIFRA são 20%, já na UFSM 22%. Observa-se portanto, que nas Instituições o percentual de desempregados é quase nula, o que leva a crer que mesmo os acadêmicos tendo um trabalho procuram qualificar-se em um curso superior, pois o mercado de trabalho esta cada vez mais competitivo, exigindo que o profissional busque sempre aprimorar-se na busca constante da excelência pessoal e profissional.

Gráfico 3: O profissional de Administração e sua área de atuação



No gráfico 3, observa-se que 73% dos graduandos do Curso de Administração da UNIFRA, estão atuando na área de Administração, sendo 47% na Administração Geral, 27% em Recursos Humanos e 20% no Financeiro e Marketing, enquanto que na UFSM dos 48% que atuam na Administração, 19% na área Financeira e o mesmo percentual na Administração Geral. Percebe-se que a busca do conhecimento é importante para ter uma boa colocação no mercado de trabalho.

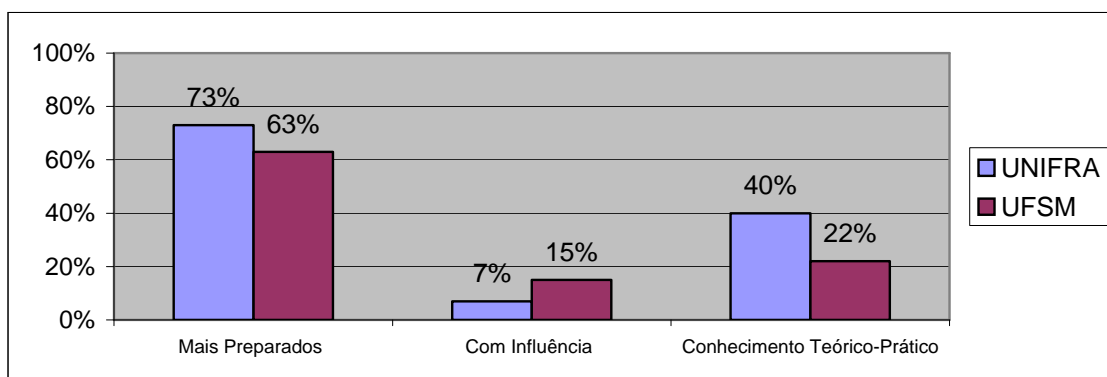
Gráfico 4: Expectativa com Relação ao Futuro Profissional



No gráfico 4, verifica-se que, quanto à expectativa com relação ao futuro profissional, na Unifra 67% estão totalmente otimistas e 33% parcialmente otimistas, enquanto que os motivos de otimismo são: identificam-se com o curso, experiência profissional e por acreditarem no seu potencial. Na UFSM a expectativa com relação ao futuro profissional indica que 63% estão parcialmente otimistas, enquanto que 26% estão totalmente otimistas, como fatores de motivação estão: mercado em expansão e conceito do curso perante a sociedade e por terem boas relações e acreditarem no seu potencial.

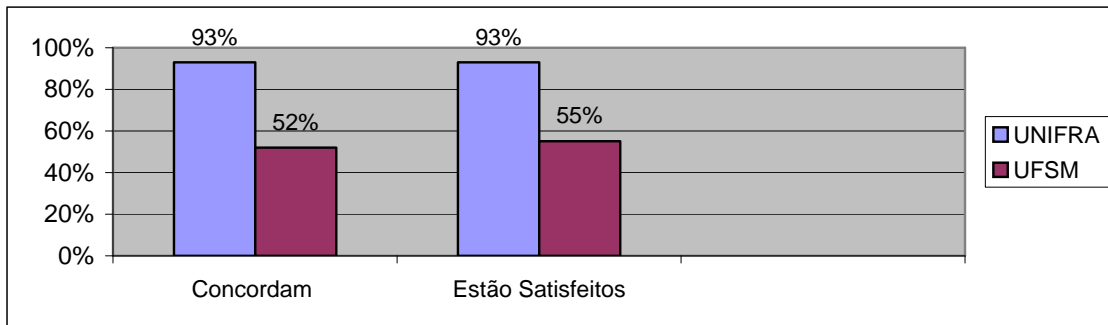
Verifica-se nas Instituições que o Curso de Administração tem reflexo positivo perante os graduandos por acreditarem no Curso e na sua potencialidade profissional.

