

“ESTUDO EXPLORÁTÓRIO COM ALUNOS CONCLUINTES DO SEGUNDO GRAU EM VISITA A FEIRA DE PROFISSÕES UNIFIA 2015”

ANA CAROLINA MITESTAINER¹, THAIS PITARELLO², PAULO ALEXANDRE PINHEIRO SOARES³

1 - Aluna do 2º semestre do curso Superior de Administração de Empresas – UNIFIA

2 - Aluna do 3º semestre do curso Superior de Gestão em Marketing – UNIFIA

3 - Professor formado em Propaganda e Marketing com especialização em Comunicação de Mercado – UNIFIA

RESUMO

O evento Feira de Profissões é realizado todo ano nas dependências da instituição de ensino – Centro Universitário Amparense – tendo como finalidade de aproximar o aluno do segundo grau com os cursos superiores disponíveis na IES. A Feira de Profissões apresenta todos os cursos e suas características curriculares, atuação no mercado, atividades desenvolvidas em laboratório e toda estrutura oferecida pelo câmpus UNIFIA.

O estudo foi realizado através de pesquisa voluntária e espontânea aos alunos visitantes com a proposta de identificar um perfil aproximado de seus hábitos e entendimento político e econômico.

Os resultados presentes nesse estudo traçam um entendimento do comportamento socioeconômico e percepção de sociedade, seu estilo de vida e cultura.

Palavras-chaves: Feira de Profissões, Alunos, Hábitos, Perfil de Concluintes do Segundo Grau

INTRODUÇÃO

Promover uma análise sociocultural e buscar informações que possibilitam a maior compreensão do perfil dos alunos concluintes das escolas de segundo grau.

Utilizar a interação do Centro Universitário Unifia com o público presente no evento para criar um estudo com finalidade de traçar pontos comportamentais de seu dia-a-dia e também uma avaliação do seu relacionamento e o entendimento com ambiente externo

OBJETIVO

O objetivo do estudo é compreender:

- os hábitos de cultura
- o entendimento econômico
- o interesse político

Traçar um perfil coletivo que possa orientar o Centro Universitário Unifia no acolhimento e condução de seus novos alunos, suas expectativas e visão de Mundo.

METODOLOGIA

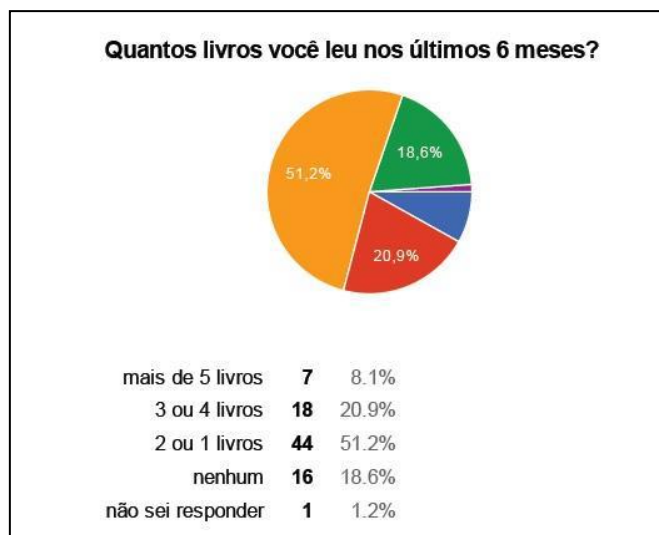
A pesquisa foi realizada no dia 20 de Outubro de 2015 com alunos do ensino médio de forma voluntária e espontânea que visitaram a instituição para conhecer a estrutura e os cursos oferecidos aos estudantes.

