



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA – DAEC
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

LAÍS CAMPOS

**ESCOLHA E PERMANÊNCIA DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UEPB:
Opção ou Vocação?**

**CAMPINA GRANDE – PB
2019**

LAIS CAMPOS

**ESCOLHA E PERMANÊNCIA DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UEPB:
Opção ou Vocação?**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Departamento de Administração e Economia da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharela em Administração.

Orientador: Dra. Larissa Ataíde Martins Lins Bezerra

**Campina Grande – PB
2019**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

C198e Campos, Lais.
Escolha e permanência do curso de Administração da UEPB [manuscrito] : opção ou vocação? / Lais Campos. - 2019.
16 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas , 2019.
"Orientação : Profa. Dra. Larissa Ataíde Martins Lins Bezerra , Departamento de Administração e Economia - CCSA."
1. Curso de Administração . 2. Estudantes de Administração. 3. Formação profissional. I. Título
21. ed. CDD 658

LAIS CAMPOS

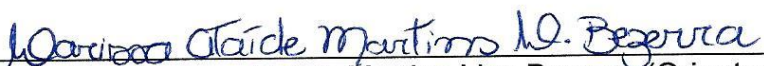
10,0 (dez)

**ESCOLHA E PERMANÊNCIA DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UEPB:
Opção ou Vocação?**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Departamento de Administração e Economia da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do grau de graduanda em Administração.

Aprovada em: 05 / 12 / 2019.

BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Larissa Ataíde Martins Lins Bezerra (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profa. MSc Maria Dilma Guedes (Examinadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Lucinei Cavalcanti (Examinador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedico aos meus pais, pela dedicação, companheirismo e amizade.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	7
2,1	Motivação	7
2.2	Teorias das Necessidades Humanas.....	8
2.2.1	<i>Teoria da hierarquia das necessidades de Maslow</i>	8
2.2.2	<i>Teoria dos dois fatores de Herzberg</i>	6
2.2.3	<i>Teorias X e Y de McGregor</i>	9
3	METODOLOGIA	9
4	RESULTADOS	11
5	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	12
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	15
	REFERÊNCIAS.....	16

ESCOLHA E PERMANÊNCIA DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UEPB: Opção ou Vocação?

CHOICE AND PERMANENCE OF THE UEPB ADMINISTRATION COURSE: Option or Vocation?

Laís Campos*

RESUMO

Este estudo teve como objetivo identificar e analisar os motivos de entrada e permanência dos estudantes no curso de graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). A pesquisa se caracterizou como descritiva, exploratória, bibliográfica e quali-quantitativa. Foram aplicados 142 questionários com estudantes da UEPB em Administração. Os discentes responderam de forma voluntária e espontânea as seguintes questões: O que te motivou a escolher o curso de administração? e Quais fatores contribuíram para sua permanência no mesmo? As respostas foram analisadas e distribuídas em 08 categorias seguindo o modelo utilizado por Souza e Reinert (2010). Ao selecionar os resultados, tornou-se notório que os estudantes em sua maioria, ingressaram na graduação principalmente pelos seguintes por motivos: identificação, mercado de trabalho, desenvolvimento profissional e características do curso. Já em sua permanência, os fatores que se sobressaíram foram: identificação, desenvolvimento profissional e pessoal e o mercado de trabalho. Portanto, diante desse contexto, os dados deste estudo evidenciaram que os motivos de entrada não se distanciam da razão de permanência dos estudantes no curso.

Palavras-Chave: Estudantes. Entrada. Permanência. Motivos.

ABSTRACT

His study aimed to identify and analyze the reasons for students' entry and permanence in the undergraduate degree in Business Administration of the State University of Paraíba (UEPB), and motivational theories are addressed. The research is characterized as descriptive, exploratory and case study. We included 142 questionnaires with UEPB graduation in Administration. Students respond voluntarily and spontaneously to the following questions: "What motivated you to choose the business course?" and "What are the reasons for staying on course?" The answers were analyzed and distributed in 08 categories, following the model used by Souza and Reinert (2010). In selecting the results, it became clear that most students were graduating for reasons such as identification, job market, professional development, and course resources. Already in your stay, you can get an identification, a professional and personal development and a job market. Making it clear and evident that the reason for entry is not far from the reason students stay in the course.

Keywords: Students. Input. Permanence. Reasons.

