



ANÁLISE DA DEMANDA DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Tárcila Bezerra Vasconcelos¹, Elmano Pontes Cavalcanti²

RESUMO

A oferta de vagas no ensino superior tem superado em muito o crescimento populacional do país. Isso significa uma proliferação de novas instituições e cursos, o que traz como consequência a concorrência pelo mercado que não cresce nas mesmas proporções. O Curso de Administração da UFPG, mesmo tendo sido avaliado como o melhor da Paraíba, não consegue preencher as vagas ofertadas e ainda conta com o problema da evasão. O objetivo foi identificar e analisar os motivadores que influenciam na demanda do Curso de Administração. A amostra foi composta por 228 respondentes, de uma população de 361 graduandos do Curso de Administração da UFPG. A ferramenta de avaliação utilizada foi um questionário, utilizando abordagens quantitativa e qualitativa. Entre os principais resultados encontrados, as maiores influências foram a gratuidade, o prestígio da instituição, o conceito e o currículo do curso. Na perspectiva pessoal as motivações foram realização pessoal, aptidão e o desejo de no futuro conduzir o seu próprio negócio. Em termos da profissão, as maiores influências foram a perspectiva de atuação em diversas áreas e as possibilidades de ascensão financeira. A UFPG foi reconhecida pela ampla maioria de 92,9% como a instituição que oferece o melhor curso de Administração. No geral, os alunos de Administração parecem ser mais propensos a se apresentarem com personalidade forte, já que as influências de familiares ou de terceiros foram mínimas. São guiados principalmente pela gratuidade, prestígio da universidade, conceituação do curso, perspectiva de atuação em diversas áreas e realização pessoal.

Palavras-chave: Escolha profissional, Motivadores, UFPG.

¹Graduanda em Administração, Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade, UFPG, Campina Grande, PB, e-mail: tarcilabvasconcelos@gmail.com.

²Doutor, Professor, Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade, UFPG, Campina Grande, PB, e-mail: elmanopc@gmail.com.

DEMAND ANALYSIS OF THE ADMINISTRATION COURSE

ABSTRACT

The offer of vacancies in university education has overcome the populational growth of the country. This means a proliferation of new institutions and courses, which results in competition for the market that does not grow in the same proportions. The UFCG Administration Course, even though it was rated as the best in Paraíba, cannot fill the vacancies offered and still has the problem of evasion. The objective was to identify and analyze the motivators that influence the demand of the Administration Course. The sample consisted of 228 respondents from a population of 361 undergraduates from the UFCG Administration Course. The evaluation tool used was a questionnaire, using quantitative and qualitative approaches. Among the main results found, the major influences were the gratuity, the prestige of the institution, the concept and the curriculum of the course. From a personal perspective the motivations were personal fulfillment, vocation and the desire to, in the future, lead your own business. In terms of the profession, the major influences were the expectancy of action in several areas and the possibilities of financial ascent. The UFCG was recognized by the clear majority of 92.9% as the institution that offers the best course of administration. In general, management students appear to be of strong personality, since the influences of family members or third parties have been minimal. They are guided mainly by the gratuity, prestige of the university, conceptualization of the course, perspective of action in several areas and personal fulfillment.

Keywords: Professional choose, Motivators, UFCG.

INTRODUÇÃO

A oferta de vagas no ensino superior tem superado em muito o crescimento populacional do país. O número de vagas ofertadas no período de 2002 a 2016 cresceu de 1,77 para 10,6 milhões (INEP, 2002; INEP, 2017). Atribui-se que esse aumento da oferta venha ocorrendo em função da crescente demanda por capital humano especializado nas economias modernas (PINHEIRO; SCHWARTZMAN, 2015).

Entre os cursos de maior destaque, a formação em administração ocupou parcela significativa no total de matrícula por vários anos, inclusive já conseguiu alcançar o primeiro lugar no *ranking* (OLIVEIRA; SAUERBRONN, 2007, MEC, 2013). Além do mais, o curso de administração é o segundo mais ofertado no Brasil, com cerca de 2.000 Instituições de Ensino Superior (INEP, 2013).

Na cidade de Campina Grande – PB, a graduação em administração é ofertada por sete instituições: UFCG; UNIP; Uninassau; Unifacisa; UNESC; UEPB; e CESREI, as quais disponibilizam 820 vagas ao ano.

Apesar do grande número de vagas oferecidas na cidade de Campina Grande, a demanda por elas não cresceu na mesma proporção e a evasão tem se tornado um problema frequente. Barros (2015) explica que a demanda não cresceu em virtude do número desproporcional de formados no ensino médio em relação às vagas oferecidas no ensino superior.

A UFCG, em particular, aderiu ao SISU e aos programas federais de permanência estudantil, como uma forma de aumentar a demanda e diminuir a evasão. Todavia, mesmo com várias listas de chamada, sobram vagas (COMPROV, 2017).

Alguns problemas podem explicar o não preenchimento total das vagas ofertadas, por exemplo, o desconhecimento da qualificação ou distorção da imagem da universidade ou do curso. Os alunos do ensino médio parecem desconhecer que o Curso de Administração da UFCG foi avaliado como o melhor da Paraíba e que, também, possui outras características relevantes, tais como: a qualificação docente, as várias oportunidades oferecidas no âmbito da graduação, entre outras. Situações como essas demonstram que a instituição está perdendo a oportunidade de informar suas qualificações e potencialidades ao mercado.

Dessa forma, a aderência a esses programas federais e ao novo sistema de seleção não foi suficiente para solucionar o problema. Com isso, é necessário

conhecer os fatores que motivaram a escolha do curso, os quais podem ser relacionados à aspectos de várias naturezas.

Nesse contexto, o objetivo da pesquisa foi identificar e analisar os motivadores que influenciam na demanda do Curso de Administração. O conhecimento destas variáveis pode contribuir de diversas formas: melhorando a qualidade dos serviços prestados; melhorando a imagem externa da instituição; aumentando a satisfação dos seus clientes; adaptando a instituição às contingências externas e tornando sua estrutura mais flexível e aberta às mudanças da sociedade.

