

O PERFIL DO EGRESSO DO CURSO DE GESTÃO COMERCIAL DO IFPB, CAMPUS GUARABIRA E A ACEITAÇÃO DESTE PROFISSIONAL, NO MERCADO DE TRABALHO

José Cláudio Martins de Lima¹
Instituto Federal da Paraíba

Anna Cecília Chaves Gomes (Orientadora)²
Instituto Federal da Paraíba

Bruna Lyra Alves (Co-orientadora)³
Instituto Federal da Paraíba

Resumo

A educação proporciona uma formação cidadã para o desenvolvimento dos diversos grupos sociais, étnicos e culturais para no futuro dar oportunidades no mercado de trabalho. Cursos do IFPB como o de Gestão Comercial são implantados em regiões de forma a beneficiar a população local e gerar desenvolvimento. Dessa forma, o estudo tratou sobre o perfil do egresso do curso de Gestão Comercial, campus Guarabira-PB, assim como a aceitação deste profissional para o mercado de trabalho, tendo como objetivo analisar o perfil profissional dos egressos do Curso Superior em Tecnólogo em Gestão Comercial, do Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira. A metodologia caracterizou-se, como exploratório e descritivo, possuiu uma abordagem quantitativa, onde o universo da pesquisa foi composto pelos alunos concluintes (egressos) do curso de Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba – IFPB. Os dados foram coletados por meio de uma aplicação de questionário online, contendo 14 perguntas, onde participaram da pesquisa 28 respondentes. A estrutura dos questionários contou com perguntas abertas e fechadas e entrevistas semi-estruturadas. A coleta de dados foi a partir dos questionários disponibilizados online, através do link do Google Forms. Os entrevistados participantes foram das turmas 2015.1, 2015.2, 2016.1 e 2016.2, dentre os quais 2015.1 e 2016.1 prevaleceram na participação. Os respondentes que, já estavam trabalhando; trabalhando e estudando, outros apenas estudando e uma pequena quantidade não está trabalhando, nem estudando. A maioria dos respondentes consideram que podem assumir atividades de Gerente de Produtos/Serviços e em seguida Analista de Negócios, seguidos de Gerente de Loja e Comercial e sentem-se preparados para o mercado de trabalho, no

¹ claudiomartins1.0@hotmail.com

² annacecilia.cg@gmail.com

³ brunalyralves@gmail.com



qual realizam atividades fortemente relacionada com a área profissional do curso. Aprimoraram seus conhecimentos, assim como melhoraram o seu desempenho profissional, situação pessoal ou aqueles que mudaram para um emprego melhor. Portanto, observa-se nesta pesquisa que o estudo sobre os egressos do curso de Gestão Comercial do IFPB, Campus Guarabira tiveram significativo aproveitamento do curso para que os mesmos desenvolvessem certas habilidades para o mercado de trabalho, tanto para os que já trabalhavam, desenvolvendo alguma atividade em empresa ou comércio, assim como para os que ainda terão oportunidades de ingressar no mercado de trabalho.

Palavras-chave: Egresso; profissional; mercado.

Abstract

Education provides citizen training for the development of various social, ethnic and cultural groups in the future to provide opportunities in the labor market. IFPB courses such as Business Management are implemented in regions in order to benefit the local population and generate development. The study dealt with the profile of the egress from the Business Management course, Campus Guarabira-PB, as well as the acceptance of this professional for the job market, with the objective of analyzing the professional profile of the graduates of the Superior Course in Technologist in Commercial Management, Federal Institute of Paraíba, Campus Guarabira. The methodology was characterized, as exploratory and descriptive, has a quantitative approach, where the research universe was composed by the graduating students (graduates) of the Business Management course of the Federal Institute of Paraíba - IFPB. The data were collected through an online questionnaire application, containing 14 questions, where 28 respondents participated in the study. The structure of the questionnaires included open and closed questions and semi-structured interviews. The data collection was based on the questionnaires made available online through the Google Forms link. Participants were from the groups 2015.1, 2015.2, 2016.1 and 2016.2, among which 2015.1 and 2016.1 prevailed in participation. Respondents who were already working; working and studying, others just studying and a small amount not working or studying. Most respondents consider that they can take on Product / Service Manager activities and then Business Analyst, followed by Store and Commercial Manager and feel prepared for the job market, where they carry out activities strongly related to the professional area of the course. They have improved their knowledge as well as improved their professional performance, personal situation or those who have moved to a better job. Therefore, it is observed in this research that the study on the graduates of the Course of Commercial Management of the Campus Guarabira IFPB had a significant use of the course for them to develop certain skills for the labor market, both for those who already worked, developing some activity in business or commerce, as well as for those who will still have opportunities to enter the labor market.

Keywords: Egresso; profissional; Marketplace.

1 Introdução

A educação proporciona formação cidadã para o desenvolvimento dos diversos grupos sociais, étnicos e culturais para dar oportunidades no mercado de trabalho, ingresso às universidades, empresa, entre outros caminhos. Nesse sentido, Pataro e Alves (2011) consideram que a educação oferece experiências significativas para a vida em sociedade. Já a contribuição do mercado de trabalho é oferecer aos trabalhadores a possibilidade de realizar algo que tenha sentido, de praticar e de desenvolver suas competências e evoluir seus desempenhos (MORIM, 2001).

