

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

MARIANA PEDROZO CASADO

**ESTUDO SOBRE AS PERSPECTIVAS FUTURAS PARA A FORMAÇÃO DO
ADMINISTRADOR**

CAXIAS DO SUL

2023

MARIANA PEDROZO CASADO

**ESTUDO SOBRE AS PERSPECTIVAS FUTURAS PARA A FORMAÇÃO DO
ADMINISTRADOR**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação, apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora Prof^ª Dr^ª.: Zaida
Cristiane dos Reis

CAXIAS DO SUL

2023

MARIANA PEDROZO CASADO

**ESTUDO SOBRE AS PERSPECTIVAS FUTURAS PARA A FORMAÇÃO DO
ADMINISTRADOR**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação, apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora Prof^a Dr^a.: Zaida
Cristiane dos Reis

Aprovado(a) em ____/____/____.

Banca Examinadora

Profa. Dra. Zaida Cristiane dos Reis
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Profa. Dra. Margareth Rodrigues de Carvalho Borella
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof. Me. Ronald Lopes de Oliveira
Universidade de Caxias do Sul - UCS

RESUMO

O presente estudo busca entender o perfil da nova geração de administradores e compreender as mudanças necessárias que o mercado de trabalho exige, e o que esses jovens estão em busca atualmente. Por essa abordagem, o presente trabalho tem como objetivo principal identificar quais as perspectivas, dos profissionais de administração em relação à área de atuação nos próximos cinco anos. Para tanto, foi aplicada uma pesquisa de natureza quantitativa, de nível exploratório, como estratégia o método survey para a os alunos do curso de administração da Universidade de Caxias do Sul, utilizou-se a ferramenta de questionário estruturado desenvolvido pela autora do presente estudo. De acordo com os resultados obtidos através da pesquisa, percebe-se que os educadores precisam se adaptar às novas realidades, necessidades e circunstâncias para garantir um ensino/aprendizagem diferenciado para os futuros administradores.

Palavras chave: Futuros Administradores; Mercado de Trabalho; Ensino Superior.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Quadro gerencial	13
Figura 2 – Habilidades da Geração Alpha.....	17
Figura 3 – Rumo das Empresas com a Nova Geração	18
Figura 4 - Diferencial da Geração Alpha no Mercado de Trabalho	19
Figura 5 – Perfil do Novo Administrador.....	21
Figura 6 – Fonte de Motivação dos Alunos.....	31
Figura 7 – Atuação dos Alunos na Área da Administração	32
Figura 8 – Forma de Ingresso dos Alunos na Área da Administração	33
Figura 9 – Área de Atuação dos Alunos do Curso de Administração	33
Figura 10 – Percepção da Missão do Administrador.....	34
Figura 11 – Visão em Relação à Área da Administração	35
Figura 12 – Probabilidade de Especialização na Área	35
Figura 13 – Preocupação com a Concorrência	36
Figura 14 – Probabilidade de Desistência do Curso.....	36
Figura 15 – Análise do Mercado de Trabalho	37
Figura 16 – Expectativa de Faixa Salarial	38
Figura 17 – Avaliação da Instituição de Ensino Profissionalizante	39
Figura 18 – Divisão da Carga Horária.....	40
Figura 19 – Contribuição do Curso para o Desenvolvimento Profissional	40
Figura 20 – Melhorias na Grade Curricular.....	42
Figura 21 – Melhorias no Ensino	44

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Comparativo entre as gerações	15
Quadro 2 – Quinze Principais Desafios Atuais e Demandas da Educação em IES	23
Quadro 3– Resumo da Fundamentação Teórica.....	24
Quadro 4 – Delineamento da pesquisa	26
Quadro 5 – Calculadora de amostra	27
Quadro 6 – Resumo do perfil dos respondentes	30

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	8
1.1.	TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA	8
1.1.1	Tema do Estudo	9
1.1.2	Problema de Pesquisa	9
1.2.	OBJETIVOS DA PESQUISA.....	9
1.2.1	Objetivo geral	9
1.2.2	Objetivos específicos	10
1.3	JUSTIFICATIVA	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1	CARACTERÍSTICAS DO UNIVERSITÁRIO DO SÉCULO XXI.....	12
2.1.1	Conflito De Gerações	13
2.1.2	Geração Alpha No Futuro Das Organizações	16
2.1.3	As Empresas Com A Nova Geração	17
2.1.4	A Nova Geração No Mercado De Trabalho	18
2.1.5	Jovens Administradores	20
2.1.6	Gestão e Estratégias para Impulsionar Carreiras	22
2.2	RESUMO DA FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	24
3	METODOLOGIA	26
3.1.	DELINEAMENTO DE PESQUISA	26
3.1.1	População e Amostra	27
3.1.2	Processo de Coleta de Dados	28
3.1.3	Processo de Análise de Dados	28
4	DESENVOLVIMENTO DE RESULTADOS	30
4.1	PERFIL DO RESPONDENTE	30
4.2	PERSPECTIVAS DO ESTUDANTE DE ADMINISTRAÇÃO	31
4.2.1	Motivação nos estudos	31
4.2.2	Curso de administração e suas diversas áreas de atuação	32
4.2.3	Mercado de Trabalho Expectativa X Realidade	37
4.2.4	Análise da Instituição de Ensino	39
5	AÇÕES IMPORTANTES PARA EVOLUÇÃO DO ADMINISTRADOR	42
6	LIMITAÇÕES DO ESTUDO	45
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
	REFERÊNCIAS	48
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA	51
	ANEXO 1 – Termo de Entrega dos Resultados do Trabalho de Conclusão de Curso II.....	58
	ANEXO 2 – Autorização da Empresa (Entidade/Associação) para Realização do TCC II.....	59

1. INTRODUÇÃO

Um dos grandes desafios do nosso tempo é formar líderes para agirem pela mudança e se adaptarem rapidamente aos avanços tecnológicos. Nesse contexto, educadores e instituições de ensino têm um papel a desempenhar na formação de alunos qualificados para atuar na área de administração de empresas. (JÚNIOR ET AL, 2021).

Examinar as perspectivas, objetivos e aspirações dos estudantes de administração da Universidade de Caxias do Sul será fundamental para compreender o avanço dessa profissão nos próximos cinco anos para que a instituição possa continuar a se desenvolver, acompanhar e apoiar suas futuras decisões de negócios.

Sendo assim, o presente estudo busca identificar quais as perspectivas, dos profissionais de administração em relação à área de atuação nos próximos cinco anos. Para tanto, o primeiro capítulo se encarrega em delimitar o tema e o problema de pesquisa bem como os objetivos e a justificativa para a sua execução. Já o segundo capítulo apresenta o referencial teórico com foco na nova geração de administradores e análise do mercado de trabalho. Em seguida, o terceiro capítulo expõe o método de pesquisa utilizado para análise e desenvolvimento dos objetivos propostos neste estudo, enquanto o quarto capítulo se preocupa em demonstrar os resultados obtidos através da pesquisa aplicada com os acadêmicos do curso de administração a fim de responder os objetivos.

No quinto capítulo são apresentadas as ações necessárias para a evolução do administrador juntamente com as melhorias propostas para a instituição de ensino e a grade curricular. O sexto capítulo aborda as limitações do estudo onde identificamos as dificuldades encontradas ao longo dessa pesquisa. E o sétimo capítulo se encarrega das considerações finais que pretendem resgatar os objetivos da pesquisa, sugerir estudos futuros e finalizar o trabalho.

1.1. TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

Nessa sessão será definido e delimitado o tema de estudo, bem como será apresentado o problema que irá nortear a pesquisa acadêmica.

1.1.1 Tema do Estudo

Segundo Prodanov e Freitas (2013) tema é um assunto que se pretende provar ou aprofundar, possibilidade decorrente de dificuldades práticas enfrentadas por pesquisadores, curiosidade científica, desafios na leitura de outras pesquisas, ou da própria teoria. Sendo assim, o tema deste estudo foca nas perspectivas do administrador do século XXI.

Para tanto, como delimitação do tema, pretende-se estudar o perfil do administrador devidamente matriculado nos semestres iniciais e finais do curso de administração da Universidade de Caxias do Sul no período 2022/2023 a fim de identificar suas perspectivas, metas e aspirações futuras com relação à área de atuação.

1.1.2 Problema de Pesquisa

Este estudo destaca uma dificuldade particular que se enfrenta e busca-se resolver por meio da pesquisa. Mediante os autores Prodanov e Freitas (2013) um problema consiste em afirmações claras, compreensíveis e formuladas na prática, cuja solução pode ser mais bem resolvida pela pesquisa ou pelo método científico.

Percebe-se que há uma necessidade de atualizar os estudos que analisam o perfil do novo administrador, avaliam assim como suas ideias, metas, aspirações e desejos dos profissionais para que os graduandos no curso de administração possam orientar-se com embasamentos concretos na profissão rumo ao mercado de trabalho. Frente a isso, torna-se pertinente a seguinte questão de pesquisa: quais as perspectivas dos profissionais de administração em relação à área de atuação nos próximos cinco anos?

1.2. OBJETIVOS DA PESQUISA

Serão apresentados os conceitos de objetivo geral e específicos de acordo com os autores Prodanov e Freitas (2013) bem como definidos os objetivos que nortearam este estudo.

1.2.1 Objetivo geral

De acordo com Prodanov e Freitas (2013) o conceito de objetivo geral está associado a uma visão global e abrangente do tema. Refere-se ao conteúdo real, como um fenômeno ou

evento, ou uma ideia que está sendo considerada.

Mediante este contexto, objetiva-se com este trabalho: identificar quais as perspectivas, dos profissionais de administração em relação à área de atuação nos próximos cinco anos.

1.2.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos tem uma função de mediação, ou seja, uma função que, por um lado, possibilita atingir um objetivo geral e, por outro, pode ser aplicada a uma situação específica. (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Com o intuito de responder ao problema de pesquisa e atingir o objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Estudar o perfil do administrador contemporâneo
- b) Analisar as perspectivas e metas futuras dos acadêmicos do curso de administração da Universidade de Caxias do Sul;
- c) Avaliar o foco profissional com base nos acadêmicos do curso de administração da Universidade de Caxias do Sul;
- d) Comparar as perspectivas dos acadêmicos iniciais e concluintes do curso de administração da Universidade de Caxias do Sul;
- e) Entender o rumo da administração nos próximos cinco anos mediante estas análises.

1.3 JUSTIFICATIVA

Mediante apontamento dos autores citados, formar gestores que atuem na direção da transformação, para se adaptarem rapidamente aos avanços tecnológicos, é um dos grandes desafios dos tempos modernos. Nesse contexto, educadores e instituições de ensino têm um papel a desempenhar na formação de alunos qualificados para atuar na área de administração de empresas (JÚNIOR et al, 2021).

Dentre os conteúdos abordados na grade curricular do curso de administração da Universidade de Caxias do Sul encontra-se a Ética Organizacional e a Sustentabilidade. Autores como Júnior et al (2021) abordam esses temas através das percepções dos futuros administradores. Tradicionalmente, os negócios são projetados para fins comerciais, ou seja, para produzir e vender bens ou prestar serviços com fins lucrativos. No entanto, com o surgimento do paradigma do desenvolvimento sustentável, as empresas começaram a mudar suas estratégias para incorporar o conceito de responsabilidade social em termos de capital em

seus negócios para atender às expectativas sociais. De acordo com esses conceitos, os futuros gestores devem estar preparados para atender a essa demanda social.

Segundo os autores Testi et al (2020) uma compreensão da ética organizacional inclui os padrões e princípios que orientam o comportamento corporativo no mundo dos negócios à medida que estão inseridos na sociedade. Eles devem tomar decisões e agir de forma que não violem os princípios e padrões que orientam a sociedade e seus stakeholders. Fica claro o quanto é importante manter consistentemente tais princípios, pois o comportamento desviante pode ter um impacto negativo direto no desempenho de uma organização e até mesmo levar à falência.

Assim, reafirma-se a importância de examinar as perspectivas, objetivos e aspirações dos estudantes de Administração da Universidade de Caxias do Sul a fim de entender o rumo dessa profissão nos próximos cinco anos, e para que a instituição possa se desenvolver cada vez mais no objetivo de acompanhá-los e apoiá-los em suas futuras decisões de gestão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesse capítulo será apresentado às características do universitário do século XXI, após será apresentado uma análise dos perfis de cada geração, aprofundando os estudos na geração alpha para conhecer suas habilidades e a seguir será analisado como as empresas e o mercado trabalham com essa geração, por fim será estudado os jovens administradores e analisado estratégias que irão impulsionar os gestores do futuro a fim de responder à pergunta de pesquisa e alcançar os objetivos propostos neste estudo.

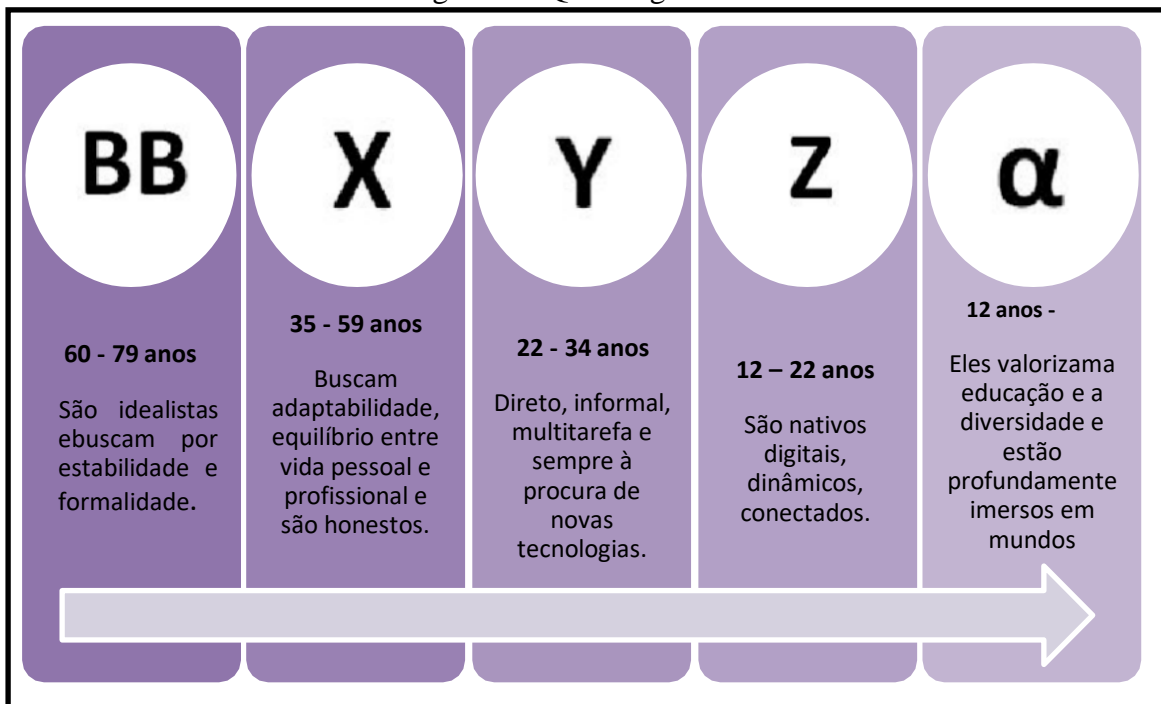
2.1 CARACTERÍSTICAS DO UNIVERSITÁRIO DO SÉCULO XXI

A nova geração de universitários, em sua maioria nascidos nos anos 90 e início dos anos 2000, possui características dinâmicas como valores de autoestima, necessidade de expressar suas opiniões, alta competitividade e individualismo em escala maior e mais significativa que as gerações anteriores, além da característica de comunicar suas decisões profissionais e seu desenvolvimento a terceiros, como coach, professor ou gestor, e buscar modelos para orientar e influenciar no planejamento de suas vidas. (CALVOSA *et al*, 2022).