* Graduanda em Administração pela Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: <laisc.adm@outlook.com>

1 INTRODUÇÃO

O processo de escolha de um curso de graduação representa um momento crítico tanto para os estudantes quanto para as instituições de ensino superior (IES). No sentido de acompanhar o ritmo acelerado das constantes transformações, as organizações precisam de profissionais capacitados, que as façam se destacar da concorrência. Com esta necessidade em evidência, os estudantes no intuito de atender às exigências do mercado de trabalho, buscam se qualificar nas universidades, desenvolvendo suas habilidades e conhecimentos para alcançarem êxito no futuro profissional.

De acordo com Gondim (2002, p. 300):

A ênfase numa formação generalista e a ampliação das possibilidades de experiência prática durante o curso superior são avaliadas como alternativas para atender a exigência de um perfil multiprofissional e proporcionar a maturidade pessoal e a identidade profissional necessárias para agir em situação de imprevisibilidade, realidade a que estão sujeitas as organizações atuais.

Desta forma, pode-se inferir que a universidade não se limita apenas a transmitir conhecimento, ela oferece oportunidade para que o discente possa aprimorar e desenvolver suas habilidades e conhecimentos a partir das experiências vividas no âmbito acadêmico. Como é perceptível, um dos objetivos das instituições de ensino superior no Brasil, especialmente dos cursos de administração, é instruir e exercitar a capacidade necessária no aluno, possibilitando que o mesmo entre no mercado de trabalho com potencial para resolver situações diversas no cotidiano das organizações. Dentro desse contexto de globalização, novos desafios emergem, tornando-se cada vez mais pertinente a necessidade constante de aprimoramento e renovação dentro do ambiente universitário.

Ao realizar uma pesquisa com estudantes universitários, Gondim (2002), ressalta que embora alguns estudantes afirmem que a identidade profissional foi o seu principal motivo pela escolha do curso superior, a maior parte deles reconhece que existem inúmeros outros fatores que interferem neste processo, como a influência e expectativa dos pais. Pode-se afirmar assim, que outros fatores interferem no processo de escolha do aluno, gerando diversos questionamentos no momento de escolha.

Atualmente, ao reconhecer as necessidades de um mercado cada vez mais exigente, os estudantes se deparam com questionamentos ao ingressar na Universidade como, por exemplo, qual universidade escolher, em qual curso ingressar, entre outras indagações. Na realidade, eles tendem a tomar decisões baseadas em fatores que podem afetar suas aspirações futuras, na tentativa de evitar arrependimento.

De acordo com estudos recentes, na busca por maior competitividade no mercado, diversas empresas, têm apresentado um grau de exigência cada vez maior em relação a competência e formação profissional. Mediante os fatos supracitados, observa-se que os estudantes se deparam com diversos questionamentos antes mesmo de entrar na universidade como, por exemplo, qual universidade escolher, em qual curso ingressar, entre outras indagações. Em suas escolhas buscam evitar ao máximo, erros que possam afetar sua vida profissional. Deste modo, cria-se um vínculo entre os discentes, a universidade e o mercado de trabalho.

Por conseguinte, torna-se evidente que a escolha do curso de graduação é um momento de grande importância para muitos estudantes. Ao ingressar na universidade, o aluno está dando o primeiro passo para sua formação profissional direcionada ao mercado de trabalho. As universidades exercem uma função imprescindível, na busca por uma formação profissional de excelência que refletirá em seu reconhecimento social e acadêmico.

Portanto, este estudo busca responder aos seguintes questionamentos: O que te motivou a escolher o curso de administração? e Quais fatores contribuíram para sua permanência no mesmo?

Para ajudar a solucionar parte deste questionamento, este estudo busca identificar e analisar os motivos de entrada e permanência dos estudantes no curso de graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

Essa Instituição tem como missão a formação cidadã, mediante a produção e a socialização do conhecimento, contribuindo para o desenvolvimento educacional e sociocultural da região Nordeste, particularmente do Estado da Paraíba, em sintonia com o Plano de Desenvolvimento Sustentável Estadual.

Para oferecer subsídios a esta discussão, inicialmente serão apresentadas as bases teóricas relativas a cada constructo. Em seguida, serão comentados os indícios teóricos sobre o tema e os aspectos metodológicos; posteriormente, os resultados, encerrando com as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta etapa do trabalho serão levados em consideração aspectos como: Motivação e Teorias das necessidades humanas, a exemplo de: Teoria das Necessidades de Maslow, Teoria X e Y de McGregor e teoria dos Dois Fatores de Herzberg.