A elaboração do questionário teve início através de reuniões para estabelecer os critérios da pesquisa quantitativa e a essência das questões. As questões foram apresentadas de forma clara com alternativas de única resposta

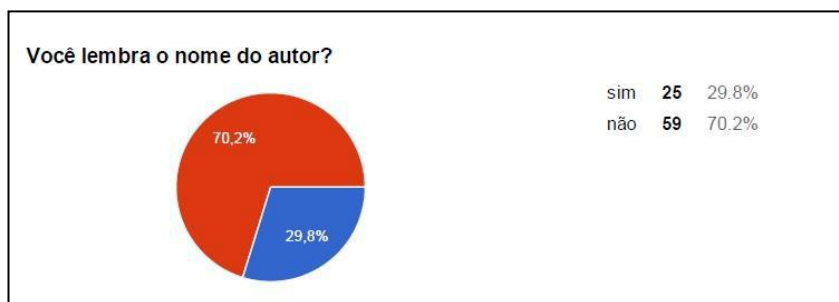
A pesquisa foi realizada na sala destinada para apresentação dos cursos (Gestão em Marketing, Relações Públicas e Eventos) após as explicações dos cursos e suas atribuições e qualificações, os alunos foram convidados a responder a pesquisa. O acesso à sala estava liberada a todos os alunos (visitantes) participantes da feira, desta forma, os públicos presentes nas pesquisas são de diversos níveis de interesse profissional. Alunos concluintes do segundo grau de escolas situadas nas Cidades de Amparo, Pedreira, Serra Negra (Circuito das Águas) do Estado de São Paulo.

LEVANTAMENTO DE DADOS

Após a execução do preenchimento do questionário, os dados foram tabulados e registrados no sistema com apresentação de gráficos e dados numéricos. Todas as questões são avaliadas e apresentadas em relato final, o resultado final e suas análises estão disponíveis:



Os dados apresentam que 51,2% dos entrevistados leram, 1 ou 2 livros nos últimos seis meses e 20,9% declaram ter lido, 3 ou 4 livros. Um ponto importante nesse contexto é que de todos os entrevistados independente da quantidade de livros lido nos últimos seis meses 70,2% não lembram o nome do autor da obra.

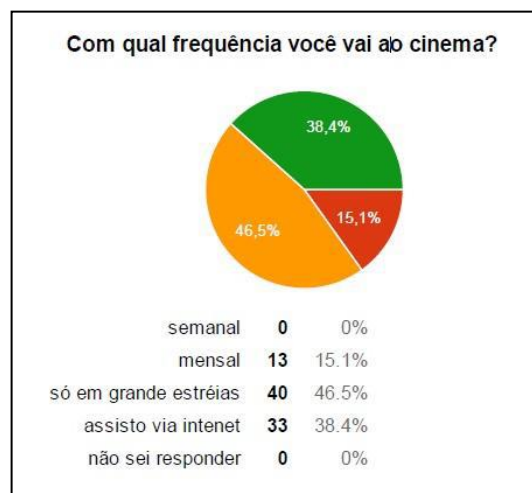


Apenas 29,9% sabem o nome do autor do(s) livro(s)

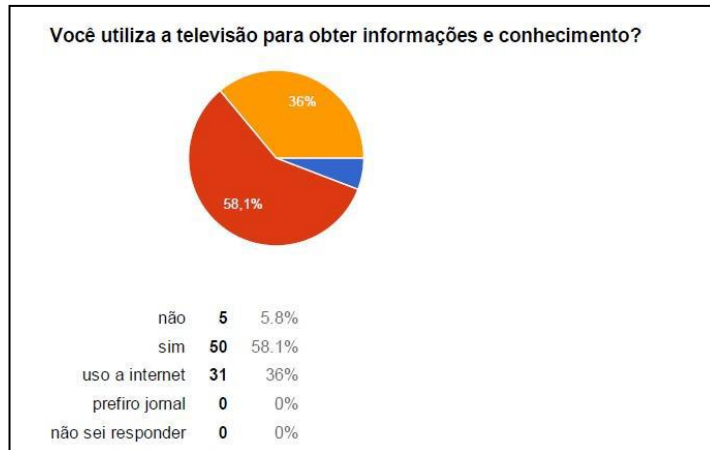
Constatamos um baixo número na frequência de idas ao teatro, 58,1% dos entrevistados disseram não ter ido ao teatro nesse ano. Encontramos um número de 17,5% de alunos que citaram ter ido ao teatro no mês passado ou nesse mês. Para melhor compreender esse fato devemos levar em consideração as menores disponibilidades de teatros, em nossa região, comparando com os grandes centros.