Quando se pesquisa sobre carreiras observa-se diversas gerações de forma diferente, o que motiva a pesquisa a alcançar pelo menos um consenso sobre o perfil adequado. Atualmente, seis gerações vivem no mundo ao mesmo tempo, são elas: tradicionalistas, baby boomers, Geração X, Geração Y, Geração Z e a mais nova Geração Alpha. (SIQUEIRA *et al*, 2019). É importante estudar esta realidade para compreender os fatores que influenciam a escolha dos alunos por esta graduação e compreender a dinâmica de planejamento de carreira para administradores. (PATTAS; BENEVIDES, 2018).

É importante conhecer as características gerais de cada geração, pois um olhar mais atento ajuda a entender como cada grupo pensa e age (LIMA; CAVICHIOLI, 2019), conforme figura abaixo:

Figura 1 – Quadro gerencial



Fonte: Lima e Cavichioli (2019)

Com base no exposto nesta Figura 1, entende-se que é importante saber o que é essencial para cada pessoa, pois independente da geração, a motivação varia de pessoa para pessoa (LIMA; CAVICHIOLI, 2019).

2.1.1 Conflito De Gerações

Apesar da importância da abordagem no ambiente organizacional, percebe-se que as pessoas, principalmente as gerações X, Y e Z, estão em fase de desenvolvimento profissional nas universidades. Nesse cenário, entende-se que as instituições de ensino precisam conhecer o perfil de seus alunos para desenvolver uma relação ensino-aprendizagem mais forte. Essa formação é especialmente importante para cursos de gestão em instituições de ensino privadas, uma vez que este curso é o mais abundante no Brasil e, portanto, enfrenta um cenário bastante competitivo. (ZOMER *et al*, 2018). Os estudos de geração começam com os tradicionalistas, passam pelos baby boomers, X, Y, Z e terminam com alfa.

- a) Tradicionalistas: Essas pessoas nasceram antes de 1942, hoje têm mais de 80 anos e a maioria está fora do mercado de trabalho. Esta geração é caracterizada por aqueles que aceitam sacrifícios e são leais às organizações para as quais trabalharam. Isso provavelmente é influenciado por pouca competição, burocracia e respeito à hierarquia. Em seu desenvolvimento histórico, esta geração foi atormentada por várias guerras. (SIQUEIRA *et al*, 2019)

- b) Baby boomers: São os nascidos de 1943 a 1962, que hoje possuem entre 60 e 79 anos. Os baby boomers foram ensinados que liderança significava controle e lealdade à empresa em que trabalhavam, e que o avanço na carreira era mais importante do que a qualidade de vida. (SIQUEIRA *et al*, 2019). Hoje, a maioria dos baby boomers está em conselhos corporativos ou em cargos gerenciais. Muitas vezes, ao assumir papéis de liderança no nível estratégico, eles se chocam frontalmente com os ideais das gerações mais jovens, o que ocasiona um contraste de comportamento e valores. As organizações tentam lidar com os conflitos de forma proativa e contam com diferentes possibilidades de ação. (FERNANDES; BARRIOS, 2018)
- c) Geração X: Nascidos entre 1963 e 1987, atualmente com idades entre 35 e 59 anos. Os membros desta geração são caracterizados pelo desapego dos títulos e pela maior aceitação da mudança, porque vivenciaram um momento de grande instabilidade financeira. Essa geração de profissionais tem medo de serem chefiados e/ou substituídos pela Geração Y. (SIQUEIRA *et al*, 2019). Uma das características mais empolgantes desta geração tem a ver com trazer mudanças dramáticas no campo da tecnologia: da proliferação dos computadores pessoais, passando pela Internet e um universo de inovações disruptivas. (FREITAS *et al*, 2018).
- d) Geração Y: Nasceram entre 1988 e 2000, e hoje têm entre 22 e 34 anos. São conhecidos como produtores de resultados, nascidos na “era digital”, junto com o progresso tecnológico e a Internet, a globalização e a diversidade, foram criados com excesso de certezas e, comparados aos seus antecessores, não vivenciaram grandes rupturas sociais. As pessoas desta geração sentem que podem fazer a diferença no mundo, e sua identidade não deve ser baseada em padrões, mas em elementos puramente pessoais. (SIQUEIRA *et al*, 2019). A Geração Y sempre lutou com o fluxo avassalador de informações, busca se conectar não tem interesse em ficar em locais de trabalho onde a possibilidade de desenvolvimento e inovação criativa é limitada. (FREITAS *et al*, 2018). Essa geração de alunos preza pela pontualidade das informações e espera resultados imediatos, de modo que as informações precisam ser oportunas. (ZOMER *et al*, 2018).
- e) Geração Z: Nascidos entre os anos 2000 e 2010, atualmente têm entre 12 e 22 anos. Conectados desde a infância, essa geração nasceu na era da internet, por isso estão sempre online. Esses jovens ainda não estão totalmente integrados ao mercado de trabalho e podem agora ser jovens aprendizes ou estagiários, são indivíduos imediatistas e multitarefas. (SIQUEIRA *et al*, 2019). Esses jovens consumidores agora querem qualquer coisa, em qualquer lugar. No entanto, eles podem filtrar rapidamente mensagens chatas e irrelevantes e se concentrar nas criativas. Dada sua forte relação com os recursos tecnológicos, as pessoas da Geração Z tendem a apresentar comportamento antissocial e individualista. (ZOMER *et al*, 2018). São jovens que estão apenas entrando no mercado de trabalho, mas em 2023 eles representarão mais de 20% da força de trabalho global. Curiosamente, pesquisas recentes mostram que esses “nativos digitais” têm uma visão mais pragmática do mercado e são menos aventureiros na hora de mudar de emprego, por exemplo. No entanto, são ambiciosos, querem posições de liderança no curto prazo e exigem honestidade e clareza de seus superiores. (FREITAS *et al*, 2018).
- f) Geração Alpha: É formada por pessoas nascidas a partir de 2010, já em um mundo globalizado, conectadas e usufruindo da tecnologia em seu dia a dia. No momento ainda são crianças, mas têm acesso ao ambiente virtual por meio de computadores, celulares e tablets, e por esse e outros motivos podem ser considerados precoce e também influenciam nas decisões de consumo de seus pais. (LIMA; CAVICHIOLI,

2019). São crianças que provavelmente carecem de privacidade porque tudo é publicado nas redes sociais desde a infância, quando seus pais já começaram, e são adolescentes em uma sociedade cada vez mais voltada para a igualdade de gênero e raça. (SIQUEIRA *et al*, 2019).

O Quadro 1 apresenta as principais diferenças entre as gerações de Baby Boomers até a Geração Z.

Quadro 1 – Comparativo entre as gerações

(continua)

Comparativo	Baby Boomers	Geração X	Geração Y	Geração Z
Postura Profissional	O trabalho é considerado uma prioridade.	Distinguem-se pelo seu empenho e experiência no seu trabalho.	Eles são confiantes e comprometidos com seus valores.	Eles não acreditam mais em fazer uma coisa pelo resto de suas vidas.
Posição na Empresa	Status e potência são fundamentais nesta geração.	Medo de ser substituído pela próxima geração	São impacientes e precisam de incentivos para permanecer na empresa.	Eles são individualistas e querem um crescimento rápido.
Valor ao Trabalho	Obrigação de levar uma vida estável.	Você não pode alimentar sua família sem dinheiro e emprego.	Compromisso, muito trabalho duro compensa.	Satisfeito, meu trabalho deve me fazer feliz.
Foco no Trabalho	Esta geração está focada em obter resultados.	Eles estão basicamente comprometidos com a cultura organizacional.	Estão à procura de novos desafios e querem fazer tudo à sua maneira.	Dispersos e pouco focados em uma única ocupação.
Hierarquia	Obediência absoluta, ele merece quando está no topo.	Respeito, você não merece, mas seu respeito à posição.	Legitimidade, mostre que você merece ser um líder.	Hierarquia? não é necessário.
Qualidade de Vida	Esta não é uma prioridade para esta geração.	Procurando um equilíbrio entre a vida pessoal e o trabalho	Eles não se importam como quanto trabalham se a tarefa proposta for concluída.	Eles buscam flexibilidade em suas atividades.
Velocidade	Leva muito tempo e tudo é demorado e burocrático.	Profundidade, tudo parece detalhado.	Imediatamente, tudo	Instantâneo, tudo é agora.

(conclusão)

Comunicação	Pessoal – Converse em particular comigo.	Muito mais pessoal do que e-mail - converse comigo pessoalmente ou ligue para mim.	Melhor e-mail do que pessoalmente – envie-me uma mensagem de texto ou e-mail e talvez possamos conversar pessoalmente.	Eletrônico – encontre-me nas redes sociais.
--------------------	--	--	--	---

Fonte: Adaptado de Siqueira et al, (2019)

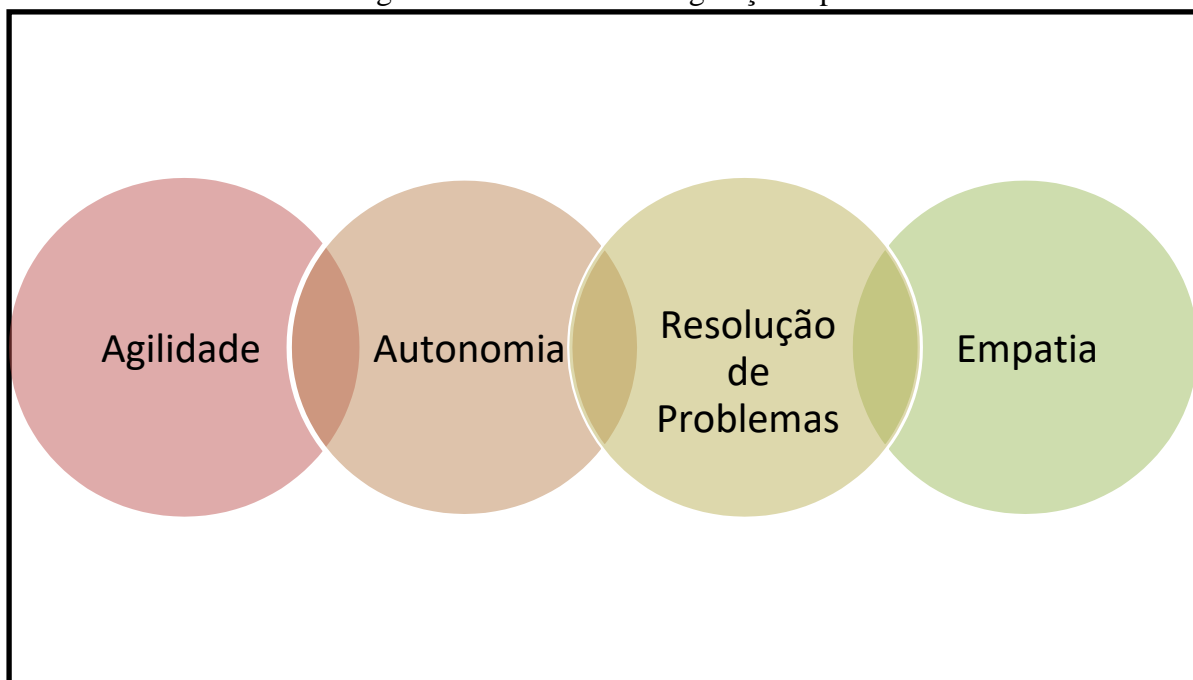
Com a apresentação deste Quadro 1, observa-se que nas organizações, pelo menos três gerações já estão inseridas no mesmo ambiente organizacional, coexistindo e tendo fatores motivacionais e aspirações completamente diferentes. (SIQUEIRA et al, 2019)

2.1.2 Geração Alpha No Futuro Das Organizações

Os representantes da geração alpha têm conectividade com ambientes virtuais como recurso principal. Máquinas inteligentes, smartphones, tablets, assistentes de voz, brinquedos conectados à internet, robôs companheiros, tecnologias imersivas, etc., moldando constantemente o cérebro, as construções sociais e psicológicas, nos diferenciam de outras gerações. Tão prematura e fortemente exposta, esta geração é provavelmente a mais inteligente que já existiu, pois suas habilidades cognitivas são constantemente estimuladas por essas novas tecnologias e sua constante atenção à inovação. (MARQUES; MATOS, 2021).

Segundo Santos et al, (2022) a geração Alpha se desenvolve cercada de estímulos e assim desenvolve uma ampla gama de habilidades, conforme demonstrado na Figura 2.

Figura 2 – Habilidades da geração alpha



Fonte: Santos et al, (2022)

De acordo com Santos et al, (2022) uma das características que chama a atenção é a agilidade necessária para buscar o que esse grupo precisa em diferentes mídias e aprender em diferentes formatos (vídeo cursos, jogos, aplicativos diversos etc.), com o número de plataformas que essas crianças têm acesso, elas também estão se tornando mais autônomas para buscar não apenas entretenimento, mas conhecimento.

Para estes autores, a criatividade, a curiosidade e a capacidade de resolução de problemas também são evidentes neste grupo, pois recebem muitos estímulos sensoriais que auxiliam no seu desenvolvimento cognitivo. Aliás, nesse contexto, ficam mais à vontade para aprender programação e robótica. As crianças também são mais empáticas com coisas que são diferentes. Assim, no futuro, terão mais facilidade em fazer um trabalho em equipe que valorize a colaboração e a cooperação no local de trabalho.

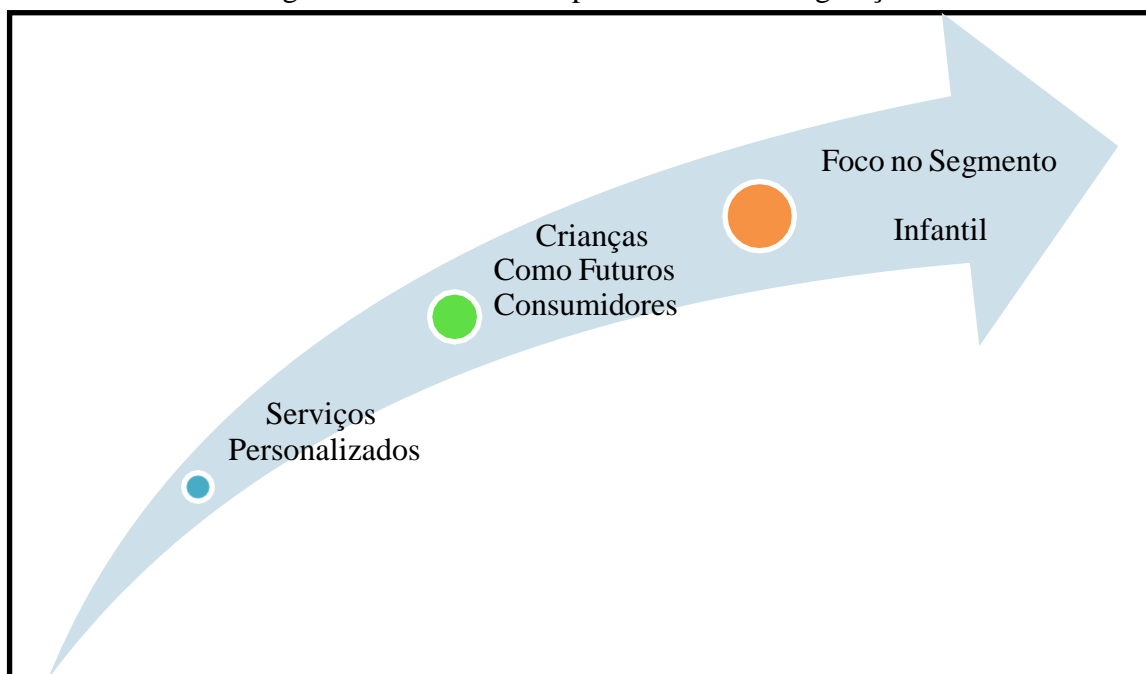
2.1.3 As Empresas Com A Nova Geração

As empresas precisam ter cuidado se estão tratando com a geração alpha inicial. Porque é importante planejar como contribuir eticamente para a educação global de nossos filhos antes de nos preocupar em como nos comunicar com a geração alpha. Tem que ser uma forma de criar empreendimentos. Os serviços e produtos para a Geração Alpha precisarão cada vez mais ser personalizados, levando em consideração as características emocionais e de

desenvolvimento social de cada faixa etária. (MARQUES; MATOS, 2021).

