

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

MAINARA MARQUES BRANDÃO

**ESTRATÉGIAS DE ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS DO ENSINO
SUPERIOR: UMA ANÁLISE DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFFS CAMPUS
CHAPECÓ**

**CHAPECÓ
2025**

MAINARA MARQUES BRANDÃO

**ESTRATÉGIAS DE ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS DO ENSINO
SUPERIOR: UMA ANÁLISE DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFFS CAMPUS
CHAPECÓ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Darlan C. Kroth

Coorientadora: Dra. Lilian Wrzesinski Simon

**CHAPECÓ
2025**

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Brandão, Mainara Marques

ESTRATÉGIAS DE ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS DO ENSINO SUPERIOR: UMA ANÁLISE DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFFS CAMPUS CHAPECÓ / Mainara Marques Brandão. -- 2025.

84 f.

Orientador: Prof. Dr. Darlan C. Kroth

Co-orientadora: Dra. Lilian Wrzesinski Simon

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de Bacharelado em Administração, Chapecó, SC, 2025.

1. Acompanhamento de egressos, Formação do administrador, Avaliação ensino superior, Gestão acadêmica.. I. Kroth, Darlan C., orient. II. Simon, Lilian Wrzesinski, co-orient. III. Universidade Federal da Fronteira Sul. IV. Título.

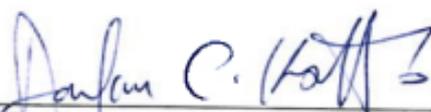
MAINARA MARQUES BRANDÃO

**ESTRATÉGIAS DE ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS DO ENSINO
SUPERIOR: UMA ANÁLISE DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFFS CAMPUS
CHAPECÓ**

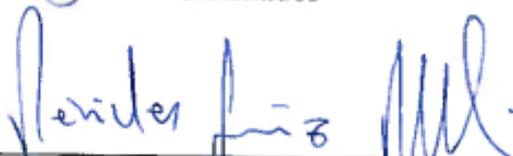
Trabalho de Conclusão de Curso de
Administração apresentado como requisito para
a obtenção do título de bacharelado em
Administração pela Universidade Federal da
Fronteira Sul - Campus Chapecó.

Este trabalho foi defendido e aprovado pela banca em 04/07/2025.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Darlan Christiano Kroth – UFFS
Orientador



Prof. Dr. Péricles Luiz Brustolin – UFFS
Avaliador



Prof. Dr. Ari Sothe – UFFS
Avaliador

Dedico este trabalho aos meus pais, José e Bernadete, e às minhas avós, Maria e Raimunda e ao meu namorado, Rosnord, por sempre me incentivarem a lutar pelos meus sonhos. Sou grata pelo apoio, carinho e por acreditarem em mim ao longo de toda a minha trajetória acadêmica.

AGRADECIMENTOS

A concretização deste trabalho representa meus esforços, determinação e desejo de superação diante de meus inúmeros medos que surgem durante sua realização e toda minha trajetória acadêmica. Fui impulsionada pelo apoio e pela contribuição inestimável de indivíduos e da instituição à qual pertenço, a quem manifesto minha mais profunda gratidão.

Expresso minha gratidão a Deus, por ter sido a fonte de inspiração e resiliência, provendo a fé e a clareza necessárias para superar os desafios inerentes a esta jornada acadêmica. “Tudo posso naquele que me fortalece”, (Bíblia, Fp 4: 13, p. 1059).

Aos meus amados pais, José e Bernardete, cujo amor incondicional, apoio, conselhos e sacrifícios contínuos foram os pilares da minha formação. Esta conquista reflete, em grande parte, o investimento e a confiança que vocês depositaram em meu potencial. Às minhas queridas avós, Maria e Raimunda, por seu afeto, sua sabedoria, zelo e orações. A influência de vocês deixou uma grande marca em minha vida como mulheres de força e determinação.

Ao meu namorado Rosnord, por sempre me incentivar e me apoiar em momentos de grande fragilidade e dúvidas. Você me guia para o melhor caminho; graças aos seus incentivos, fui aceita na Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) pela segunda vez e não deixei meu desejo de me formar de lado. Hoje estou me formando graças a você, que transformou momentos de grande exigência em oportunidades de crescimento e serenidade.

Às minhas amigas, Queila e Gabriela, agradeço por estarem ao meu lado até o final da graduação, pelo companheirismo e pelos momentos de ajuda, conselhos e encorajamento compartilhados. Gostaria de agradecer também a tantas outras amigas e amigos, meus parentes e conhecidos que torceram por mim, com palavras de encorajamento, que foram um suporte essencial nos momentos de desânimo.

Aos meus orientadores, Prof. Dr. Darlan C. Kroth e Dra. Lilian Wrzesinski Simon, pela condução perspicaz, pela partilha de conhecimentos e pela dedicação exemplar. As valiosas orientações, os questionamentos pertinentes e o estímulo constante foram cruciais para a consolidação e realização deste estudo. Minha gratidão é imensa pela confiança e pelo direcionamento.

À UFFS, por ter me proporcionado um ambiente acadêmico rico e estimulante, fundamental para o desenvolvimento de minhas habilidades e para a construção deste projeto. Agradeço a todos os meus professores pelo suporte e pelos ensinamentos que me foram oferecidos ao longo de toda a graduação.

Por fim, reitero uma convicção que permeou todo o percurso acadêmico:

“Não existe nada que o homem não possa realizar, desde que acredite em seu poder e tenha uma fé inabalável em Deus.” (Albert Einstein).

“Um grande engano da maioria das pessoas é achar que são o que são e, como uma estátua de mármore, continuarão ser da mesma maneira para sempre, sem a possibilidade de mudanças e de transformações.”(Paulo Vieira, 2017, pág,34).

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a materialização deste projeto, deixo meus mais sinceros agradecimentos.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo propor estratégias de acompanhamento dos egressos do curso de Administração da UFFS do Campus Chapecó. Para tanto, utilizou-se uma metodologia de natureza aplicada com abordagem mista (quantitativa e qualitativa), empregando pesquisa documental e um levantamento por meio de questionário online com uma amostra de 90 egressos. Os resultados revelam que, embora as estratégias atuais de acompanhamento sejam incipientes e de baixo alcance, existe um forte sentimento de gratidão e pertencimento à instituição por parte dos egressos, que alcançaram significativa ascensão profissional e social após a formação. Foi constatada uma grande disposição dos graduados em manter o vínculo, com 76,7% expressando interesse em participar de eventos e um potencial de 87,8% em contribuir com palestras e mentorias. As principais demandas identificadas para o fortalecimento dessa relação incluem a oferta de cursos de pós-graduação, a criação de canais de comunicação eficientes, a promoção de networking e um maior alinhamento do currículo com as habilidades práticas exigidas pelo mercado. Conclui-se que o desenvolvimento de um programa de acompanhamento robusto, centrado no valor mútuo, é uma ferramenta estratégica indispensável para a melhoria contínua do curso e para o fortalecimento do impacto da universidade na região.

Palavras-chave: Acompanhamento de egressos, Formação do administrador, Avaliação ensino superior, Gestão acadêmica.

ABSTRACT

This study aims to propose strategies for tracking graduates of the UFFS Administration program at the Chapecó Campus. To this end, an applied methodology with a mixed (quantitative and qualitative) approach was used, employing documentary research and a survey via an online questionnaire with a sample of 90 alumni. The results show that although current follow-up strategies are incipient and have low reach, there is a strong sense of gratitude and belonging to the institution among the alumni, who have achieved significant professional and social advancement after graduation. A great willingness among graduates to maintain this bond was found, with 76.7% expressing interest in participating in events and a potential of 87.8% in contributing with lectures and mentoring. The main demands identified for strengthening this relationship include the offering of postgraduate courses, the creation of efficient communication channels, the promotion of networking, and a greater alignment of the curriculum with the practical skills required by the market. It is concluded that the development of a robust follow-up program, centered on mutual value, is an indispensable strategic tool for the continuous improvement of the course and for strengthening the university's impact in the region.

Keywords: Alumni follow-up. Administrator education. Higher education evaluation. Academic management.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Participação em pesquisas voltadas para os egressos realizada pela UFFS52

•

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Competências Gerais para o Curso de Administração	23
Quadro 2 – Comparativo de Modelos de Acompanhamento de Egressos	36
Quadro 3 – Análise da questão 26: Ofertas Desejadas pelos Egressos	59
Quadro 4 – Análise da questão 27: Ações para Manter o Vínculo com Egressos	61
Quadro 5 – Análise da questão 28: Mensagens Finais dos Egressos	63

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Faixa Etária.....	43
Tabela 2 – Estados de residência antes de ingressar no curso.....	44
Tabela 3 – Ano de Ingresso do Curso de Administração	44
Tabela 4 – Trabalhou durante a graduação.....	45
Tabela 5 – Renda mensal dos egressos antes de ingressar na graduação	46
Tabela 6 – Continuou os estudando após a conclusão do curso.....	46
Tabela 7 – Vinculo ou contato com a UFFS após a conclusão do curso.....	47
Tabela 8 – Ano de conclusão.....	48
Tabela 9 – Período após a formação no curso que obteve oportunidade de.....	49
Tabela 10 – Situação profissional atual no mercado de trabalho	49
Tabela 11 – Relação da atuação profissional com a área de formação em Administração	50
Tabela 12– Renda mensal bruta atual.....	50
Tabela 13 – Motivo da escolha do curso de Administração da UFFS	52
Tabela 14 – Acompanha notícias ou eventos da UFFS	53
Tabela 15 – canal ou meio de comunicação que prefere para receber notícias e informações sobre o curso e a UFFS.....	54
Tabela 16 – Participa de eventos ou atividades voltadas para egressos da UFFS.....	54
Tabela 17 – interesse em contribuir com o curso de Administração da UFFS (palestras, mentorias, parcerias etc.).....	55
Tabela 18 – Recomendaria o curso de Administração da UFFS - Campus Chapecó para outras pessoas.....	56
Tabela 19 – Áreas de interesse que os egressos gostariam que o curso de administração oferecesse.....	57

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANPAD: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração.

CAPES: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

CASE: Council for Advancement and Support of Education.

Celpe-Bras: Certificado de Proficiência em Língua Portuguesa para Estrangeiros.

CFA/CRAS: Conselhos Federal e Regionais de Administração.

CIAE: Comissão Institucional de Atenção ao Egresso.

CIPAE: Comissão de Implantação da Política de Acompanhamento de Egressos.

CNE/CES: Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior.

CONAES: Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior.

CONSUNI: Conselho Universitário.

CPA: Comissão Própria de Avaliação.

CRA: Conselho Regional de Administração.

DACA: Divisão de Administração e Controle Acadêmico.

Daes: Diretoria de Avaliação da Educação Superior.

DCNs: Diretrizes Curriculares Nacionais.

DRA: Diretoria de Registro Acadêmico.

EaD: Educação a Distância.

ENADE: Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes.

FECAP: Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado.

FGV: Fundação Getúlio Vargas.

HAA: Harvard Alumni Association.

IA: Inteligência Artificial.

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

IES: Instituições De Ensino Superior.

INEP: Instituto Nacional de Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira.

LGPD: Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

MBA: Master of Business Administration.

MEC: Ministério da Educação.

NDE: Núcleo Docente Estruturante.

ONGs: Organizações não governamentais.

PDI: Plano de Desenvolvimento Institucional.

PEC-G: Programa de Estudantes-Convênio de Graduação.

PPC: Plano Pedagógico do Curso ou Projeto Pedagógico do Curso.

PROAE: Pró-reitoria de Assuntos Estudantis.

PROEC: Pró-reitoria de Extensão e Cultura.

PROGRAD: Pró-reitoria de Graduação.

Pró-Imigrante: Programa de Acesso e Permanência a Estudantes Imigrantes.

PROPEPG: Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação.

RCE: Relatório Circunstanciado do Egresso.

SAA: Stanford Alumni Association.

SINAES: Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior.