2,1 Motivação

No âmbito organizacional existem diversos fatores que ocasionam a satisfação e insatisfação nas pessoas. Silva (2018) afirma que embora os estudantes universitários recebam benefícios distintos de profissionais que atuam no mercado de trabalho, as necessidades de ambos interferem no desempenho. Desta forma, podemos salientar que embora os alunos não sejam remunerados, os mesmos investem seus esforços e esperanças na área, embasados nos conhecimentos adquiridos durante a graduação e no aprofundamento das áreas vinculadas. Assim sendo, é preciso entender o que impulsiona o comportamento dos colaboradores, percebendo esta necessidade para maior compreensão deste estudo, serão abordadas brevemente algumas teorias motivacionais.

Ao abordar a motivação Lopes (2003, p. 8), afirma que:

O que é Motivação? É a força que nos estimula a agir, provoca algum tipo de ação ou comportamento humano. No passado, acreditava-se que essa força necessitava ser “injetada” nas pessoas, hoje se sabe que cada um de nós tem uma, motivação própria, gerada por fatores distintos e pessoais. A motivação indica o processo pelo qual um conjunto de razões ou motivos explica, induz, incentiva, estimula ou provoca algum tipo de ação ou pode motivar indivíduos ao trabalho - fatores tangíveis como dinheiro e fatores intangíveis como sendo de realização.

Sendo assim, a motivação é uma força que nos estimula para uma ação, cada indivíduo tem sua própria forma de motivação, podendo ela ser influenciada ou não por bens tangíveis. Antunes, Stefano e Berlato (2013) declaram que por cada indivíduo possuir orientações motivacionais distintas, torna-se difícil entender e aceitar as motivações do outro, devido a estas diferenças de necessidades para cada indivíduo, elas são comparadas aos desejos, que ao serem supridos tornam a pessoa satisfeita e quando não, insatisfeita. A fim de identificar as origens da determinação do indivíduo para atingir seus objetivos, vários estudiosos pesquisaram a área motivacional, dentre os quais Maslow, que desenvolveu a Hierarquia das necessidades ou como é mais comumente conhecida a Pirâmide de Maslow.

2.2 Teorias das Necessidades Humanas

Dentre as principais teorias das Necessidades Humanas, destacam-se: Hierarquia das Necessidades de Maslow, Teoria dos dois fatores de Herzberg e Teorias X e Y de McGregor.

2.2.1 Teoria da Hierarquia das necessidades de Maslow

A teoria de Maslow (apud BANDEIRA; SILVA; MEDEIROS, 2018), argumenta que o ser humano tem necessidades complexas que podem ser hierarquizadas, que variam e se alternam de acordo com as circunstâncias vividas pelo indivíduo. A teoria de Maslow também destaca que para que novas necessidades surjam na pirâmide hierárquica, as que estão no topo devem ser supridas. A pirâmide de Maslow foi classificada em cinco níveis, sendo eles: necessidades fisiológicas são as necessidades básicas relacionadas a sobrevivência de qualquer indivíduo, como comer e dormir; a necessidade de segurança está vinculada a sensação de proteção sob eventuais perigos e ameaças sejam eles físicos ou emocional; necessidades sociais, o fato de pertencer a algum grupo social em busca de amor, aceitação e pertencimento; a estima se relaciona a necessidade do auto reconhecimento e respeito da capacidade do indivíduo por meio de outrem; a auto realização, está no topo da pirâmide, associa-se ao potencial máximo do indivíduo de fazer o que gosta e a capacidades necessária para fazer, com satisfação. (ARAUJO apud SILVA; RODRIGUES, 2007). A Hierarquia das necessidades desenvolvida por Maslow acredita que todo indivíduo tem a capacidade de se autodesenvolver e alcançar a autorrealização, porém, poucos conseguem atingi-la.

2.2.2 Teoria dos dois fatores de Herzberg

Outra teoria que trata deste tema é a Teoria X e Teoria Y desenvolvidas por McGregor, estas teorias estão baseadas, na forma a qual o gestor deve lidar com seus subordinados no ambiente organizacional. Na Teoria X é baseada no conceito de desconfiança, onde os subordinados são considerados preguiçosos, que evitam o trabalho e as responsabilidades. Por este motivo, os subordinados devem ser controlados, obtendo uma cobrança maior de seus gestores. Estas pessoas são motivadas pela remuneração. Já a Teoria Y está embasada na confiança, os colaboradores se mostram automotivados, são esforçados, criativos e aceitam responsabilidades, estas pessoas são motivadas por fatores intangíveis como a automotivação e reconhecimento, não havendo necessidade constante de cobrança

do gestor. Se compararmos as Teorias X e Y no âmbito acadêmico em uma sala de aula, percebemos os colaboradores como da Teoria X, como os estudantes preguiçosos que são motivados por pontuação, portanto, precisam de maior atenção e inflexibilidade, já as pessoas da Teoria Y são estudantes esforçados, que estudam por prazer e sentem autorrealização, ao desenvolver suas atividades, portanto, o professor não necessita ser rigoroso e exigente. (ARAÚJO, 2018).