Segundo Oliveira (2018) as empresas voltadas para crianças tentam criar produtos e serviços destinados a ajudar as crianças, mas também a agradar seus pais. Os pais normalmente compram produtos como presentes para seus filhos e podem, consciente ou inconscientemente, incentivar o consumo nas crianças. As crianças são geralmente vistas como os futuros consumidores de praticamente todos os produtos e possuem grande potencial para vários mercados de bens e serviços. Por isso, as empresas que investem no segmento infantil para transformar crianças em consumidores adultos buscam oportunidades para garantir vantagem competitiva por meio de apresentações que serão lembradas por esse público, conforme a figura 3.

Figura 3 – Rumo das empresas com a nova geração



Fonte: Oliveira (2018)

De acordo com a Figura 3, o fato de as crianças comprarem com a ajuda de pais ou responsáveis que desejam realizar seus desejos podem inspirar o consumidor na infância e continuar na vida adulta. (OLIVEIRA, 2018)

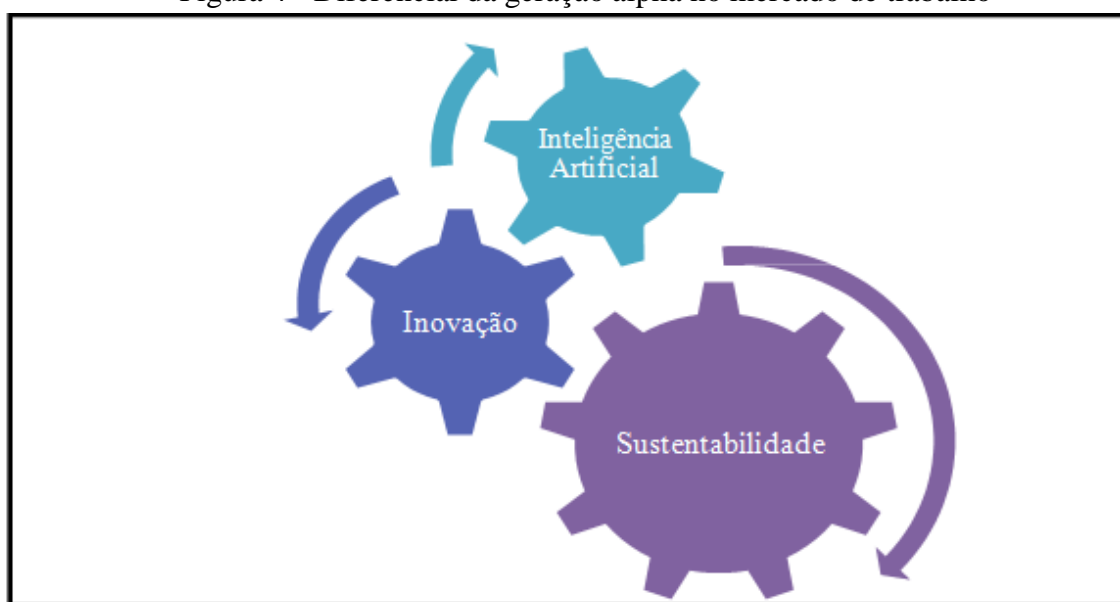
2.1.4 A Nova Geração No Mercado De Trabalho

Essa geração virá e trabalhará, e com suas funcionalidades, podem-se ver os pontos fortes que a geração trará e diferenciará as empresas. A agilidade será uma vantagem para eles, pois já são multitarefas, o que significa que podem espalhar a atenção por vários canais.

Além disso, eles mostram grande flexibilidade para trabalhar em novos projetos, programas ou dispositivos que farão a diferença em sua progressão na carreira. A independência na busca de novos conteúdos e criatividade também será um diferencial para a geração alpha no mercado de trabalho: permitirá que eles tenham um nível de inteligência superior às gerações anteriores e tragam mais inovação ao mercado, criando processos e produtos. Eles também podem se tornar grandes empreendedores e iniciar novas ideias. (SANTOS et al, 2022).

A geração alpha é altamente independente e prefere empregos que lhe permitam trabalhar sozinha. Portanto, se uma organização inclui esses membros na equipe a empresa deve adequar e preparar recursos técnicos para a estrutura organizacional. Se as empresas quiserem se comunicar de maneira confiável e eficaz com esse público-alvo nos próximos anos, elas já devem entender como a inteligência artificial e o aprendizado de máquina possa complementar positivamente a empresa e criar soluções eficazes. Além disso, os jovens da geração alpha também buscam empresas que tenham um impacto positivo ou sustentável no planeta. (MARQUES; MATOS, 2021). A Figura 4 apresenta os principais fatores que diferenciam a geração alpha no mercado de trabalho.

Figura 4 - Diferencial da geração alpha no mercado de trabalho



Fonte: Marques; Matos (2021)

De acordo com Marques; Matos (2021), uma pesquisa chamada Generation Alpha: Preparing for the future consumer, publicada pela Wunderman Thompson Commerce em 2019, mostra que 63% dos jovens querem trabalhar onde o planeta pode ajudar, 59% querem trabalhar onde podem salvar vidas e 51% querem trabalhar em um ambiente onde a tecnologia faz a diferença, conforme demonstrado na Figura 4.

Diante das inúmeras mudanças econômicas, políticas e sociais ocorridas em todo o mundo e principalmente no Brasil, o mercado de trabalho exige cada vez mais profissionais qualificados, com habilidades técnicas e humanas. Dentre tais transformações, destaca-se a reestruturação produtiva, que traz novas dinâmicas às questões trabalhistas. As organizações estão inseridas em um cenário altamente competitivo e devem tentar se adaptar a essa dinâmica buscando profissionais competentes e flexíveis.

O mercado exige o perfil de um administrador com uma visão geral, que geralmente é obtida com licenciatura em diversas áreas da gestão, como contabilidade, direito, economia, gestão ambiental, etc. Além disso, os autores acreditam que o gestor moderno deve aprimorar suas habilidades por meio de diversas atividades para ter um perfil considerado comercializável. (SUAVE et al., 2018)

2.1.5 Jovens Administradores

Existem muitos conflitos na hora de escolher uma carreira, principalmente na hora de escolher um diploma de administração na faculdade. (PATTAS; BENEVIDES, 2018). A maioria das pessoas é criada para ser bons funcionários de grandes empresas. Uma pessoa que sempre imaginou uma posição boa e segura nunca pensaria em ter sua própria empresa. Hoje tudo mudou radicalmente e não se devem impor nossos desejos, anseios e medos aos jovens. (SUAVE et al., 2018).

É no curso de gestão que se desenvolvem as competências de um profissional. Além disso, a universidade é muito mais do que um curso – é neste momento em que os jovens estudantes transitam da adolescência para a idade adulta com responsabilidades diferentes das do ensino médio, e muitas coisas mudam e melhoram como estudante universitário, por exemplo, suas habilidades, atitudes e comportamento. (ZOMER et al, 2018).

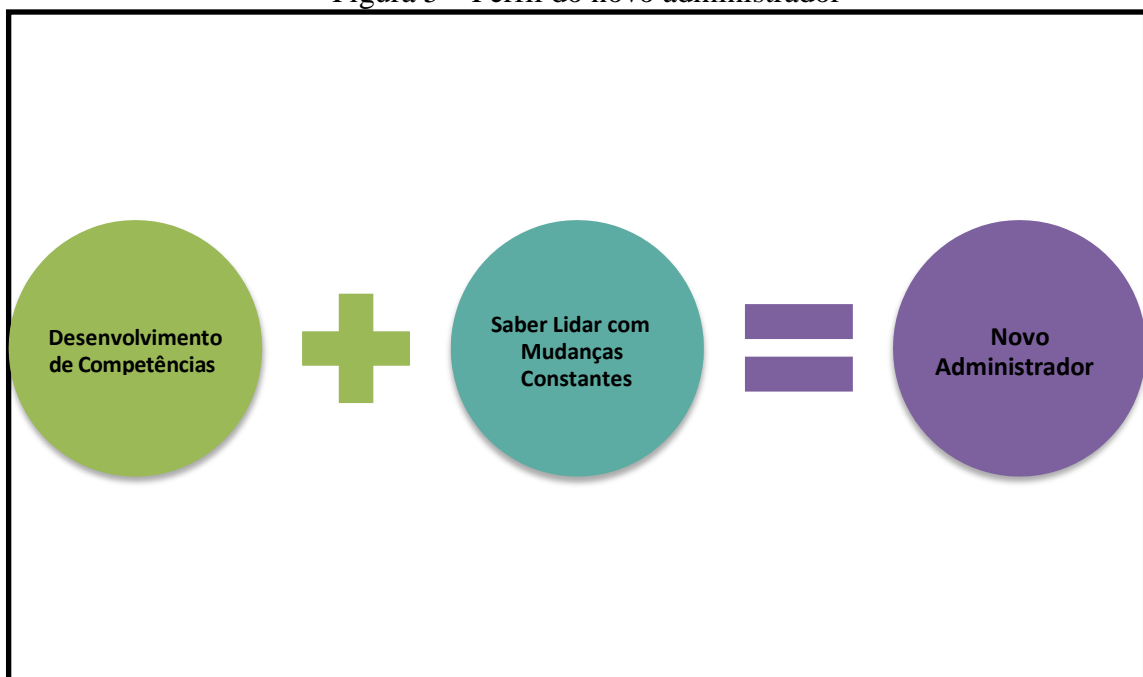
O ingresso em uma instituição superior pode ser uma experiência transformadora para os alunos, com consequências psicológicas e significativas que podem afetar não apenas seu sucesso acadêmico e nível de especialização, mas também outras áreas de suas vidas. A forma como os alunos se integram e participam nas atividades relacionadas com o ensino superior influencia a sua formação profissional e o seu desenvolvimento psicossocial. (CALVOSA et al, 2022).

Os jovens precisam ser introduzidos nas universidades desde o nível básico em novas formas de trabalho, para que sejam treinados não para a estabilidade, mas para a mudança. É preciso ensinar e aprender a correr riscos, pensar grande, ter coragem, confiança e capacidade

de construir sua própria vida. Portanto, há várias oportunidades para profissionais de gestão em diversos setores, e aqueles que desejam se destacar na área escolhida devem estar sempre atualizados.

Nesse ambiente de constante mudança, buscar novos desafios, não se conter, acreditar em si mesmo, mesmo quando os outros duvidam, criar harmonia entre as pessoas, e ser líder mesmo que demore, são as melhores opções para sobreviver em um ambiente tão competitivo e mercado de trabalho difícil. (SUAVE et al., 2018). A Figura 5 apresenta o perfil do novo administrador.

Figura 5 – Perfil do novo administrador



Fonte: Carvalho et al (2020)

Conforme apresentado na Figura 5, os perfis de administrador são criados por especialistas que possuem uma visão do sistema que permite gerenciar áreas internas da organização. Atualmente, a procura por este especialista está à altura das profissões mais procuradas, pois são profissionais que tendem a adquirir diferentes competências durante a sua formação. Os gestores são uma profissão social e economicamente importante em uma organização e enfrentam um número cada vez maior de desafios, pois precisam adquirir novas habilidades e competências técnicas para se adaptar ao mercado. (CARVALHO et al., 2020).

2.1.6 Gestão e Estratégias para Impulsionar Carreiras

Os estudos de carreira no início do século XX focaram inicialmente nas organizações. Estes eram responsáveis pelas carreiras profissionais, o conjunto de cargos e responsabilidades que um indivíduo poderia ocupar na organização em que estava empregado. Assim, enquanto as carreiras anteriores se concentravam em cargos e posições dentro das organizações responsáveis por gerenciá-los, hoje o foco está no planejamento de carreira individual. (SIQUEIRA et al, 2019).

A estrutura de carreira começa e evolui a partir do momento em que o indivíduo faz uma escolha profissional. Nesse caso, é a escolha do bacharelado, e essa escolha pode ou não ser incorporada ao planejamento de carreira. Para que as pessoas se testem, o planejamento de carreira faz com que as pessoas pensem em seu próprio desenvolvimento, e para isso existem várias formas de construir uma carreira. No entanto, é necessário estar atento a duas preocupações: desenvolver uma imagem realista, clara e precisa das próprias características, interesses e tendências pessoais, e estabelecer metas de carreira e preferências profissionais. (PATTAS; BENEVIDES, 2018).

O perfil que os profissionais modernos de gestão devem ter é baseado no desenvolvimento do pensamento sistêmico, olhando para a organização como um todo, possuindo conhecimentos específicos, habilidades superdotadas, raciocínio rápido, iniciativa de tomada de decisão e compreensão do desenvolvimento organizacional. (BARBOSA et al., 2018).

Para uma empresa ter sucesso no mercado, ela precisa de gestores e, à medida que a empresa cresce, são necessárias áreas de gestão (presidente, diretoria, controle e líderes de grupo). Para que esses gerentes sejam bem-sucedidos, eles devem ser capazes de prever, planejar, distribuir, criar expertise, organizar, dirigir e controlar. Os gestores podem se adaptar às tecnologias que o mercado oferece, usá-las em benefício da empresa e fazer bons planos estratégicos para evitar frustrações que podem ser alcançadas e maximizadas ao longo do caminho. (SUAVE et al., 2018). No entanto, alguns gestores não desenvolvem as habilidades necessárias para exercer uma boa profissão e ignoram o dinamismo exigido pelo mercado. Essas competências essenciais incluem empreendedorismo, comportamento ético, liderança, relacionamentos interpessoais e persuasão. Deve-se ter em mente que as empresas precisam de um perfil analítico que abranja não apenas o contexto interno da organização, mas também o contexto externo, para que seja possível acompanhar a evolução do mercado. (CARVALHO et al., 2020).

Embora se fale muito sobre planejamento de carreira, ainda há uma série de razões para escolher uma carreira, sendo as mais comuns: remuneração, status e estabilidade. Profissionalmente, existem várias maneiras pelas quais pode ser difícil determinar em qual carreira você está mais interessado e qual será seu próximo trabalho ou direção futura. (SIQUEIRA et al, 2019).

O desenvolvimento tecnológico, as mudanças na sociedade, os eventos culturais e as ações governamentais alteram a dinâmica do processo de ensino/aprendizagem e do ambiente educacional. O cenário proposto do ensino superior inclusivo, comprometido com as novas tendências tecnológicas, sociais e profissionais, deve proporcionar dinamismo e oportunidades para ser atrativo às novas gerações com sua originalidade, criando um ambiente de intercâmbio, com acesso a diversos métodos de formação profissional, evitando frustração, distância ou colapsos psicológicos. Os educadores devem se adaptar às novas realidades, necessidades e circunstâncias para um ensino/aprendizagem de qualidade, responsabilidade e inclusão. (CALVOSA et al. 2022). Segundo Calvosa et al.(2022) os atuais desafios da educação e as novas demandas em IES podem ser vistos no Quadro 2.

Quadro 2 – Quinze principais desafios atuais e demandas da educação em IES

(continua)

1	Propor ambientes e espaços atrativos de interação para a coletividade de alunos
2	Estabelecer e divulgar as tecnologias a serem utilizadas na relação de construção do conhecimento
3	Ser um professor facilitador, não informador.
4	Gerar insights de carreira e instigar a curiosidade
5	Comunicar valor e significado por meio de ações e iniciativas de aprendizagem
6	Direcionar para o crescimento e desenvolvimento pessoal e profissional conjuntos
7	Realizar mentoria
8	Desenvolver um processo de educação profissional, com participação de atores de mercado de trabalho e da sociedade
9	Permitir que o estudante faça parte do processo de criação e articulação do conhecimento
10	Gerar um espaço para a expressão de opiniões e vontades, mas que iniba o caráter individualista
11	Orientar a competitividade do aluno para um projeto profissional ou acadêmico

(conclusão)

12	Fomentar a integração dos alunos com outros alunos, de sua IES e de outras instituições
13	Construir processos inovadores de ensino/aprendizagem
14	Estimular o estudante a uma formação mais plena, além do ensino, envolvendo oportunidades de pesquisa de extensão
15	Interagir com um modelo mental dos estudantes ainda em construção e não explicado por teoria que esgote o assunto ou aponte em uma direção confiável ou majoritária

Fonte: Calvosa et al (2022)

O Quadro 2 apresenta os desafios atuais para o ensino de professores e alunos, excelência acadêmica, cívica e profissional, na perspectiva do autor.