Já as salas de cinemas representam 46,5% de intenções, porém somente em grandes estreias e uma presença de 15,1% de presenças mensais. Um grande número de estudantes, 38,4% utiliza a internet para ver os filmes.

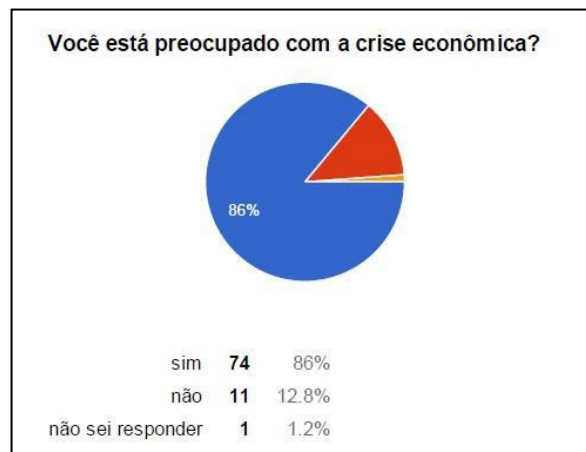


A televisão ainda é um meio de comunicação utilizado para buscar informações e conhecimento, segundo entrevistados 58,1% declaram utilizar essa ferramenta de busca. Outros 36% utilizam a internet para manter-se informados e buscarem conhecimento. Um ponto de relevância é o jornal que não foi citado em nenhuma vez como fonte de informação ou conhecimento. Jornal não foi citado em nenhuma vez como fonte.



Apenas 12,8% dos estudantes relataram não preocupados com a crise econômica. A grande maioria representada por 86% consideram grande preocupação com a crise econômica e argumentam suas respostas citando:

- 34% aumento do desemprego e maior dificuldade em entrar no mercado de trabalho.
- 25% futuro incerto e sem expectativa de crescimento.
- 25% dificuldades financeiras e menor poder aquisitivo.
- 16% não sei responder.

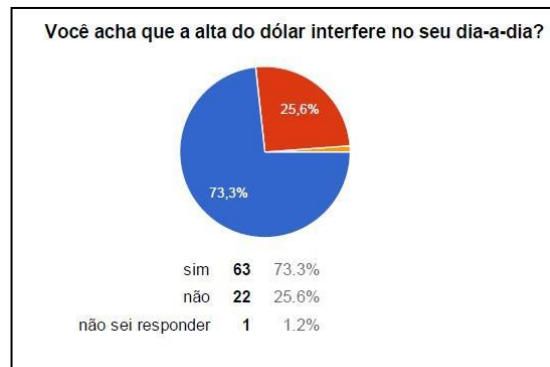


53,5% declaram que a crise econômica afetou o comportamento de compras de sua família, com as seguintes considerações:

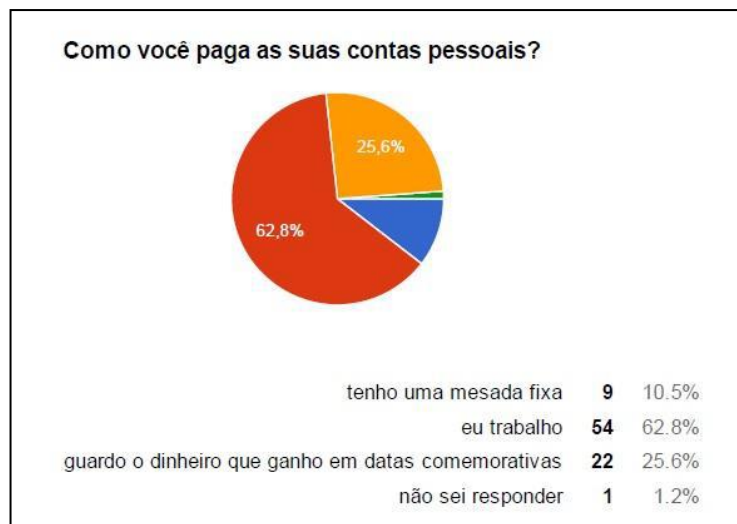
- 62% compras dos alimentos (aumento dos preços) busca por produtos de segunda linha e menor poder de compra.

- 22% aumento do valor nas contas de casa (água, luz e energia elétrica) obrigando a prática de economizar.
- 16% não souberam considerar.

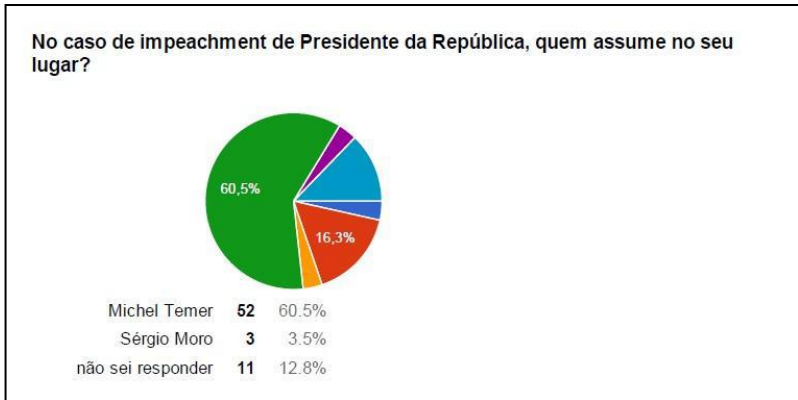
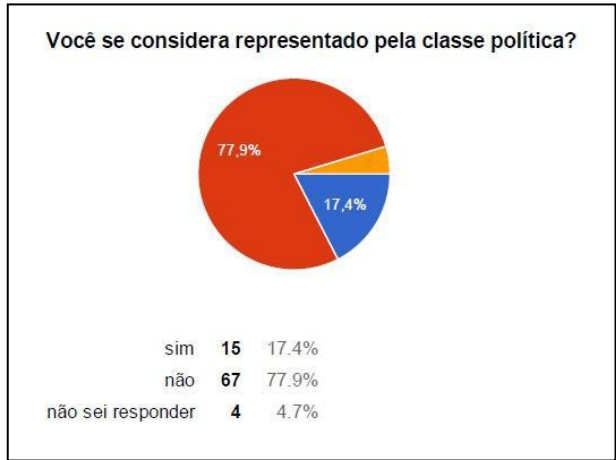
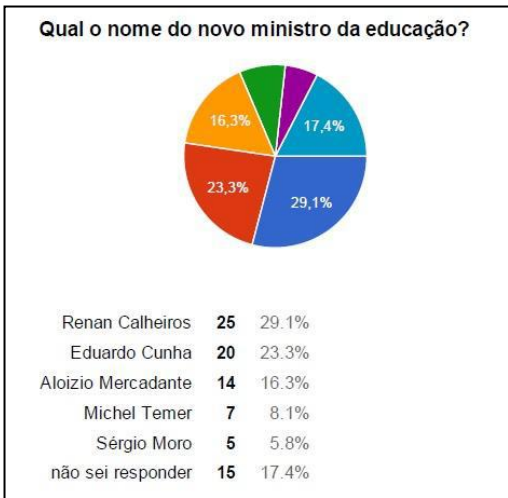
73,3% percebem que a alta do dólar interfere no seu dia-a-dia. Entende-se que o alto valor na cotação da moeda americana afeta toda cadeia de produção e conseqüentemente nos preços dos produtos consumidos diariamente.