TCC: Trabalho de Conclusão de Curso.

TCLE: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

UESC: Universidade Estadual de Santa Cruz.

UFFS: Universidade Federal da Fronteira Sul.

UFMG: Universidade Federal de Minas Gerais.

UFMS: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

UFPA: Universidade Federal do Pará.

UFRGS: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

UFSC: Universidade Federal de Santa Catarina.

UFSM: Universidade Federal de Santa Maria.

UnB: Universidade de Brasília.

Unifev: Centro Universitário de Votuporanga.

UNIRIO: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	OBJETIVOS	17
1.2	JUSTIFICATIVA	18
2	REVISÃO DE LITERATURA	21
2.1	O ADMINISTRADOR: FORMAÇÃO E MERCADO DE TRABALHO	21
2.1.1	Papel do Administrador	24
2.2	POLÍTICAS E PRÁTICAS DE ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS	26
2.2.1	Política de acompanhamento de egressos da UFFS	28
2.3	ESTRATÉGIAS DE ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS	30
2.3.1	Modelos em Construção: Experiências em Outras Universidades Federais	31
2.3.2	Estratégias de Acompanhamento de Egressos	33
3	METODOLOGIA	38
3.1	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	38
3.2	UNIVERSO E AMOSTRA	39
3.3	INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	39
3.4	ANÁLISE DOS DADOS	41
3.5	CONSIDERAÇÕES ÉTICAS	41
3.6	LIMITAÇÕES DA PESQUISA	42
4	ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS	43
4.1	PERFIL DO EGRESSO	43
4.2	FORMAÇÃO DO CURSO E PROFISSIONAL	48
4.3.1	Análise das Perguntas Abertas	58
4.4	PROPOSTA DE ESTRATÉGIAS DE ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS	65
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
	REFERÊNCIAS	71
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	77
	ANEXO A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIMENTO	83

1 INTRODUÇÃO

A relação entre as instituições de ensino superior (IES) e seus egressos têm ganhado destaque no cenário educacional atual. Um exemplo disso é a pesquisa realizada pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), que revelou que 74% dos egressos estão empregados em sua área de formação, e 85% estão satisfeitos com seus empregos. Isso demonstra que um acompanhamento efetivo pode aumentar significativamente a taxa de empregabilidade, refletindo diretamente na reputação positiva da instituição (UFSM, 2024).

O acompanhamento dos graduados após a conclusão do curso configura-se como um indicador crucial da qualidade institucional. Além disso, é um fator estratégico para a própria IES, por meio da aplicação da avaliação, é possível realizar ajustes de melhoria nos problemas e lacunas percebidas pelos egressos durante a sua formação (Giacomin; Simon; Tosta, 2019).

Conforme recomendado pela Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (CONAES), as diretrizes da política de acompanhamento de egressos, operacionalizada pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) e pelo Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) (Inep, 2015), são fundamentais para a avaliação institucional, pois permitem identificar se a formação oferecida está alinhada com as exigências do mercado de trabalho e com os objetivos educacionais propostos. Nesse sentido, é importante ressaltar que, apesar dos dados gerais sobre a satisfação dos egressos, uma análise mais detalhada é necessária para entender as especificidades de cada curso e campus.

Essa avaliação se torna ainda mais relevante em um contexto em que o mercado de trabalho está em constante evolução, caracterizado por novas tecnologias e demandas emergentes, a capacidade de adaptação e o desenvolvimento contínuo desses profissionais tornam-se cruciais. Conforme Sampaio e Rego (2024), as organizações buscam profissionais que tenham habilidades técnicas, fluência em tecnologias digitais, capacidade de analisar e interpretar dados e que sejam aptos para a tomada de decisões, trabalhando em ambientes conectados e dinâmicos.

Uma vez que, após a formatura, os egressos mantêm vínculos com a IES e são considerados ativos estratégicos para contribuir com *feedback* e melhorias, atuar como embaixadores da instituição e continuar engajados em atividades de formação continuada, como cursos e palestras (Cabral; Silva; Pacheco, 2016).

A efetividade dessa relação depende diretamente das estratégias de acompanhamento que a instituição implementa, levando em conta, o contexto do mercado atual e as novas habilidades e competências exigidas.

Portanto o acompanhamento realizado pela IES é crucial, oferecendo suporte na transição para a vida profissional, oportunidades de *networking* e acesso a informações relevantes (Abres, 2024). Dentro desse contexto, a Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) elaborou a sua Política de Acompanhamento dos Egressos, publicado por meio da Resolução 88/CONSUNI/UFFS/2021, com o intuito de sistematizar e fortalecer o vínculo com seus ex-alunos, possibilitando melhorias nos cursos e na instituição (UFFS, 2021).

Neste contexto, a (UFFS) vem envidando esforços para formular e implementar a sua política de acompanhamento de egressos. Uma das ações foi a realização da pesquisa com os Egressos da UFFS em 2021, composta por todos os campi e cursos, apresentada no Relatório da Pesquisa, revelou que:

um total de 85,80% dos egressos considerou a formação adquirida na UFFS entre as classificações de “relevante”, “bastante relevante” e “extremamente relevante” para ingressar no mercado de trabalho, o que sinaliza a consistência da formação ofertada pela instituição (UFFS, 2021, p. 25).

Essa pesquisa contemplou dados genéricos, de todos os cursos e campi da universidade, diplomados na primeira década de existência da instituição, de modo que ao propor uma análise para o Curso de Administração do Campus Chapecó, é essencial realizar pesquisas específicas para o curso, considerando o período que se pretende observar. Isso permite ao pesquisador compreender a realidade local e identificar lacunas específicas, como a adequação dos conteúdos curriculares às demandas do mercado de trabalho (Abres, 2024).

O curso de Administração do Campus Chapecó, implantado desde o início da universidade, no ano de 2010, formou sua primeira turma em 2014 e representa um universo significativo de graduados, total de 416 egressos no início de 2025 (UFFS, 2025). Compreender como esses egressos de um dos cursos de bacharelado mais procurados no Brasil, conforme CRA (2023) e Abres (2024), percebem e interagem com as iniciativas de acompanhamento da UFFS é essencial para aprimorar as práticas institucionais.

Embora os estudos de Mattos (2016), Giacomini (2017) e de Klein (2023) tenham delineado o perfil dos egressos de Administração da UFFS Chapecó, e Klein (2023) tenha apresentado os desafios e potencialidades no mercado de trabalho em um cenário pós pandemia, além dos relatórios institucionais conterem dados gerais sobre o acompanhamento de egressos (UFFS, 2021), é importante destacar que esse perfil é dinâmico, indicando a necessidade de um acompanhamento contínuo e atualizado.

Além disso, tais estudos focalizam sua análise no perfil dos egressos, identificando-se assim uma lacuna nos estudos sobre estratégias para estimular o relacionamento entre o curso de Administração e seus egressos, sobretudo após a formalização da política institucional.

Há necessidade de investigar como essas estratégias podem ser adotadas e operacionalizadas, incluindo métodos de engajamento e *feedback* dos egressos, e qual a percepção sobre a relevância e a efetividade da formação para seu desenvolvimento profissional e a manutenção do vínculo com a universidade.

Portanto, a compreensão das estratégias de acompanhamento e a percepção dos egressos são fundamentais para aprimorar a formação e fortalecer o vínculo entre a UFFS e seus graduados.

Diante da relevância do acompanhamento dos egressos para a melhoria contínua dos cursos, a presente pesquisa se norteia pela seguinte questão: **Quais são as estratégias de acompanhamento dos egressos do Curso de Administração do Campus Chapecó realizadas pela Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) e como são percebidas por esses egressos?**

Os objetivos a seguir visam identificar e complementar as estratégias que a UFFS utiliza para interagir com seus egressos.

1.1 OBJETIVOS

O presente trabalho tem como objetivo geral propor estratégias de acompanhamento dos egressos do curso de Administração da UFFS do Campus Chapecó.

Com a finalidade de alcançar o objetivo geral estabelecido, serão necessárias a realização dos seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar as diretrizes adotadas pela UFFS e pelo curso de Administração do Campus Chapecó para o acompanhamento de egressos;
- b) Levantar as principais contribuições do acompanhamento de egressos para o curso de Administração do Campus Chapecó;
- c) Analisar o perfil sociodemográfico e profissional dos egressos;
- d) Apresentar estratégias de acompanhamento para os egressos do curso de Administração do Campus Chapecó.

1.2 JUSTIFICATIVA

A relevância desta investigação sobre as estratégias de acompanhamento dos egressos do curso de Administração da UFFS, Campus Chapecó, é evidente, dado que é uma exigência legal, conforme regulado pela CONAES, órgão de supervisão e coordenação do SINAES, com o propósito de melhorar a qualidade do ensino, mediante a avaliação das instituições, dos cursos de graduação e do desempenho dos estudantes via prova do ENADE (Brasil, 2004).

Mas a relevância deste estudo vai além do cumprimento de uma exigência acadêmica, abordando uma necessidade urgente no contexto atual acadêmico e institucional. Nas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) do Curso de Graduação em Administração, através da Resolução CNE/CES nº 5/2021, contém requisitos e exigências que devem ser seguidas pelas IES, como no desenvolvimento de um sistema documentado de gestão de aprendizagem com o intuito de avaliar o curso, podendo incluir:

I - Mecanismos de avaliação da aprendizagem dos estudantes medidas diretas (...) ou indiretas (conjunto de evidências e indícios de aprendizagem não relacionadas diretamente ao efetivo trabalho do estudante como entrevistas e pesquisas com egressos, com empregadores, acompanhamento dos egressos, entre outros) (Brasil, 2021)

O cenário de formação superior no curso de Administração e as expectativas do mercado de trabalho mudaram significativamente. Isso ocorreu desde o último levantamento focado na avaliação dos egressos realizado com este público específico (Giacomin, 2017).

Fatores como a consolidação da própria UFFS, a alteração do currículo formativo do curso e a evolução das tecnologias de comunicação impactam diretamente a trajetória profissional dos egressos. Além disso, as crises econômicas e sanitárias recentes e as consequentes mudanças nas dinâmicas de emprego e carreira exigem que a universidade interaja de maneira proativa.

Adicionalmente, a formalização na UFFS, da Política Institucional de Acompanhamento de Egressos em 2021, representa um marco importante, pois contribui para a avaliação das percepções dos egressos do curso e para o estabelecimento de estratégias de relacionamento que garantam sua efetivação. Não basta a existência de uma política no papel; é crucial investigar sua efetividade percebida e seu alcance real entre os principais interessados: os próprios egressos.

Este trabalho parte do estudo de identificação do perfil dos egressos para uma análise focada nas estratégias, oferecendo um panorama para futuras pesquisas sobre a gestão de

egressos em contextos similares, como cursos de graduação de universidades públicas federais de interiorização com forte vínculo regional.

A pesquisa tem valor estratégico para a gestão do curso de Administração da UFFS e pode ajudar na criação de estratégias institucionais. Identificando o direcionamento estabelecido na política institucional e sua transposição para a prática percebida, além de levantar as contribuições que o acompanhamento efetivamente traz, como na melhoria da imagem do curso, no feedback para ajustes curriculares, na criação de redes de cooperação ou no apoio à empregabilidade, a instituição obtém informações cruciais para a tomada de decisão, alocação eficiente de recursos e melhoria dos índices avaliativos do curso.

A perspectiva dos egressos, como ressalta Nielsen, Olivo e Morilhas (2017) é a fonte mais direta e rica para este diagnóstico. Este estudo busca verificar as percepções dos egressos sobre a adequação da formação às exigências do mercado. Também analisa as dificuldades encontradas na trajetória profissional, conforme apontado por Giacomini (2017) em um novo contexto.

É essencial entender como as estratégias de acompanhamento da UFFS, ou a percepção de sua ausência, se relacionam com essa realidade. Esse feedback permitirá identificar se as ações atuais (eventos, comunicação, portais etc.) são conhecidas, acessadas e consideradas úteis pelos egressos. Sem essa escuta ativa, há o risco de manter estratégias ineficazes ou desalinhadas com as reais necessidades dos egressos (Cabral; Silva; Pacheco, 2016).