Gráfico 5: Oportunidades para os Recém-Graduados em Administração no mercado de trabalho



No gráfico 5, observa-se que as opiniões dos acadêmicos nas duas Instituições são convergentes, pois 73% na UNIFRA e 63% na UFSM dizem que as oportunidades para os recém-graduados em Administração serão para os mais preparados. Quanto às oportunidades para os que possuem conhecimento teórico-prático, o percentual ficou em 40% na UNIFRA e 22% na UFSM, e o percentual para os que acreditam na influência pessoal (indicações, amigos) na UNIFRA foi de 7% e na UFSM 15%.

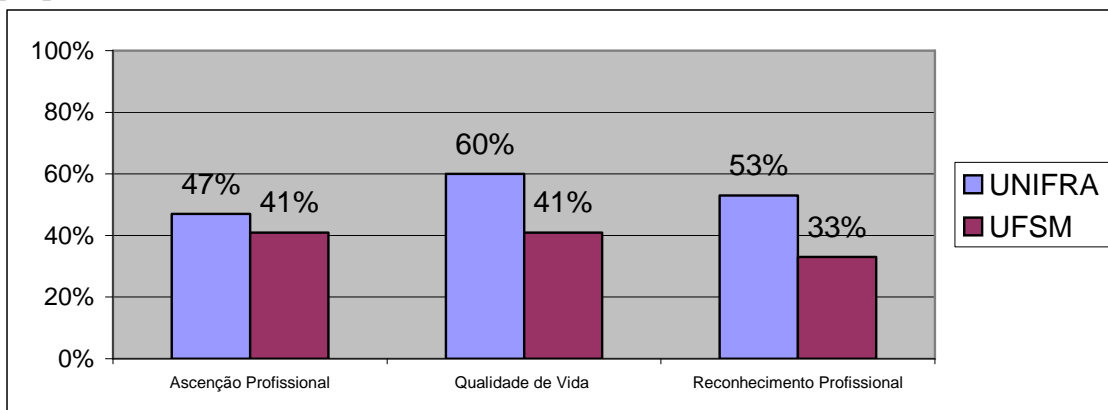
Gráfico 6: O Curso de Administração prepara você para o mercado de trabalho e estão satisfeitos com o mesmo



No gráfico 6, observa-se que na UNIFRA 93% dos acadêmicos concordam que o Curso de Administração prepara para o mercado de trabalho e portanto os mesmos estão satisfeitos com o Curso por pensarem que o mesmo é amplo e possui um diferencial competitivo perante o mercado de trabalho.

Enquanto na UFSM 52% concordam que o Curso de Administração prepara os alunos para o mercado de trabalho por considerarem o excelente embasamento teórico e 55% estão satisfeitos com o curso. Na duas Instituições, os alunos indicaram a necessidade de maior aplicabilidade dos conteúdos desenvolvidos nas disciplinas.

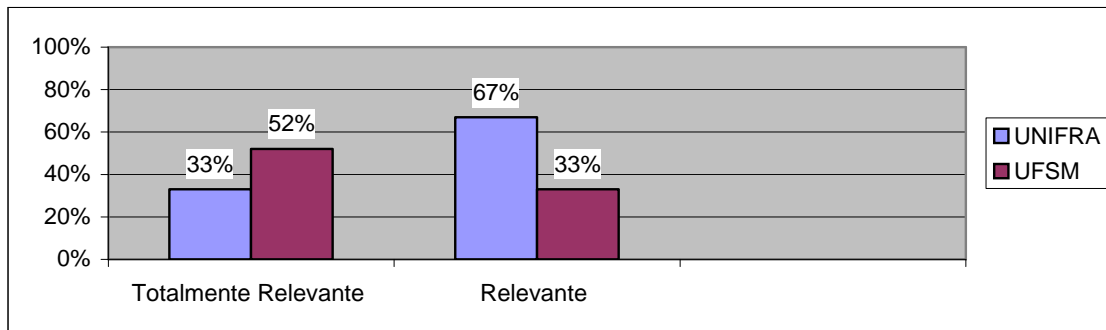
Gráfico 7: Ao Ingressar no mercado de trabalho você espera que o mesmo proporcione:



No gráfico 7, observa-se que os alunos esperam que o mercado de trabalho proporcione: ascensão profissional, UNIFRA 47%, UFSM 41%, reconhecimento no seu ambiente de trabalho, 53% na UNIFRA e 33% na UFSM, melhor qualidade de vida, na UNIFRA 60% e na UFSM 41%. Acredita-se que essas expectativas sejam consideradas como um prêmio alcançado pela determinação e o interesse dedicado ao período de realização do

curso, o que posteriormente será refletido como uma conquista pelo trabalho realizado com profissionalismo, pró-atividade para alcançar os objetivos almejados.

Gráfico 8: Quanto a realização de um curso de Pós-Graduação



No gráfico 8, quanto a realização de um curso de pós-graduação, os acadêmicos indicaram que é totalmente relevante 33% na UNIFRA e 52% na UFSM, relevante 67% na UNIFRA e 33% na UFSM. O que indica a importância de uma melhor qualificação profissional para ingressar no mercado de trabalho.

5 CONCLUSÃO

A análise das perspectivas de conseguir uma vaga no mercado de trabalho dos formandos do Curso de Administração da UNIFRA e UFSM permitiu evidenciar alguns aspectos que merecem atenção ao finalizar este artigo.

Os resultados indicaram que os formandos do Curso de Administração da UNIFRA e UFSM assemelham-se nos itens sexo, faixa etária e estado civil, sendo a maioria do sexo masculino; na faixa etária de 21 a 30 anos; solteiros e estão empregados. Outra semelhança é que os acadêmicos estão otimistas em relação a seu futuro profissional, pois eles pensam que existem oportunidades de trabalho para os mais preparados; concordam que o Curso de Administração prepara para o mercado de trabalho; estão satisfeitos com o Curso, pois através dele visam obter uma melhor qualidade de vida; ascensão; reconhecimento profissional e um futuro promissor. Destaca-se como diferenciação o fato de que na UNIFRA estão trabalhando na área de Administração; com predominância na área de Administração Geral e na UFSM estão atuando na área de Administração, no setor Financeiro e Administração Geral. Além disso, concordam que é de relevante importância a realização de um curso de pós-graduação.

Enquanto que na UFSM 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.

O perfil do administrador de hoje, é o de um eterno aprendiz, capaz de levar o seu aprendizado para o ambiente das organizações. Além disso, o aprendizado pode se tornar um instrumento capaz de guiar todas suas ações, tornando-se uma verdadeira filosofia de vida. As empresas modernas necessitam tornar-se gestoras de conhecimentos para sobreviver às mudanças tão rápidas que vêm ocorrendo no ambiente empresarial. Para isso, é necessário a mudança do perfil do administrador, que, além de uma formação técnico-científica, necessita ter uma formação humanística, interdisciplinar e sistêmica, levando a aprendizagem para todos os níveis organizacionais, através de novas Tecnologias de Informação, introduzindo, portanto uma nova concepção de administração nas organizações.

Pode-se concluir que pela sua excelência as duas Instituições não apresentam diferenças significativas, levando a crer que os profissionais da área de Administração que saem destas Instituições estão igualmente preparados para o mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de et al. **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.
- 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.inep.gov.br>. Acesso em: 16 março 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. Centro Universitário Franciscano – UNIFRA. 2002.
- Projeto Político Pedagógico.** Curso de Administração. Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. 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.