2,2,3 Teorias X e Y de McGregor

A Teoria dos dois fatores, desenvolvida por Herzberg, também considera o ambiente organizacional. Nesta teoria Herzberg aborda dois tipos de fatores, os higiênicos e os motivacionais. No caso os higiênicos são aqueles que estão voltados para a não insatisfação do funcionário, como a política da empresa, a supervisão, o relacionamento com o chefe, condições de salário e relação com os colegas de trabalho, ou seja, eles não motivam o funcionário, mas a ausência de um destes fatores pode provocar a insatisfação do mesmo. Os motivacionais, estão relacionados a satisfação, eles motivam o colaborador por meio da realização, reconhecimento, o conteúdo das tarefas, responsabilidade, avanços e crescimento no trabalho. (BANDEIRA, SILVA; MEDEIROS, 2018).

Segundo Antunes, Stefano e Berlato (2013), para que todos alcancem seus objetivos, é necessário que os colaboradores estejam motivados, com a determinação a executar o esforço necessário a fim de alcançar objetivos enquanto, a organização deve evidenciar que cada funcionário exerce um trabalho fundamental na organização. O mesmo vale para a universidade e seus estudantes, a relação dos estudantes e de seus colaboradores deve estar alinhada, para atender as expectativas desejadas por ambas às partes, a fim de que os objetivos sejam atingidos de forma eficiente. Esta parceria pode evitar uma série de resultados negativos para as organizações, como a evasão no trabalho. A evasão é um dos principais motivos que causa preocupação nas organizações e instituições de ensino, ela gera custos e atrapalha o desempenho organizacional. Alguns estudiosos afirmam que esse fenômeno é causado por diversos motivos, dentre eles está a insatisfação. Por esta razão, Klein e Mascarenhas (2014), afirmam que é indispensável a identificação da motivação e permanência dos funcionários no trabalho.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa possui o intuito de identificar e analisar os motivos de entrada e permanência dos estudantes no curso de graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

De um universo de 450 discentes do curso matutino e noturno, chegou-se a uma amostra válida de 142. A presente pesquisa pode ser caracterizada como descritiva de caráter exploratório. Segundo Gil (2008), é o tipo de pesquisa que visa descrever um objeto pesquisado e se utiliza geralmente de um instrumento, que pode ser o questionário.

A presente pesquisa se utiliza de dados bibliográficos, além de ser exploratória para demonstrar a necessidade em se promover mudanças nas atuais condições de trabalho desse profissional a fim de aperfeiçoar os resultados obtidos pela administração pública no município de Campina Grande. De acordo com Gil

(1988), esse tipo de pesquisa é desenvolvido a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

As amostras foram coletadas para uma apreciação qualitativa e quantitativa, possibilitando o aprofundamento prático dos conhecimentos fornecidos pelos estudos teóricos. As respostas foram analisadas mediante a técnica de análise de conteúdo. Segundo Bardin (2011, p. 37), esse instrumento de análise procura “obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitem a inferência de conhecimento relativo às condições de produção/recepção destas mensagens.” Em relação aos dados quantitativos, estes foram tabulados, mensurados e analisados através da ferramenta *Microsoft Excel*.

No que diz respeito ao instrumento de coleta de dados, o questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. (LAKATOS; MARCONI, 2007). Assim, utilizou-se um questionário estruturado para a realização da coleta de dados, distribuído na presença do pesquisador, o qual foi aplicado em 24 de maio de 2019. Nessa data, 142 estudantes de todos os períodos do curso de Administração responderam de forma voluntária e espontânea às seguintes questões abertas: O que te motivou a escolher o curso de administração? e Quais fatores contribuíram para sua permanência no mesmo?

Portanto, por ambas as questões serem abertas, foi possível identificar mais de um motivo que justifique a entrada e a permanência dos estudantes pesquisados no curso de administração. As amostragens foram organizadas em 8 categorias e analisadas e distribuídas em subcategorias seguindo o modelo utilizado por Souza e Reinert (2010), sendo a primeira questão: O que te motivou a escolher o curso de administração? organizada da seguinte forma: 1) identificação (gostar, interesse, identificação e vocação ou sonho); 2) indecisão (indecisão, exclusão de alternativas e ter sido aprovado no vestibular); 3) Desenvolvimento profissional (desenvolvimento profissional e ter ou construir um negócio); 4) características do curso (abrangência e características do curso); 5) desenvolvimento pessoal (útil para a vida pessoal e adquirir conhecimentos na área); 6) mercado de trabalho (oportunidade/mercado amplo); 7) influência familiar (influência familiar) e 8) outros ou não respondeu (outros ou não respondeu).