Nesse sentido, é necessário que haja união entre poder público, empresários, além de especialistas em educação técnica de qualidade que tem uma maior relação com o mercado de trabalho. O poder público desenvolve políticas de desenvolvimento, ciência e tecnologia para o país. Já os empresários devem aperfeiçoar seus negócios, buscar informações e inovações para sobreviverem no mercado. A academia intensifica a visão de mundo para que, as empresas sejam apoiadas, buscando visão social (RIBEIRO, *et al*, 2005).

Levando em consideração os argumentos acima, os cursos do IFPB como Gestão Comercial, por exemplo são implantados em regiões de forma a beneficiar a população local e gerar desenvolvimento. O Projeto Pedagógico de Curso é elaborado por uma comissão interna, é uma ferramenta que assegura de forma a atingir os objetivos do curso baseados em formar profissionais, cidadãos técnicos aptos a desenvolverem funções no mundo do trabalho com competência técnica, política, ética e humana. Tem como princípios a autonomia, solidariedade e participação, quanto as propostas gerar profissionais reflexivos, críticos e autônomos para transformarem o mercado de trabalho no qual fazem parte. Estão descritos além de objetivos e princípios toda a proposta do curso, a exemplo de localização e infraestrutura e demais informações, atividades de pesquisa, viabiliza o aluno ver no curso meios de ter uma boa formação como Gestor Comercial.

As ofertas de trabalho são a cada dia mais competitivas e por isso, o interesse de manter o curso como uma possibilidade de gerar novos empregos e profissionais cada vez mais capacitados para enfrentar o mercado de trabalho.

Pretendeu-se nesta pesquisa analisar o perfil profissional dos egressos do Curso Superior em Gestão Comercial, do Instituto Federal da Paraíba, Campus



Guarabira. É muito importante o perfil profissional, pois ele prioriza o entendimento da área a qual pois escolhida, trata as questões de forma diferenciada com atividades de planejamento e execução, pois dessa maneira, a pessoa entende sua realização profissional como uma questão determinante para sua vida.

Sendo assim, a intenção deste trabalho partiu do interesse de saber como o Gestor Comercial pode atuar no mercado de trabalho e sua importância e se os egressos são bem aceitos nos postos de trabalho da cidade de Guarabira e cidades circunvizinhas.

2 Fundamentação Teórica

O Referencial Teórico foi dividido em duas etapas. No primeiro momento, versa sobre a educação profissional e tecnológica, dando informações quanto aos cursos profissionais e técnicos, dados de órgãos competentes, assim como, a importância dos Institutos Federais de Educação. No segundo momento um tópico sobre o curso de Gestão Comercial do IFPB e o perfil do egresso, apresentando informações gerais da visão de algumas instituições que ofertam o curso e competências do Gestor Comercial para o mercado de trabalho.

2.1 Sobre a Educação Profissional e Tecnológica

O Brasil é um país com mercado consumidor competitivo, onde os jovens necessitam de preparo para assumirem determinados cargos no mercado de trabalho e nesse sentido os Institutos Federais são necessários para melhor desenvolver uma região.

Segundo Vieira e Souza Júnior (2016) a educação profissional e tecnológica no Brasil vem assumindo um papel estratégico para o desenvolvimento do país, atendendo aos mais variados públicos e em diferentes áreas da produção. Até 2010 foram instalados no país 787 cursos técnicos e 331 cursos de tecnólogos (SETEC, 2010).

Segundo Ministério da Educação - MEC (2010) a educação profissional e tecnológica contribui para o progresso socioeconômico, as atuais políticas dialogam com as políticas sociais e econômicas com destaque para aquelas com enfoques



locais e regionais. A criação dos Institutos Federais, afirma-se como uma política pública, pois sua implantação está relacionada ao conjunto de políticas para a educação profissional e tecnológica em cooperação com estados e municípios; ampliação da oferta de cursos técnicos; ensino médio integrado; educação a distância (EAD); formação de mais mestres e doutores; e pela defesa de que os processos de formação para o trabalho estejam ligados à elevação de escolaridade.

Ainda segundo o MEC (2010):

A história da rede federal de educação profissional e tecnológica é fundamental quando se busca a afinidade entre política de educação profissional e política pública. E é no enlace dessa trajetória centenária com o futuro que já se faz presente que os Institutos Federais assumem seu verdadeiro papel social, contribuindo para uma sociedade menos desigual, mais autônoma e solidária (MEC, 2010, p. 7).

A formação profissional inicia, no Brasil, a partir de 1909 com a criação das escolas de artes e ofícios. Essas escolas não tinham o objetivo direto de atender as demandas do desenvolvimento industrial. A Reforma Capanema, em 1942 criou cursos médios que davam acesso ao ensino superior e a formação profissional. A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - LDBEN (Lei nº 4.024/1961) trouxe uma conquista para o ensino técnico industrial no Brasil. A atual LDB (9.394/96) compreende a importância da educação profissional e integração com o trabalho, ciência e tecnologia (SOUZA, 2010).

Desde 2003, o governo federal tem implementado políticas que dão oportunidades para milhões de jovens e adultos da classe trabalhadora. Na educação profissional e tecnológica (EPT) fortalece a criação dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia com objeto das ações de ensino, pesquisa e extensão, visando o desenvolvimento local e regional, a exemplo: O Programa Nacional de Integração da Educação Profissional, na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos (Proeja); Programa Escola de Fábrica e o Programa Nacional de Inclusão de Jovens (PROJOVEM) da emenda constitucional (PEC) que institui o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação Profissional (FUNDEP) (PACHECO, 2011).