A compreensão dos motivadores da demanda não auxilia apenas o ponto de vista mercadológico, mas na própria sensibilidade da comunidade acadêmica sobre como administrar o conteúdo, o que deve ser apresentado aos alunos e como a universidade pode estar em sintonia com as tendências externas. Na medida em que tem como propósito identificar os motivos que influenciam a demanda e com isso contribuir de alguma forma para a gestão do curso, a pesquisa se justifica.

REFERENCIAL TEÓRICO

O foco desse estudo se refere a uma das principais decisões dos alunos ao final do ensino médio. A escolha pelo curso superior não é um momento fácil e gera implicações para o resto de suas vidas. Com isso, os alunos tendem a buscar os IES (Instituições de Ensino Superior) que lhes motivem e deem espaço para conciliarem com seus trabalhos, além de uma vida social mais tranquila. Dessa forma, instituições têm se instalado na cidade, o que tem contribuído para o aumento da concorrência e a necessidade de se analisar a demanda.

- Demanda e oferta de cursos de administração:

O conceito de demanda está interligado ao de desejo, “Demandas são desejos por produtos específicos sustentados pela capacidade de comprá-los” (KOTLER; KELLER, 2012, p. 8). Assim, o mercado consumidor faz a seleção dos seus produtos e serviços com base na ponderação dos benefícios adquiridos e da disponibilidade de recursos financeiros necessários para a aquisição. Com isso, as organizações buscam cada vez mais criar valor para o consumidor, sendo necessário entender as suas expectativas para melhor atendê-lo.

Nesse contexto, a demanda é uma das variáveis mais importantes para se medir o sucesso de um produto ou serviço. Para cada produto ou serviço, a sua

demanda pode ser uma questão de sobrevivência. Afinal, qual seria o sentido de criar e manter um produto ou serviço que não atende a uma demanda específica?

Além disso, a demanda é direta ou indiretamente influenciada pelo surgimento de novos entrantes e novos produtos. Também pode ser influenciada de forma positiva ou negativa por uma série de outros fatores, como por exemplo: a globalização, com a abertura das fronteiras, os avanços tecnológicos, em especial a tecnologia da informação e a massificação de produtos, a exemplo dos smartphones. A resultante dessas influências é o aumento considerável da competitividade, como uma força agindo diretamente na demanda.

Todavia, o conceito de oferta é entendido como a materialização da proposta de valor, resultando em uma combinação de produtos, serviços, informações e experiências (KOTLER; KELLER, 2012).

A oferta de cursos voltados para área administrativa teve sua história ligada à importantes momentos da sociedade antiga, média e atual. Numa linha do tempo que remeta o advento da administração e seu surgimento, constatam-se relatos de povos e civilizações que realizavam práticas administrativas, mas ainda sem o conhecimento de teorias. Assim, a história da administração se iniciou num tempo muito remoto, no ano 5.000 a.C. quando os sumerianos procuravam melhorar a maneira de resolver seus problemas práticos, exercitando assim a arte de administrar (GOMES, 2005).

Ainda no contexto evolutivo, outros marcos são considerados importantes: o sistema econômico que demandava de organização para funcionar dimensionado por Ptolomeu no Egito; o anseio de organização no governo da China; alguns atos ocorridos na Alemanha e Áustria, nas quais surgem os chamados fiscalistas e cameralistas; e também, duas figuras de enorme visibilidade para a história da área: a igreja católica romana e as organizações militares.

Como ciência encontram-se diversos nomes importantes responsáveis por fundamentar a base da administração, apresentando ao mundo suas teorias, princípios, modelos e estudos. Taylor, Fayol, Mayo e Weber são considerados os propulsores da área e com eles iniciam-se as diversas fases da administração como ciência.

Nicolini (2000) aponta que a história dos cursos superiores de administração no Brasil começa logo no início do século, simultaneamente com um longo processo de definição sobre quais as fronteiras do campo do saber administrativo. Contudo, apenas na década de 40 um acontecimento traz consigo a consolidação dos cursos

de administração no país. Para Nicolini (2000) o marco histórico foi o aparecimento da Fundação Getúlio Vargas (FGV), instituída em 1944 com o objetivo de preparar o pessoal especializado para a administração pública e privada.

Posteriormente, a oferta de cursos de administração foi amplamente influenciada pela Constituição Federal de 1988, dado que, as iniciativas privadas para o ensino superior passaram a contar com recursos financeiros públicos. Além do mais, o Conselho Nacional de Educação, agilizou e facilitou os processos de autorização, reconhecimento e credenciamento de cursos e instituições do setor privado (CORBUCCI; KUBOTA; MEIRA, 2016).

Desde então, através dessas mudanças ocorridas no cenário brasileiro, essa área científica e as demais se difundiram em larga escala, fazendo com que ocorresse um chamado surto de aberturas de cursos do ensino superior no país.

Como resultante de tais iniciativas, entre os anos de 1990 a 2010 o número de instituições privadas mais que quadruplicou (IPEA, 2016). Além do mais, no período entre 2010 a 2016, a quantidade de cursos ofertados aumentou em 14% (INEP, 2011; INEP, 2017).

Tais mudanças vêm afetando a demanda dos produtos e serviços já existentes no setor de ensino. A cada ano o número de instituições que enfrentam dificuldades para conseguir preencher o número de vagas só aumenta. Inclusive, apenas 33,5% das vagas ofertadas foram preenchidas no ano de 2016 (INEP, 2017). Dessa forma, as resoluções governamentais colaboraram para a acelerada expansão do setor, o que, conseqüentemente, fragmentou a demanda entre as instituições existentes.

A esse respeito, Barros (2015) explica que, analisando o período entre os anos de 2001 a 2010, o estudo apresentou que desde 2003 o número de concluintes do ensino médio é inferior às vagas ofertadas no ensino superior. Por conta disso, a demanda existente é diluída e, como resultado, muitos cursos funcionam com capacidade ociosa.