2.2 RESUMO DA FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No Quadro 3, apresenta-se o resumo da fundamentação teórica com os subtítulos do trabalho. Destacam-se com base nas fundamentações teóricas relacionadas com o tema central do estudo os conceitos, bem como sua importância.

Quadro 3– Resumo da fundamentação teórica

(continua)

Tema	Enfoque	Autor (ano)
Características do universitário do século XXI	Análise da nova geração de acadêmicos	Calvosa et al. (2022) Pattas; Benevides(2018)
Conflito de gerações	Análise dos perfis de cada geração	Fernandes; Barrios, (2018) Freitas et al,(2018) Lima; Cavichioli, (2019) Siqueira et al,(2019) Zomer et al, (2018)
Geração Alpha No Futuro das Organizações	Habilidades da Geração Alpha	Marques; Matos, (2021) Santos et al, (2022)
As Empresas Com A Nova Geração	Foco no Segmento Infantil	Marques; Matos, (2021) Oliveira (2018)

(conclusão)

A Nova Geração No Mercado De Trabalho	Exigências do Mercado de Trabalho	Marques; Matos, (2021) Santos et al, (2022) Suave et al., (2018)
Jovens Administradores	Habilidades, Atitudes e Comportamento do Novo Administrador.	Calvosa et al. (2022) Carvalho et al., (2020) Pattas; Benevides (2018) Suave et al., (2018) Zomer et al, (2018)
Gestão e Estratégias Para Impulsionar Carreiras	Estudo de Carreira	Barbosa et al., (2018) Calvosa et al. (2022) Carvalho et al., (2020) Pattas; Benevides (2018) Siqueira et al, (2019) Suave et al., (2018)

Fonte: Autoria própria (2022)

O Quadro 3, foi criado para apoiar o desenvolvimento de pesquisas, fornecer informações importantes para a realização de pesquisas e também ajudar a organizar as ideias em cada capítulo.

3 METODOLOGIA

Ao iniciar a pesquisa, deve-se decidir qual metodologia usar para conhecer o objeto de pesquisa. A metodologia explica tudo o que foi feito durante a pesquisa. O objetivo é descrever, entre outras coisas, o método, os participantes, o tipo de pesquisa e as ferramentas utilizadas (por exemplo, entrevistas e pesquisas) (MASCARENHAS, 2012).

Quadro 4 – Delineamento da pesquisa

Delineamento			População	Processo de Coleta	Processo de Análise
Natureza	Nível	Estratégia			
Quantitativa	Descritivo	<i>Survey</i>	Análise Probabilística	Questionário estruturado	Estatística

Fonte: Autoria própria (2022).

O modelo do Quadro 4 apresenta como o delineamento da pesquisa foi utilizado para realização deste trabalho, tendo o processo de coleta de dados com a aplicação de um questionário com os alunos do curso de Administração. Sendo assim, este estudo pretende estudar o perfil dos acadêmicos devidamente matriculados nos semestres iniciais e finais do curso de administração da Universidade de Caxias do Sul no período 2022/2023 afim de identificar suas perspectivas, metas e aspirações futuras com relação a área de atuação.

3.1. DELINEAMENTO DE PESQUISA

A metodologia **quantitativa a nível descritivo** é um método de pesquisa que requer o uso de ferramentas e métodos estatísticos para traduzir em números o conhecimento gerado pelo pesquisador e expor as características de uma determinada população ou fenômeno, demandando técnicas padronizadas de coleta de dados. (PRODANOV E FREITAS, 2013). Para os autores a estratégia *survey* refere-se ao questionamento direto das pessoas. Tendo como base essas informações a pesquisa será quantitativa de nível descritivo e será usada a estratégia de nível *survey* onde serão coletados dados e opiniões de uma amostra de indivíduos, dando uma visão geral deste grupo entrevistado.

Mediante este contexto, percebe-se que o objetivo da pesquisa de levantamento de nível descritivo é descobrir quais atitudes ou opiniões se manifestam na população. Nesse tipo de investigação, a hipótese não é causal, mas visa determinar se a percepção dos fatos é compatível ou não com a realidade.

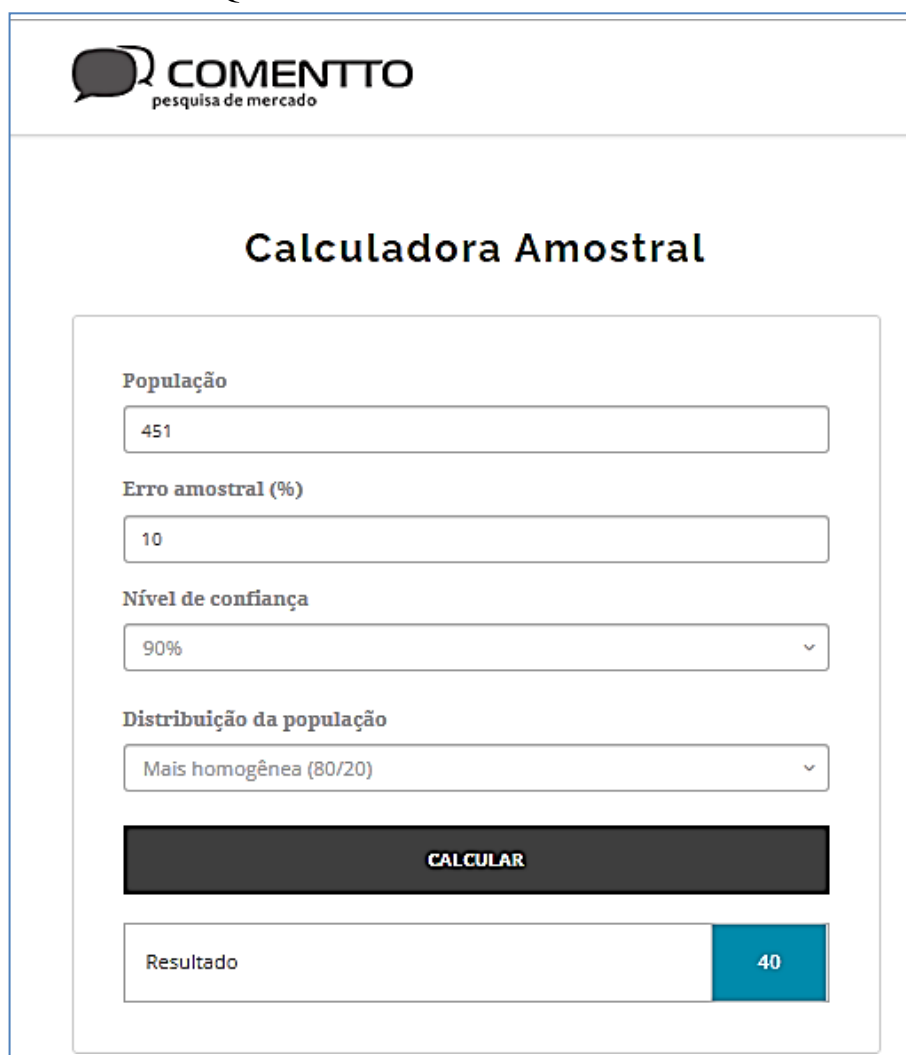
3.1.1 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Mathias (2022) observa que a população é o grupo mais amplo de pessoas que você deseja representar com suas pesquisas e resultados. Enquanto a amostra são as pessoas da população que participam da pesquisa.

Paula (2019) relata que na amostragem probabilística, cada membro da população é selecionado aleatoriamente com a mesma probabilidade de participação da amostra, e essa modalidade se subdivide em amostragem aleatória simples, sistemática, estratificada e por conglomerado.

O público alvo desta pesquisa é formado pela população de Caxias do Sul, com foco nos alunos do curso de administração da Universidade de Caxias do Sul.

Quadro 5 – Calculadora de amostra



The image shows a screenshot of the 'Calculadora Amostral' (Sample Calculator) interface from Comento. The interface is clean and modern, with a white background and blue accents. At the top left, there is a logo for 'COMENTTO pesquisa de mercado'. The main title 'Calculadora Amostral' is centered in a bold, black font. Below the title, there are four input fields for user-defined parameters: 'População' (Population) with the value '451', 'Erro amostral (%)' (Sampling error) with '10', 'Nível de confiança' (Confidence level) with a dropdown menu set to '90%', and 'Distribuição da população' (Population distribution) with a dropdown menu set to 'Mais homogênea (80/20)'. A prominent black button labeled 'CALCULAR' is positioned below these fields. At the bottom, a 'Resultado' (Result) field displays the calculated sample size '40' in a blue box.

Parâmetro	Valor
População	451
Erro amostral (%)	10
Nível de confiança	90%
Distribuição da população	Mais homogênea (80/20)
Resultado	40

Fonte: Autoria própria, com base na calculadora Comento (2023).

No Quadro 5 apresenta-se o cálculo realizado para ter o tamanho necessário para amostra desta pesquisa no desenvolvimento deste trabalho e melhor eficácia na aplicação do questionário.

3.1.2 PROCESSO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados de pesquisa é o processo de reunir informações para mostrar o problema levantado. Técnicas de pesquisa são desenvolvidas para esse fim. As pesquisas geralmente são o primeiro passo para iniciar a coleta de dados. (QUAIS... 2021)

A coleta dos dados foi realizada através de pesquisa quantitativa, tendo a aplicação do questionário apresentado no apêndice A. O questionário contém 23 perguntas de múltipla escolha com 3 ou mais respostas possíveis para que os entrevistados possam escolher a resposta que melhor se adapta à sua opinião. Desta forma, o mesmo foi aplicado para fins de coleta de dados a fim de tirar conclusões a partir das informações obtidas. Os resultados foram obtidos por meio de ferramentas de mídia eletrônica, como WhatsApp e e-mail.

O pré-teste foi aplicado no dia 11 de Novembro em horário comercial através do Google Forms encaminhado por e-mail e WhatsApp. Tendo como uma aplicação questionário teste para dois professores e 5 pessoas aleatórias, para observações e recomendações de ajustes, para que assim fique de forma clara e objetiva a aplicação do mesmo. E nestas observações foram corrigidos os seguintes aspectos:

- a) Correções ortográficas;
- b) Suposições de alternativas;
- c) Adequações exigidas pelos professores leitores;

Com base nessas verificações, o questionário foi realinhado e aprovado pelos mesmos, para que assim venha a se conseguir fazer uma pesquisa bem aplicada, e que assim consiga trazer dados sustentáveis para a pesquisa, onde os mesmos irão ajudar e muito para suas interpretações.

3.1.3 PROCESSO DE ANÁLISE DE DADOS

Segundo Coelho (2021) a análise de dados é a fase do trabalho acadêmico que transforma dados numéricos ou vagamente qualitativos em conclusões para resolver um problema de pesquisa.

A análise será realizada utilizando métodos científicos para analisar todas as respostas obtidas por meio do questionário e obter resultados estatísticos satisfatórios e consistentes com o trabalho apresentado até o momento. De acordo com Educação (2022) a análise estatística de dados é a ciência que permite reunir, investigar, apresentar e demonstrar resultados a partir da combinação de informações e interpretação de grandes quantidades de dados. Portanto, essa metodologia também pode ser usada para prever tendências futuras com base em informações. Por esse motivo, é usado diariamente na pesquisa, na indústria e até mesmo no governo.

4 DESENVOLVIMENTO DE RESULTADOS

Este capítulo descreve o desenvolvimento da pesquisa. Conforme Coelho (2021), nesta fase, são organizados todos os dados coletados para atender aos nossos objetivos de pesquisa, seja para confirmar ou refutar as hipóteses. Os resultados foram medidos pela coleta de dados realizada por meio de um questionário estruturado aplicado aos alunos dos cursos de administração da Universidade de Caxias do Sul.

4.1 PERFIL DO RESPONDENTE

Perguntas sobre dados pessoais individuais são feitas para traçar o perfil dos respondentes e dar suporte à caracterização. No Quadro 6, observa-se o índice para cada uma das 4 questões que iniciaram nossa pesquisa.

Quadro 6 – Resumo do perfil dos respondentes

SEMESTRE DO ALUNO		ESTADO CIVIL	
Primeiro / Segundo Semestre	15,2%	Solteiro	76,1%
Terceiro / Quarto Semestre	21,7%	Casado	23,9%
Quinto / Sexto Semestre	19,6%	Viúvo	0,0%
Sétimo / Oitavo Semestre	43,5%	Separado	0,0%
FAIXA ETÁRIA		Prefiro não opinar	0,0%
18 a 22 anos	23,9%		
23 a 27 anos	41,3%	GÊNERO	
28 a 32 anos	21,7%	Masculino	39,1%
33 a 37 anos	6,5%	Feminino	60,9%
Acima de 40 anos	6,5%	Prefiro não opinar	0,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

Observa-se no Quadro 6, que em relação ao gênero das 64 pessoas que responderam à pesquisa, 39,10% foram homens e 60,90% foram mulheres.

Quanto ao semestre que o aluno está matriculado é possível observar que a grande maioria encontra-se em fase conclusória do curso de administração, entre o sétimo e oitavo semestre com representatividade de 43,5%, seguido dos alunos que estão na metade do curso entre o terceiro e o quarto semestre com 21,7% e os que estão entre o quinto e o sexto semestre com 19,6%, enquanto que uma pequena parcela de 15,2% dos alunos encontra-se no

início da graduação entre o primeiro e o segundo semestre.

A faixa etária dos indivíduos varia, sendo que 19 alunos possuem idade entre 23 a 27 anos, representando 41,3% da amostra, em seguida a diferença entre as idades 18 a 22 e 28 a 32 é pouco expressiva com diferença de um respondente que respectivamente indica 23,9% e 21,7%, já as idades 33 a 37 e acima de 40 anos representam o mesmo percentual na amostra com representatividade de 6,5% cada. O estado civil dos respondentes, 76,10% é composto pelos que são solteiros, e 23,9% representam os que vivem casados.

4.2 PERSPECTIVAS DO ESTUDANTE DE ADMINISTRAÇÃO

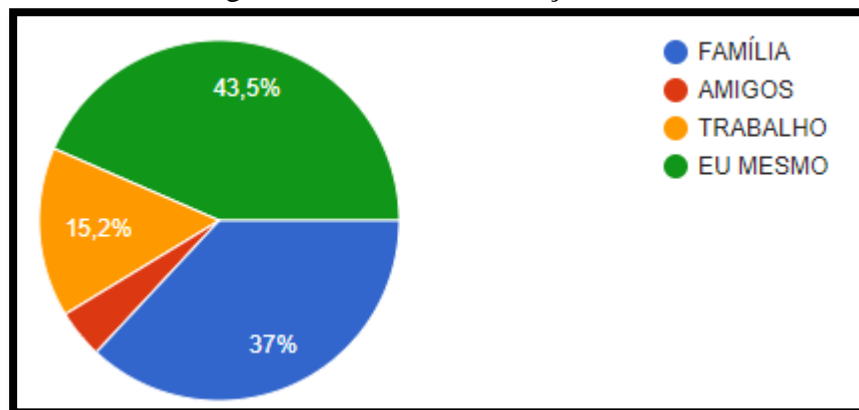
Seguindo o raciocínio de Zomer et al,(2018), a atual geração de alunos preza pela pontualidade das informações e espera resultados imediatos, de modo que as informações precisam ser oportunas.

A segunda parte do questionário possui um total de 19 perguntas de múltipla escolha a fim de identificar quais as perspectivas, dos profissionais de administração em relação à área de atuação.

4.2.1 Motivação nos estudos

As pessoas da geração y sentem que podem fazer a diferença no mundo, e sua identidade não deve ser baseada em padrões, mas em elementos puramente pessoais. (SIQUEIRA et al, 2019). Na questão apresentada a seguir, destaca-se a fonte de motivação para o ingresso dos alunos no curso de administração.