Os Institutos Federais são instrumentos do Plano de Desenvolvimento da Educação – PDE (BRASIL, 2001). São consideradas instituições de educação básica, profissional e superior, com campus localizados em mesorregiões do país para promover a sustentabilidade ambiental, fortalecer as questões sociais, culturais e

educacionais, e assim apoiar o desenvolvimento local e socializar tecnologias, além de outras finalidades (MACHADO, 2011). Os cursos ofertados dão oportunidades de visão de mundo e inserção de mercado de trabalho, como é o caso do Curso Gestão Comercial. As competências do Gestor Comercial são extremamente importantes, pois é a partir delas que depende todo o desenvolvimento do profissional no ambiente de trabalho.

Neste sentido, os cursos das instituições que ofertam cursos de capacidade profissional ao mercado de trabalho a partir de boas metodologias traçam metas para os alunos adquirirem melhor competência possível para terem bom desempenho nos espaços dos negócios empresariais e comerciais como mostrará o Quadro 1.

As competências do Gestor Comercial, de acordo com os Institutos de Ensino Superior – IES a partir dos PPC de diferentes localidades do Brasil que disponibilizam o Curso Superior tecnológico em Gestão Comercial, a exemplo da Faculdade SENAC (2010), Centro Universitário São Jorge – UNIJORGE (2012) e do IFPB (2014).

Quadro 01: Objetivo das instituições federais no curso de Gestão Comercial

IES	Localização	Descrição
SENAC	Brasília	Prepara o profissional para ser um assistente comercial, um analista de processos e operações comerciais e um gestor comercial, que são as certificações intermediárias do curso.
UNIJORGE	Salvador	Atende no varejo e atacado, atua no planejamento, operação, implementação e atualização de sistemas de informações comerciais ao processo de comercialização
IFPB	Guarabira	Atua desenvolvendo atividades que favoreçam o desenvolvimento organizacional, a partir do gerenciamento de suas atividades comerciais para atuar como Gerente Comercial; Supervisor de Seção, Gerente de Loja entre outros.

Fonte: Elaboração própria (2018).

Portanto, os Institutos Federais em todo país têm importância para o desenvolvimento econômico, político e cultural para o Brasil, no que se refere aos seus cursos (MEC, 2010).

2.2 O perfil profissional do mercado de trabalho e competências do Gestor Comercial

Guarabira é uma cidade com a economia voltada para o comércio, o setor industrial tem apresentado grande desenvolvimento socioeconômico nos últimos anos



(SILVA, 2011). E com essa informação o Curso Superior Tecnológico em Gestão Comercial, do Instituto Federal da Paraíba tem uma importância significativa para a cidade devido ao número de indústrias e pontos comerciais.

O Campus de Guarabira é pioneiro como instituição de ensino a ofertar e implantar o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial. Tem carga horária de 1.768 horas, é ofertado no período Noturno, com prazo mínimo de 4 e máximo de 6 semestres, que corresponde a 25 horas aula por semana, dando 417 horas semestrais (PPC, 2014).

Ainda segundo o PPC (2014) diante dessas características, o objetivo do curso de Gestão Comercial é formar profissionais cidadãos técnicos de nível superior para desenvolverem funções no mundo do trabalho, com empregabilidade na área de Gestão e Negócios, com reconhecida competência técnica, política, ética e humana, disseminadores de uma nova cultura empresarial e empreendedora em todos os espaços possíveis do setor produtivo e de serviços, o qual prioriza um elevado grau de responsabilidade social.

De acordo com o Ministério de Educação - MEC (2016) o eixo tecnológico de Gestão e Negócios, o qual compreende o Curso de Gestão Comercial, abrange planejamento, avaliação e gestão de pessoas e de processos referentes a negócios, onde a organização curricular dos cursos contempla conhecimentos relacionados a: leitura e produção de textos técnicos; estatística e raciocínio lógico; empreendedorismo; marketing; tecnologias dentre outros. O curso foi autorizado com 80 vagas anuais; contudo, a oferta tem sido limitada pela infraestrutura no endereço antigo no início da oferta; depois, pela dificuldade de disponibilidade do corpo docente, já regularizado em função dos concursos realizados. Atualmente o curso conta com 120 alunos matriculados e em torno de 60 alunos ativos em três turmas semestrais (IFPB, 2014).

Os conteúdos curriculares foram organizados em dois blocos: formação básica e formação profissional. Quanto a formação básica trabalha de forma transversal, os elementos da ética, meio ambiente, cidadania, relações interpessoais, comunicação oral e escrita, pesquisa, criatividade, inovação e empreendedorismo. Quanto a Formação profissional: Comércio eletrônico; Matemática financeira; Contabilidade Geral e Gerencial; Administração de vendas, Financeira e orçamentária; Legislação comercial e tributária; Economia e mercado; Estratégia Organizacional; Publicidade e

Propaganda; Empreendedorismo; Organização, sistema e métodos; Gestão de Suprimentos e Logística; Comportamento do consumidor (PPC, 2016).

Para o Tecnólogo nessa área não é mais suficiente aprender a fazer, mas ter clareza do por que fazer, sendo fundamental o pensamento científico e criativo, dando condições de monitorar seus desempenhos. O concluinte desse curso detém conhecimentos econômico-financeiro-tributária de relacionamento com o cliente, aumentando o lucro, renda e flexibilidade ao processo de comercialização e propondo à empresa maior visibilidade (PEDRO, 2010).