Por fim, está justificativa vai além da universidade, alcançando a dimensão social e regional. A UFFS, como universidade pública situada na mesorregião da fronteira sul, tem um compromisso intrínseco com o desenvolvimento local. O curso de Administração forma profissionais que atuarão majoritariamente na região, influenciando empresas, organizações e o próprio tecido socioeconômico. Fortalecer o acompanhamento dos egressos é um investimento no capital humano regional, facilitar a conexão entre talentos e oportunidades locais e potencializar o impacto da universidade no desenvolvimento sustentável do Oeste Catarinense. Analisar as estratégias de acompanhamento é avaliar como a universidade pode continuar contribuindo para a região por meio de seus graduados.

Em suma, este trabalho busca gerar conhecimento aplicável, justificado pela necessidade de atualização, relevância estratégica para a gestão institucional e pela centralidade da voz do egresso na avaliação da qualidade. Justifica-se pela necessidade de atualização contextual e temporal, pela relevância estratégica para a gestão institucional e do curso, pela centralidade da voz do egresso na avaliação da qualidade e pela necessidade de ferramentas de gestão eficazes, como o banco de dados. Ademais, considera o impacto social inerente à missão

da UFFS. Ao investigar e propor melhorias nas estratégias de acompanhamento, espera-se contribuir significativamente para fortalecer a relação entre a universidade e seus egressos de Administração, gerando benefícios mútuos e duradouros.

2 REVISÃO DE LITERATURA

O referencial teórico apresentado neste trabalho tem como propósito fornecer uma base conceitual para as análises subsequentes. Para isso, foram abordados temas relacionados ao administrador: formação e mercado de trabalho; políticas e práticas de acompanhamento de egressos e estratégias de acompanhamento dos egressos.

2.1 O ADMINISTRADOR: FORMAÇÃO E MERCADO DE TRABALHO

O ensino da Administração no Brasil foi implementado em 1952, sendo relativamente recente em comparação com outros países que já eram precursores na área. A criação da Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) estava alinhada com as mudanças econômicas no país. A inauguração de cursos de Administração nesse período foi impulsionada pela necessidade de profissionais qualificados para atender ao processo de industrialização, recém-iniciado no país, culminando, posteriormente, na regulamentação da profissão através da Lei nº 4.769, de 09 de setembro de 1965, no Brasil (CRA, 2025).

A administração é uma ciência aplicada que envolve planejamento, organização, direção e controle em empresas privadas, organizações públicas e entidades do terceiro setor. Após essa regulamentação, surgiu a necessidade de órgãos reguladores, resultando na formação dos Conselhos Federal e Regionais de Administração (CFA/CRAs) (CRA, 2025). Sua importância está na garantia dos direitos dos administradores, incluindo o registro profissional e o direito ao exercício da profissão.

O exercício de funções e cargos de Administrador no Brasil, de acordo com o CFA (2025), é restrito aos profissionais formados como bacharéis em Administração, sendo aplicável no Serviço Público Federal, Estadual, Municipal, Autárquico, em sociedades de Economia Mista, empresas estatais, paraestatais e entidades privadas, desde que o título do cargo esteja claramente especificado. Sugiro incluir um exemplo de como essa regulamentação é aplicada na prática

Os campos de atuação, conforme o CRA/SC (2025), incluem Administração Geral, Administração Financeira, Administração de Material, Administração Mercadológica, Marketing, Administração de Produção, Administração e Seleção de Pessoal, Recursos Humanos, Organização, Métodos e Programas de Trabalho e Orçamento, além de campos em que essas atividades se desdobram ou os quais sejam conexos.

Além disso, a atuação em funções de chefia ou direção, em níveis intermediários ou superiores, bem como em atividades de assessoramento e consultoria em órgãos da Administração Pública ou em entidades privadas, é exclusiva para aqueles que possuam conhecimentos especializados nas técnicas de administração, de acordo com o escopo das atribuições relacionadas a essas funções.

Por meio das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), o curso de Administração deve garantir uma formação abrangente e multidisciplinar, desenvolvendo competências técnicas, humanas e conceituais. O egresso deve desenvolver e aplicar e “integrar conteúdos (saber), competências (saber fazer) habilidades (saber fazer bem) e atitudes (querer fazer)” que permitam ao futuro administrador lidar com os desafios de um mercado em constante transformação. Ademais, as DCNs recomendam que o curso priorize metodologias de ensino que estimulem o pensamento crítico, a inovação e a capacidade de resolver problemas complexos, enquanto promove valores éticos e a responsabilidade social (Brasil, 2021).

A profissão de administração surgiu em resposta à industrialização, e a forma de administrar era muito diferente daquela da administração do século XX, pois, conforme Silva (2025, p. 21), “o administrador deve sair dos conceitos e teorias passadas”, uma vez que “na Administração, nada é absoluto ou definitivo, tudo é relativo e tudo depende da situação, do momento, dos objetivos a atingir e do valor que se pretende oferecer e entregar” (Chiavenato, 2021, p.27).

Os administradores devem adquirir ao longo de sua formação competências, sendo de responsabilidade das IES desenvolvê-las durante a graduação, estabelecidos pelo MEC (2021), no quadro a seguir, as competências gerais.

Quadro 1 – Competências Gerais para o Curso de Administração

Item	Competência Essencial	Descrição
I	Integrar conhecimentos fundamentais ao Administrador	Integrar conhecimentos (Economia, Finanças, Marketing etc.) para criar ou aprimorar, de forma inovadora, modelos de negócios, operacionais e organizacionais, visando à sustentabilidade (social, ambiental, econômica, cultural).
II	Abordar problemas e oportunidades de forma sistêmica	Compreender o ambiente e modelar processos, analisando inter-relações, impactos temporais e as diversas dimensões (humana, social, política, ambiental, legal, ética, econômico-financeira) de problemas e oportunidades.
III	Analisar e resolver problemas	Formular problemas/oportunidades (com empatia), elaborar hipóteses, analisar evidências, diagnosticar causas e propor soluções testáveis com métricas de sucesso.
IV	Aplicar técnicas analíticas e quantitativas na análise de problemas e oportunidades	Julgar a qualidade da informação para tomada de decisão; identificar, analisar e interpretar dados (qualitativos/quantitativos); diferenciar associação de causalidade; comunicar conclusões com gráficos e medidas descritivas; aplicar inferência estatística.
V	Ter prontidão tecnológica e pensamento computacional	Compreender e aplicar o potencial das tecnologias na resolução de problemas; formular problemas e suas soluções para processamento computacional (envolvendo decomposição, identificação de padrões, abstração e algoritmos).
VI	Gerenciar recursos	Estabelecer objetivos e metas; planejar e priorizar ações; controlar desempenho; alocar responsabilidades e mobilizar pessoas para o resultado.
VII	Ter relacionamento interpessoal	Utilizar empatia para construir relacionamentos colaborativos, facilitar o trabalho em equipe e gerenciar conflitos de forma eficaz.
VIII	Comunicar-se de forma eficaz	Compartilhar ideias e conceitos de forma eficaz e apropriada à audiência/situação, com argumentação baseada em evidências/dados e preocupação ética na apresentação.
IX	Aprender de forma autônoma	Adquirir novos conhecimentos, desenvolver habilidades e aplicá-los em novos contextos de forma autônoma, visando o desenvolvimento contínuo de competências ao longo da vida profissional.

Fonte: Adaptado de Brasil (2021, p. 47-48).

De acordo com o Guia Salarial elaborado por Robert Half (2024), os setores de atividade econômica mais aquecidos em 2025 incluem o agronegócio, atacado e varejo, bens de consumo, infraestrutura e a área de saúde. Essas áreas são aquelas em que os futuros administradores possuem qualificações para explorar, especialmente, com a ascensão de tecnologias como a Inteligência Artificial e a necessidade de adaptação às mudanças no comportamento do consumidor (Unifase, 2023).

Além disso, o Guia Salarial lista as competências esperadas dos novos profissionais. As *hard skills* (habilidades técnicas) incluem Inteligência Artificial, Automação, Aprendizado de Máquina, Análise de Dados, Idiomas (inglês) e Tecnologia Imersiva, enquanto as *soft skills* (habilidades interpessoais) incluem Inteligência Emocional, Pensamento Crítico, Comunicação, Liderança e Resolução de Problemas. Entre essas habilidades estão as competências estipuladas pelo MEC (2021) e as novas que os administradores devem adquirir, as quais devem ser incorporadas pelas Instituições de Ensino Superior (IES), sendo imprescindíveis para que os novos profissionais se destaquem no mercado.

De acordo com o Panorama do Censo, entre 2000 e 2022, a proporção de pessoas com 25 anos ou mais que possuíam nível superior completo no Brasil cresceu 2,7 vezes: de 6,8% para 18,4%, entre os cursos com maiores destaques estão o de Direito, Administração e Negócios. A pesquisa mostrou que o curso de Gestão e Administração é o mais popular, somando mais de 4 milhões de diplomados (IBGE, 2022).

Além disso, a demanda por profissionais preparados para atender às expectativas do mercado e das organizações é elevada.

2.1.1 Papel do Administrador

O papel do administrador nas organizações é complexo e multifacetado, envolvendo diversas funções e responsabilidades essenciais para o bom funcionamento e sucesso das empresas. Além disso, é importante mencionar que o administrador deve ter um perfil que engloba (Sampaio; Rego, 2024) habilidades analíticas, sociais e inovadoras. Segundo Chiavenato (2019), o administrador desempenha funções fundamentais, como planejamento, organização, direção e controle, sendo que cada uma delas possui responsabilidades específicas.

O administrador atua como um agente de transformação nas organizações, possuindo as habilidades das funções administrativas para alcançar os objetivos estabelecidos. Sua atuação abrange diversas áreas, como gestão de pessoas, finanças, produção, marketing, tecnologia da informação e responsabilidade social, e mesmo possuir de habilidade técnicas (conhecimento especializado), humanas (Relacionamento interpessoal) e conceituais (ideias, teoria) (Chiavenato, 2023).

Como afirma Chiavenato (2020), "a administração não é uma ciência exata, mas uma ciência social, pois, ao lidar com negócios e organizações, é feita basicamente por meio das pessoas, das competências e dos recursos disponíveis." É isso que leva as organizações ao sucesso: são as pessoas e os administradores eficientes que fazem a diferença.

O Plano pedagógico do Curso de Administração da UFFS (PPC), o perfil do egresso é descrito como agentes de mudança e transformação social. A formação visa o desenvolvimento de habilidades analíticas, empreendedoras e colaborativas, com foco na compreensão da estrutura organizacional. O curso está fundamentado em princípios que buscam o desenvolvimento regional sustentável, pautado pela ética e pela responsabilidade social.

Que os egressos, sejam versados em competências e habilidades:

- A. Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
- B. Desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- C. Refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;
- D. Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- E. Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;
- F. Desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e das experiências cotidianas para o ambiente de trabalho e campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;
- G. Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações;
- H. Desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e pareceres e pareceres administrativos, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais;
- I. Realizar empreendimentos em conjunto com demais administradores e/ou empresários locais;
- J. Contribuir para construção de projetos de desenvolvimento regional, internalizar valores de responsabilidade social, justiça e ética profissional e
- K. Capacidade de atuar de forma interdisciplinar (UFFS, 2017, p. 41-42).

Este plano pedagógico enfatiza o desenvolvimento de competências essenciais para a prática profissional, destacando a habilidade de análise crítica e proposição estratégica. Essa trajetória consolida o compromisso com a excelência e responsabilidade social na gestão.