Na segunda indagação Quais fatores contribuíram para sua permanência no mesmo? Mais uma vez seguindo Souza e Reinert (2010), alinhadas nas categorias: 1) identificação (está gostando, interesse, identificação e satisfação com o curso); 2) inércia (pegar diploma, não sabe, falta de alternativas e para concluí-lo); 3) desenvolvimento profissional (desenvolvimento profissional e expectativas profissionais ao se formar); 4) características do curso (abrangência e características do curso); 5) desenvolvimento pessoal (acrescenta algo na vida, adquirir conhecimentos e atingir objetivos); 6) mercado de trabalho (por oferecer oportunidades); 7) influência familiar (influência familiar) e 8) outros ou não respondeu (outros ou não respondeu).

Logo após serem classificadas nas devidas categorias, os dados foram contabilizados e tabulados no *software Microsoft Excel* para a elaboração dos gráficos correspondentes as questões respondidas. O percentual utilizado foi calculado a partir dos totais das oito categorias formadas em cada questão, não correspondendo ao total de alunos.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

Os resultados foram classificados através de categorias e criadas a partir de manifestações escritas dos estudantes. Vale salientar, que um mesmo indivíduo pode apresentar mais de um motivo de entrada e permanência, os quais também foram contabilizados.

Conforme Gondim (2002), há uma crescente dificuldade de responsáveis por recrutamento em conseguir profissionais habilidosos que ocupem as vagas disponíveis, colocando em discussão a eficiência do processo de formação e qualificação.

Os estudantes que almejam o sucesso profissional buscam direcionamento para alcançar um espaço de destaque no mercado de trabalho, recaindo sobre as universidades uma responsabilidade ainda mais relevante.

Dos resultados obtidos, sobre o que o motivou a escolha do curso de administração, as respostas que mais se destacaram foram as seguintes: 26,0% mencionaram ter identificação (gostavam, possuíam interesse, identificação, vocação ou sonho) seguido por oportunidades do mercado de trabalho 22,0%.

Gráfico 1 – Motivo de escolha do curso



Fonte: elaboração própria, 2019.

Na segunda indagação que abordava os motivos pelos quais levavam os alunos a permanecerem no curso, a maioria, 23,9% , destacou a identificação (está gostando, tem interesse e possui identificação e satisfação com o curso), seguido por desenvolvimento profissional, 20,5% (valorizam o desenvolvimento profissional e possui expectativas profissionais otimistas ao se graduar).

Gráfico 2 – Fatores que contribuíram para a permanência no curso

Fonte: elaboração própria, 2019.

A seguir será apresentada a discussão dos resultados sobre os motivos que levam os alunos de administração a entrarem e permanecerem no curso.

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O objetivo dessa pesquisa foi identificar e analisar os motivos de entrada e permanência dos estudantes no curso de graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

Foi contabilizado um total de 223 respostas para motivo de escolha e 234 para motivo de permanência no curso. Nesse sentido, foram classificados nas devidas categorias, tornando-se possível destacar os critérios de identificação dos alunos com o curso e o mercado de trabalho como os principais motivos pelos quais, estudantes almejavam a entrada no curso de administração da UEPB. Já no caso da permanência, a identificação e o desenvolvimento profissional se sobressaem diante dos demais motivos.

Vale salientar, que uma parte significativa dos estudantes entrevistados demonstrou uma intensa motivação oriunda de algum contato anterior com a área administrativa, seja por meio de cursos ou de sua atuação profissional; ou ainda, por exercer atividade laboral em alguma área correlata ao curso. Este fato é perceptível nos depoimentos, a seguir:

- *“Há um tempo fiz um curso de administração e logística, gostei bastante da área de administração e então resolvi vir fazer o curso na universidade.”*
- *“O fato de já ter trabalhado na área de administração, me motivou a cursar essa graduação.”*

Por conseguinte, pode-se considerar que tais motivos são de suma importância como agentes impulsionadores para a escolha do curso. Nos comentários supracitados é possível observar os critérios de identificação, seja no motivo de escolha ou na permanência, que apresentam em sua maior parte o fato do

estudante: gostar, obter interesse, se identificar ou de ter vocação ou sonho na área de atuação do curso; Portanto, torna-se comum encontrar subcategorias relacionadas umas com as outras, como:

- *"Gosto da área e minhas habilidades correspondem com o curso."*
- *"Sempre gostei da área e era um sonho fazer administração."*
- *"Sempre amei organizar e liderar."*

Também, se torna evidente a motivação dos alunos ao expressar de forma escrita os motivos de permanência:

- *"Vejo que posso me desenvolver ao máximo no curso, gosto muito, além da minha vontade de atuar na área da administração, e é algo que posso fazer em qualquer lugar do mundo."*
- *"Saber que meus sonhos e objetivos, partem de minha dedicação e desempenho enquanto estudante. O amor que tenho pelo curso."*

Os motivos pessoais reunidos sob o rótulo "identificação" (gostar, identificação, interesse, vocação) também são apontados em diversos estudos como primeiros motivos para escolha do curso de Administração. (SOUZA; REINERT, 2009). Este resultado pode ser considerado um aspecto positivo, pois a identificação com o curso é um importante motivo para a satisfação com a profissão. (BARDAGI, LASSANCE, PARADISO, 2003).

Portanto, é de fundamental importância que a instituição de Ensino formadora, cumpra seu papel social de agente transformador da realidade e impulsionador de motivação. Os alunos buscam nestas instituições suprir suas necessidades e anseios profissionais para serem preparados para o mercado de trabalho cada vez mais seletivo. A motivação observada neste estudo retrata que o mercado de trabalho (MT) é um dos principais motivos pelo qual o aluno opta pela escolha. Assim, o MT assume a quarta posição em relação à permanência; Esse fato demonstra que partes dos estudantes optam por outras razões motivacionais no decorrer do curso, se afastando da indecisão que se conecta aos relatos dos estudantes de qual área de atuação seguir.

Alguns alunos demonstram segurança na escolha de sua decisão profissional tecendo os seguintes comentários:

- *"Por ser um curso de múltiplas áreas me possibilita uma infinidade de caminhos para meu futuro profissional."*
- *"Pela abrangência da área de atuação."*
- *"O curso de administração abre um variado leque de possibilidades dentro do mercado de trabalho, pois, possibilita a atuação em vários segmentos do mercado."*

Desta forma, é perceptível que os estudantes entram no curso de administração devido ao seu variado ramo de atuação, com a expectativa de fazer a escolha certa de seu futuro profissional. Há também entre eles uma parcela que demonstra interesse em participar de concursos públicos na área. Participam do curso como uma forma de se desenvolver e preencher requisitos como a necessidade de diploma. Por outro lado, quando se fala no caso de permanência, o curso não é visto apenas como uma aposta na escolha correta de atuação, mas em uma oportunidade que a vida profissional pode lhes oferecer no mercado.

Constatou-se ainda que a indecisão na escolha do curso apareceu na quarta posição de motivo da entrada, conforme demonstra as seguintes respostas dos entrevistados:

- *"Foi um "tiro" às cegas, nunca tinha pensado em administração e não sabia o que queria fazer."*
- *"Estava na dúvida quanto ao curso que iria escolher, coloquei administração como opção e fui aprovado."*

Mediante esses dados, percebeu-se que os estudantes fazem suas escolhas por método de eliminação de outras alternativas, por falta de vagas ou pontuação necessária para entrar no curso desejado, optando pelo curso como segunda alternativa. Já no caso da permanência, na subcategoria específica, na “inércia”, poucos revelam não saber justificar sua permanência na instituição. A maioria dos alunos está interessada em se formar e adquirir o diploma, pois, reconhece a importância da formação superior para no mercado diante da atual concorrência, como demonstram os comentários:

- *“Gostaria mesmo é de ter um diploma para trabalhar em determinadas empresas.”*
- *“Em muitos casos ter diploma é pré-requisito para disputar uma vaga ou promoção, preciso ter um curso superior.”*

O desenvolvimento profissional tanto na permanência como na escolha do curso é um dos mais citados, obtendo o terceiro lugar no motivo de escolha do curso e passando para o segundo lugar na permanência. Esse fator é considerado como algo de fundamental importância para o mercado e para que os estudantes obtenham sucesso profissional (principalmente aqueles que já trabalham na área). Nesse sentido, o desenvolvimento profissional, em uma abordagem simplista se refere ao conjunto de atitudes construtivas que levam o indivíduo a superar suas adversidades em uma busca por seu aprofundamento profissional. Assim, ampliam-se os conhecimentos, descobertas de novas habilidades e aprimoramento de suas competências. Além disso, abre-se um leque de possibilidades de atuação em uma carreira profissional.