Apesar disso, o curso de administração está entre os que tiveram maior crescimento entre os anos de 2005 a 2009, com aumento acima de 50% no número de matrículas, permanecendo por vários anos em primeiro lugar (INEP, 2009). Atualmente, apresenta a segunda maior demanda do Brasil, tanto em relação à modalidade presencial como a distância (ABMES, 2015).

As regiões com os maiores índices de oferta são respectivamente: Sudeste (884), Nordeste (495), Sul (282), Centro-Oeste (258) e Norte (203), sendo São Paulo o estado em que o curso aparece ofertado em maior quantidade (477) (INEP, 2018).

Na Paraíba existem 38 cursos de administração, dos quais a cidade de Campina Grande conta com sete no formato presencial. As maiores ofertas são: UEPB com 160 vagas, UNIP com 140 e UFCG com 120. O mais antigo é o da UEPB, em seguida surgiu o da UFCG. Os das instituições privadas são relativamente recentes.

Mesmo com o resultado expressivo da avaliação ENADE, as várias oportunidades oferecidas, a qualificação docente ou mesmo a infraestrutura, o Curso de Administração da UFCG não consegue alcançar maior demanda. Isso gera inquietações e a procura por respostas, afinal, por que isso acontece? Será que a qualificação do curso é conhecida? A demanda é afetada pela possibilidade de greves? Essas são apenas algumas das suposições e, com isso, verifica-se a necessidade de identificar o que realmente está contribuindo como desestimulante para a demanda.

Uma das consequências advindas dessa constatação é que, assim como ocorre a falta de conhecimento sobre as profissões e os cursos, exista também o desconhecimento sobre os aspectos de qualidade e de oportunidades que são apresentadas, conforme afirmam Biazus (2004).

- Motivadores da Demanda

São diversos os fatores que podem motivar os estudantes a escolher determinado curso. Sabendo que uma escolha equivocada pode gerar prejuízos não só para os alunos, mas também para as IES, é importante investigar quais os fatores que podem motivar ou não os alunos a frequentarem determinado curso.

Dentre os motivos que influenciam na escolha do curso, estão: vocação, sua história, genética, escolhas pessoais, culturais, influência dos amigos e dos familiares (NUNES, 2014). Em relação a fatores econômicos no momento de escolher determinada profissão é normal que os estudantes observem aspectos econômicos, como o mercado de trabalho, procura pela mão-de-obra, salários, prestígio, estabilidade e segurança (HEY *et al.*, 2015).

No que se refere aos motivos da escolha dos estudantes por um curso superior, em Pereira (2003) foram identificados os seguintes motivos: prestígio da instituição, possibilidade de estudar a noite, condição de estudar e trabalhar ao mesmo tempo,

infraestrutura para desenvolvimento de atividades de ensino, pesquisa e extensão, aparência das instalações, localização da instituição e gratuidade do curso. Esses motivos são, em geral, semelhantes aos encontrados por Moretto (2002): adequação ao emprego que já exerce, facilidade de ingresso na IES, facilidade de ingresso no curso, gratuidade, influência dos amigos, proximidade de casa ou do trabalho.

Silva e Machado (2012) realizaram uma pesquisa com estudantes de ensino superior e os resultados mostram os seguintes motivos para escolha do curso: curso conceituado, facilidade de ingresso (baixa concorrência), curso fácil e segunda opção de curso. Já na pesquisa de Bomtempo, Silva e Freire (2012), os seguintes motivos influenciaram na escolha do curso: aptidão e vocação, realização pessoal, interesse em ser empreendedor ou conduzir o negócio da família, influência familiar, influência de terceiros (professores, amigos, trabalho, etc.), e indecisão.

Silva e Machado (2007) observaram os seguintes fatores: profissão de destaque, possibilidade de ascensão financeira, facilidade de inserção no mercado e a possibilidade de atuação em diversas áreas.

O estudo de Souza e Reinert (2002) sugere que a escolha pelo curso pode-se dar pelos seguintes fatores: identificação pelo curso, características do curso, desenvolvimento profissional e mercado de trabalho.

Em suma, os motivos para entrada e permanência em um curso superior são diversos, e cada qual apresenta argumentos convincentes para demonstrar sua relevância no processo de tomada de decisão.

- Curso de Administração da UFCG

O Curso de Administração da UFCG foi criado em 1978, possui 24 professores efetivos, sendo 14 doutores e 10 mestres. Destes, 4 estão afastados em processo de doutoramento. Além destes, existem dois substitutos.

No âmbito discente, são ofertadas pelo Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) 120 vagas por ano, sendo 80 para o período matutino e 40 para o período noturno. Além disso, são disponibilizadas vagas pelo Processo Seletivo para Transferência Voluntária que varia de acordo com as vagas remanescentes.

O contingente atual de alunos matriculados é de 361 graduandos, sendo 243 do período diurno e 118 do período noturno (UFCG, 2018). A relação professor-aluno é de 9,0, visto que, são 40 professores encarregados das disciplinas, uma parte do próprio Curso de Administração e a outra dos demais centros (UFCG, 2018).

Como infraestrutura, o curso dispõe de salas para os professores; três salas de grupos de estudos, sendo uma delas do PET Administração; três salas ocupadas pela empresa júnior; uma sala de estágio; além de salas separadas para a secretaria e administração do curso. Além disso, está em processo de instalação um laboratório de informática com quinze computadores, exclusivo para o curso.

Várias oportunidades são oferecidas aos alunos do curso de administração: bolsas de monitoria; bolsas de pesquisa PIBIC e PIVIC (voluntários); bolsas de extensão PROBEX e bolsas para o PET Administração que desenvolve atividades de pesquisa, ensino e extensão. Além desses benefícios é oferecida a oportunidade de mestrado em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da UFCG.