Figura 6 – Fonte de motivação dos alunos



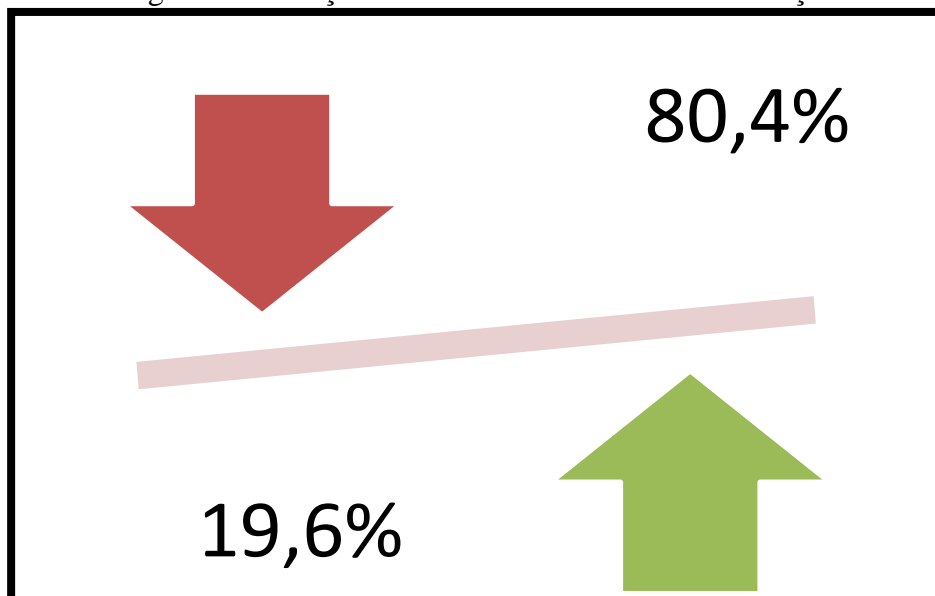
Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

Pode-se verificar que a questão retrata a imagem que o aluno é sua própria fonte de motivação. De acordo com a Figura 6, 20 dos entrevistados (43,5%) responderam que eles mesmos se motivaram a cursar administração, já a parcela de 37% no que corresponde 17 pessoas responderam que a família os motivou a fazer o curso, já 7 dos respondentes (15,2%) consideram a empresa sua fonte de motivação para os estudos, e 2 dos entrevistados responderam que os amigos influenciaram na escolha da graduação. Pode-se concluir que no contexto geral parte dos alunos do curso de administração escolhe a graduação por se identificarem com a profissão e outra parte por influencia dos familiares a fim de assumir os negócios da família.

4.2.2 Curso de administração e suas diversas áreas de atuação

Hoje, o mercado exige profissionais criativos, ousados, experientes, recém-formados, com boa formação acadêmica e bom conhecimento técnico. (SUAVE et al., 2018). A Figura 7 aponta que 37 dos entrevistados (80,4%) já atuam nas mais diversas áreas do curso de administração, e somente 9 alunos (19,6%) ainda não tiveram oportunidades de emprego.

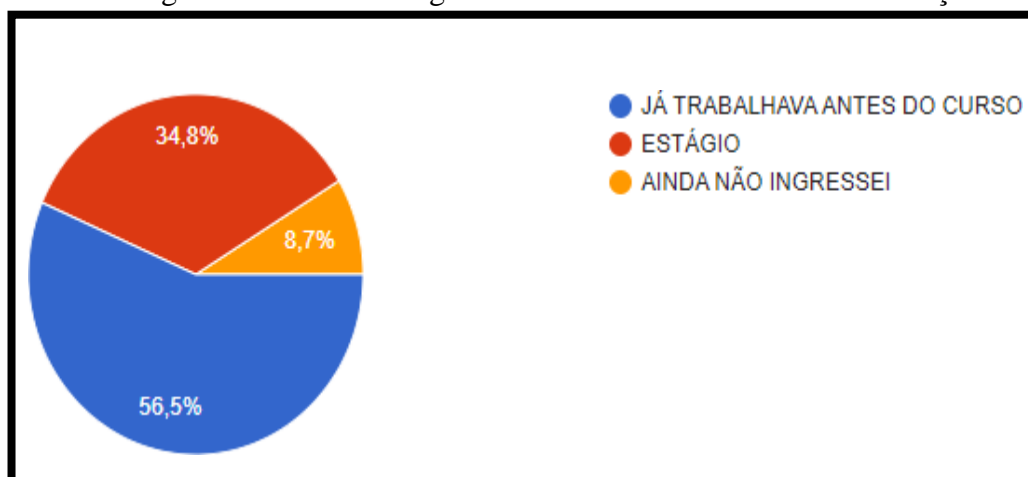
Figura 7 – Atuação dos alunos na àrea da administração



Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

As oportunidades de emprego são vistas pelos recém-formados como a realização de um sonho, onde tentam se enquadrar nas exigências criadas pela sociedade. (SUAVE et al., 2018). A Figura 8 demonstra como os alunos começaram a atuar na área profissional.

Figura 8 – Forma de ingresso dos alunos na área da administração



Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

Analisando a Figura 8, 26 alunos (56,5%) responderam que já trabalhavam na área antes de iniciar o curso, possivelmente em empresas familiares, já a parcela de 34,8% no que corresponde a 16 pessoas responderam que tiveram oportunidade na área por meio de estágio, enquanto 4 dos respondentes (8,7%) afirmam que ainda não tiveram contato com a área profissional.

Com tantos planos de carreira, pode ser difícil determinar qual setor você deseja seguir, quais são suas prioridades de carreira e quais fatores considerar ao decidir sobre seu próximo emprego (SIQUEIRA et al, 2019). Na Figura 9 é possível analisar os setores de maior interesse pelos administradores bem como o setor menos desejado por eles.

Figura 9 – Área de atuação dos alunos do curso de administração

■ NÃO ATUO NA ÁREA	15,20%
■ LOGÍSTICA	4,30%
■ ADM. HOSPITALAR	0%
■ ADM. PÚBLICA	2,20%
■ RH	8,70%
■ PRODUÇÃO	10,90%
■ MARKETING	2,20%
■ FINANCEIRA	13%
■ ADM. GERAL	43,50%

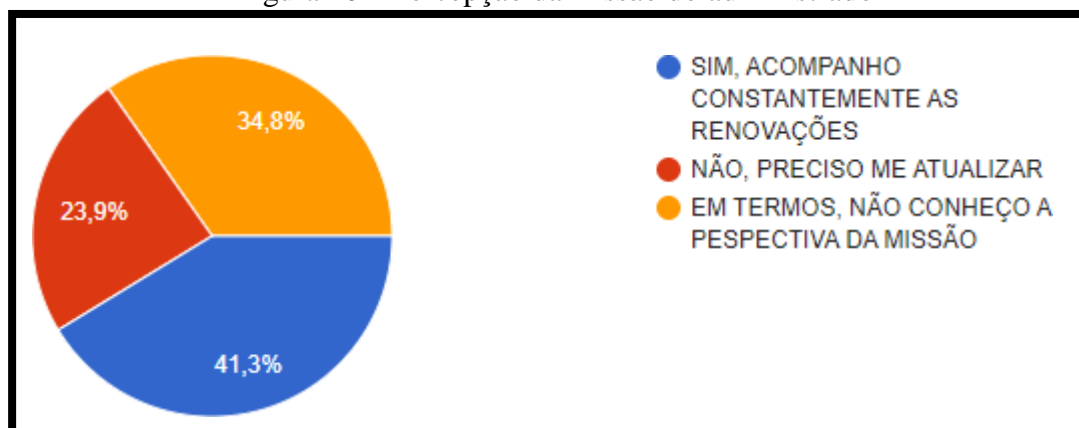
Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

Com base na Figura 9, é possível afirmar que dos entrevistados, 20 alunos (43,50%) atuam na administração de modo geral, em sua maioria como recepcionista/atendente de estabelecimentos comerciais, já uma parcela de 15,20% equivalente a 7 alunos responderam que atualmente não atuam na área, na sequencia temos as áreas, Financeira (6 alunos), Produção (5 alunos), e RH (4 alunos) sendo a diferença entre elas pouco expressiva que

respectivamente indicam 13%, 10,90% e 8,70%, a área de Logística aparece representada por 2 alunos (4,30%), já Marketing e Adm. Pública ambas são representadas por 1 aluno cada (2,20%), por fim nenhum aluno optou por atuar no ramo hospitalar (0%).

A globalização exige novos conceitos de liderança com foco em inovação e uma atitude empreendedora e visionária em relação aos negócios, por isso os gestores precisam se despedir de conceitos e teorias anteriores. (SUAVE et al., 2018)

Figura 10 – Percepção da missão do administrador

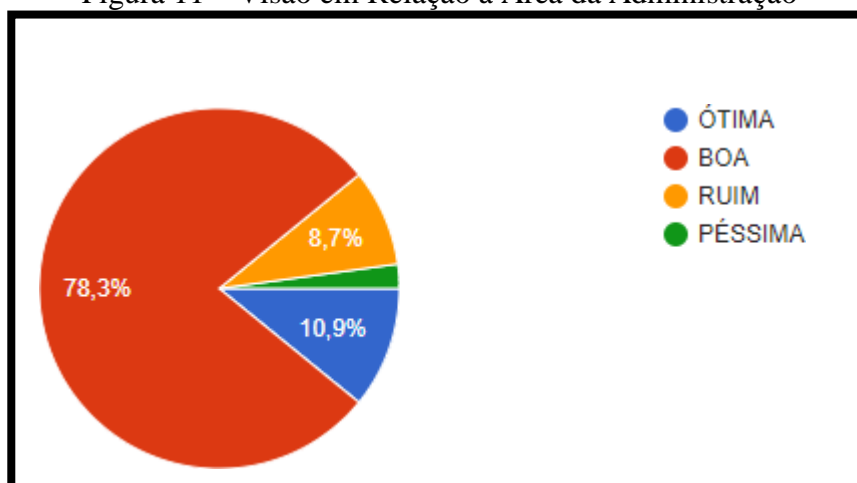


Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

Um gestor deve estar preparado para se adaptar às tecnologias que o mercado oferece e utilizá-las em benefício da empresa, evitar frustrações por meio de um bom planejamento estratégico que possa surgir e evitar possíveis desafios que ele possa enfrentar ao longo do caminho. (SUAVE et al., 2018). Na Figura 10 observa-se que 41,3% dos alunos entrevistados conhecem a missão do administrador e acompanham constantemente as renovações do mercado, por outro lado uma parcela de alunos correspondente a 34,8% responderam não conhecer a perspectiva da missão, já 23,9% dos alunos disseram que precisam se atualizar em relação ao assunto.

Diante das inúmeras mudanças econômicas, políticas e sociais ocorridas em todo o mundo e principalmente no Brasil, o mercado de trabalho exige cada vez mais profissionais qualificados, com competências técnicas e humanas. (SUAVE et al., 2018). Com base nessas mudanças, a Figura 11 aponta a perspectiva dos alunos em relação à área do curso de administração nos próximos cinco anos.

Figura 11 – Visão em Relação à Área da Administração

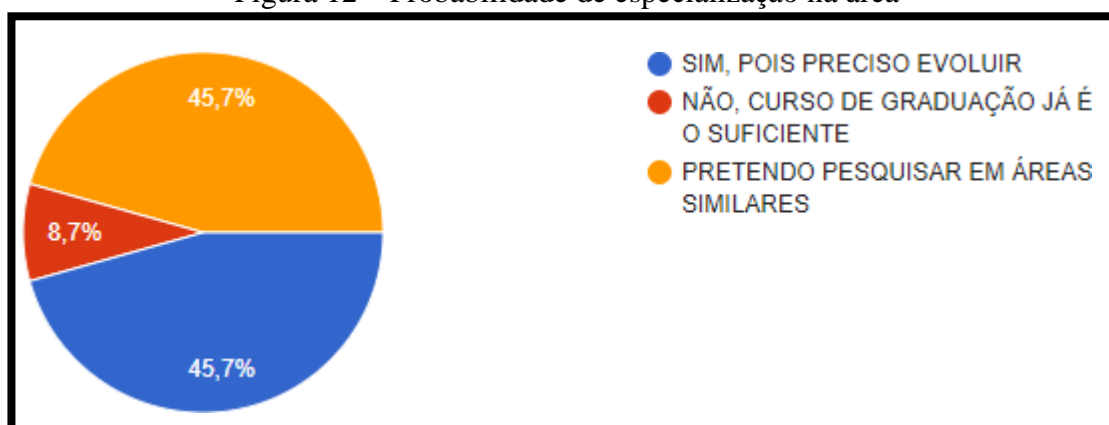


Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

Analisando a Figura 11 é possível afirmar que durante os próximos cinco anos a área da administração possui uma perspectiva “Boa” na visão da maioria dos estudantes com percentual de 78,3% (36 alunos), já para 5 alunos (10,9%) a perspectiva é considerada “Ótima”, em contrapartida temos 4 alunos (8,7%) com uma visão “Ruim” e 1 aluno (2,2) com perspectiva “Péssima” da profissão nos próximos anos.

A forma como os alunos se integram e participam nas atividades relacionadas com o ensino superior influencia a sua formação profissional e o seu desenvolvimento psicossocial. (Calvosa et al, 2022). Abaixo a Figura 12 apresenta o nível de interesse dos alunos por uma possível especialização na área de administração ou áreas similares.

Figura 12 – Probabilidade de especialização na área

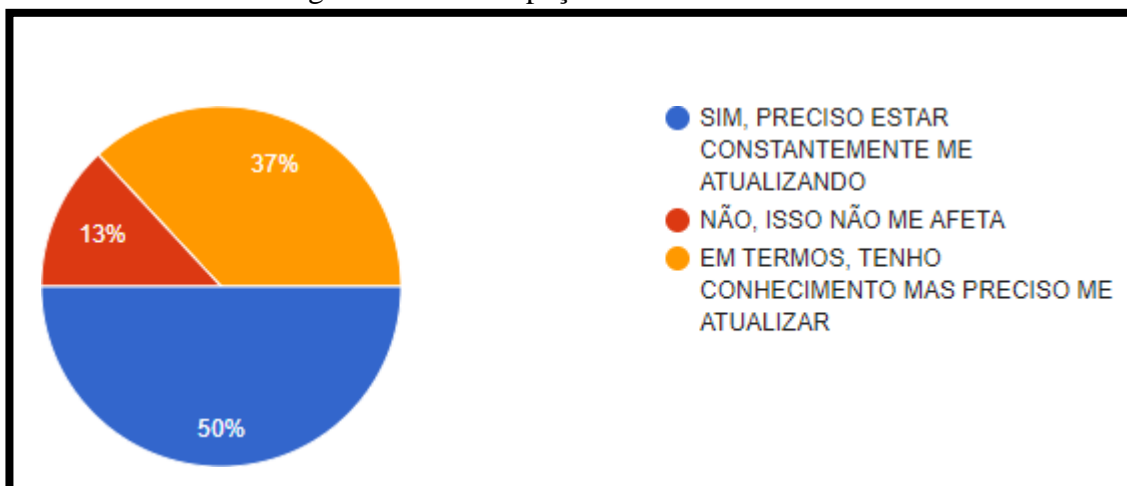


Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

De acordo com os resultados obtidos através da Figura 12, nota-se que os alunos têm interesse em buscar especializações tanto na área do curso (45,7%) como em áreas similares (45,7%), e apenas 8,7% afirma que o curso de graduação já é o suficiente não precisando assim se especializar.

Segundo Suave et al., 2018 os gestores têm muitas oportunidades em diversas áreas e quem quer se destacar na área escolhida deve estar sempre atualizado. A Figura 13 demonstra a preocupação dos alunos em relação aos colegas de profissão, futuros concorrentes de mercado.