De acordo com Le Boterf (1999), O profissional é aquele que sabe administrar uma situação profissional complexa. Nesse sentido, surge a necessidade de um maior significado das tarefas, como também a busca até mesmo pelo autodesenvolvimento profissional. Observa-se ainda a seguinte resposta:

- *“Eu já possuía formação na área e trabalhava no mesmo setor, então, decidi aprimorar minha carreira profissional através do curso superior em administração.”*

Outro aspecto neste grupo é a expectativa de se aperfeiçoar para abrir ou progredir no próprio negócio como indica a fala do aluno:

- *“Sou formada em técnico, já atuei na área, quis me aprofundar e qualificar, afinal, pretendo montar meu próprio negócio.”*
- *“O curso abrange grande área de atuação no mercado de trabalho, e por possuir um bar, creio que o curso me ajudará a atuar e melhorar no trabalho.”*
- *“Quero abrir meu próprio negócio e adquirir aprendizagem para o crescimento intelectual em função da minha futura empresa.”*

Drucker (1987) e Mintzberg (2000) associam o espírito empreendedor com a sua caracterização por situações nas quais uma pessoa com visão clara de propósitos dirige uma organização para ser mais adaptada aos seus objetivos estratégicos. Daí, a necessidade de estudar administração a fim de obter uma maior qualificação na área de empreendedorismo.

Ao observar comentários tecidos pelos estudantes, percebe-se que as características do curso, como a abrangência, é facilmente relacionada ao desenvolvimento profissional, conforme afirma um aluno. Nas características do curso, apesar de terem sido citados fatores como a cultura, horários e excelência, a subcategoria de maior relevância foi a abrangência; É notório o quanto essa graduação oferece disciplinas diversificadas que abordam várias áreas e conteúdos, as quais os estudantes podem aprofundar seus conhecimentos e até mesmo pôr em prática se o desejar.

Por estar vinculada às outras áreas de atuação, um dos fatores que despertam interesse nos entrevistados é o fato de ter componentes curriculares semelhantes aos “Cursos dos seus sonhos” ou segundo um respondente:

- *“O curso abrange muitas áreas do conhecimento onde eu posso aplicar no meu dia-a-dia e no meu futuro negócio.”*

A administração adquire status pop (*pop management*) e passa a fazer parte de uma teia de significados que contempla desde manuais e compêndios a livros populares de gestão, ou até mesmo guias de autoajuda. (WOOD JR; PAES DE PAULA, 2001). Neste sentido, esse profissional tem o status de “multitarefa” e com visão holística sobre as organizações. Outros indícios mencionados na pesquisa foram:

- *“Escolhi administração como uma segunda opção, mas agrega valor à primeira opção, por isso a escolho.”*
- *“A nota foi insuficiente para direito e queria algo próximo da área.”*

No que tange ao desenvolvimento pessoal, percebe-se uma diferença significativa na transição do motivo de entrada para a permanência no curso; porém em ambas as perguntas, aparecem como uma forma de aperfeiçoar conhecimentos e habilidades afim de alcançar objetivos ou usá-los no dia a dia na vida profissional e pessoal. Se desenvolver para os estudantes não se limita a apenas a aperfeiçoar suas habilidades e conhecimentos, é ter o necessário para desempenhar o seu melhor, trazendo o aprendizado para o próprio desenvolvimento pessoal. De acordo com este relato:

- *“O que me motivou foi que no futuro eu possa está administrando não só uma empresa, mas também a minha própria vida.”*
- *“Gosto deste curso por ser muito abrangente e ter cadeiras essenciais para áreas da vida sejam pessoal ou profissional.”*

A influência familiar não tem um impacto tão significativo, mesmo que esteja situada de alguma forma no âmbito familiar. Na realidade, esse fator obtém o penúltimo lugar como motivo de escolha e o último no caso da permanência. O panorama é modificado quando os estudantes possuem membros da família que possuem o próprio negócio, afinal surge a necessidade de se qualificar no curso de administração. De acordo com Pereira e Garcia (2007), o papel dos relacionamentos interpessoais no processo de escolha é um tema complexo e multifacetado. Nesse sentido, os estudantes são influenciados a fazer o curso para aprimorar os conhecimentos nos negócios da família.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise realizada, percebeu-se que a maior parte dos alunos do curso de Administração obteve algum tipo de contato prévio com a área administrativa, por meio de cursos ou até mesmo atuar no mercado de trabalho. Portanto, possuem um ou mais motivos, necessários para a entrada e a permanência no curso supracitado da UEPB. Os motivos também poderiam se relacionar uns com os outros de acordo com os relatos dos estudantes. No entanto, o motivo de maior frequência encontrado nas questões que abordavam sobre o que os motivava a escolher o curso de administração e quais as razões que os levavam a permanecerem no curso foi a identificação.