Apesar de todos esses aspectos positivos, o curso apresenta problemas, tais como uma evasão histórica de cerca de 53% nos últimos sete anos e uma demanda que não consegue preencher as vagas que são oferecidas (UFCG, 2018). Em 2016, por exemplo, foram preenchidas apenas 101 das 120 vagas ofertadas (SCA, 2017).

METODOLOGIA

Esta pesquisa se caracteriza como exploratório-descritiva, dado que visa clarificar conceitos pouco conhecidos na literatura e, explorar um conjunto de variáveis que podem estar correlacionadas com o objeto da investigação (SANTOS; PARRA FILHO, 2011).

A pesquisa exploratória visa proporcionar à formulação de hipóteses através do levantamento de informações (VIEIRA, 2002). E o método descritivo trata, entre outras coisas, do estudo do relacionamento entre variáveis e da descrição de fenômenos de estudo (MALHOTRA, 2001; SELTZ e COOK, 1976; ROESCH, 2005), focado em descobrir e observar fenômenos, buscando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los (VIEIRA, 2002).

A unidade de análise, ou foco analítico do estudo, é um dos aspectos essenciais da abordagem metodológica (ROESCH, 2005). A pesquisa foi desenvolvida através do *design* grupo único somente durante. A unidade de análise, objeto deste estudo, foram os alunos universitários. O universo foi composto pelos 361 graduandos do Curso de Administração da UFCG, e a amostra foi censitária, onde se buscou coletar todos os elementos da população para a análise, constituindo 228 respondentes.

A amostra foi definida com as seguintes terminologias: amostra T é a amostra total; amostra D é representada pelos alunos do turno diurno; amostra N os alunos do turno noturno; amostra M é compreendida pelos alunos do sexo masculino; amostra F os alunos do sexo feminino; amostra I é caracterizada pelos alunos que concluíram integralmente o ensino médio em escola pública; amostra U é relacionada aos alunos que concluíram a maior parte do ensino médio em escola pública; amostra P aos alunos que concluíram o ensino médio na maior parte em escola privada e a amostra V aos alunos que concluíram integralmente em escola privada.

A ferramenta de avaliação se deu através de questionário projetado para envolver as abordagens quantitativa e qualitativa com 34 variáveis. O instrumento de pesquisa contou com duas partes principais, a primeira corresponde aos motivos que influenciaram os alunos na escolha do curso superior em administração e, a segunda parte constituiu-se por variáveis demográficas e questionamentos em relação ao Curso de Administração da UFCG, comparado com os demais cursos de administração oferecidos na cidade de Campina Grande-PB. Por fim, foi disponibilizado um espaço para comentários.

Para as escolhas das variáveis selecionadas realizou-se uma ampla revisão bibliográfica, onde foi elaborada uma listagem tendo como base os trabalhos diversos autores. Sendo computadas 169 ao total, todavia, algumas eram semelhantes entre si. Com isso, após o agrupamento das variáveis similares, contabilizou-se 53. Em seguida, o critério de seleção foi à relevância e repetição. Dessa forma, foram escolhidas vinte e duas variáveis desmembradas em quatro dimensões. As dimensões são: *universidade, curso, pessoal, profissão*.

Além das vinte e duas variáveis principais da pesquisa, foi oferecida a alternativa para a identificação de motivo adicional. Esta ocorrência foi menor que 10%, o que reforça a adequação da identificação das vinte e duas variáveis.

Para a quantificação das variáveis referente à primeira parte, foi utilizada uma escala de influência, variando de 0 (zero), nenhuma influência, a 10 (dez), máxima influência. Onde foi utilizada a seguinte categorização nos resultados: média inferior a 2, influência muito baixa; de 2 a 4, influência baixa; de 4 a 6, influência média; de 6 a 8, influência alta; e acima de 8, influência muito alta.

A classificação utilizada para o coeficiente de variação foi segundo Gomes (2000). Se o coeficiente de variação for inferior a 10%, é considerado baixo; de 10 a

20% são considerados médios; maior do que 20 a 30%, alto; e acima de 30%, muito alto.

Igualmente, a segunda parte do instrumento foi composta por questões sociais e acadêmicas, tais como: sexo, local onde o aluno realizou o ensino médio, período de ingresso no curso, turno que estuda, e até mesmo se a possibilidade de haver greve foi algo que os influenciaram na escolha do curso e instituição. Além dessas, houve uma questão na qual os alunos teriam que atribuir notas de 1 a 7 para os melhores cursos das instituições existentes em Campina Grande. Por fim, uma questão aberta para que os alunos pudessem alegar alguma outra variável importante no momento da escolha.

Depois de elaborado, o instrumento de pesquisa foi submetido ao pré-teste, aplicado a 23 alunos da UNESC. Para uma melhor compreensão por parte dos respondentes, algumas pequenas adaptações foram feitas no instrumento.

Posteriormente à tabulação, os dados coletados foram submetidos a análises referentes à estatística descritiva.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O usuário de um produto ou serviço é a razão de ser de qualquer organização e daí decorre a necessidade de se analisar a demanda. O objetivo foi identificar e analisar os motivadores que influenciam na demanda do Curso de Administração.

- Dimensão Universidade:

Para a gratuidade, foram encontrados os seguintes resultados: média 9,0; desvio-padrão 1,88; coeficiente de variação 21%; e moda 10. Quanto ao prestígio da instituição, os resultados foram: média 8,9; desvio-padrão 1,64; coeficiente de variação 18%; e moda 10. Em relação ao prestígio, um dos participantes fez o seguinte comentário: "*Ótima instituição*". Com isso, ambas apresentaram média muito alta.

A gratuidade obteve a maior média da pesquisa, todavia a diferença entre essa e o prestígio é ínfima. Além disso, as variáveis possuem as menores dispersões dos dados em torno da média. Confirmando que as respostas tiveram pouca variabilidade e permaneceram uniformes. Dessa forma, tais resultados indicam que a gratuidade e o prestígio da região são os principais motivos que contribuíram para a escolha do Curso de Administração da UFCG.