Figura 13 – Preocupação com a concorrência

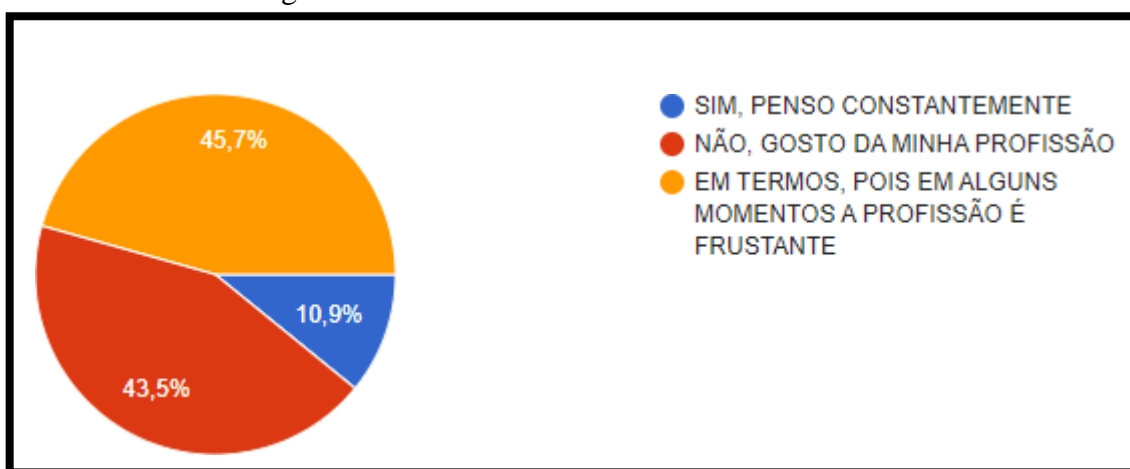


Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

Observa-se que 50% dos respondentes se preocupam com a concorrência e buscam estar constantemente atualizados perante o mercado de trabalho, já 37% dos alunos afirmam ter conhecimento mais precisam se atualizar diante da concorrência, e apenas 13% dizem não se afetar com os concorrentes.

O mercado de trabalho está cada vez mais exigente, principalmente para os jovens que buscam o primeiro emprego. (SUAVE et al., 2018). Diante dessa exigência a Figura 14 apresenta a probabilidade dos alunos desistirem do curso de administração.

Figura 14 – Probabilidade de desistência do curso



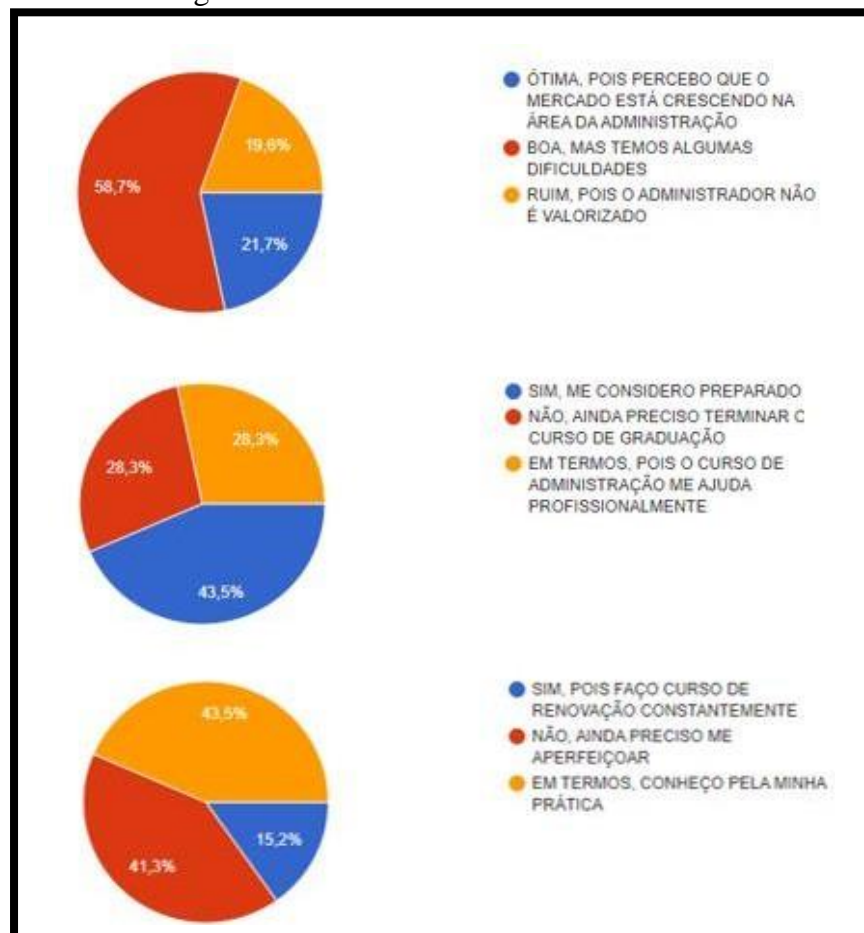
Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

Mediante este contexto, constata-se que 10,9% dos entrevistados se sentiram pressionados ou desanimados ao estudar administração e 45,7% dos alunos consideram a profissão frustrante em alguns momentos. Eles provavelmente estavam cientes do estado atual do mercado de trabalho em sua área de estudo e do trabalho que estavam fazendo, então ficaram confusos sobre o que fazer em relação aos seus estudos. Já 43,5% dos alunos afirmam não pensar em desistir do curso, pois gostam da profissão.

4.2.3 Mercado de Trabalho Expectativa X Realidade

Uma das razões pelas quais é difícil entrar no mercado de trabalho são as altas expectativas que as pessoas criam dentro de si e se sentem inseguras quando não são bem atendidas. (SUAVE et al., 2018). Analisa-se na Figura 15 a expectativa dos alunos em relação ao mercado de trabalho, o quanto eles se sentem qualificados para atuar no mesmo e se estão atualizados perante as mudanças tecnológicas.

Figura 15 – Análise do mercado de trabalho



Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

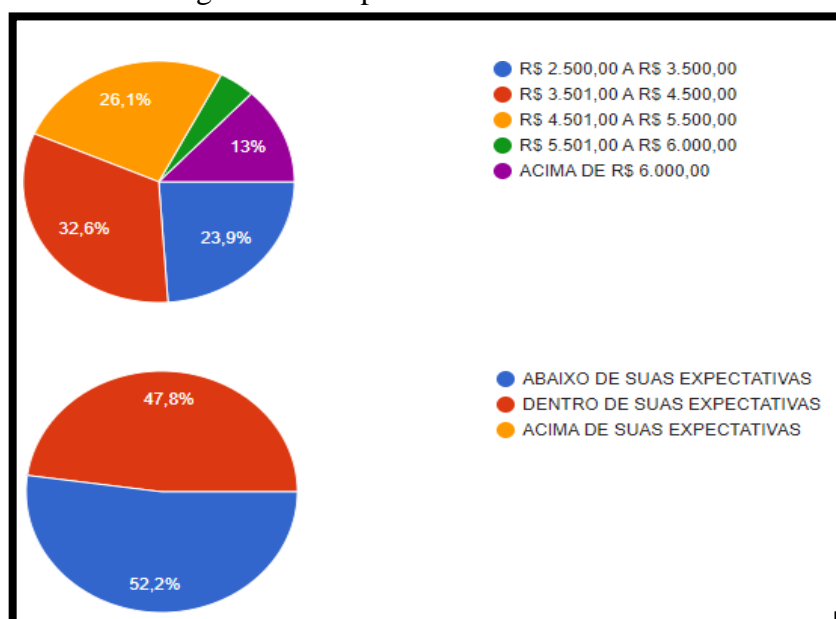
Diante desse cenário, 58,7% dos estudantes de administração entrevistados foram considerados como tendo boas expectativas em relação ao mercado de trabalho, mas apresentam algumas dificuldades. Dos entrevistados 10 alunos (21,7%) consideram um crescimento de mercado na área da administração tendo assim grandes expectativas em relação ao mercado, e apenas 9 alunos (19,6%) tem expectativa baixa pois afirmam que a profissão não é valorizada.

No quesito qualificação 43,5% dos alunos se sentem aptos a atua no mercado, e de forma igualitária os demais estudantes consideram que o curso auxilia no desenvolvimento profissional (28,3%) e afirmam que precisam concluir a graduação para se sentirem aptos (28,3%).

Quando questionados sobre as atualizações tecnológicas do mercado de trabalho, 15,2% dos alunos afirmam fazer curso de renovação constantemente, enquanto 43,5% dos estudantes dizem ter conhecimento pela prática diária, e 41,3% afirmam que não estão se atualizando diante as mudanças do mercado e precisam de aperfeiçoamento. O uso da tecnologia para fins administrativos visa ajudar os trabalhadores a desempenhar suas funções de forma mais eficaz e eficiente e trazer algum benefício para a empresa em termos de desempenho pessoal e aumento da produtividade. (SUAVE et al., 2018).

No que diz respeito à expectativa salarial apresentada pelos indivíduos participantes deste trabalho (Figura 16), foram identificados que os mesmos demonstram ter parâmetros muito acima da média encontrada atualmente no mercado de trabalho, onde pincipalmente 13% deles esperam receber um salário acima de R\$ 6.000,00 reais.

Figura 16 – Expectativa de faixa salarial



Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

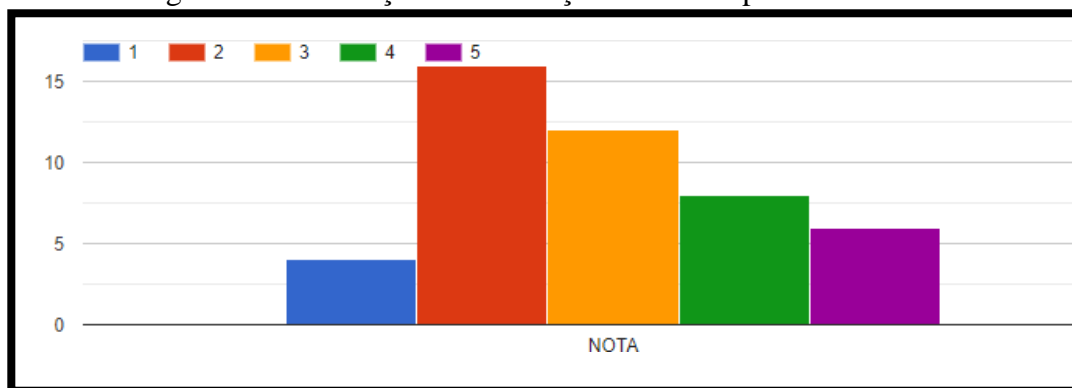
Por outro lado, também foram identificados alguns indivíduos representados por 26,1% e 32,6% dos entrevistados que estão com expectativas salariais mais próximas da realidade a qual indivíduos que acabam de se formar conseguem, sendo R\$ 4.501,00 à R\$ 5.500,00 e R\$ 3.501,00 à R\$ 4.500,00 respectivamente, já uma parcela de 23,9% espera receber a faixa normalmente encontrada no mercado, entre R\$ 2.500,00 à R\$ 3.500,00.

Quanto à remuneração atual da profissão encontrada no mercado de trabalho nenhum aluno considera a remuneração acima das expectativas, 52,2% dos alunos consideram que a mesma está abaixo de suas expectativas e 47,8% dizem que a remuneração está dentro de suas expectativas.

4.2.4 Análise da Instituição de Ensino

Uma das últimas questões do questionário diz respeito à escala utilizada para determinar o percentual de pessoas que avaliam positivamente a instituição. Esta pergunta foi feita em uma escala de 1 a 5 onde 1 representa uma avaliação regular, e 5 uma ótima avaliação (Figura 17).

Figura 17 – Avaliação da instituição de ensino profissionalizante

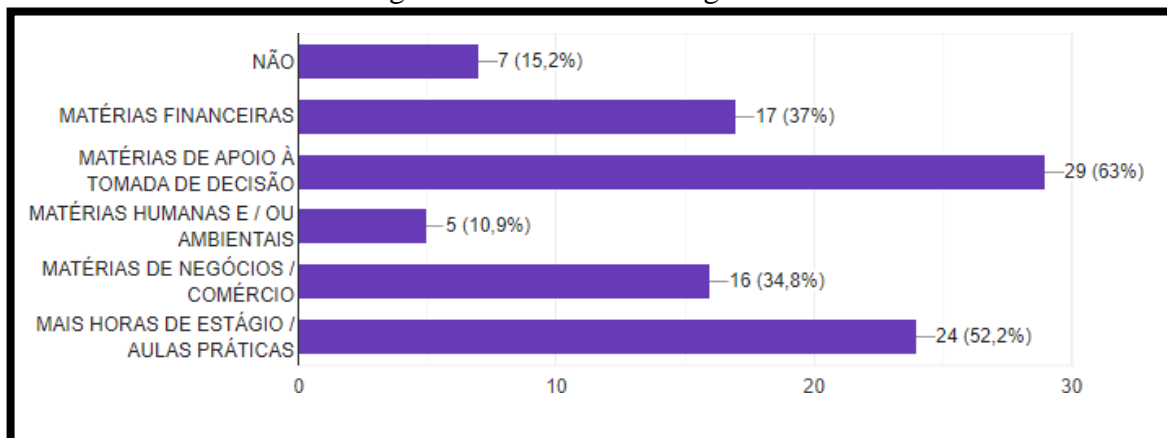


Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

Como se pode observar na Figura 17 a avaliação do ensino profissionalizando oferecido pela instituição é mal vista pela maioria dos entrevistados, sendo que 16% deles afirmam que a instituição apresenta ferramentas desatualizadas para o ensino aprendido de seus alunos classificando a mesma com nota 2, e apenas 6 alunos afirmam que a instituição apresenta ótimas ferramentas de ensino. Para melhor atender o processo de ensino/aprendizagem, é necessário que os professores adotem atitudes de abertura e humanidade, sejam estimuladores, buscadores de valores e democratizem a comunicação e a pesquisa com interação e interatividade. (CALVOSA ET AL, 2022)

Segundo Calvosa et al (2022), aqueles que ingressam nos estudos universitários costumam ter certas expectativas em relação às dificuldades que podem surgir durante o período de estudos e também às oportunidades associadas à graduação. Assim, ao propiciar espaços de ensino, discussão e reflexão conjunta a sua trajetória na graduação poderá ser mais bem aproveitada. Na Figura 18 observam-se as sugestões de melhorias na grade curricular sugeridas pelos alunos entrevistados.

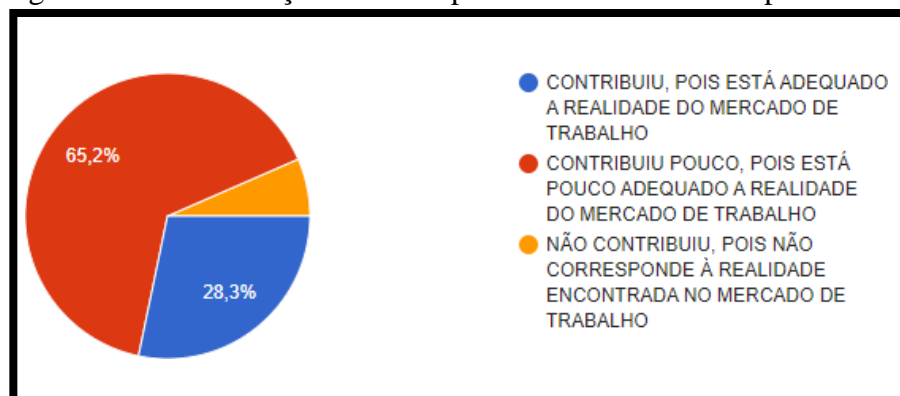
Figura 18 – Divisão da carga horária



Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

De acordo com os resultados obtidos através da Figura 18, nota-se que os alunos tem interesse em matérias que abordem assuntos relacionados ao apoio à tomada de decisões (63%) e aulas práticas (52,2%) que propoçionem experiência e vivência na área antes de ingressarem no mercado de trabalho, já num segundo momento os alunos despertam interesse por disciplinas relacionadas à parte financeira (37%) e comercial (34,8), por fim 10,9% sugerem disciplinas direcionadas a parte humana e ambiental. Na Figura 19 percebe-se o quanto o curso de administração contribuiu para o desenvolvimento das habilidades necessárias para atuação no mercado de trabalho.