Neste sentido, demonstrou-se que a maior parte dos estudantes se identifica ou gosta da área administrativa, como é perceptível através das expressões: “amo”;

“me identifico”; “tenho interesse”; e “é meu sonho”. A partir dos resultados obtidos, pode-se afirmar que esse fato possui aspecto positivo, uma vez que os alunos que gostam e/ou se identificam com o que se dedicam, tendem a ser mais motivados e determinados a obter melhores resultados. Assim, as instituições conseqüentemente também se beneficiam com esses resultados que podem vir de forma favorável.

Outro aspecto que merece ser destacado foi o fator “indecisão” na escolha do curso, pois apareceu na quarta posição de motivo da entrada. Mediante esses dados, percebeu-se que os estudantes fazem suas escolhas por método de eliminação de alternativas, por falta de vagas ou pontuação necessária para entrar no curso desejado, optando pelo curso como segunda alternativa.

Entretanto, no caso da permanência, na subcategoria específica, na “inércia”, poucos revelaram não saber justificar sua permanência na instituição. Nessa pesquisa constatou-se também que uma parcela dos alunos está interessada em se formar e adquirir o diploma, pois, reconhece a importância da formação superior para no mercado diante da atual concorrência.

Em relação às limitações do estudo, vale destacar que os resultados da pesquisa emergiram das percepções dos mesmos respondentes; esse aspecto pode ter tornado pouco clara a diferenciação entre “o que é” e “o que poderia ser.” (HOUSE et al, 2004). Desta forma, na continuidade deste estudo, seria interessante incluir outros respondentes, outros atores envolvidos nesta instituição, tais como a coordenação e a reitoria dessa universidade. Também poderia envolver outros procedimentos, como entrevistas e observações *in loco*, promovendo assim, uma compreensão mais rica, mais repleta de nuances, contribuindo para o esclarecimento dos conceitos estudados. A título de continuidade, também, recomenda-se a replicação em outras localidades, de forma a se possibilitar uma ampliação do tamanho da amostra e, simultaneamente, análises comparativas.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, E. V.; STEFANO, S. R.; BERLATO H. **A motivação para o trabalho e sua importância estratégica**: análise da perspectiva individual em uma empresa do ramo de auto peças e serviços. Brasília: ANPAD, 2013.

ARAÚJO, E. P. M. **Motivação no Serviço Público**: o caso dos servidores técnico-administrativos do Centro de Educação, Campus I, Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, p.1-92, 2018.

BANDEIRA, L. K. R.; SILVA, W. R.; MEDEIROS, F. G. **Avaliação do ensino superior**: um estudo sobre a satisfação dos alunos do CCSA/UFPB. MEPAD - Métodos de pesquisa em administração, v.3, n.1, p.50-59, 2018.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

DRUCKER, P. F. (1987). **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONDIM, Sônia Maria Guedes. **Perfil profissional e mercado de trabalho:** relação com formação acadêmica pela perspectiva de estudantes universitários. *Estud. psicol. (Natal)*. 2002, vol.7, n. 2, pp. 299-309.

HOUSE, R. et al. **Culture, leadership, and organizations:** the GLOBE study of 62 societies. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2004.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. Fundamentos de metodologia científica. 6. ed. 5. reimp. São Paulo: Atlas, 2007.

LOPES, Gabriela Alvarenga Colmenero, 2003. **Motivação no trabalho.** Universidade Candido Mendes. Rio de Janeiro.

LE BOTERF, Guy. **Compétence et Navigation Professionnelle.** Paris: Éditions d'Organisation, 1997.

MINTZBERG, H. (2001). **O processo da estratégia.** Porto alegre: Bookman.

PEREIRA, F. N.; GARCIA, A. Amizade e escolha profissional: influência ou cooperação? **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, v. 8, n. 1, p. 71-86, 2007.

SOUZA, S, A.; REINERT, J. N. **Avaliação de um curso de ensino superior através da satisfação/ insatisfação discente.** *Avaliação*, v. 15, n. 1, p. 159-176, mar. 2010.

WOOD Jr, T.; DE PAULA, A. Pop-management: pesquisa sobre as revistas populares de gestão no Brasil. In: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 26., 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: Anpad, 2002.