No instrumento de pesquisa foi apresentado as sete instituições que possuem cursos de administração e foi solicitado que os respondentes classificassem do melhor

ao menos qualificado, 92,9% assinalaram que a UFCG tem o melhor curso e, na sequência: 60,9% UEPB; 52,2% Unifacisa; 52,2% Uninassau; 28,3% Cesrei; e por último com 58% UNIP.

Quanto a minoria de 7,1% que não classificou a UFCG como a melhor, 38,5% estão matriculados por conta da gratuidade; 15,4% devido ao prestígio que a instituição possui perante o mercado de trabalho; 15,4% por ser uma universidade federal; e, oportunidade que a instituição oferece, localização, influência de amigos e assistência estudantil tiveram 7,7% cada. Em relação a gratuidade, os alunos fizeram os seguintes comentários: *“Porque é gratuito e faz parte de uma universidade federal”*, *“Acredito ser a segunda melhor, mas fiz vestibular por ser pública”*. Além do mais, em relação ao prestígio, os alunos declararam o seguinte: *“Pelo reconhecimento no mercado da instituição”*, *“Devido a uma melhor visão no mercado na hora de selecionar o candidato”*.

Com isso, mais uma vez, a gratuidade e o prestígio do curso aparecem entre um dos motivos relevantes para a escolha, inclusive dos alunos que não acham o Curso de Administração o melhor da região.

Quanto à localização da universidade, foram encontrados os seguintes resultados: média 6,0; desvio-padrão 3,23; coeficiente de variação 54%; e moda 10. Conforme se pode observar, a localização teve influência média na escolha do curso. Este grau foi mais influente para aqueles estudantes oriundos de escola pública, obtendo uma média de 6,16 e se diferenciando daqueles estudantes de escolas particulares com média de 5,65. A razão da diferença no grau de influência está, provavelmente, no maior poder aquisitivo dos estudantes de escolas particulares e na maior facilidade de locomoção.

Em relação a aparência das instalações, os resultados encontrados foram: média 4,9; desvio-padrão 2,94; coeficiente de variação 60%; e moda 5. No que se refere ao coeficiente de variação, o mesmo apresenta uma dispersão muito alta dos dados. Os resultados evidenciam que a aparência tem uma influência média em relação à escolha do curso, provavelmente pelo fato da aparência estética das instituições públicas terem qualidade inferior das privadas. Como a UFCG possui algumas partes mais antigas e sem manutenção, é possível que isso tenha colaborado para esse resultado.

A localização e a aparência das instalações, obtiveram as menores médias da dimensão universidade, demonstrando que as mesmas não influenciaram tanto os alunos como os demais aspectos anteriormente mencionados.

- Dimensão Curso:

Quanto a dimensão *curso*, a conceituação do curso obteve os seguintes resultados: média 8,3; desvio-padrão de 1,9; coeficiente de variação de 24%; e moda 10. A esse respeito, os alunos fizeram tais comentários: *“Na minha visão o melhor curso de administração é na UFCG”*, *“Tenho convicção que é o melhor curso”*, *“Curso bastante organizado e os professores bem capacitados”*, *“Conceito 5 no ENADE é para poucos”* e *“Curso conceituado no ENADE”*. Dessa forma, a conceituação do Curso de Administração exerceu uma influência muito alta e foi a mais alta da dimensão em análise. Essa importância é ressaltada na concordância geral dos alunos, não havendo grandes distanciamentos entre a média da população e a média das sub-amostras: alunos diurnos, noturnos, oriundo de escola pública ou privada.

Em relação ao currículo do curso, os resultados encontrados foram os seguintes: média 7,3; desvio-padrão 2,4; coeficiente de variação 33%; e moda 8. A esse respeito, um aluno fez a seguinte observação: *“A nova grade curricular deixou o curso mais dinâmico e atrativo”*. O resultado anterior mostra que houve um alto grau de influência e uma dispersão dos dados muito alta, apesar de estar entre uma das menores dispersões da pesquisa.

Quanto a existência de um curso noturno, os resultados encontrados foram os seguintes: média 4,8; desvio-padrão 4,0; o coeficiente de variação 83%; e moda 0. Com isso, a influência foi considerada baixa obtendo uma alta dispersão dos dados em torno da média. Essa alta dispersão pode ter sido influenciada pela diferença das respostas dos alunos do turno diurno e noturno. Entre os alunos do curso Noturno a média obtida para a existência de curso noturno foi de 8,6, dessa forma observamos que para esse grupo de alunos o curso noturno foi 78,8% mais relevante no momento da escolha. Entre os alunos que estudaram o ensino médio integralmente em escola pública, a existência de um curso noturno obteve a média de 5,7. Com isso, observamos que para este grupo de alunos a oferta de curso noturno foi 17,1% mais relevante. Uma possível explicação para esse fenômeno seria a necessidade dos alunos de escolas públicas, por possuírem uma renda familiar menor, terem que estudar e trabalhar para ajudar a família ou para se sustentar.

A página da internet atraente e clara apresentou os seguintes resultados: média 3,4; desvio-padrão 3,0; coeficiente de variação 89%; e moda 0. Dessa forma, a página da internet apresenta uma alta dispersão dos dados em torno da média e uma baixa influência na escolha do curso. Para os alunos que cursaram o ensino médio na maior parte em escola pública, a existência de uma página da internet obteve uma média de 4,6, sendo 34,3% mais relevante que a média da população. Dessa forma, para os alunos de escola pública, uma página pode ser uma fonte de informações sobre os cursos pretendidos. Em relação aos alunos que cursaram o ensino médio na maior parte em escola privada, a existência de uma página apresentou uma média de 2,4, sendo 30,3% menos relevante que a média da população. Essa diferença pode ser explicada pelo fato das escolas particulares instruem os seus alunos em relação aos cursos disponíveis, o que não ocorre na mesma proporção nas escolas públicas.