Figura 19 – Contribuição do curso para o desenvolvimento profissional



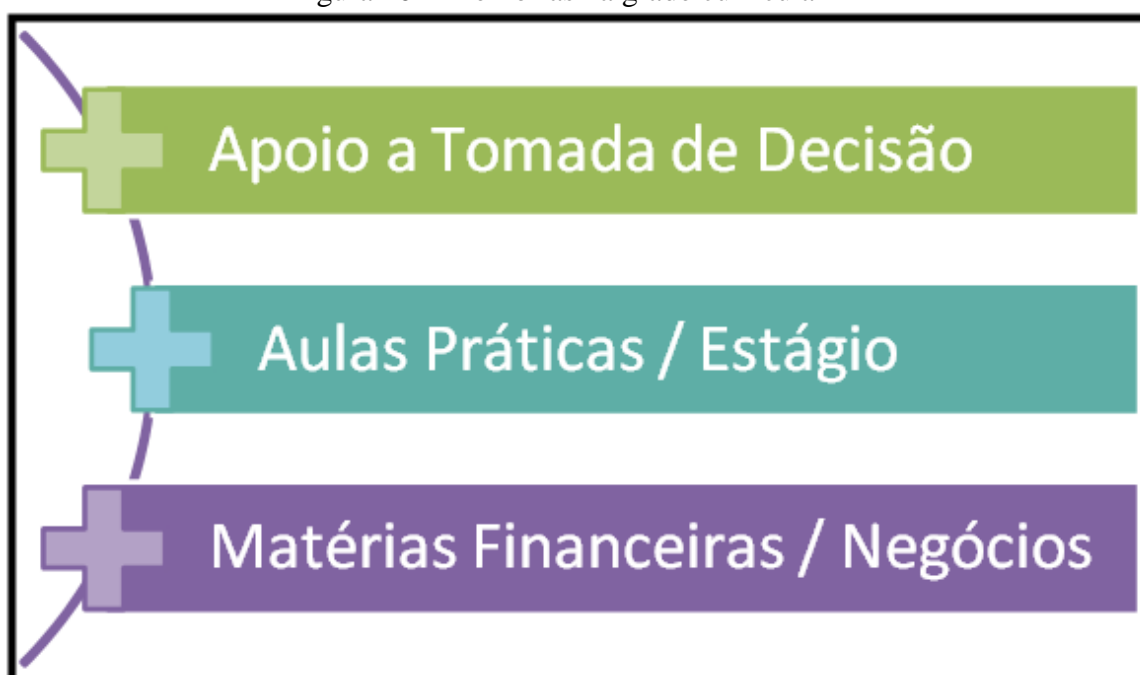
Fonte: Elaborado pela autora (2023) n=64

De acordo com a Figura 19 conclue-se que para 65,2% dos alunos o curso contribuiu pouco no seu desenvolvimento profissional, pois está pouco adequado a realidade do mercado de trabalho, 6,5% consideram que o curso não contribuiu, pois não se adequa a realidade encontrada no ambiente profissional, por fim uma parcela de 28,3% considera que o curso está adequado com a atualidade e por isso contribuiu no seu desenvolvimento.

5 AÇÕES IMPORTANTES PARA EVOLUÇÃO DO ADMINISTRADOR

O resultado da pesquisa realizada para este trabalho representa as perspectivas, dos profissionais de administração em relação à área de atuação nos próximos cinco anos. Considerando a importância da atuação profissional e inserção no mercado de trabalho para a motivação do aluno de Administração, buscou-se identificar os interesses dos acadêmicos em relação ao futuro. A Figura 20 apresenta a sugestão de melhorias dos alunos na grade curricular do curso de administração.

Figura 20 – Melhorias na grade curricular



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Conforme a Figura 20, os alunos tem interesse em mais disciplinas que abordem sobre apoio a tomada de decisão a fim de auxiliá-los no ambiente profissional e mais matérias direcionadas a assuntos financeiros com a finalidade de desenvolver os conhecimentos na área de aplicações financeiras. Além do aumento da carga horária das disciplinas citadas acima, os alunos buscam o desenvolvimento profissional dentro da própria graduação através de estágios obrigatórios e aulas mais práticas a fim de minimizar as teorias que se fazem ultrapassadas diante do atual mercado de trabalho.

Os jovens que estão ingressando no mercado de trabalho apresentam grande preocupação com o seu processo de formação e capacitação, onde os mesmos sempre buscam estar atualizados sobre novas tendências. Embora algumas pessoas tenham demonstrado insegurança e preocupação com o processo educacional e com a inserção no mercado de

trabalho, a maioria está se sentindo capacitado. Compreende-se necessário a inserção de uma disciplina no início da graduação que apresente aos alunos os ramos que a profissão tem a oferecer e direcione-os para o seu desenvolvimento profissional.

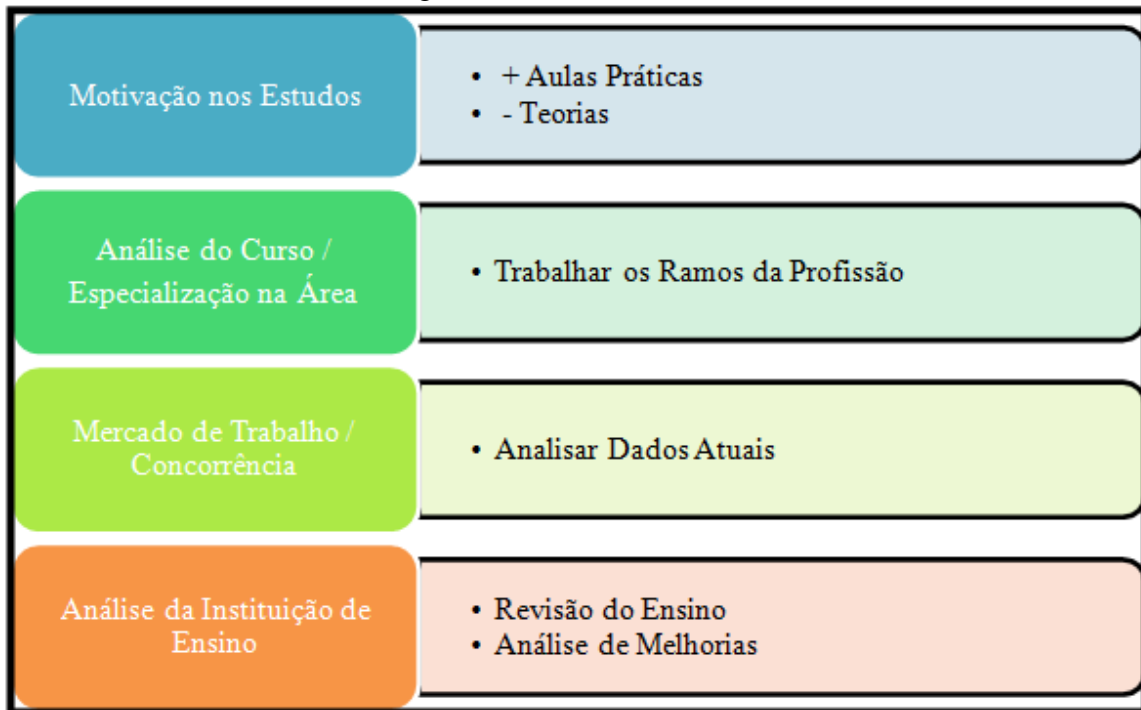
Como o mercado de trabalho está exigindo cada vez mais dos profissionais que buscam melhores condições de trabalho, é possível perceber que os jovens entrevistados têm conhecimento dessa disputa e estão se preparando como podem, seguindo assim uma carreira ao qual eles têm apressado e conhecimento da demanda e prática exercida. Porém, a falta de experiência e conhecimento prático específico não favorece o ingresso de alguns no mercado de trabalho, e por isso deve-se buscar meios alternativos para enfrentar as adversidades e demandas, pois afinal muitos deles ainda não trabalham na área e têm que competir com outros profissionais da área que têm mais experiência na prática.

O cenário proposto para o ensino superior participativo, comprometido com as novas tendências tecnológicas, sociais e profissionais, atrairia uma nova geração de estudantes, criaria um ambiente de interação e formação profissional. Os educadores deverão se adaptar às novas realidades, necessidades e circunstâncias em nome de um processo de ensino/aprendizagem de qualidade, de responsabilidade e de inclusão. Os próprios estudantes, em uma visão abrangente e adequada, poderão fazer parte do processo de construção de diferentes espaços de aprendizagem, tendo como objetivo discutir a articulação entre as tecnologias educacionais.

De acordo com o novo modelo mental dos alunos, o papel do professor também mudou. Para melhor atender o processo ensino/aprendizagem, é preciso que os professores adotem atitudes de abertura e humanidade, sejam estimuladores e buscadores de valores, democratizem a comunicação e a pesquisa com diálogo e interatividade.

As atividades acadêmicas não essenciais destacam-se e podem ser uma estratégia de adaptação às novas realidades e experiências em que os estudantes do ensino superior estão imersos: a vida universitária. As atividades relacionadas ao curso exigem e enfatizam o senso de responsabilidade, facilitam a interação do aluno com outros alunos e professores, apresentam projetos de pesquisa e extensão, permitem que os alunos conheçam novas realidades e motivam os alunos a prosseguirem seus estudos. As ações de extensão devem buscar solucionar problemas existentes, de interesse e necessidade da sociedade, ampliando a relação dessas com a Universidade. A Figura 21 apresenta o mapa orientativo para as futuras melhorias no curso de administração da Universidade de Caxias do Sul.

Figura 21 – Melhorias no ensino



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Conforme apresentado na Figura 21 é necessário trabalhar a motivação dos estudos, analisar o curso de administração de empresas e possíveis especialidades, identificar questões importantes sobre concorrência e mercado de trabalho, e por fim concluir com uma análise da instituição de ensino e futuras melhorias no curso.

Incentivar as atividades no ambiente universitário pode formar uma visão crítica sobre os conhecimentos teóricos aprendidos durante o curso, pois os alunos "medem" seus conhecimentos, habilidades e atitudes contra habilidades de fora do ambiente acadêmico. Há também um benefício social, a formação de uma rede e benefícios culturais, conhecendo novas realidades, conhecimentos e visões de mundo. Os alunos podem olhar para sua profissão, para a sociedade ou para si mesmos de forma mais cuidadosa e profunda.

6 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

O presente trabalho trata-se de uma abordagem sobre as perspectivas dos alunos do curso administração da Universidade de Caxias do Sul em relação à área de atuação nos próximos cinco anos, apresentando críticas e sugestões de melhores práticas aos gestores envolvidos neste processo com fundamentação nas teorias apresentadas no referencial teórico.

Como maior desafio do atual trabalho entende-se a dificuldade de conseguir respondentes dos semestres iniciais, por tratar-se de uma disciplina de conclusão de curso onde se limita o contato com os colegas do semestre e se faz necessário a colaboração da coordenação para o envio dos questionários.

Como apresentado, o tema central do estudo é na área de administração da Universidade de Caxias do Sul, dentro desta área pode-se também ser estudado o curso prestado por outras instituições de ensino da região, para entender o lado da concorrência. Também seria interessante o aprofundamento do assunto voltado para a geração Alpha. E para finalizar, como terceira sugestão de trabalhos futuros, propõe-se uma reanálise do curso num período de cinco anos a fim de verificar se houve melhoras com as sugestões propostas nesse estudo.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo serão apresentados os resultados obtidos através do estudo realizado com a finalidade de abordar o objetivo geral e os específicos. O presente estudo teve como objetivo identificar quais as perspectivas, dos profissionais de administração em relação à área de atuação nos próximos cinco anos.

Para atingir o objetivo proposto, foi desenvolvido o referencial teórico com enfoques nos perfis e habilidades de cada geração presente no mercado de trabalho e analisado as exigências do mesmo para com a nova geração de administradores. E pela análise da pesquisa aplicada foi possível perceber que mais da metade dos participantes do estudo tem boas expectativas em relação ao mercado de trabalho.

O objetivo que tratava o estudo do perfil do administrador contemporâneo foi apresentado no referencial teórico, onde se podem aprofundar os estudos na geração alpha para conhecer suas habilidades e entender que se as empresas quiserem ter uma comunicação plausível e eficaz com este público nos próximos anos, já é preciso que compreendam a inteligência artificial e como essas inovações podem agregar positivamente a empresa, criando soluções eficientes.

Já o objetivo que falava sobre as perspectivas e metas futuras dos acadêmicos do curso de administração da Universidade de Caxias do Sul foram abordados pela análise da pesquisa aplicada, onde foi evidenciado que os alunos têm interesse em buscar especializações tanto na área do curso como em áreas similares.

Assim como exposto acima, o objetivo relacionado ao foco profissional também foi abordado pela análise da pesquisa aplicada, onde se entende que a área financeira tem chamado a atenção dos alunos, os quais buscam por mais disciplinas que abordem o assunto em questão.

Quanto ao objetivo de comparação das perspectivas dos acadêmicos iniciais e concluintes do curso de administração o mesmo foi analisado através da pesquisa onde se evidencia que muitos alunos dos semestres iniciais ainda não se consideram qualificados a atuar no mercado afirmando que precisam concluir a graduação para se sentirem aptos.

Por fim o objetivo de análise do rumo da administração nos próximos cinco anos foi evidenciado na análise da pesquisa e reafirmado pelas considerações da autora com o propósito de acentuar as melhores práticas aos gestores desta área.

Visto que o tema abordado pelo presente estudo é um assunto que traz melhorias no ensino profissional do curso de administração e uma análise futura do mercado de trabalho, o estudo torna-se bastante relevante aos gestores da área e as instituições de ensino superior, a fim de se adequarem as novas exigências do mercado e a nova geração de administradores. O meu principal aprendizado com este estudo é sobre acompanhar as tendências de mercado, bem como o rumo da profissão ao qual escolhi me desenvolver profissionalmente.

Sugere-se a novos estudos uma diversificação do público-alvo, seja comparando estudantes de diferentes formações, ou mesmo estabelecendo novos limites de pesquisa quanto às diferenças do perfil, quanto a comparações entre variáveis socioculturais ou econômicas. Para futuras pesquisas, sugere-se que a amostra seja ampliada e distribuída regional e nacionalmente.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Camila Boaventura; MENEZES, Raquel Santos Soares; SILVA, Francielih Dorneles. **Percepção sobre o Curso de Administração e Perfil dos Egressos da Universidade Federal de Viçosa** – Campus Rio Paranaíba. 2018

CALVOSA, Marcello Vinicius Doria; ALMEIDA, Andreia Cristina Resende de; BATISTA, Marcos Antonio da Silva; FERREIRA, Marcos. **Uma iniciativa de educação profissional para a construção de carreira dos alunos de Administração**. Research, Society And Development, [S.L.], v. 11, n. 2, p. 1-19, 6 fev. 2022. Research, Society and Development. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i2.25991>.

CARVALHO, Francieleide Santos de et al. **OS DESAFIOS DO ADMINISTRADOR FRENTE ÀS NOVAS TENDÊNCIAS**. Faculdade de Ciências do Tocantins, Tocantins, v. 1, n. 21, p. 124-137, dez. 2020. Disponível em: <http://revistas.faculdefacit.edu.br/index.php/JNT>. Acesso em: 06 out. 2022.

COELHO, Beatriz. **Você sabe como fazer uma boa análise de dados para sua pesquisa científica?: o que é a análise de dados?. O que é a análise de dados?.** 2021. Disponível em: <https://blog.mettzer.com/analise-de-dados/>. Acesso em: 11 nov. 2022.

EDUCAÇÃO, Redação Xp. **Análise estatística de dados: como realizar na prática?: o que caracteriza uma análise estatística de dados?. O que caracteriza uma análise estatística de dados?.** 2022. Disponível em: <https://blog.xpeducacao.com.br/analise-estatistica-de-dados/>. Acesso em: 11 nov. 2022.

FERNANDES, João André Tavares; BARRIOS, Jairo Couto. **O RELACIONAMENTO E OS CONFLITOS ENTRE AS GERAÇÕES BABY BOOMERS, X e Y NAS EMPRESAS: Geração baby boomers**. Cccss Contribuciones A Las Ciencias Sociales, Mogi das Cruzes, p. 1-1, dez. 2018. Mensal. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/12/conflitos-geracoes-babyboomers.html>. Acesso em: 15 set. 2022.