2.2 POLÍTICAS E PRÁTICAS DE ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS

A educação superior no país ganhou destaque entre 2003 e 2014, com “a implantação de mais de uma dezena de novos campi universitários e quatro novas universidades amplia em milhares as vagas públicas nas universidades brasileiras” (Luiza, 2022; Pacheco, 2015, p. 7). Com a inserção de novas IES, Rocha e Oliveira (2024) afirmam que foi implantada por lei a obrigação de que as IES implementem políticas de acompanhamento de egressos, como fonte de informação educacional.

As políticas adotadas resultaram em um aumento significativo no acesso e na inclusão de estudantes, principalmente no ensino superior. No entanto, essas iniciativas enfrentaram críticas devido à infraestrutura deficiente das instituições criadas. Além disso, persistem dúvidas sobre os critérios utilizados para a escolha dos municípios que receberam novos campi e sobre os fatores considerados na seleção dos cursos oferecidos (Luiza, 2022).

Criado pela Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior é orientado pela Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior e gerido pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Por meio da Diretoria de Avaliação da Educação Superior (DAES), o SINAES tem a missão de avaliar a graduação, promovendo a melhoria da qualidade da educação superior e da formação dos estudantes. As avaliações do sistema abrangem a qualidade das IES, dos cursos de graduação e do desempenho dos alunos (SINAES, 2015).

A necessidade de um acompanhamento sistemático dos egressos surge para garantir que as instituições cumpram suas missões educacionais, sendo cada vez mais relevante para a qualidade do ensino superior e para a inserção dos graduados no mercado de trabalho. Esse acompanhamento é realizado por meio de pesquisas e questionários, além de portais de egressos, que coletam dados sobre o perfil, as trajetórias profissionais, a satisfação e as dificuldades enfrentadas pelos egressos. Essas informações são úteis para instituições de ensino, governos e empresas, que podem usá-las para melhorar a qualidade da educação, aperfeiçoar os cursos, orientar os alunos e otimizar os processos de recrutamento e seleção (Paul, 2015).

Paul (2015) complementa que as políticas de acompanhamento de egressos variam de acordo com o país e com a instituição de ensino. Em alguns países, como a Itália, o acompanhamento é centralizado e realizado por um organismo nacional, como o AlmaLaurea.

Em outros países, como o Brasil, o acompanhamento é mais fragmentado, com iniciativas isoladas de universidades e outras instituições. No entanto, a tendência é que os sistemas de acompanhamento de egressos se tornem cada vez mais estruturados e integrados

em nível nacional, visando fornecer informações mais completas e relevantes para todos os atores envolvidos no processo de educação superior (Paul, 2015).

A Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) lançou, em 2010, o Portal de Egressos com o objetivo de manter um vínculo contínuo com os ex-alunos, coletando informações sobre sua inserção profissional e as dificuldades enfrentadas. O portal oferece dados sobre egressos de graduação e pós-graduação, além de depoimentos que enriquecem a experiência de outros alunos (UFSC, 2025).

A Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) desenvolveu um Programa para Acompanhamento de ex-Alunos intitulado Joia Rara - Projoia, permitindo estreitar a relação entre ensino e mercado de trabalho, além de oferecer informações sobre a universidade, serviços, contatos e troca de experiências (UNIRIO, 2025).

O programa tem como objetivos:

- I. Estreitar os laços entre a Instituição e seus graduados; a II. Acompanhar a vida profissional do ex-aluno da UNIRIO, contribuindo para o seu constante desenvolvimento; III. Promover a aproximação do ex-aluno com a graduação da nossa Universidade; IV. Capacitar os egressos e os discentes da UNIRIO, visando uma melhor atuação no mercado de trabalho (UNIRIO, 2013,p 1).

A Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), tem uma política de acompanhamento dos egressos visando desenvolver ferramentas de controle e atualizações da trajetória profissional condizentes com as demandas do mercado e a formação dos egressos, com os seguintes objetivos:

- Art. 4º O objetivo geral da Política de Acompanhamento de Egressos é desenvolver mecanismos para atualização das informações a respeito da trajetória profissional, para subsidiar o aprimoramento dos cursos e da instituição como um todo e para o atendimento às demandas da sociedade relacionadas à formação profissional (UFMS, 2021, p.1)

A universidade possui um portal de egressos bem estruturado, que contém informações sobre o perfil dos egressos da graduação e pós-graduação, além de oportunidades de emprego, detalhes sobre ingressos e um espaço para aqueles que tiveram méritos e se destacaram em suas carreiras, elevando o nome da instituição. Essas práticas resultam em melhorias tanto para a própria instituição, que pode aprimorar seus cursos e serviços, quanto para os egressos, que se beneficiam de um melhor suporte em suas trajetórias profissionais. Dos 73 mil egressos, mais de 61 mil estão cadastrados na plataforma, o que equivale a 83,56%, uma porcentagem significativa (UFMS, 2025).

A Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) lançou, em 2010, o Portal de Egressos com o objetivo de manter um vínculo contínuo com os ex-alunos, coletando informações sobre sua inserção profissional e as dificuldades enfrentadas. O portal oferece dados sobre egressos de graduação e pós-graduação, além de depoimentos que enriquecem a experiência de outros alunos (UFSC, 2025).

Muitas outras instituições também implementaram portais de egressos e realizam acompanhamento, como a Uninter (2020), a Uniasselvi (2025) e a Universidade Federal do Pará (UFPA, 2025); entre várias outras instituições de IES, mostrando que mesmo que um iniciou tardiamente o acompanhamento dos egressos, tenha ganhado cada vez mais destaque no mercado educacional, políticas que são elaboradas como estratégias para expansão e sobrevivência em um cenário competitivo educacional (Giacomin; Simon; Tosta, 2019).

Em suma, o acompanhamento de egressos é fundamental para a melhoria contínua da educação superior no Brasil, permitindo que as instituições se ajustem às necessidades do mercado e contribuam para a formação de profissionais qualificados.

2.2.1 Política de acompanhamento de egressos da UFFS

A Política de Acompanhamento dos Egressos da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) visa manter um vínculo ativo com seus ex-alunos, coletando dados sobre suas trajetórias acadêmicas e profissionais após a conclusão dos cursos. Essa política foi instituída pela Resolução N° 88/CONSUNI/UFFS/2021, que aprova a Política de Acompanhamento dos Egressos da Universidade Federal da Fronteira Sul. A política envolve a aplicação de pesquisas periódicas, cujos resultados são analisados para melhorar as ações institucionais e o alinhamento da formação acadêmica com o mercado de trabalho (UFFS, 2021).

O relatório de 2020 indica que as pesquisas realizadas pela Comissão Própria de Avaliação (CPA) e pela Comissão de Implantação da Política de Acompanhamento de Egressos (CIPAE) obtiveram 486 respostas de egressos de graduação, o que representa aproximadamente 13% dos contatos enviados. Os dados coletados, que incluem a avaliação da formação profissional e o nível de empregabilidade dos egressos, são fundamentais para realizar ajustes nos cursos oferecidos, além de promover uma conexão duradoura entre a UFFS e seus egressos, fortalecendo a relevância da universidade no cenário educacional e social (UFFS, 2021).

A pesquisa revelou que 83,13% dos egressos avaliaram sua formação profissional como satisfatória, com base em critérios como relevância do conteúdo, qualidade do ensino e aplicabilidade no mercado de trabalho, e 30,45% dos respondentes já estavam cursando ou

havam concluído uma pós-graduação, refletindo o impacto positivo da UFFS na continuidade acadêmica. Entretanto, o estudo também destacou desafios, como a necessidade de um sistema mais eficiente para a coleta de dados e a busca por uma adesão mais representativa dos egressos, dado que a amostra representou apenas 13% dos e-mails enviados. Foi sugerida a criação de um portal do egresso como uma ferramenta para melhorar o relacionamento com os ex-alunos e fomentar a participação em atividades institucionais (UFFS, 2021).

No plano de Desenvolvimento institucional de 2025 a 2032, propuseram a implantação de estratégias voltadas para o acompanhamento dos egressos dos cursos de graduação, seguindo a política instituída, e a elaboração de um portal dos egressos até 2028 (UFFS, 2025).

A política de acompanhamento designa setores específicos e define o papel dos cursos no processo de acompanhamento dos egressos. A gestão do acompanhamento é centralizada na Comissão Institucional de Atenção ao Egresso (CIAE), composta por representantes da Reitoria, das pró-reitorias de Graduação (PROGRAD), Extensão e Cultura (PROEC), Assuntos Estudantis (PROAE), Pesquisa e Pós-Graduação (PROPEPG), além de um representante de cada campus e egressos da graduação e pós-graduação (UFFS, 2021).

O papel dos cursos é intrínseco a essa política. As pró-reitorias e as Direções de Campus utilizam os resultados do Relatório Circunstanciado do Egresso (RCE) para elaborar estratégias de gestão acadêmica e administrativa, ajustando os cursos de graduação, pós-graduação e as atividades de extensão às necessidades do mercado e da sociedade. Isso significa que os cursos são os principais beneficiários do feedback dos egressos, que permite aprimorar a qualidade da formação oferecida pela UFFS. A Resolução que aprova a política de egressos da UFFS detalha objetivos específicos que demonstram essa interconexão, buscando, conforme seu Art. 4º:

I - acompanhar a inserção profissional dos egressos, especialmente durante os cinco primeiros anos após a conclusão do curso, podendo ser estendido a dez anos, de modo a mapear suas associações ao mundo do trabalho, à formação profissional e cidadã e o comprometimento social;

II - conhecer a percepção dos egressos acerca dos cursos ofertados pela UFFS, possibilitando o aperfeiçoamento contínuo dos processos e políticas internas, a adesão institucional a novas tecnologias e ações inovadoras, com foco na melhoria da qualidade dos cursos e sua afinidade com as demandas do mundo do trabalho e da sociedade;

III - verificar necessidades formativas sobre as quais a UFFS possa atuar na pós-graduação e cursos de extensão;

IV - fortalecer o vínculo com os egressos por meio de ações a serem divulgadas no Portal do Egresso, entre outros meios de comunicação a serem criados pela UFFS;

V - promover ações permanentes de melhoria relacionadas às demandas da sociedade e do mundo do trabalho; e

VI - realizar estudo comparativo entre a atuação profissional e cidadã do egresso e a formação obtida nos cursos de graduação e pós-graduação da UFFS (Resolução 88, 2021).

Esses objetivos são detalhados na Resolução que aprova a política de egressos da UFFS, buscando garantir a qualidade da formação oferecida e fortalecer o vínculo entre a universidade e seus ex-alunos, contribuindo para a formação de profissionais mais preparados para o mercado de trabalho.

2.3 ESTRATÉGIAS DE ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS

Diante desse desafiador cenário do mercado de trabalho, onde os egressos buscam inserção, é fundamental desenvolver estratégias de acompanhamento que facilitem essa integração e o relacionamento. Essas estratégias são significativamente relevantes para os ex-alunos, uma vez que possibilitam à IES e o curso ajustar e aprimorar continuamente aquilo que o curso e a própria instituição podem oferecer. Assim, essa transição para o mercado de trabalho tende a se tornar mais segura e promissora. Segundo Pereira, Novôa e Paiva (2024), é fundamental identificar os conhecimentos, competências, habilidades e atitudes que devem ser priorizados na formação do administrador, de modo a atender às demandas atuais e futuras da área de Administração. Nesse contexto, a IES deve estar preparada para compreender e atender às expectativas desses futuros profissionais.

O novo Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), vigente para o período de 2025 a 2032, contempla diversas estratégias voltadas ao fortalecimento da instituição. Entre elas, destacam-se ações para atração de novos estudantes, ampliação de projetos de extensão, oferta de estágios, melhorias nos PPCs e na infraestrutura universitária, além da criação de incubadoras e propostas para a expansão da modalidade de Educação a Distância (EaD). Tais iniciativas visam não apenas o crescimento institucional, mas também o aumento do prestígio e da visibilidade da UFFS no cenário educacional (UFFS, 2024).