A baixa concorrência obteve os seguintes resultados: média 3,9; desvio-padrão 3,0; coeficiente de variação 70%; e moda 0. Dessa forma, constata-se a existência de uma alta dispersão dos dados, revelando que a variável possui uma baixa influência na escolha do curso. Ao analisar amostra período de ingresso, nota-se uma mudança no aumento da média dos alunos que sofreram mais influência acerca da baixa concorrência. Os ingressantes do período 2012.1 obtiveram a menor média da amostra, sendo ela 1,9 com uma variação de 21,4% sobre a amostra *T*. Já a maior média encontrada foi 4,8, obtida através dos ingressantes do período 2016.2, possuindo uma variação de 52,6%.

Em relação a escolha do curso de administração como segunda opção, os resultados encontrados: média 3,2; desvio-padrão 3,8; coeficiente de variação 122%; e moda 0. Dessa forma, é possível observar uma alta dispersão dos dados. A segunda opção de curso apresentou uma baixa influência na escolha do curso. Entre os alunos que cursaram o ensino médio em escola privada a média para a escolha do curso como segunda opção foi de 1,5, sendo 52,3 menos relevantes para os mesmos. Esse resultado pode ser explicado pelo fato desse grupo de alunos obterem um bom resultado no vestibular, não sendo necessário o ingresso em um curso que não seja sua primeira opção.

Quanto ao curso ser fácil, os resultados obtidos foram: média 2,5; desvio-padrão 2,7; coeficiente de variação 105%; e moda 0. Os dados apresentaram uma dispersão muito alta em torno da média, tendo uma influência baixa no momento da escolha do curso. Sendo possível entender que para os alunos da pesquisa, o Curso

de Administração não segue o estereótipo de facilidade, ou até mesmo segunda opção. Resultado semelhante foi encontrado na pesquisa de Silva e Machado (2007), onde os alunos participantes da pesquisa foram questionados se a baixa pressão e exigência de estudos no curso influenciaram em sua escolha. Como resultado, 68,9% dos graduandos das IES públicas e 61,5% das IES privadas discordaram que a facilidade de realização do curso foi um dos motivos que influenciaram na escolha.

- Dimensão Aspecto Pessoal:

Na dimensão composta pelos motivos relacionados aos aspectos pessoais, a influência da realização pessoal apresentou os seguintes resultados: média 7,9; desvio-padrão 2,4; coeficiente de variação 31%; e moda 0. Dessa forma, a realização pessoal possuiu dispersão muito alta dos dados em torno da média. Todavia, quando comparado com as outras, a realização apresentou um dos resultados mais baixos de dispersão. Diante dos resultados, tal influência apresentou alta influência na escolha pelo curso superior e obteve a maior média da dimensão *pessoal*. Sendo possível perceber essa importância no comentário de um respondente quando questionado sobre os motivos que o levaram a escolher o curso: “*Realização pessoal e profissional*”.

Quanto a aptidão para ser um administrador, os resultados obtidos foram: média 7,7; desvio-padrão 2,5; coeficiente de variação 32%; e moda 10. Sendo possível concluir que a aptidão para ser um administrador apresentou uma alta influência no momento da escolha do curso, além de possuir uma dispersão muito alta dos dados. Dentre os respondentes do período noturno, a média obtida para a aptidão foi de 8,1, sendo 5,3% mais relevante para este grupo de alunos. Tal resultado indica que os alunos que estudam a noite se sentem um pouco mais aptos para a profissão. Silva e Machado (2008) encontrou um resultado semelhante em sua pesquisa. De acordo com os autores, os alunos de administração da Paraíba consideraram o quesito inclinação ou talento com elevados níveis de concordância. Entre os alunos de IES públicas o resultado foi igual a 74,8% e entre IES privadas 77,2%.

Quanto a condução do próprio negócio, os resultados encontrados foram os seguintes: média 7,6; desvio-padrão 2,9; coeficiente de variação 38%; e moda 10. Dessa forma, constata-se que tal influência foi alta, com 64,5% dos alunos respondendo grau de influência entre 8 e 10. Além disso, conforme a classificação adotada na pesquisa, a dispersão dos dados foi considerada muito alta. Todavia, comparando-a com os resultados das outras variáveis da pesquisa, a dispersão de conduzir o próprio negócio está entre as menores.

Em relação às razões para a escolha do curso de administração, Matsumoto *et al.* (2015) relataram que 44% dos respondentes declararam que a possibilidade de abrir ou ampliar seu próprio negócio influenciaram na sua decisão. Dessa forma, em comparação a esse resultado, os alunos da UFCG atribuíram maior influência em conduzir seu próprio negócio.

Quanto o interesse em conduzir a empresa da família, os resultados encontrados foram os seguintes: média 3,7; desvio-padrão 3,9; coeficiente de variação 107%; e moda 0. É notório a altíssima dispersão dos dados, sendo uma das maiores da pesquisa. Além disso, aproximadamente 42% dos respondentes alegaram grau de influência “0”. Esse resultado pode ser explicado pela ausência de empresa familiar.

Todavia, é importante salientar que esse resultado teve resultados discrepantes nas amostras V e I. Para os alunos oriundos de escolas privadas, a variável em questão foi 13,5% maior em comparação à amostra-T, com média 4,2; e para os estudantes da escola pública, a média foi 16,3% menor que a amostra-T, com resultado igual a 3,1.

Além disso, as amostras M e F também tiveram resultados discrepantes. Com média igual a 4,0 e 3,3, respectivamente. Com isso, os homens sofreram maiores influências em relação ao interesse em conduzir a empresa da família em 9,9%.

Quanto à indecisão, os resultados encontrados foram os seguintes: média 3,5; desvio-padrão 3,9; coeficiente de variação 112%; e moda 0. Pode-se observar que o resultado foi baixo, dessa forma, na maioria dos casos, a indecisão não influenciou na escolha pelo curso. Todavia, a dispersão dos dados em torno da média foi considerada altíssima. Em relação aos alunos do período noturno, a indecisão obteve uma média de 2,8, sendo 18,7% menos influente para esse grupo.