Portanto, sabemos que as empresas dependem de um bom profissional na área de Gestão Comercial de forma que proporcione desenvolvimento e ampliação de de mercado no negócio. Segundo Fernandes (2014):

A ideia comum que existe do gestor é naturalmente a de um líder. Aquele que é responsável, aquele que planeja e faz cumprir os objetivos delineados pela gestão. Mas o papel de líder é apenas um dos muitos papéis/ funções que o gestor assume numa empresa (FERNANDES, 2014, p.93).

Dessa forma, o gestor assume a responsabilidade pelas ações importantes de uma empresa, assim que estes comportamentos são essenciais à tomada de decisão e interligação da mesma.

3 Metodologia

O presente estudo caracterizou-se, como exploratório e descritivo. A pesquisa exploratória teve como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto investigado, fixar os objetivos e formular hipóteses (PRODANOF; FREITAS, 2013). Como descritiva justificou em virtude de o pesquisador registrar e descrever fatos observados sem interferir neles com técnicas padronizadas de coleta de dados. Além disso, a pesquisa possuiu uma abordagem quantitativa, uma vez que fez uso de recursos e de técnicas estatísticas (PRODANOF; FREITAS, 2013).

O universo da pesquisa foi composto pelos alunos concluintes (egressos) do curso de Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba - IFPB, onde foram entrevistados em sua totalidade, constituído de um censo. Os dados foram coletados por meio de uma aplicação de questionário online, contendo 14 perguntas, sendo 12 perguntas fechadas e 2 abertas, onde participaram da pesquisa 28 respondentes.



A estrutura dos questionários contou com perguntas abertas e fechadas, para Chaer (2011) as perguntas abertas dão liberdade de respostas, onde pode ser utilizada linguagem própria do respondente das respostas pré-estabelecidas pelo pesquisador, já as perguntas fechadas trataram de alternativas específicas para que o informante escolha uma delas, dando limitação de respostas.

O instrumento de pesquisa foi desenvolvido pelo autor tomando como base no Projeto Pedagógico do Curso Superior de Gestão Comercial – PPC desenvolvido no ano vigente da pesquisa. O PPC é um instrumento que concentra todos os mecanismos do curso, os fundamentos da gestão acadêmica, pedagógica e administrativa, os princípios educacionais de todas as ações a serem adotadas no processo de ensino-aprendizagem, assim como o perfil do egresso que assegura sua competência técnica e científica que o capacite a desenvolver atividades de consultoria técnica, assessoramento e planejamento estratégico em negócios e gerência de processos comerciais.

A coleta de dados foi a partir dos questionários disponibilizados online, através do link do *Google Forms*, o qual foi enviado por e-mail, no mês de janeiro, aos alunos que concluíram o Curso de Gestão Comercial. A análise dos dados foi realizado após todas as coletas dos respondentes do questionário, onde a qualificação dos dados obtidos será levada em consideração de forma organizada e o mais fiel possível, através de estatísticas descritivas.

Para melhor entender o objetivo e a importância dessa pesquisa sobre os egressos do curso de Gestão Comercial, houve a necessidade de demonstrar abaixo um quadro com informações sobre atuação, competências básicas e específicas de um Gestor Comercial.

Quadro 02: Atuação, competências básicas e específicas do Gestor Comercial

Funções onde pode atuar o gestor comercial	Analista de Negócios; Gerente Comercial; Supervisor de Seção; Gerente de Loja; Gerente de Produto/Serviços; Analista de Processos Comerciais; Consultor em Gestão de Operações Atacado e Varejo.
Competências Básicas	Visão globalizada dos processos comerciais; Capacidade de relacionamento interpessoal; Habilidade em comunicação verbal e escrita;



	Capacidade empreendedora e de organização; Facilidade de adaptação a novas tecnologias; Capacidade de resolver problemas; Capacidade de trabalhar visando o atendimento de metas; Autocontrole e postura ética; Capacidade de concentração; Senso de prioridade; Capacidade de adaptação a novas situações; Curiosidade, criatividade e persistência; Capacidade de adquirir conhecimentos por conta própria.
Competências Específicas	Coletar, organizar e analisar dados identificando indicadores relevantes (demanda, tempo, custos, preços, tarifas e fretes, custo de manutenção); Interrelacionar as estruturas orçamentárias e societárias das organizações aos processos de operações comerciais; Interpretar estudos de mercado visando melhor gestão de operações em atacado e varejo; Estabelecer políticas, planos e ações dos processos, com visão sistêmica e foco em resultados; Gerenciar pessoas, processos e fluxos da informação nas organizações voltadas à área comercial, considerando sua cultura organizacional e o impacto nos diversos setores produtivos e de serviços; Analisar e interpretar variáveis mercadológicas com foco na fidelização e incremento de carteira comercial; Utilizar ferramentas de Gestão Comercial; Empreender projetos de negócios de forma produtiva e consistente, através de estratégias e uso de tecnologias da informação comercial considerando valores e práticas de responsabilidade social.

Fonte: Elaboração própria (2018).

Como se observa o Quadro 02 consta todas as competências que o aluno concluinte poderá exercer no mercado de trabalho e como deverá se adequar e se comportar, quanto a sua postura ética no trabalho, ou seja, serve de orientação para os acadêmicos, assim como concluintes terem a noção de sua importância e contribuição para o desenvolvimento econômico regional e local.