No entanto, no que tange às estratégias específicas de acompanhamento dos egressos, o PDI prevê a implementação da Política de Acompanhamento dos Egressos, conforme estabelecido na Resolução nº 88/CONSUNI/UFFS/2021. Essa política tem como objetivo geral:

Art. 3º Constitui-se como objetivo geral desta política estabelecer diretrizes e mecanismos de acompanhamento e atenção ao egresso que contemplem a atualização sistemática de informações a seu respeito no âmbito da UFFS, como a continuidade de suas vidas acadêmicas e sua inserção profissional, de modo a subsidiar ações de melhoria nos cursos e na universidade, relacionadas às demandas da sociedade e do mundo do trabalho, bem como promover ações exitosas e inovadoras (UFFS, 2021).

Entretanto, as estratégias identificadas para o acompanhamento dos egressos da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) incluem: a) o Portal do Egresso da UFFS; b) o banco de dados com informações dos egressos; e c) o banco de currículos dos ex-alunos.

Apesar das iniciativas, o único acompanhamento direcionado aos egressos dos cursos de graduação identificado foi uma pesquisa registrada no Relatório da Comissão Própria de Avaliação (CPA) de 2020, realizada pela IES em todos os campi da instituição. Desde então, as informações coletadas junto aos egressos estão limitadas à participação deles nas pesquisas de autoavaliação institucional, realizadas anualmente pela CPA. Embora essa proposta seja válida e promissora, suas limitações estão na dificuldade de captar, de forma segmentada e contextualizada, os problemas enfrentados por cada campus. Isso inclui considerar o perfil dos egressos, a região de origem, as particularidades do mercado de trabalho local e suas necessidades individuais de cada curso.

Para as instituições de ensino superior, os egressos são uma fonte primária e insubstituível de feedback qualificado. Suas trajetórias profissionais e percepções sobre a formação recebida refletem a aderência do currículo às reais necessidades do mundo do trabalho (Michelan et al., 2009). Essa retroalimentação é crucial para avaliar a qualidade da formação, identificar novas demandas de mercado e subsidiar a reformulação dos Projetos Pedagógicos de Curso (PPCs) (Pereira; Nôvoa; Paiva, 2022; Senger; Castro, 2024).

Quando uma IES não obtém esse retorno, ela corre o risco de não aplicar as mudanças necessárias em seus processos de ensino-aprendizagem, perpetuando lacunas entre a formação acadêmica e a prática profissional. Além disso, uma rede de egressos ativa e bem-sucedida fortalece a reputação e a marca da instituição, atraindo novos talentos e parceiros (Michelan et al., 2009).

Diante desse contexto e pela histórico da educação brasileira, marcada por uma inserção tardia em relação ao contexto internacional, é compreensível que as ações de acompanhamento aos egressos sejam principiantes em relação às IES estrangeiras (Paul, 2015). Assim, como a UFFS, temos outras instituições federais que ainda estão implementando essa prática

2.3.1 Modelos em Construção: Experiências em Outras Universidades Federais

A situação da UFFS não é um caso isolado, mas reflete desafios sistêmicos. Um olhar sobre outras universidades federais revela um mosaico de iniciativas, demonstrando que não há

um "modelo federal" único, mas sim um campo de experimentação com diferentes níveis de maturidade.

- **A Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)** apresenta um programa mais estruturado, o "Sempre UFMG", que conta com um comitê dedicado e desenvolve pesquisas específicas, como um estudo aprofundado com egressos do curso de Medicina (UFMG, 2025; Queiroz, 2014). Apesar dessa maior organização, a instituição ainda enfrenta desafios significativos de comunicação e engajamento, com muitos ex-alunos desconhecendo os serviços oferecidos, o que aponta para a dificuldade de manter um vínculo efetivo, mesmo com uma estrutura formalizada (Medeiros; Barbosa; Garcia, 2007).
- **A Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)** é frequentemente citada por seu "Sistema de acompanhamento dos egressos", sugerindo uma abordagem mais tecnológica e orientada à gestão de dados (Costa; Diniz, 2023). Além disso, pesquisadores da UFSC, como Michelin e colaboradores (2009), produziram um robusto arcabouço conceitual sobre a gestão de egressos, identificando potencialidades em quatro níveis: registro do perfil, avaliação da IES pelo egresso, análise da inserção no mercado e relacionamento contínuo. Isso indica uma base teórica sólida que pode orientar a prática.
- **A Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)** adotou uma abordagem pragmática e de serviço, oferecendo um "Catálogo de Serviços" online para seus egressos. O catálogo centraliza o acesso a dezenas de serviços práticos, como emissão de históricos, diplomas, certidões e acesso a sistemas da universidade. Embora transacional, essa estratégia oferece uma proposta de valor clara e imediata, resolvendo necessidades concretas dos egressos e, assim, mantendo um canal de contato ativo (UFRGS, 2025).
- **A Universidade de Brasília (UnB)** demonstra uma abordagem orientada pela pesquisa acadêmica. Estudos de caso, como o realizado com egressos do curso de Licenciatura em Computação, são utilizados não apenas para coletar dados, mas para testar e propor estratégias de engajamento, enfrentando diretamente o desafio central de localizar e motivar os ex-alunos a participarem.

Esse panorama fragmentado evidencia que, embora o mandato do SINAES seja nacional, sua implementação é altamente contingente. O sucesso das iniciativas depende mais de "campeões" locais, sejam pró-reitorias, coordenações de curso ou grupos de pesquisa, do que de uma visão estratégica coesa e unificada para todo o sistema federal de ensino.

2.3.2 Estratégias de Acompanhamento de Egressos

As políticas de acompanhamento de egressos são uma exigência legal, conforme o Sinaes, para avaliar o desempenho das IES, analisando a qualidade do ensino e a inserção profissional no mercado de trabalho (MEC, 2013). No entanto, o sucesso dessas políticas depende das estratégias que cada instituição adota, as quais precisam estar alinhadas aos objetivos institucionais. Conforme Simon et al. (2022, p. 518), “os egressos podem trazer indicadores que direcionam a IES na melhoria dos seus processos, possibilitando avaliar e revisar os projetos pedagógicos, os programas e os projetos institucionais desenvolvidos”. No exemplo a seguir, as estratégias adotadas e a relação contínua entre a IES e os egressos trazem benefícios mútuos.

2.3.2.1 Exemplo de instituições em que o acompanhamento é estratégico

Um exemplo notável de engajamento de egressos é o do Insper, instituição de ensino superior privada e sem fins lucrativos. Fundado em 1987, o Insper estabeleceu parcerias com mais de 100 universidades globais e conquistou reconhecimento, como o prêmio Top of Mind de RH. Um marco em sua trajetória foi a criação da "Comunidade Transforme", em 2004, que reúne toda a comunidade acadêmica e parceiros para colaborar em projetos sociais por meio de doações e investimentos (Insper, 2025). O sucesso dessa iniciativa está diretamente ligado à sua comunidade alumni, composta por mais de 33,4 mil egressos que desempenham um papel vital no desenvolvimento contínuo da instituição (Penner, 2024).

O "Relatório Alumni 2023" do Insper (2023) evidência como a manutenção de um vínculo ativo contribui para o desenvolvimento institucional. O forte senso de pertencimento de sua comunidade de egressos, descrita como uma "rede engajada que se mantém conectada ao longo dos anos", é um pilar fundamental. Segundo o relatório, o "orgulho de pertencer ao Insper e o desejo de retribuir impulsionam o crescimento e o fortalecimento contínuo da Comunidade Alumni". Essa disposição traduz-se em uma contribuição financeira significativa: em 2023, a comunidade arrecadou R\$ 1,4 milhão para o Programa de Bolsas, apoiando diretamente 340 bolsistas.

Além do suporte financeiro, o engajamento se manifesta no Programa Alumni de Mentoria, que em 2023 contou com 173 mentores e arrecadou R\$ 129 mil. Essa estrutura é sustentada por uma governança robusta, incluindo um Conselho Consultivo e dez Comitês Alumni focados em áreas estratégicas como Agronegócios e Empreendedorismo. Eventos como o Alumni Day reforçam os laços, oferecendo "um espaço para a comunidade se encontrar, trocar ideias, fazer networking e se reconectar com a escola", conforme ressalta o aluno Timothy Linden. Como contrapartida, o Insper oferece benefícios como acesso vitalício a infraestrutura, painel de carreiras e descontos em cursos.

Enquanto o modelo do Insper se destaca pelo fomento à comunidade e à filantropia, nas universidades públicas, o acompanhamento de egressos frequentemente se concentra em outra finalidade estratégica: o aprimoramento acadêmico e curricular. Na Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), por exemplo, o relatório da CPA com feedback de egressos subsidia a "formulação e implementação de políticas educacionais" (UESC, 2021). De forma similar, um estudo com egressos de Medicina da Unifev gerou contribuições diretas para a reformulação curricular, ajustando o foco para áreas onde os recém-formados sentiam maior insegurança (Senger; Castro, 2024).

Quando um colegiado de curso utiliza essas informações para ajustar disciplinas ou introduzir novas metodologias, ele está "fechando o ciclo" da avaliação. Este ato transforma o acompanhamento de egressos de uma obrigação regulatória em um poderoso motor para a qualidade do ensino, garantindo que os Projetos Pedagógicos de Curso (PPCs) permaneçam atualizados e relevantes (Queiroz, 2014; Vieira, 2021).

Apesar desses exemplos, a análise geral das universidades públicas brasileiras revela que, embora cumpram as exigências do SINAES, elas ainda estão em um estágio incipiente de engajamento. A distância para modelos consolidados não é apenas financeira, mas de estratégia e cultura institucional. A abordagem predominante, focada na conformidade regulatória, tem se mostrado insuficiente para construir o vínculo perene e de valor mútuo que caracteriza as relações mais maduras.

Diante desse cenário, é crucial destacar que o INSPER, como instituição privada, possui um modelo de gestão e uma cadeia de valor distintos das universidades públicas. Essa diferença fundamental implica em capacidades de investimento e propostas de relacionamento que não são diretamente aplicáveis a uma universidade pública federal como a UFFS. Para a realidade da UFFS, o engajamento e a contribuição dos egressos devem ser estimulados a partir de projetos alinhados ao seu público e missão, como o fortalecimento da Empresa Júnior no curso de administração.

2.3.2.2 Exemplos de modelos internacionais- Harvard e Stanford

O modelo norte-americano é, possivelmente, o mais maduro e aspiracional. Sua eficácia não reside apenas nas ferramentas, mas em uma filosofia de "envolvimento" (involvement) que, como aponta o especialista John Arboleda, é cultivada de forma ativa e estratégica desde o primeiro dia do aluno na universidade. A relação não começa na formatura; ela apenas muda de fase (Arboleda, 2021).

A Universidade de Harvard exemplifica essa visão com a promessa de uma comunidade para toda a vida: “as oportunidades não se encerram na formatura. Estamos com você por toda uma vida de aprendizado e conexão” (Harvard, 2025). Essa promessa é concretizada pela poderosa Harvard Alumni Association (HAA), que organiza eventos como o Harvard Alumni Day, oferece suporte à carreira, acesso a recursos e uma ampla rede de contatos, fomentando um forte sentimento de pertencimento e orgulho que, por sua vez, se traduz em apoio, inclusive financeiro, à instituição.

A Universidade de Stanford segue uma linha semelhante, com a Stanford Alumni Association (SAA) oferecendo um portfólio extraordinariamente diversificado de programas e benefícios. A SAA promove desde conexões de carreira e grupos de interesse globais até oportunidades de aprendizado, programas de viagem com professores e inúmeras formas de voluntariado. A estratégia busca atender todas as necessidades e interesses dos egressos em diferentes estágios de suas vidas e carreiras (Stanford, 2025). Implicitamente, a universidade utiliza a impressionante lista de seus ex-alunos que se tornaram fundadores de empresas de tecnologia como uma poderosa ferramenta .