Grande parte desses estudantes pagam suas contas com renda do próprio trabalho, 62,8% citam trabalhar. É importante observar que 58,2% dos entrevistados estão na faixa etária dos 16 e 17 anos.



Apenas 16,3% dos estudantes sinalizaram o nome de Aloizio Mercadante como o atual ministro da educação. E no caso de impeachment Michel Temer aparece com 60,5% das respostas. Perguntado sobre a classe política, 77,9% diz não se considerar representado pelos políticos.



Questionados sobre o voto obrigatório 45,3% dos estudantes manifestam o não, que o voto não deveria ser obrigatório. Já a maior parcela de 53,5% apoia o sim e consideram a importância da obrigatoriedade.



53,5% apoia o sim e consideram a importância da obrigatoriedade. 67,4% dos entrevistados acreditam que as ações dos políticos podem melhorar o seu futuro e o único envolvimento com a política ocorre apenas nas eleições por 55,8% das entrevistas.



76,8% dos entrevistados tem idade entre 16, 17 e 18 anos. Estimulados para atribuir uma nota a sua escola atual 53,5% manifestaram uma nota (9 - muito boa) e somente 3,5% indicaram uma nota (3 – razoável).



CONCLUSÃO

Constatamos um baixo número na frequência de idas ao teatro, 58,1% dos entrevistados disseram não ter ido ao teatro nesse ano. Encontramos um número de 17,5% de alunos que citaram ter ido ao teatro no mês passado ou nesse mês. Para melhor compreender esse fato devemos levar em consideração as menores disponibilidades de teatros, em nossa região, comparando com os grandes centros.

Já as salas de cinemas representam 46,5% de intenções, porém somente em grandes estreias e uma presença de 15,1% de presenças mensais. Um grande número de estudantes, 38,4% utiliza a internet para ver os filmes. Apenas 12,8% dos estudantes relataram não preocupados com a crise econômica. A grande maioria representada por 86% consideram grande preocupação com a crise econômica e argumentam suas respostas citando:

Entre as demais características analisadas, abaixo estão demonstradas:

- 53,5% declaram que a crise econômica afetou o comportamento de compras de sua família, com as seguintes considerações.
- Grande parte desses estudantes pagam suas contas com renda do próprio trabalho, 62,8% citam trabalhar. É importante observar que 58,2% dos entrevistados estão na faixa etária dos 16 e 17 anos.
- Apenas 16,3% dos estudantes sinalizaram o nome de Aloizio Mercadante como o atual ministro da educação. E no caso de impeachment Michel Temer aparece com 60,5% das respostas.
- Questionados sobre o voto obrigatório 45,3% dos estudantes manifestam o não, que o voto não deveria ser obrigatório. Já a maior parcela de 53,5% apoia o sim e consideram a importância da obrigatoriedade.
- A televisão ainda é um meio de comunicação utilizado para buscar informações e conhecimento, segundo entrevistados 58,1% declaram utilizar essa ferramenta de busca.
- Outros 36% utilizam a internet para manter-se informados e buscarem conhecimento.
- Um ponto de relevância é o jornal que não foi citado em nenhuma vez como fonte de informação ou conhecimento.

Por fim, o estudo apresenta dados satisfatórios para compreender a realidade desse aluno/consumidor, como também as expectativas e compreensão da realidade apresentada e nossa sociedade.

BIBLIOGRAFIA

BARQUETTE, Satael. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Saraiva, 2007.

FARIA, Izabel S. de *Pesquisa de Marketing: teoria e prática*. São Paulo: Makron Books, 2009.

MCDANIEL JUNIOR, Carl. *Fundamentos de Pesquisa de Marketing*. 4ªed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 4ªed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

PALMER, Adrian. *Introdução ao Marketing: teoria e prática*. São Paulo: Ática, 2006.