4 Resultados e discussões

Esta etapa do trabalho faz referência às informações coletadas na aplicação de questionários, as quais foram aplicadas aos egressos do curso de Gestão Comercial, no qual os gráficos correspondem ao objetivo proposto da pesquisa. Os entrevistados participantes foram das turmas 2015.1, 2015.2, 2016.1, 2016.2.

A maioria dos participantes está exercendo atividade, de modo que 43% responderam que estão trabalhando, 36% trabalhando e estudando, 14% apenas estudando e 7% não estão trabalhando, nem estudando.

O período de realização da pesquisa, constatou-se que a maioria dos egressos já trabalhavam, exercendo alguma atividade remunerada, antes do ingresso ao Cursos de Gestão Comercial e permaneceram, durante o período do curso até a conclusão deste, porém devido à formação acadêmica houve mudança de profissão.

Assim, indagados sobre a relação entre o trabalho exercido pelos egressos e sua formação acadêmica, os entrevistados responderam em sua maioria com 39%, que é fortemente relacionado com a área profissional do curso, sendo 25% fracamente relacionado, 22% não havendo nenhuma relação e 14% disseram não estar trabalhando. Este resultado quanto à empregabilidade dos egressos em áreas relacionadas ao curso, denota o quadro do Estado da Paraíba, o qual é ligado ao Comércio e Serviços e como o campus do IFPB, Campus Guarabira abrange alunos da cidade e regiões circunvizinhas, comprova o tipo de atividades marcantes.

Levando em consideração o estado de Minas Gerais, nos estudos de Segundo Régio et al (2014) constataram também em suas que em torno de 50% dos egressos do curso de Administração da UFMG estavam atuando em empresas industriais e de prestação de serviços e predomínio de empresas comerciais, enquanto estudavam. O estudo destes autores tem resultados semelhantes à esta pesquisa.

Percebe-se que, quanto a contribuição do curso na vida profissional, 48% aprimoraram seus conhecimentos, 28% melhoraram o seu desempenho profissional, 16% a situação pessoal e com 8% mudaram para um emprego melhor.

Os dados refletem sobre a importância do curso para estes profissionais, melhorando o potencial no mercado de trabalho, pois o envolvimento acadêmico facilitou um melhor empenho destes profissionais ao mercado de trabalho com uma melhor qualificação. Devido as sucessivas mudanças no mundo do trabalho e dos negócios, as exigências, quanto as habilidades são cada vez mais cobradas aos profissionais da área de Gestão Comercial.

Com relação ao grau de satisfação da área profissional dos alunos concluintes e como se observa, 60% estão satisfeitos com o curso, 30% muito satisfeitos, e apenas 5% indiferentes e insatisfeitos.



Uma informação bastante positiva, pois indica o desempenho e capacidade na profissão que exercem, sendo um profissional reconhecido permite incentivo de trabalhar cada vez melhor e trabalho concretizado sempre é, indicador de missão cumprida na atividade exercida.

Quanto a análise metodológica utilizada no curso, para enfrentar o campo profissional do Gestor Comercial, 39% responderam muito, também 39% razoavelmente, 11% que não se aplica a situação do egresso, 7% pouco e apenas 4% disseram nada. 78% dos entrevistados tiveram experiências positivas com a metodologia aplicada pelos professores em sala de aula, os demais consideraram que ainda pode melhorar.

É a partir da metodologia que os alunos assimilam de forma generalizada o conceito dos diversos conhecimentos dentro do conceito do curso. O processo de ensino-aprendizagem contribuiu para o desenvolvimento das competências necessárias para o desempenho da profissão dos concluintes do curso.

No que se refere ao preparo para o mercado de trabalho quando se formaram: 57% disseram muito, 32% razoavelmente e 11% pouco. Reflexo do atual momento das empresas em pleno crescimento aliada à alta de ofertas para Assistente e Auxiliar de Lojas; Operador de Produção ou Logístico, Gerente de Loja. Segundo os entrevistados indagados sobre sua dedicação de estudos no curso, afirmaram que: 71% foi bom, 18% ótimo e 11% regular.

Estes dados completam o sentido do preparo dos profissionais entrevistados, pois quanto maior for a preparação, durante a formação acadêmica, mais oportunidades os formandos têm de exercerem determinadas funções no mercado de trabalho.

Os respondentes em sua maioria, se sentem aptos a exercerem a função de Gerente de Produtos/Serviços e em seguida Analista de Negócios, seguidos de Gerente de Loja e Comercial.

O quadro 3 em seguida pretende demonstrar a ajuda do curso de Gestão Comercial para o desenvolvimento do discente, considerando aquilo que lhes ajudaram muito até o que pouco ajudou.



Quadro 03: Ajuda do curso no desenvolvimento do discente

	Ajudou muito	Ajudou razoavelmente	Não sei afirmar	Ajudou pouco	Não ajudou
1 Visão globalizada dos processos comerciais;	68%	25%	7%		
2 Capacidade de relacionamento interpessoal;	64%	32%	4%		
3 Habilidade em comunicação verbal e escrita;	53%	43%	4%		
4 Capacidade empreendedora e de organização;	57%	32%	7%	4%	
5 Facilidade de adaptação a novas tecnologias;	57%	29%		14%	
6 Capacidade de resolver problemas;	58%	29%		13%	
7 Capacidade de trabalhar visando o atendimento de metas;	71%	25%		4%	
8 Autocontrole e postura ética;	61%	36%		3%	
9 Capacidade de concentração;	57%	34%	3%	4%	
10 Senso de prioridade;	54%	46%			
11 Capacidade de adaptação a novas situações;	57%	36%		7%	
12 Curiosidade, criatividade e persistência;	59%	33%		8%	
13 Capacidade de adquirir conhecimentos por conta própria.	60%	30%	10%		

Fonte: Elaboração própria (2018).