2.3.2.3 Análise Comparativa e Lições para o Contexto Brasileiro

A comparação entre os diferentes modelos revela distinções filosóficas profundas que explicam as diferenças na prática. O modelo norte-americano é orgânico, enraizado em uma cultura de comunidade e filantropia. O modelo europeu-australiano é mais estratégico e planejado, uma resposta às novas realidades do ensino superior global. O modelo brasileiro, por

sua vez, é predominantemente reativo, impulsionado pela regulação governamental (Rodrigues, 2023).

A principal lição para o Brasil, conforme Arboleda (2022), é a necessidade de mudar o paradigma: as universidades precisam passar a enxergar seus alunos e egressos como stakeholders permanentes e parceiros estratégicos, e não como usuários temporários de um serviço que se encerra com o diploma. A criação de políticas e portais é um primeiro passo necessário, mas insuficiente. É necessário promover uma transformação cultural que posicione o egresso como um membro permanente da comunidade acadêmica. A tabela a seguir sintetiza as principais características dos modelos analisados, ilustrando os diferentes estágios de maturidade (Aboleda, 2022).

Quadro 2 – Comparativo de Modelos de Acompanhamento de Egressos

Característica	UFFS (Modelo Federal Incipiente)	Unicesumar (Modelo Privado Brasileiro)	Stanford (Modelo Norte- Americano)	Oxford (Modelo Europeu Estratégico)
Filosofia/Objetivo Principal	Cumprimento de norma (SINAES), coleta de dados para avaliação.	Relacionament o de mercado, geração de valor transacional, retenção.	Construção de vínculo vitalício, cultura de pertenciment o e filantropia.	Fortalecimento de laços intelectuais e emocionais, construção de rede global.
Principais Ferramentas/Ações	Portal exclusivo para Pós-Graduação, Pesquisa geral da CPA	Portal de empregabilida de, Clube de Vantagens, Pesquisa anual, Plataforma de interação.	associação de Alumni (SAA), Redes globais, Serviços de carreira, Eventos, Voluntariado.	Escritório de Alumni, Redes de interesse, Alumni Card, Eventos, Escritórios internacionais.
Nível de Engajamento/Maturidade	Incipiente / Burocrático	Estruturado / Transacional	Estratégico / Cultural	Estratégico / Em consolidação

Fonte: Elaborado pelos autores (2024), com base em Starfor, 2025; Oxford 2025; UniCesumar,2019.

O Quadro 2 expõe visualmente a diferenças dos modelos dessas intuições, sendo sua maioria privadas, com o foco em estratégias de marketing, que separa a abordagem brasileira da internacional. Ela funciona como um diagnóstico que permite a uma Instituição de Ensino Superior (IES) brasileira identificar sua posição atual, e visualizar o caminho a ser percorrido,

que requer não apenas a adoção de novas ferramentas, mas também uma reorientação filosófica e estratégica fundamental.

3 METODOLOGIA

Este capítulo detalha os procedimentos metodológicos utilizados para atingir os objetivos do trabalho, que visa propor estratégias de acompanhamento dos egressos do curso de Administração da UFFS do Campus Chapecó. A metodologia foi delineada buscando assegurar o rigor na coleta e análise dos dados, combinando diferentes abordagens para uma compreensão abrangente do fenômeno estudado, conforme descrito a seguir.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Quanto à sua natureza, esta pesquisa classifica-se como aplicada, pois objetiva gerar conhecimentos direcionados à solução de problemas práticos e à aplicação no contexto institucional (Gil, 2019). Especificamente, busca-se subsidiar a proposição e o aprimoramento de estratégias de acompanhamento de egressos na UFFS.

Em relação à abordagem, optou-se por um delineamento misto, integrando métodos quantitativos e qualitativos. A abordagem quantitativa permite mensurar a frequência de participação, o perfil dos egressos antes de ingressar na graduação, as mudanças positivas após a conclusão do curso e a satisfação dos egressos em relação às estratégias de acompanhamento existentes. Complementarmente, a abordagem qualitativa aprofunda a compreensão das percepções, motivações, críticas e sugestões dos egressos, oferecendo um entendimento mais rico das experiências, expectativas e carências relacionadas a essas estratégias (Almeida, 2024). A combinação das abordagens visa proporcionar uma análise mais robusta e contextualizada.

Além disso, a centralidade da perspectiva do egresso justifica a abordagem metodológica mista adotada. Enquanto dados quantitativos podem mapear o alcance e a satisfação geral, são as narrativas e sugestões qualitativas que revelarão as nuances, as motivações e as barreiras subjetivas que influenciam o engajamento e a percepção de valor das estratégias de acompanhamento. Desconsiderar essa dimensão reduziria o egresso a um mero número, limitando a compreensão de suas experiências e expectativas, o que é indispensável para propor estratégias que sejam verdadeiramente significativas e eficazes.

No que concerne aos objetivos, a pesquisa é descritiva, buscando caracterizar o perfil dos egressos participantes, descrever as estratégias de acompanhamento percebidas e analisar as percepções sobre sua efetividade e relevância (Gil, 2019).

Quanto aos procedimentos técnicos, foram empregadas a pesquisa documental e o levantamento (*survey*). A pesquisa documental envolveu a análise de fontes secundárias

relevantes, como a Política de Acompanhamento de Egressos da UFFS (Resolução Nº 88/CONSUNI/UFFS/2021), relatórios institucionais de acompanhamento (UFFS, 2021), o estudo prévio sobre o perfil dos egressos (Giacomin, 2017) e a literatura científica sobre gestão de egressos e avaliação institucional. O levantamento (*survey*) foi utilizado para a coleta de dados primários diretamente junto aos egressos, por meio de questionário eletrônico.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

O universo da pesquisa compreende a totalidade dos egressos do curso de Bacharelado em Administração da UFFS – Campus Chapecó, diplomados entre o primeiro semestre de 2014 (ano de formatura da primeira turma) e o segundo semestre de 2024. Define-se universo, conforme Gil (2019), como o conjunto total de indivíduos com características em comum relevantes ao objeto de estudo. Com base em informações obtidas por meio da Diretoria de Registro Acadêmico (DRA) da Pró-reitoria de Graduação da UFFS, o universo estimado no período da coleta era de 416 egressos.

A amostra selecionada para responder ao questionário foi definida por um critério não probabilístico por acessibilidade e pertinências. Buscou-se contatar a totalidade do universo por meio de convite para participação via e-mail. A amostra final, portanto, é composta pelos egressos que voluntariamente acessaram e responderam ao instrumento de coleta de dados dentro do período estipulado. Reconhece-se que a taxa de resposta pode impactar a representatividade da amostra, sendo está uma limitação considerada na análise dos resultados, aspecto também observado em levantamentos institucionais anteriores (UFFS, 2021; Giacomin, 2017).

Em um universo de 416 egressos do curso de Administração, foram obtidas 90 participações de ex-alunos que aderiram ao convite e responderam ao questionário, o que corresponde a uma amostra representativa de 21,63 % da população total.

3.3 INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

O principal instrumento para coleta de dados primários foi um questionário eletrônico, elaborado e distribuído por meio da plataforma Google Forms (Apêndice A). O instrumento foi estruturado com questões fechadas (múltipla escolha, escala tipo Likert) e abertas, organizado nas seguintes seções:

a) **Perfil dos Egressos:** Dados referentes ao perfil sociodemográfico dos alunos antes de ingressarem no Curso de Administração e informações sobre quaisquer vínculos mantidos com a instituição após a conclusão do curso.

b) **Formação do Curso e Profissional:** Questões destinadas a caracterizar os respondentes em relação ao ano de formação, situação no mercado de trabalho e área de atuação profissional após a conclusão do curso.

c) **Conhecimento e Estratégias de Acompanhamento Adotadas pela UFFS:** Questões utilizando escala tipo Likert para mensurar a satisfação e a percepção de relevância das estratégias atuais para o desenvolvimento profissional e o vínculo com a instituição. Questões abertas para que os egressos pudessem expressar livremente suas opiniões, críticas e sugestões de melhoria para as estratégias de acompanhamento.

Antes da aplicação definitiva do questionário, foi realizado um pré-teste com dois egressos de cursos distintos da área de Administração. A escolha desses participantes teve como propósito garantir uma avaliação neutra, evitando qualquer viés decorrente de familiaridade com o tema central da pesquisa. Esse procedimento teve como foco identificar possíveis falhas de estrutura, ambiguidade nas perguntas ou dificuldades no preenchimento, além de verificar a clareza das questões, sua pertinência e o tempo médio necessário para a conclusão do instrumento. Com base nesse teste, foram feitos os ajustes necessários para aprimorar a qualidade e a efetividade do questionário.

O procedimento de coleta ocorreu no período de 15/05/2025 a 31/05/2025. O convite para participação, contendo o link para o questionário e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), foi encaminhado aos egressos via e-mail pela Divisão de Administração e Controle Acadêmico (DACA), utilizando a lista de contatos institucionais disponíveis, medida adotada para preservar os dados pessoais dos egressos, seguindo a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

Além disso, o convite para participação foi enviado pela rede de contatos conhecidos, com a finalidade de aumentar o índice de respostas, sem qualquer interferência na liberdade de participação do público-alvo. O convite para participação foi postado através de redes sociais, como Instagram, e contatos no WhatsApp, ampliando ainda mais o alcance aos egressos.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados coletados utilizou técnicas quantitativas e qualitativas, visando uma interpretação integrada dos resultados. Para a análise quantitativa, os dados provenientes das questões fechadas e de escala foram tabulados em planilhas eletrônicas software Microsoft Excel. Utilizou-se estatística descritiva para calcular frequências absolutas e relativas, percentuais, médias e desvios-padrão para as respostas em escala Likert, apresentadas em tabelas, gráficos e figuras.

Essa análise visou descrever o perfil da amostra e quantificar os níveis de conhecimento, participação e satisfação relacionados às estratégias de acompanhamento. Os resultados foram apresentados por meio de tabelas e gráficos. Buscou-se identificar categorias temáticas emergentes relacionadas às percepções sobre as estratégias (pontos positivos, negativos, desafios) e às sugestões de melhoria.

Realizou-se posteriormente a análise dos dados quantitativos e qualitativos, comparando e contrastando os resultados obtidos. As informações qualitativas foram utilizadas para aprofundar e contextualizar os resultados quantitativos, proporcionando uma compreensão mais holística das percepções dos egressos sobre as estratégias de acompanhamento da UFFS.

3.5 CONSIDERAÇÕES ÉTICAS

A presente pesquisa seguiu as diretrizes éticas para pesquisas envolvendo seres humanos, conforme estabelecido pela Resolução CNS nº 510/2016 (Gov, 2025).

A participação dos egressos foi voluntária e condicionada à concordância com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que foi apresentado no início do questionário online. Juntamente, informava os objetivos do estudo, garantia a confidencialidade das informações, assegurava o anonimato dos participantes e estabelecia que os dados seriam utilizados exclusivamente para fins acadêmicos. Além disso, os participantes foram informados sobre a possibilidade de interromper a participação a qualquer momento.

Os dados pessoais dos participantes foram preservados e mantidos anônimos, sem registro de e-mail. Os endereços de e-mail dos ex-alunos foram fornecidos e enviados pela Divisão de Administração e Controle Acadêmico (DACA), respeitando o sigilo e o anonimato dos participantes.

3.6 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

A pesquisa é limitada aos egressos do curso de Administração do campus Chapecó, não abrangendo outros campi ou cursos, nem os ingressantes. Deste modo, seria possível obter dados mais relevantes sobre como o acompanhamento é realizado e as estratégias adotadas pelos mesmos, e cursos de pós-graduação também, à medida que já são realizados algo nessa vertente.

Embora a pesquisa tenha identificado a necessidade de um banco de dados bem estruturado, existem limitações que precisam ser consideradas. Ele não apenas serve como repositório de informações, mas também como base para estratégias de acompanhamento eficazes. Isso permite a segmentação do público, a personalização da comunicação, o monitoramento de indicadores e a avaliação longitudinal do impacto das ações.