Dessa forma, de acordo com o resultado da variável *aptidão*, além dos alunos do período noturno se sentirem mais aptos para a profissão do administrador, eles sofreram menos com indecisão para a escolha do curso. Silva e Machado (2007) encontrou um resultado semelhante, dado que, a “Falta de interesse específico” recebeu avaliação negativa, com percentuais de 72,2% nas IES públicas e 61,0% nas IES privadas.

Quanto a influência da família os resultados encontrados foram: média 3,2; desvio-padrão 3,5; coeficiente de variação 110%; e moda 0. Tal influência obteve uma

das menores média na dimensão pessoal. Além do mais, 17,5% alegaram índices de influência muito altos.

Matsumoto *et al.* (2015) encontraram um resultado semelhante em sua pesquisa com alunos do ensino superior oriundos de IES privadas. Dos entrevistados, apenas 11% afirmaram terem tido algum tipo de influência familiar. Além disso, dentre as principais fontes de informação que motivaram na escolha do curso de administração, Camargos *et al.* (2008) destacou que a experiência de trabalho ficou em primeiro lugar, seguido da opinião dos pais e dos amigos.

Quanto a influência de terceiros, os resultados encontrados foram os seguintes: média 3,0; desvio-padrão 3,2; coeficiente de variação 108%; e moda 0. A influência de terceiros obteve média baixa e foi a menor média da dimensão *pessoal*.

- Dimensão Profissão:

A atuação em diversas áreas obteve os seguintes resultados: média 8,6; desvio-padrão 2,1; coeficiente de variação 25%; e moda 10. Dessa forma, é possível observar uma alta dispersão dos dados em torno da média. A atuação em diversas áreas apresenta uma influência muito alta na escolha do curso. É importante salientar que a formação generalista do curso foi apontada por alguns respondentes como um importante motivo para sua escolha. Nos seguintes comentários é possível verificar essa importância: *“Maior abrangência em concursos públicos”*, *“Muitos assuntos abordados em concurso são estudados em sala de aula”*. Dessa forma, além da formação generalista do curso, a grande demanda de concursos na área influencia os alunos no momento da escolha.

A possibilidade de ascensão financeira apresentou os seguintes resultados: média 7,4; desvio-padrão de 2,3; coeficiente de variação 32%; e moda 8. Dessa forma, é possível observar que a ascensão tem uma alta dispersão dos dados e apresenta uma alta influência na escolha do curso, havendo uma concordância entre os alunos do período noturno, diurno e os alunos oriundos de escola privada e pública. Sendo possível ver essa importância nos seguintes comentários dos respondentes sobre os motivos que o levaram ao escolher o curso *“A possibilidade de ter um cargo melhor no meu trabalho”* e *“Almejar um campo mais elevado na empresa”*. Assim, os alunos no momento de decidirem o curso superior, levam em conta questões como cargos e salários.

Quanto a facilidade de inserção no mercado, os resultados obtidos foram os seguintes: média 6,8; desvio-padrão 2,7; coeficiente de variação 41%; e moda 8.

Diante desses resultados, a facilidade de inserção no mercado apresenta uma alta dispersão dos dados em torno da média e uma alta influência na escolha do Curso de Administração da UFCG, apresentando concordância entre os respondentes da pesquisa. Assim é possível entender que os alunos, no momento de escolha do curso, levam em consideração as chances de inserção no mercado. Essa fácil inserção pode ser relacionada com a formação generalista do curso que acaba permitindo que os alunos migrem para as diversas áreas de atuação, tendo mais facilidade de sucesso no mercado.

A profissão de destaque apresentou os seguintes resultados: média 6,7; desvio-padrão 2,5; coeficiente de variação 38%; e moda 7. A mesma apresenta uma dispersão muito alta dos dados. O destaque da profissão tem uma alta influência na escolha do curso, apresentando concordância entre os alunos do período diurno, noturno e os alunos vindos de escola pública e privada. Dessa forma é possível entender que os alunos, além de serem influenciados por cargos e salários, também são fortemente influenciados pelo status da profissão no momento da escolha do curso.

CONCLUSÃO

A dimensão *profissão* possuiu a maior média entre as demais dimensões. Tal fato foi resultado de as variáveis da dimensão terem níveis de influência alto. A possibilidade de atuação em diversas áreas, a ascensão profissional, a facilidade de inserção no mercado de trabalho e o destaque da profissão, mostraram grande relevância para os alunos no momento da escolha. Isso demonstra uma preocupação em ingressar no mercado e a possibilidade de obter sucesso na carreira antes mesmo de adentrarem nas IES.

No entanto, a dimensão *curso* obteve a menor média entre as demais dimensões. Esse resultado foi causado pelas variáveis da dimensão apresentarem variações nos níveis de influência, sendo na maior parte baixos. A facilidade de realização do curso, segunda opção de curso, concorrência baixa, existência de curso noturno e página na internet apresentaram pouca influência o que colaborou para o resultado da dimensão.

No geral, os alunos de administração parecem ser mais propensos a se apresentarem com personalidade forte, já que as influências de familiares ou de terceiros foram mínimas. São guiados principalmente pela gratuidade, prestígio da

universidade, conceituação do curso, perspectiva de atuação em diversas áreas e realização pessoal.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil, através do Programa Institucional de Voluntários de Iniciação Científica, PIVIC/UFCG e também do Programa de Educação Tutorial do Ministério da Educação, através do PET Administração da UFCG.