No quadro acima, os respondentes em sua maioria consideraram que, a visão globalizada dos processos comerciais e a capacidade de trabalhar, visando o atendimento de metas ajudaram muito, já no que se refere à capacidade de trabalhar visando o atendimento de metas e a habilidade em comunicação verbal e escrita ajudaram razoavelmente e facilidade de adaptação a novas tecnologias; curiosidade, criatividade e persistência ajudaram pouco.

As competências adquiridas destes indivíduos determinam comportamentos que geram o melhor desempenho, pois se tratando do conjunto de qualificações ou características da pessoa, a realização de uma tarefa em uma determinada situação melhor executada.

Assim, as competências mais relevantes referem-se a: capacidade empreendedora e de organização, pois tudo deve ser planejado com antecedência; facilidade de adaptação a novas tecnologias, isso favorece o melhor desempenho do gestor ou equipe que está comandando; capacidade de resolver problemas para evitar danos na empresa; senso de prioridade é também muito importante para saber mensurar o que é melhor para o momento da empresa ou empreendimento;



capacidade de adaptação a novas situações, é necessário para a união da equipe e desenvolvimento do negócio, pois soluciona problemas e curiosidade, criatividade e persistência são de suma importância, pois se relacionam à mudança de conceitos e explorar o potencial de todos os envolvidos no trabalho.

Com relação ao Quadro 04 logo em seguida, demonstra a aptidão dos alunos, quanto a execução das atividades, as quais podem executar no âmbito do trabalho de cada respondente da pesquisa.

Quadro 04: Consideração dos respondentes estarem aptos para exercer certas atividades:

	Extremamente apto	Apto	Não sei afirmar	Baixa aptidão	Definitivamente inapto
Coletar, organizar e analisar dados identificando indicadores relevantes (demanda, tempo, custos, preços, tarifas e fretes, custo de manutenção);	35%	41%	10%	14%	
Interrelacionar as estruturas orçamentárias e societárias das organizações aos processos de operações comerciais;	14%	54%	18%	14%	
Interpretar estudos de mercado visando melhor gestão de operações em atacado e varejo;	46%	43%	7%	4%	
Estabelecer políticas, planos e ações dos processos, com visão sistêmica e foco em resultados;	30%	55%	11%	4%	
Gerenciar pessoas, processos e fluxos da informação nas organizações voltadas à área comercial, considerando sua cultura organizacional e o impacto nos diversos setores produtivos e de serviços;	48%	41%	4%	7%	
Analisar e interpretar variáveis mercadológicas com foco na fidelização e incremento de carteira comercial;	32%	50%	18%		
Utilizar ferramentas de Gestão Comercial;	52%	32%		16%	
Empreender projetos de negócios de forma produtiva e consistente, através de estratégias e uso de tecnologias da informação comercial considerando valores e práticas de responsabilidade social.	32%	53%	7%	7%	

Fonte: Elaboração própria (2018).

Pode-se considerar no quadro acima que, para os participantes da pesquisa, utilizar ferramentas de Gestão Comercial é um ponto relevante, pois possibilita a relação produto e cliente; interpretar estudos de mercado, visando uma melhor gestão de operações em atacado e varejo para melhor ambiente competitivo e vendas; gerenciar pessoas, processos e fluxos da informação nas organizações voltadas à área comercial, considerando sua cultura organizacional e o impacto nos diversos setores produtivos e de serviços foram os que eles consideram mais aptos, sendo que, coletar, organizar e analisar dados identificando indicadores relevantes (demanda, tempo, custos, preços, tarifas e fretes, custo de manutenção); interrelacionar as estruturas orçamentárias e societárias das organizações aos processos de operações comerciais foram as que não se consideraram aptos.

Quando questionados acerca de fazer um comentário ou sugestão que possa contribuir para a qualidade do curso de Gestão Comercial, responderam: Deveria ter tido mais visitas técnicas; estágio obrigatório para os que não estão no mercado de trabalho; deixou a desejar nas pesquisas de campo e deveria ter mais vínculo com a sociedade; professores que estimulam os alunos e deixam à desejar nos processos administrativos; cursos de especialização; disciplina que trate de rotinas administrativas; desenvolver um programa em parceria com as empresas da cidade; utilização de ferramentas como a informática que auxiliem o aprendizado e estrutura física; professores com metodologias atrativas; mais disciplinas de empreendedorismo para serem empreendedores; CST extenso, quanto a sua grade curricular e professores e ter mais aulas práticas.

Observa-se nestas considerações que os alunos apontaram algumas sugestões para a melhoria do curso, partindo do estágio obrigatório a atividades complementares e práticas. Uma especialização no campus iria ampliar os conhecimentos dos egressos, sendo um ponto favorável para os mesmos.

De acordo com as respostas pessoais de cada entrevistado, mediante importância do IFPB campus Guarabira, representou para a formação profissional, referente às questões pessoais obtiveram maturidade profissional; incentivo à pesquisa e extensão, graças ao trabalho dos professores; desejo de ingressar em outros cursos para continuar no ramo de empresas; experiência, capacidade e segurança, além do potencial de conquistar o que quiser e capacidade intelectual.