As estratégias propostas para o acompanhamento dos egressos do curso de Administração são apresentadas como sugestões preliminares. Elas ainda não passaram por um processo de validação formal. A efetiva validação só poderá ocorrer se o curso decidir implementá-las. Dessa forma, será possível testá-las no contexto da prática institucional. Somente após essa aplicação prática é que se poderá avaliar sua eficácia e pertinência.

Outra limitação refere-se ao conjunto de respostas recebidas que não é representativa estatisticamente da população de egressos, entretanto, o percentual de respostas analisadas (22%) possibilita uma ter um bom quadro da percepção dos egressos e apresenta as informações necessárias para a proposição das estratégias de acompanhamento pretendidas. Cumpre destacar que a coleta de informações junto aos egressos depende de engajamento espontâneo e, portanto, não podem ser exigidos índices de confiabilidade estatística como em pesquisas onde o controle sobre a participação da população permite obter amostras mais consistentes.

Como aprendizado para futuras pesquisas, observa-se que o uso de questões de múltipla escolha em itens como a questão 18 permitiria captar melhor a complexidade das experiências e motivos para a escolha do curso UFFS, já que suas respostas podem abranger mais de uma categoria. Além disso, seria interessante incluir mais opções de canais de comunicação, como o Facebook e LinkedIn.

Após a descrição da metodologia, o próximo tópico é destinado à apresentação dos resultados.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentadas e analisadas as respostas da pesquisa e está dividida em quatro seções, em que as três primeiras seguem as três categorias de questões presentes no formulário, e, uma quarta seção reservada para uma análise sintética. Desta forma, a primeira seção explorou o perfil dos egressos, a segunda analisou características de sua formação e a terceira seção explorou as estratégias para acompanhamento dos egressos.

4.1 PERFIL DO EGRESSO

A Tabela 1 expõe que dos 90 egressos respondentes da pesquisa, a grande parcela encontra-se na faixa de 25 a 34 anos (57 respondentes, representando 63,33% do total). Sendo que a menor idade é 23 anos, a maior é 63 anos e a média de idade dos participantes ficou em 32,5 anos. Isso indica que a maioria dos egressos é relativamente jovem, o que pode refletir a consolidação recente da formação acadêmica. Outro aspecto a considerar em relação ao perfil etário, é que abre oportunidades para oferta de cursos de pós-graduação, tendo em vista que a formação continuada é um diferencial no mercado de trabalho na atualidade (Castro; Levi, 2025).

Tabela 1 – Faixa Etária

Faixa Etária	Frequência absoluta	Frequência relativa
De 20 a 24 anos	8	8,89%
De 25 a 29 anos	30	33,33%
De 30 a 34 anos	27	30,00%
De 35 a 39 anos	14	15,56%
De 40 a 44 anos	2	2,22%
De 45 a 49 anos	4	4,44%
Acima de 50 anos	5	5,56%
Total	90	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Em relação a origem dos egressos, a Tabela 2 demonstra que 98,9% dos respondentes se identificam como brasileiros natos, enquanto apenas 1,1% se declararam brasileiros naturalizados. A presença de estrangeiro naturalizado, ainda que em menor proporção, evidencia a diversidade presente no corpo discente e a acessibilidade do ensino superior público a pessoas de diferentes origens. A UFFS, por meio do Programa de Acesso e Permanência a

Estudantes Imigrantes (Pró-Imigrante), reserva vagas destinadas para imigrantes com residência no Brasil, permitindo que tenham acesso ao ensino superior. Além disso, programas oferecidos pelo governo federal, como o Programa de Estudantes-Convênio de Graduação (PEC-G), disponibilizam vagas de graduação gratuitas para estrangeiros, assim como o Certificado de Proficiência em Língua Portuguesa para Estrangeiros (Celpe-Bras), que avalia a proficiência em português como língua estrangeira (UFFS, 2025; GOV, 2025; INEP, 2025).

Tabela 2 – Estados de residência antes de ingressar no curso

Estado	Frequência absoluta	Frequência relativa
Não Informado	1	1,1%
São Paulo	2	2,2%
Paraná	3	3,3%
Rio Grande do Sul	9	10,0%
Santa Catarina	75	83,3%
Total Geral	90	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Um segundo aspecto a mencionar refere-se que a maioria dos egressos do curso de Administração (UFFS/Chapecó) reside no estado de Santa Catarina, representando 83,3% do total de respondentes, o equivalente a 75 participantes. Esse número expressivo reforça o papel regional da instituição, cuja atuação está fortemente concentrada nos três estados da região Sul, que juntos representam a 96,6% dos respondentes.

Tabela 3 – Ano de Ingresso do Curso de Administração

Ano de Ingresso	Frequência absoluta	Frequência relativa
N/A	1	1,1%
2010	13	14,4%
2011	14	15,6%
2012	11	12,2%
2013	4	4,4%
2014	6	6,7%
2015	5	5,6%
2016	9	10,0%
2017	6	6,7%
2018	11	12,2%
2019	5	5,6%
2020	4	4,4%
2021	1	1,1%
Total Geral	90	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A Tabela 3 evidencia que os respondentes se distribuem por todos os anos de existência da UFFS, com exceção dos anos posteriores a 2021, em virtude que tais alunos ainda estão cursando o curso. Um resultado importante decorre que 38 estudantes (42,2%) são oriundos das primeiras turmas do curso, demonstrando que é possível manter acompanhamento de estudantes por longos períodos e que estes mantêm vínculos com a comunidade acadêmica da UFFS, reforçando a necessidade de estruturar sistemas de acompanhamento.

As Tabelas 4 e 5 apresentam informações sobre a participação dos egressos no mercado de trabalho durante o período de realização da graduação. Pela Tabela 4 pode-se observar que apenas 13,3% egressos não trabalharam em todo o período (um não trabalhava e 11 fizeram estágios remunerados). Destaca-se que 64,5% dos egressos trabalharam em áreas diretamente ligadas à Administração, indicando uma forte conexão entre a formação acadêmica e o mercado de trabalho.

Tabela 4 – Trabalhou durante a graduação

Trabalhou durante o curso	Frequência absoluta	Frequência relativa
Escolhi o curso porque já trabalhava na área	16	17,8%
Fiz estágio remunerado	11	12,2%
Não trabalhei	1	1,1%
Sim, trabalhei em área diversa de minha formação	20	22,2%
Sim, trabalhei na área da minha formação	42	46,7%
Total Geral	90	100%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Em relação a remuneração do trabalho, Tabela 5, os dados obtidos evidenciam, portanto, um perfil majoritariamente composto por estudantes com rendas de até 2 salários-mínimos no momento da graduação, o que confere ainda mais importância às ações institucionais voltadas ao apoio estudantil e à democratização do acesso ao ensino superior.

Essa realidade é corroborada pelo fato de que 24 alunos relataram ter recebido auxílio socioeconômico da universidade, enquanto 66 afirmaram que não receberam. Dentre esses 66 alunos, muitos iniciaram a graduação ou possivelmente a formação posterior à aprovação da política de Assistência Estudantil, conforme estabelecido pela RESOLUÇÃO Nº 10/CONSUNI CGAE/UFFS/2019 (UFFS, 2019).

Tabela 5 – Renda mensal dos egressos antes de ingressar na graduação

Renda antes do Ingresso	Frequência absoluta	Frequência relativa
Nenhuma renda	16	17,8%
Até 1 salário-mínimo	31	34,4%
De 1 a 2 salários-mínimos	31	34,4%
De 2 a 3 salários-mínimos	9	10,0%
De 3 a 5 salários-mínimos	3	3,3%
Total Geral	90	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Conforme Kroth e Barth (2022), essa característica de “estudante-trabalhador” é uma marca do processo de expansão do ensino superior ocorrido no Brasil a partir de 2007, e que se materializa na UFFS, exigindo diferentes respostas institucionais ligadas não só a permanência do estudante na universidade, como também possibilitar um percurso formativo de qualidade, considerando essa realidade estudantil.

A Tabela 6 demonstra que, com exceção de 27,8% dos estudantes, recém-formados (ano de formatura entre 2020 a 2024) que ainda não voltaram a estudar, os demais 65 estudantes fizeram alguma capacitação, outro curso superior, ou cursos de pós-graduação.

Destes alunos que continuaram seus estudos, 11 são mestres e 2 doutores. Essa procura pela capacitação continuada é uma marca do mercado de trabalho atual, exigindo constante aperfeiçoamento, mas também indica que a formação do curso de Administração da UFFS, consegue desenvolver habilidades e formação acadêmica sólida, que permite os estudantes adentrarem no ambiente acadêmico, ampliando suas oportunidades de atuação (Castro; Levi, 2025).

Tabela 6 – Continuou os estudando após a conclusão do curso

Continuidade dos estudos	Frequência absoluta	Frequência relativa
Aperfeiçoamento	2	2,2%
Doutorado	2	2,2%
Outra graduação	8	8,9%
Outros cursos (idiomas, informática etc.)	10	11,1%
Mestrado	11	12,2%
Não estou estudando atualmente	25	27,8%
Especialização	32	35,6%
Total Geral	90	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A Tabela 7 traz evidências de que a política de acompanhamento de egressos da UFFS, bem como do curso de Administração, precisa ganhar maior prioridade e ser efetivamente

implementada e acompanhada/monitorada, tendo em vista que 30,22% dos egressos indicaram não manter nenhum vínculo com a instituição. Se adicionarmos o fato que outros 20,14% mantêm contato apenas com os colegas, isto é, que não necessariamente possui vínculo com a instituição, esse número chega a 50,36%.

Tabela 7 – Vínculo ou contato com a UFFS após a conclusão do curso

Vínculos ou contato com a UFFS	Frequência absoluta	Frequência relativa
Sim, participo de atividades acadêmicas (palestras, grupos etc.)	6	4,32%
Sim, participo de eventos promovidos pela UFFS	6	4,32%
Sim, acompanho notícias e publicações da UFFS pelas redes sociais	26	18,71%
Sim, mantenho contato com colegas da graduação	28	20,14%
Sim, mantenho contato com professores	31	22,30%
Não mantenho nenhum vínculo ou contato com a UFFS	42	30,22%
Total de respostas	139	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A Tabela 7 relata ainda, aspectos sobre a manutenção de relacionamento entre ex-alunos e a Universidade, os resultados indicam que, mesmo após a conclusão do curso, uma parcela considerável dos egressos mantém contato com a instituição. As formas de vínculo mais frequentes são o contato com professores (31 participantes, representando 22,30% do total) e com colegas da graduação (28 participantes, ou 20,14%). O acompanhamento de notícias e publicações da UFFS pelas redes sociais também se mostra relevante, com 26 participantes (18,71%).

Por outro lado, a participação em atividades acadêmicas (palestras, grupos etc.) e em eventos promovidos pela UFFS é significativamente menor, com apenas 6 participantes em cada categoria (4,32%). Um dado notável é que a maior parte dos participantes, 42 indivíduos (30,22%) declara não manter nenhum vínculo ou contato com a UFFS após a conclusão do curso.

Os resultados das Tabelas 6 e 7 expressam uma realidade estratégica para o fortalecimento institucional da UFFS no futuro. Em um momento que a universidade investe na pós-graduação, e que os egressos procuram uma formação continuada, é essencial pensar em ações para manter o vínculo com esses alunos. Considera-se que são informações estratégicas para a formulação de ações de acompanhamento de egressos e que serão complementadas com as respostas da próxima seção.

4.2 FORMAÇÃO DO CURSO E PROFISSIONAL

Esta seção possui dez questões que abrangem características do percurso formativo dos egressos respondentes e aspectos de sua vida profissional. As respostas trazem subsídios para planejar e aperfeiçoar o perfil do curso e permitem visualizar algumas ações de acompanhamento dos acadêmicos formados.

Inicia-se apresentando os dados referentes ao ano de formação dos egressos, conforme Tabela 8. Pela Tabela é possível perceber que há respondentes formados em todos os anos após o período de integralização da primeira turma, que ocorreu em 2014. Essa característica da amostra, demonstra que há uma boa representação das diferentes turmas que ingressaram no curso, possibilitando uma compreensão satisfatória da percepção dos estudantes sobre as estratégias de acompanhamento de egressos.