FREITAS, Adriana Duque de; PITA, Maria Bernadete Vargas; ALEXANDRE, Rafael Corrêa. **DO ANTIGO AO NOVO: GERAÇÃO BABY BOOMERS, GERAÇÃO X, GERAÇÃO Y, GERAÇÃO Z E SEUS CONFLITOS NAS ORGANIZAÇÕES**. **Revista de Trabalhos Acadêmicos Juiz de Fora: XVI SEMEX E IV SEMPESQ UNIVERSO JUIZ DE FORA**, Juiz de Fora, v. 7, p. 1-11, maio 2018. Disponível em: <http://revista.universo.edu.br/index.php?journal=1JUIZDEFORA2&page=article&op=viewFile&path%5B%5D=7220&path%5B%5D=3663>. Acesso em: 16 set. 2022.

LIMA, Yasmin Khatib de; CAVICHIOLI, Fábio Alexandre. **O PERFIL E A INFLUÊNCIA DE CADA GERAÇÃO ATUANDO NA MESMA ORGANIZAÇÃO**. **VI Simtec – Simpósio de Tecnologia**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 123-132, set. 2019.

LIMA JÚNIOR, Johannes de Oliveira; MESQUITA, Rafael Fernandes de; SANTOS, Natália Alves dos; FERREIRA, Wellington Gomes; SILVA, Felipe dos Santos; MATIS, Fátima

Regina Ney. O FUTURO QUE NÓS CRIAMOS: a perspectiva da sustentabilidade em futuros administradores. **Revista Gestão e Organizações**, [S.L.], v. 5, n. 4, p. 80, 22 fev. 2021. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba. <http://dx.doi.org/10.18265/2526-2289v5n4p80-101>. Disponível em: <https://periodicos.ifpb.edu.br/index.php/rgo/article/view/4688>. Acesso em: 13 ago. 2022.

MARQUES, Jéssica Gabriele Ribeiro; MATOS, Samantha Franciele Dorabiato de. GERAÇÃO ALPHA NO FUTURO DAS ORGANIZAÇÕES. **Revista Revovare: Revista de Saúde e Meio Ambiente**, Paraná, v. 2, n. 8, p. 278-292, out. 2021.

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia e métodos**. Cap. 2, São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MATHIAS, Lucas. **Entenda o que é população e amostra da pesquisa de mercado: e qual é a diferença entre população e amostra?. E qual é a diferença entre população e amostra?**. 2022. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/populacao-e-amostra-pesquisa/#:~:text=Se%20a%20minha%20popula%C3%A7%C3%A3o%20s%C3%A3o,que%20responderam%20%C3%A0%20sua%20pesquisa..> Acesso em: 27 out. 2022.

OLIVEIRA, Verônica Alves de. **Geração Alfa: uma análise a partir da percepção de profissionais de marketing**. 2018. 76 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2018.

PATTAS, Lorena dos Santos; BENEVIDES, Tania Moura. Precisamos falar sobre carreira e sua estruturação para estudantes de Administração. **Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração**, [S.L.], v. 10, n. 2, p. 21-33, 27 jul. 2018. ANPAD. <http://dx.doi.org/10.21714/raunp.v10i2.1783>.

PAULA, Tainah de. **Técnicas de Amostragem: orientações para que os resultados informem de maneira clara e precisa os objetivos da pesquisa. Orientações para que os resultados informem de maneira clara e precisa os objetivos da pesquisa**. 2019. Disponível em: <http://www.capcs.uerj.br/tecnicas-de-amostragem/>. Acesso em: 08 nov. 2022.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 277 p.

QUAIS são os instrumentos de coleta de dados de pesquisa? 2021. Disponível em: <https://biblio.direito.ufmg.br/?p=5116>. Acesso em: 11 nov. 2022.

SANTOS, Alan Souza dos. SCARPITTA, Isabella Vitória. SILVA, Priscila Barbosa da. LIMA, Rebeca Alves de. **Impactos das gerações nas lideranças dos novos tempos**, 2022. Trabalho de conclusão de curso (Curso Técnico em Recursos Humanos) - Escola Técnica Estadual ETEC de Cidade Tiradentes (Cidade Tiradentes - São Paulo), São Paulo, 2022

SIQUEIRA, Mariana de; MONTEIRO, Haidamus; LEITE, Diogo Barbosa. Perspectivas de carreira dos estudantes de administração da Universidade Federal de Mato Grosso: comparativo entre os estudantes das gerações x e y. Navus - **Revista de Gestão e Tecnologia**, [S.L.], v. 9, n. 1, p. 87-104, 1 jan. 2019. Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial / SENAC SC. <http://dx.doi.org/10.22279/navus.2019.v9n1.p87-104.780>.

SUAVE, Renata Prado et al. **OS JOVENS ADMINISTRADORES NO MERCADO DE TRABALHO**. 2018. 31 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Faculdades doctum de Serra, Serra, 2018.

TESTI, Lucas Israel Oliveira; DADAMO, João Vitor de Souza; AMARANTE, Juliana Marangoni; CRUBELLATE, João Marcelo. **PERCEPÇÕES DE FUTUROS ADMINISTRADORES SOBRE ÉTICA ORGANIZACIONAL**. Iniciação Científica Cesumar, [S.L.], v. 22, n. 1, p. 39-52, 29 jun. 2020. Centro Universitario de Maringa. <http://dx.doi.org/10.17765/1518-1243.2020v22n1p39-52>. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/iccesumar/article/view/8256/6303>. Acesso em: 13 ago. 2022.

ZOMER, Luisa Bunn; SANTOS, Aline Regina; COSTA, Kelly Cristina de Oliveira. O perfil de alunos do curso de administração: um estudo com base nas gerações x, y e z. **Revista Gestão Universitária na América Latina - Gual**, [S.L.], p. 198-221, 11 jun. 2018. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). <http://dx.doi.org/10.5007/1983-4535.2018v11n2p198>.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

1. EM QUAL PERÍODO VOCÊ SE ENCONTRA NO MOMENTO? *

Marcar apenas uma oval.

- PRIMEIRO/SEGUNDO SEMESTRE
- TERCEIRO/QUARTO SEMESTRE
- QUINTO/SEXTO SEMESTRE
- SÉTIMO/OITAVO SEMESTRE

2. QUAL O SEU GÊNERO? *

Marcar apenas uma oval.

- MASCULINO
- FEMININO
- PREFIRO NÃO OPINAR

3. QUAL A SUA FAIXA ETÁRIA? *

Marcar apenas uma oval.

- 18 À 22 ANOS
- 23 À 27 ANOS
- 28 À 32 ANOS
- 33 À 37 ANOS
- ACIMA DE 40 ANOS

4. ESTADO CIVIL? *

Marcar apenas uma oval.

- SOLTEIRO
- CASADO
- VIÚVO
- SEPARADO
- PREFIRO NÃO OPINAR

5. QUEM TE MOTIVOU A FAZER O CURSO? *

Marcar apenas uma oval.

- FAMÍLIA
- AMIGOS
- TRABALHO
- EU MESMO

6. VOCÊ JÁ TRABALHA NA ÁREA DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO? *

Marcar apenas uma oval.

- SIM
- NÃO

7. QUAL A ÁREA DA ADMINISTRAÇÃO QUE ATUA? *

Marcar apenas uma oval.

- ADM. GERAL
- FINANCEIRA
- MARKETING
- PRODUÇÃO
- RH
- ADM. PÚBLICA
- ADM. HOSPITALAR
- LOGÍSTICA
- NÃO ATUO NA ÁREA

8. COMO VOCÊ INGRESSOU NA ÁREA? *

Marcar apenas uma oval.

- JÁ TRABALHAVA ANTES DO CURSO
- ESTÁGIO
- AINDA NÃO INGRESSEI

9. QUAL A SUA EXPECTATIVA EM RELAÇÃO AO MERCADO DE TRABALHO? *

Marcar apenas uma oval.

- ÓTIMA, POIS PERCEBO QUE O MERCADO ESTÁ CRESCENDO NA ÁREA DA ADMINISTRAÇÃO
- BOA, MAS TEMOS ALGUMAS DIFICULDADES
- RUIM, POIS O ADMINISTRADOR NÃO É VALORIZADO

10. VOCÊ SE SENTE QUALIFICADO PARA O MERCADO DE TRABALHO? *

Marcar apenas uma oval.

- SIM, ME CONSIDERO PREPARADO
- NÃO, AINDA PRECISO TERMINAR O CURSO DE GRADUAÇÃO
- EM TERMOS, POIS O CURSO DE ADMINISTRAÇÃO ME AJUDA PROFISSIONALMENTE

11. AO FORMAR NO CURSO VOCÊ CONTINUARÁ SE ESPECIALIZANDO NA ÁREA? *

Marcar apenas uma oval.

- SIM, POIS PRECISO EVOLUIR
- NÃO, CURSO DE GRADUAÇÃO JÁ É O SUFICIENTE
- PRETENDO PESQUISAR EM ÁREAS SIMILARES

12. QUAL A SUA EXPECTATIVA SALARIAL AO FORMAR NO CURSO? *

Marcar apenas uma oval.

- R\$ 2.500,00 A R\$ 3.500,00
- R\$ 3.501,00 A R\$ 4.500,00
- R\$ 4.501,00 A R\$ 5.500,00
- R\$ 5.501,00 A R\$ 6.000,00
- ACIMA DE R\$ 6.000,00

13. QUANTO À REMUNERAÇÃO DA PROFISSÃO, VOCÊ CONSIDERA QUE ESTÁ: *

Marcar apenas uma oval.

- ABAIXO DE SUAS EXPECTATIVAS
- DENTRO DE SUAS EXPECTATIVAS
- ACIMA DE SUAS EXPECTATIVAS

14. VOCÊ ESTÁ ATUALIZADO COM AS MUDANÇAS TECNOLÓGICAS DO MERCADO DE TRABALHO? *

Marcar apenas uma oval.

- SIM, POIS FAÇO CURSO DE RENOVAÇÃO CONSTANTEMENTE
- NÃO, AINDA PRECISO ME APERFEIÇOAR
- EM TERMOS, CONHEÇO PELA MINHA PRÁTICA

15. VOCÊ SE PREOCUPA COM A GRANDE CONCORRÊNCIA DE NOVOS ADMINISTRADORES? *

Marcar apenas uma oval.

- SIM, PRECISO ESTAR CONSTANTEMENTE ME ATUALIZANDO
- NÃO, ISSO NÃO ME AFETA
- EM TERMOS, TENHO CONHECIMENTO MAS PRECISO ME ATUALIZAR

16. AO LONGO DO CURSO VOCÊ TEM A PERCEPÇÃO DA MISSÃO DO ADMINISTRADOR? *

Marcar apenas uma oval.

- SIM, ACOMPANHO CONSTANTEMENTE AS RENOVAÇÕES
- NÃO, PRECISO ME ATUALIZAR
- EM TERMOS, NÃO CONHEÇO A PERSPECTIVA DA MISSÃO

17. DURANTE O CURSO VOCÊ PENSOU EM DESISTIR E OPTAR POR OUTRA ÁREA? *

Marcar apenas uma oval.

- SIM, PENSO CONSTANTEMENTE
- NÃO, GOSTO DA MINHA PROFISSÃO
- EM TERMOS, POIS EM ALGUNS MOMENTOS A PROFISSÃO É FRUSTANTE

18. DE 1 A 5 EM QUAL NÍVEL VOCÊ SE ENCONTRA PREPARADO PARA O MERCADO DE TRABALHO? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
NÍVEL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. DE 1 A 5 COMO VOCÊ AVALIA A SUA INSTITUIÇÃO DE ENSINO PROFISSIONAL? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
NOTA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. QUAIS AS HABILIDADES ENSINADAS NO CURSO VOCÊ UTILIZA EM SUA ATUAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO E COM QUE FREQUÊNCIA. SENDO 0, SEM USO E 3, MUITO REQUISITADA. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	0	1	2	3
COMUNICAÇÃO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RACIOCÍNIO CRÍTICO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VISÃO ESTRATÉGICA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CRIATIVIDADE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NEGOCIAÇÃO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TOMADA DE DECISÃO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LIDERANÇA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TRABALHO EM EQUIPE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. QUANTO A DIVISÃO DA CARGA HORÁRIA, ACHA QUE DEVERIA SER MODIFICADA/ACRESCIDA? *

Marque todas que se aplicam.

- NÃO
- MATÉRIAS FINANCEIRAS
- MATÉRIAS DE APOIO À TOMADA DE DECISÃO
- MATÉRIAS HUMANAS E / OU AMBIENTAIS
- MATÉRIAS DE NEGÓCIOS / COMÉRCIO
- MAIS HORAS DE ESTÁGIO / AULAS PRÁTICAS

22. QUANTO À CONTRIBUIÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DAS HABILIDADES NA SUA ATUAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO, VOCÊ CONSIDERA QUE O CURSO... *

Marcar apenas uma oval.

- CONTRIBUIU, POIS ESTÁ ADEQUADO A REALIDADE DO MERCADO DE TRABALHO
- CONTRIBUIU POUCO, POIS ESTÁ POUCO ADEQUADO A REALIDADE DO MERCADO DE TRABALHO
- NÃO CONTRIBUIU, POIS NÃO CORRESPONDE À REALIDADE ENCONTRADA NO MERCADO DE TRABALHO

23. DIANTE DAS INÚMERAS MUDANÇAS POLÍTICAS, SOCIAIS E ECONÔMICAS QUAL A SUA VISÃO EM RELAÇÃO A ÁREA DA ADMINISTRAÇÃO? *

Marcar apenas uma oval.

- ÓTIMA
- BOA
- RUIM
- PÉSSIMA

ANEXO 1 – Termo de Entrega dos Resultados do Trabalho de Conclusão de Curso II

Termo de Entrega dos Resultados do Trabalho de Conclusão de Curso II

A empresa Fundação Universidade De Caxias Do Sul CNPJ 88.648.761/0001-03 situada na Rua Francisco Getúlio Vargas número 1130 Bairro Petrópolis Cidade Caxias do Sul Estado Rio Grande do Sul informa que recebeu do(a) Sr.(a) Mariana Pedrozo Casado cópia do Trabalho de Conclusão de Curso II, o qual é um dos requisitos para obtenção do Grau de Bacharel no Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS).

A empresa Fundação Universidade De Caxias Do Sul entende que o Trabalho de Conclusão de Curso II promove a interação entre a Universidade e outros setores da sociedade, por meio da produção e aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e a pesquisa e que o mesmo tem condições de apresentar contribuições para a organização.

- () pouca contribuição
- () boa contribuição
- (X) excelente contribuição

Espaço para a empresa registrar outros comentários

Caxias do Sul, 31 de Maio de 2023.



Fernando B. Fontana

Coordenador do Curso de Administração da UCS

ANEXO 2 – Autorização da Empresa (Entidade/Associação) para Realização do TCC II

Autorização da Empresa (Entidade/Associação) para Realização do TCC II

A empresa Fundação Universidade De Caxias Do Sul CNPJ 88.648.761/0001-03 situada na Rua Francisco Getúlio Vargas número 1130 Bairro Petrópolis Cidade Caxias do Sul Estado Rio Grande do Sul autoriza o(a) Sr.(a) Mariana Pedrozo Casado a utilizar os dados dos alunos do curso de administração, para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso II, o qual é um dos requisitos para a obtenção do Grau de Bacharel no Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS), seguindo as condições abaixo estabelecidas.

1) Extensão dos dados (especificar detalhadamente quais dados)

A coleta de dados foi realizada com 64 alunos do curso de administração e extraído os dados dos respondentes bem como suas perspectivas sobre o curso e a instituição de ensino.

2) Uso do nome da empresa no texto do Trabalho de Conclusão de Curso II.

A empresa permite que seu nome seja informado no texto do TCC II.

A empresa requer que seu nome seja omitido no texto do TCC II, devendo ser usado um nome fictício.

3) Disponibilização do Trabalho de Conclusão de Curso II junto a biblioteca da UCS.

Aceita que o TCC II seja disponibilizado junto a biblioteca da UCS.

Não aceita que o TCC II seja disponibilizado junto a biblioteca da UCS.

4) Divulgação do estudo em congressos/revistas

Aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.

Não aceita que o estudo possa ser apresentado em congressos/revistas.



Fernando B. Fontana

Coordenador do Curso de Administração da UCS