Quanto às questões da representatividade da Instituição possibilitou olhar



empreendedor; valorização do cargo ocupado por outras pessoas da empresa; visão inovador dos negócios; conhecimentos de mercado, comércio, atacado, varejo e logística; segurança em qualquer área. Porém, alguns consideraram que a instituição cumpriu com seu papel como instituição, tendo dificuldade de seguir o cronograma ou mesmo dificuldades da primeira turma na falta de infraestrutura e corpo docente.

5 Considerações Finais

Observa-se nesta pesquisa que o estudo sobre os egressos do curso de Gestão Comercial do IFPB, Campus Guarabira tiveram grande aproveitamento do curso. A formação superior possibilitou o ingresso ao mercado de trabalho na área a qual tem habilidade, segundo as respostas dos entrevistados.

A maioria já exercia atividades no mercado de trabalho antes do ingresso ao curso; o trabalho exercido pelos egressos e a sua formação acadêmica está relacionada com a área do curso e este fator favoreceu no desenvolvimento das suas tarefas em seus campos de trabalho; a contribuição da formação acadêmica na profissão, aprimoraram o conhecimento e desempenho profissional, havendo aproveitamento em sala de aula, tornando-os bem-sucedidos academicamente. O grau de satisfação da área profissional elevado enriquece e fortalece a busca por novas áreas; a metodologia do curso foi satisfatória, pois trouxe impactos positivos; tiveram no curso preparo para o mercado; o desenvolvimento da capacidade de trabalho, visando o atendimento de metas e compreensão globalizada dos processos comerciais.

Já as aptidões dos alunos na execução das atividades têm facilidade de utilizar ferramentas de Gestão Comercial e Gerenciar pessoas, processos e fluxos da informação nas organizações voltadas à área comercial, considerando sua cultura organizacional e o impacto nos diversos setores produtivos e de serviços; questionados acerca de fazer um comentário ou sugestão que possa contribuir para a qualidade do curso de Gestão Comercial, responderam que deveria ter mais visitas técnicas; estágio obrigatório para os que não estão no mercado de trabalho; pesquisas de campo e entre a instituição de ensino e a sociedade.

Nota-se que, as funções desempenhadas pelos Gestores Comerciais têm grande importância para o bom andamento das empresas ou pontos comerciais, a



começar pelos conhecimentos adquiridos durante o período do curso e o quanto as metodologias de ensino foram úteis para tal, pois a contribuição do curso favoreceu no desempenho das atividades às quais exercem, assim como ampliou o conhecimento a partir da prática diária em suas funções, não só baseadas na teoria vista em sala de aula, pois com isso encontram-se satisfeitos com a profissão que exercem atualmente.

Referências

BRASIL. **Decreto n. 6.095, de 24 de abril de 2007.** Estabelece diretrizes para o processo de integração de instituições federais de educação tecnológica, para fins de constituição dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, no âmbito da Rede Federal de Educação Tecnológica. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-010/2007/decreto/d6095.htm>. Acesso em: 19/03/2017

CHAER, G.; DINIZ, R. R. P. e RIBEIRO, E. A. **A técnica do questionário na pesquisa educacional.** Araxá: Evidência, vol. 7, n. 7, pp. 251-266, 2011

FERNANDES, V. L. Q. S. **Caracterização do Perfil de Competências do Gestor.** Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Setúbal, Setúbal, 2014, 113 p.

IFPB – Instituto Federal da Paraíba. **Relatório de Avaliação.** Disponível em: <https://www.ifpb.edu.br/cpa/documentos/relatorios-de-avaliacao-externa/relatorio-de-avaliacao-2014-campus-guarabira-gestao-comercial.pdf>. Acesso em 15/04/17
MACHADO, L. R. S. **Saberes profissionais nos planos de desenvolvimento de Institutos Federais de Educação.** Cadernos de Pesquisa, Vol. 41, N° 143, 2011, pp. 01-24

MEC - Ministério da Educação. **Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia.** Brasília – DF, 3ª Edição, 2016, 194 p.

MORIM, E. M. **Os sentidos do trabalho.** São Paulo: RAE - Revista de Administração de Empresas, v. 41, n. 3, 2001, pp. 8-19

PRODANOF, C. C. e FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** Universidade de FEEVALE, Novo Hamburgo - RS, 2ª edição, 2013, 277 p.



PÁTARO, R. F. e ALVES, C. D. **Educação em valores: a escola como espaço de formação para a cidadania na sociedade contemporânea.** VI Encontro de Produção Científica e Tecnológica, 2011, pp. 1-15

PEDRO, J. G. **Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial: uma análise de formação superior tecnológica/** Josélia Gaiciano Pedro. Presidente Prudente, 2010, 106 p.

PACHECO, E. **Institutos Federais: uma revolução na educação profissional e tecnológica.** In: Institutos Federais uma revolução na educação profissional e tecnológica Brasília. Eliezer Pacheco (Org.), São Paulo: Ed. Moderna, 2011, 122 p.

PPC – **Projeto Pedagógico de Curso: Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.** Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Guarabira, 2014, 116 p.