REFERÊNCIAS

- ABMES. O Cenário da Educação Superior no Brasil. Disponível em: <https://abmes.org.br/arquivos/pesquisas/censo_da_educacao_superior_no_brasil.pdf> Acesso em: 07 de jun. de 2018.
- BARROS, Aparecida da Silva Xavier. Expansão da educação superior no Brasil: limites e possibilidades. In: Educ. Soc., Campinas, v. 36, nº. 131, p. 361-390, abr.-jun., 2015.
- BIAZUS, C. A. **Sistema de fatores que influenciam o aluno a evadir-se dos cursos de graduação na UFSM e na UFSC**: um estudo no curso de Ciências Contábeis. 2004 152 f. Tese (Doutorado)– Programa em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, 2004.
- BOMTEMPO, M. S.; SILVA, D.; FREIRE, O. B. L. Motivos da Escolha do Curso de Administração de Empresas por meio da Modelagem de Equações Estruturais. **Pretexto**, v.13, n.3, p.108-129, 2012.
- COMPROV – UFCG. Disponível em: <<http://apps.sti.ufcg.edu.br/chamadas-sisu/2018-2/2/>>. Acesso em: 29 de junho de 2018
- CORBUCCI, P. R.; KUBOTA, L. C.; MEIRA, A. P. B. Evolução da educação superior privada no Brasil: da reforma universitária de 1968 à década de 2010. **Radar**, Brasília, n. 46, p. 7-12, ago. 2016. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7066/1/Radar_n46_evolu%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 29 de jun. 2018.
- ENSINO SUPERIOR NOS BRICS**. Caderno CRH, Salvador, v. 28, n. 74, p. 267-289, Maio/Ago. 2015.
- GOMES, F. **Curso de Estatística Experimental**. 14.ed. Piracicaba: Degaspari, 2000. 477p.
- GOMES, L. P. História da administração. CRA em Ação: Informativo Mensal do CRA/ CE, v. 1, n. 7, 2005. Disponível em: <<http://www.sobreadministracao.com/historia-e-evolucao-da-administracao/>>. Acesso em: 12 de maio 2018.
- HEY, I. R. *et al.* Fatores que Influenciam na Escolha do Acadêmico pelo Curso de Ciências Contábeis: Um Estudo Quantitativo Aplicado aos Acadêmicos de uma Universidade Estadual do Paraná. In: **Anais do Congresso Universidade Federal de Santa Catarina de Controladoria e Finanças, Florianópolis, SC, Brasil**. 2015.
- INEP. Censo da Educação Superior 2010. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/documentos/2010/divulgacao_censo_2010.pdf>. Acesso em: 08 de mai. 2018.
- INEP. Censo de educação superior 2016. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/mec-e_inep-divulgam-dados-do-censo-da-educacao-superior-2016/21206>. Acesso em: 08 de mai. 2018.
- INEP. Resumo técnico: censo da educação superior 2009. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2009/resumo_tecnico_2009.pdf>. Acesso em 07 de jun. de 2018.
- INEP. Sinopse Estatística da Educação Superior 2001. Brasília: Inep, 2002. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/web/guest/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>>. Acesso em: 29 de jun. 2018.

INEP. Sinopse Estatística da Educação Superior 2016. Brasília: Inep, 2017. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/web/guest/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>>. Acesso em: 29 de jun. 2018.

IPEA. Radar: Tecnologia, Produção e Comércio Exterior. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7061/1/Radar_n46.pdf>. Acesso em: 29 de jun. 2018.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14ed. São Paulo: Pearson, 2012.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MEC. Brasil supera média da OCDE de ingresso de estudantes. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/ultimas-noticias/212-educacao-superior-1690610854/19080-brasil-supera-media-da-ocde-de-ingresso-de-estudantes>>. Acesso em: 29 de jun. 2018.

MORETTO, C.F. **Ensino superior, escolha e racionalidade**: os processos de decisão dos universitários do município de São Paulo. Tese de Doutorado. 2002.

NICOLINI, Alexandre Mendes. **A graduação em Administração no Brasil**: Uma análise das políticas públicas. Rio de Janeiro, 2000.

NIE, N.H. *et al.* **Statistical package for social science**. New York: McGraw-Hill. 1975.

NUNES, C. A. **Fatores determinantes na escolha pelo curso de ciências contábeis em IES particulares da cidade de São Paulo**. 2014. 89 p. Dissertação de Mestrado em Ciências Contábeis - Fundação e Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP, São Paulo, 2014.

OLIVEIRA, F. B.; SAUERBRONN, F. F. Trajetória, desafios e tendências no ensino superior de administração e administração pública no Brasil: uma breve contribuição. **Revista de Administração Pública**, v.41(Edição Especial Comemorativa), 149-170, 2007.

PEREIRA, F.C.B. **Determinantes da evasão de alunos e os custos ocultos para as instituições de ensino superior**: uma aplicação na UNESCO. Tese de doutorado. 2003.

ROESCH, S.M.A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SANTOS, J. A.; PARRA FILHO, D. **Metodologia Científica**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

SCA. Sistema de Controle Acadêmico da UFCG. 2018.

SCHWARTZMAN, S. Demanda e políticas públicas para o ensino superior nos BRICS. **Cadernos CRH**, Salvador, v. 28, n. 74, p. 267-289, Maio/Ago. 2015. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/crh/article/view/19897>. Acesso em: 30 de jun. 2018.

SELLTIZ, L.W.; COOK, S. **Research Methods in Social Relations**. New York: Rinehart and Winston, 1976.

SERASA. Sala de imprensa. Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/em-2017-numero-de-novos-microempreendedores-individuais-chegou-a-17-milhao>>. Acesso em: 08 de jun. de 2018.

SILVA, W. R.; MACHADO, M. A. V. Motivos que Levam os Alunos a Cursar Graduação em Administração: Uma análise comparativa entre instituições públicas e privadas do estado da Paraíba. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 8, n. 4, p. 125-152, 2007.

SOUZA, S. A.; REINERT, J. N. Motivação para entrada e permanência nos cursos de graduação em Administração da UFMS, In: **EnANPAD**, 2009, São Paulo-SP. Anais eletrônicos. São Paulo: ENANPAD, 2009.

VIEIRA, Valter Afonso. As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. **FAE**, Curitiba, v.5, n.1, p.61-70, jan./abr. 2002.