RÉGIO, Maria de Lourdes Severo *et al.* **Gestão de competências profissionais na formação de administradores.** Campinas; Sorocaba: Avaliação, v. 19, n. 1, pp. 129-153, 2014, pp. 129-153

RIBEIRO, S. A.; ANDRADE, R. M. G.; ZAMBALDE, A. L. **Incubadoras de empresas, inovação tecnológica e ação governamental: o caso de Santa Rita do Sapucaí (MG).** Cadernos EBAPE.BR, Edição Especial, 2005, pp. 1-14

SETEC – Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. **Institutos Federais: Uma conquista de todos os brasileiros.** MEC, 2010. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/folheto_setec.pdf. Acesso em: 17/04/2018

SOUZA, F. C. **Educação Profissional: História e Ensino de História.** Dissertação de Mestrado, Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2010, 123 p.

SENAC- Faculdade SENAC. **Curso de Graduação: Tecnologia em Gestão Comercial.** Distrito Federal, 2010, 95 p.

SILVA, M. G. **O comércio informal na Avenida D. Pedro II, na cidade de Guarabira-PB/** Maria Gorete da Silva. Monografia apresentado ao curso de Geografia, Guarabira: UEPB, 2011, 39 p.



UNIJORGE - Centro Universitários Jorge Amado. **Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em gestão comercial**, 2012, 114 p.

VIEIRA, A. M. D. P.; SOUZA JÚNIOR, A. **A EDUCAÇÃO PROFISSIONAL NO BRASIL**. Interações, N°. 40, 2016, pp. 152-169

APÊNDICE

1-Atualmente você está:

- trabalhando
- trabalhando e estudando
- apenas estudando
- não esta trabalhando nem estudando

2-Você já trabalhava antes de iniciar o seu curso na área de Gestão Comercial?

- sim
- não

3- Após a conclusão do curso:

- foi fácil conseguir emprego
- continuou no emprego anterior na mesma função
- continuou no emprego anterior em função superior
- ainda não trabalha

4- Qual a relação entre seu trabalho atual e a sua formação?

- fortemente relacionada com a área profissional do curso
- fracamente relacionada com o curso
- não tem nenhuma relação com o curso
- ainda não trabalho

5- Como o curso contribuiu na sua vida profissional?

- melhorou sua situação pessoal
- aprimorou seus conhecimentos
- melhorou seu desempenho profissional
- mudou para um emprego melhor
- foi promovido no trabalho
- procurou outras áreas

6-Qual o seu grau de satisfação com a área profissional em que o (a) fez o seu curso?

- muito satisfeito
- satisfeito
- indiferente
- insatisfeito
- muito insatisfeito



7-A metodologia utilizada no curso proporcionou para desafios enfrentados na atividade profissional?

- muito
- razoavelmente
- pouco
- nada
- a pergunta não se aplica a minha situação atual

8-Você estava preparado para o mercado de trabalho quando se formou?

- muito
- razoavelmente
- pouco
- nada

9- Quanto a sua dedicação aos estudos durante o curso, você pode afirmar que foi:

- ótimo
- bom
- regular
- ruim
- péssimo

10 - Assinale o quão você se considera apto a atuar nas seguintes funções:

	Extremamente apto	Apto	Não sei afirmar	Baixa aptidão	Definitivamente inapto
Analista de Negócios;					
Gerente Comercial;					
Supervisor de Seção;					
Gerente de Loja;					
Gerente de Produto/Serviços;					
Analista de Processo Comerciais;					
Consultor em Gestão de Operações Atacado e Varejo.					

11- Quão você considera que o curso te ajudou a desenvolver:

	Ajudou muito	Ajudou razoavelmente	Não sei afirmar	Ajudou pouco	Não ajudou
Visão globalizada dos processos comerciais;					
Capacidade de relacionamento interpessoal;					
Habilidade em comunicação verbal e escrita;					
Capacidade empreendedora e de organização;					
Facilidade de adaptação a novas tecnologias;					
Capacidade de resolver problemas;					
Capacidade de trabalhar visando o atendimento de metas;					



Autocontrole e postura ética;					
Capacidade de concentração;					
Senso de prioridade;					
Capacidade de adaptação a novas situações;					
Curiosidade, criatividade e persistência;					
Capacidade de adquirir conhecimentos por conta própria.					

12 - Hoje, você se considera deverá estar apto a:

	Extremamente apto	Apto	Não sei afirmar	Baixa aptidão	Definitivamente inapto
Coletar, organizar e analisar dados identificando indicadores relevantes (demanda, tempo, custos, preços, tarifas e fretes, custo de manutenção);					
Interrelacionar as estruturas orçamentárias e societárias das organizações aos processos de operações comerciais;					
Interpretar estudos de mercado visando melhor gestão de operações em atacado e varejo;					
Estabelecer políticas, planos e ações dos processos, com visão sistêmica e foco em resultados;					
Gerenciar pessoas, processos e fluxos da informação nas organizações voltadas à área comercial, considerando sua cultura organizacional e o impacto nos diversos setores produtivos e de serviços;					
Analisar e interpretar variáveis mercadológicas com foco na fidelização e incremento de carteira comercial;					
Utilizar ferramentas de Gestão Comercial;					
Empreender projetos de negócios de forma produtiva e consistente, através de estratégias e uso de tecnologias da informação comercial considerando valores e práticas de responsabilidade social.					

13- Faça algum comentário ou sugestão para contribuir para a qualidade do curso de Gestão Comercial?

14-Relate o que o IFPB campus de Guarabira-PB representou para a sua formação profissional?