Tabela 8 – Ano de conclusão

Ano de Conclusão	Frequência absoluta	Frequência relativa
N/A	1	1,1%
2014	4	4,4%
2015	5	5,6%
2016	10	11,1%
2017	11	12,2%
2018	8	8,9%
2019	8	8,9%
2020	4	4,4%
2021	8	8,9%
2022	11	12,2%
2023	8	8,9%
2024	12	13,3%
Total	90	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Destaca-se que do total de respondentes, 58,6% dos estudantes cursaram no turno noturno e 32,4% fizeram no turno matutino. Além disso, 83 egressos residem no estado de Santa Catarina, três no Paraná, um no Rio Grande Sul e outros três no exterior, evidenciando que a Universidade vem atingindo seu objetivo de interiorizar a oferta de ensino superior no país, bem como, de fixar os profissionais na região de sua abrangência (UFFS, 2025).

Ao serem questionados sobre o mercado de trabalho, em termos do período que levou até conseguirem uma colocação profissional, a Tabela 9 expõe que 84,4% dos respondentes já

estavam trabalhando na área quando se formou. Esse resultado demonstra uma característica dos cursos de Administração, por ser muito aplicado e com alta demanda desse profissional no mercado de trabalho, os estudantes ou já estão trabalhando, conforme evidenciado na Tabela 4, ou conseguem uma colocação profissional ao longo do curso, o que estimula seu engajamento e permanência acadêmica (CFA, 2025; CRA, 2025).

Tabela 9 – Período após a formação no curso que obteve oportunidade de trabalho

Período	Frequência absoluta	Frequência relativa
Entre 6 meses e 1 ano	1	1,11%
Mais de 1 ano	4	4,44%
Não busquei emprego na área	4	4,44%
Menos de 3 meses	5	5,56%
Já estava empregado(a) na área durante o curso	76	84,44%
Total Geral	90	100%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Em complemento aos resultados acima, as Tabelas 10 e 11 demonstram que mais de 72% atuam em organizações com carteira assinada e apenas 24,4% atuam como empreendedor ou profissional liberal.

Tabela 10 – Situação profissional atual no mercado de trabalho

Profissão	Frequência absoluta	Frequência relativa
Não buscando emprego no momento (motivos pessoais etc.)	1	1,1%
Apenas Estudante (Pós-graduação, outra graduação etc.)	2	2,2%
Autônomo(a) / Profissional Liberal	2	2,2%
Servidor(a) Público(a)	15	16,7%
Empresário(a) / Empreendedor(a)	20	22,2%
Empregado(a) (CLT, estatutário etc.)	50	55,6%
Total Geral	90	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Adicionalmente, 94,4% dos estudantes atuam profissionalmente de forma parcial ou totalmente relacionado com a formação de Administração, reforçando os resultados e compreensões sobre a matriz curricular do curso.

Tabela 11 – Relação da atuação profissional com a área de formação em Administração

Trabalho relacionado com a formação	Frequência absoluta	Frequência relativa
Não estou trabalhando no momento	1	1,1%
Não, não está relacionado	4	4,4%
Sim, parcialmente relacionado	27	30,0%
Sim, totalmente relacionado	58	64,4%
Total Geral	90	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025

Ainda em relação a colocação profissional dos egressos, a Tabela 12 expressa as respostas relacionadas a renda atual dos egressos. Pode-se verificar que 50% possuem renda entre 4 a 10 salários-mínimos, uma média salarial acima da média regional (região Sul do Brasil), que situa-se em R\$ 3.840, conforme IBGE (2025).

Tabela 12– Renda mensal bruta atual

Renda mensal atualmente	Frequência absoluta	Frequência relativa
Prefiro não informar	2	2,2%
Até 2 salários-mínimos	9	10,0%
Entre 2 e 4 salários-mínimos	29	32,2%
Entre 4 e 6 salários-mínimos	25	27,8%
Entre 6 e 10 salários-mínimos	20	22,2%
Acima de 10 salários-mínimos	5	5,6%
Total Geral	90	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025

Ao comparar a renda de egresso (Tabela 12) com a renda de quando ingressou no curso (Tabela 5), verifica-se que os estudantes vislumbraram uma grande melhoria de renda, muito provavelmente em virtude de sua formação. Ao ingressar no curso, 78 estudantes (86,7%) possuíam renda de até 2 salários-mínimos. Após sua formação e atuação profissional, 79 alunos (87,8%) obtinham renda superior a 2 salários-mínimos. Esse dado revela que o curso contribuiu de forma efetiva para a ascensão profissional e financeira dos formandos, demonstrando sua relevância na promoção da inclusão e mobilidade social.

A partir dos dados levantados nesta seção, é possível perceber que muitos egressos do Curso de Administração da UFFS já estavam inseridos no mercado de trabalho ainda durante a graduação, o que indica uma conexão direta entre a formação acadêmica e a prática profissional. O fato de que a maioria permanece atuando em áreas relacionadas à Administração demonstra

que o curso está alinhado às necessidades do mercado e tem contribuído efetivamente para a construção de trajetórias profissionais sólidas.

Outro aspecto relevante é a melhoria das condições socioeconômicas após a conclusão do curso. A diferença entre a renda dos estudantes quando ingressaram na universidade e a renda atual mostra como a formação superior teve um impacto positivo na vida desses profissionais. A maioria dos egressos passou a receber acima de dois salários-mínimos após a graduação, o que evidencia não apenas uma valorização no mercado, mas também o papel da universidade na promoção de oportunidades e na mobilidade social.

Esses resultados reforçam a importância de se pensar em estratégias de acompanhamento dos egressos. A manutenção desse vínculo entre universidade e ex-alunos pode fornecer subsídios valiosos para a melhoria contínua do curso, além de permitir que a instituição acompanhe os impactos de sua formação no contexto profissional e social. Com isso, torna-se possível identificar fragilidades, propor ajustes curriculares e fortalecer a qualidade do ensino oferecido.

4.3. CONHECIMENTO E ESTRATEGIAS DE ACOMPANHAENTO ADOTADAS PELA UFFS

Esta seção apresenta uma análise das percepções dos egressos em relação às estratégias de acompanhamento adotadas pela UFFS. A partir das respostas obtidas, é possível compreender o grau de conhecimento que os ex-alunos têm sobre as ações desenvolvidas pelo curso de Administração, seu envolvimento com a instituição após a formatura e suas preferências quanto à comunicação, participação em eventos e formas de contribuição. Essas informações oferecem subsídios importantes para refletir sobre o fortalecimento do vínculo entre a universidade e seus egressos e para propor estratégias de acompanhamento pelo curso e pela UFFS.

A Tabela 13 apresenta os motivos que levaram os indivíduos a escolherem o curso de Administração na UFFS. Os principais motivadores dessa escolha são a gratuidade da instituição, representando 41,11% das respostas, seguida pelo fato da universidade ser federal, com 40,00%. A pesquisa de Simon (2017) obteve resultados semelhantes. Um dos fatores principais é a gratuidade, permitindo que os alunos não precisem gastar com mensalidades, especialmente aqueles de baixa renda. Por ser federal, há possibilidades de auxílio estudantil, além do reconhecimento pela qualidade de ensino e corpo docente (Freitas, 2022).

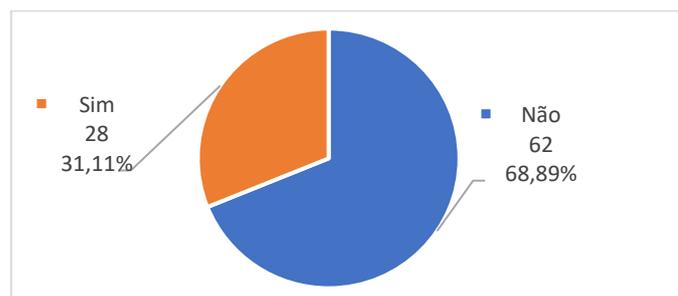
Tabela 13 – Motivo da escolha do curso de Administração da UFFS

Motivos da escolha	Frequência absoluta	Frequência relativa
Por ser gratuita	37	41,11%
Por ser federal	36	40,00%
Por questões de prestígio	4	4,44%
Maior facilidade de ingresso	2	2,22%
Proximidade de sua residência	2	2,22%
Carreira	1	1,11%
Trabalho	1	1,11%
Empregabilidade	1	1,11%
Influência da família	1	1,11%
Já trabalhava com vendas e queria promoção (gerente)	1	1,11%
Por ser um curso que iria agregar conhecimento na minha área de atuação	1	1,11%
Ser área próxima ao curso que tinhas em mente naquele período.	1	1,11%
Devido a exigência para ascensão profissional, na indústria em que trabalhava na época.	1	1,11%
Todas	1	1,11%
Total Geral	90	100%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Outros motivos, como questões de prestígio, maior facilidade de ingresso e proximidade da residência, embora presentes, são significativamente menos citados, com percentuais de 4,44%, 2,22% e 2,22%, respectivamente. Razões como carreira, empregabilidade, influência familiar e ascensão profissional tiveram uma representatividade mínima, com apenas 1,11% cada. A tabela sugere que o acesso a uma educação superior de qualidade e sem custos, em uma instituição pública, é o fator preponderante na decisão dos estudantes.

Gráfico 1 – Participação em pesquisas voltadas para os egressos realizada pela UFFS



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

O Gráfico 1 ilustra a proporção de ex-alunos da UFFS que participaram ou não de pesquisas realizadas pela própria instituição, direcionadas a egressos. A maioria dos egressos não participou dessas pesquisas, representando a maior fatia do gráfico com 62 indivíduos, correspondendo a 68,89% do total. Por outro lado, 28 egressos participaram das pesquisas, o que equivale a 31,11% do total.

Em resumo, o Gráfico indica que a participação dos egressos da UFFS em pesquisas institucionais é relativamente baixa, com mais de dois terços dos ex-alunos não tendo participado. É um fato que a UFFS não está realizando o acompanhamento de forma efetiva. Sem estratégias de acompanhamento, a instituição de ensino superior enfrenta dificuldades na avaliação periódica e qualificação contínua dos profissionais formados, alinhando a formação às demandas do mercado (UFSB, 2022).

Tabela 14 – Acompanhamento de notícias ou eventos da UFFS

Acompanha notícias e ventos da UFFS	Frequência absoluta	Frequência relativa
Não	8	8,9%
Sim, frequentemente	21	23,3%
Raramente	23	25,6%
Sim, ocasionalmente	38	42,2%
Total Geral	90	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Os dados das Tabelas 14 e 15 oferecem um diagnóstico preciso sobre o consumo de informações da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) e aponta caminhos estratégicos claros, especialmente no que tange ao acompanhamento de seus egressos. A Tabela 14 revela a frequência com que o público se mantém informado, mostrando que, embora a grande maioria (mais de 91%) acompanhe notícias e eventos, esse engajamento é predominantemente esporádico. A maior fatia do público o faz de forma "ocasional" (42,2%) ou "raramente" (25,6%), sugerindo que a comunicação atual não consegue manter uma conexão constante com sua comunidade.

A chave para compreender esse engajamento intermitente está na Tabela 15, que detalha os canais de comunicação preferidos. Os dados são conclusivos: há uma preferência massiva pelo Instagram (63,33%) e pelo E-mail (25,56%). Em forte contraste, os canais institucionais diretos, como a "Página da UFFS" e o "Site da UFFS", são as últimas opções, com uma preferência residual de apenas 1,11% cada. A relação entre as duas tabelas é direta: o baixo engajamento contínuo, visto na Tabela 14, é provavelmente uma consequência do

desalinhamento entre os canais que a audiência prefere e os canais que a instituição possivelmente prioriza.

Tabela 15 – Canal ou meio de comunicação de preferência para receber notícias e informações sobre o curso e a UFFS

Canal e meio de comunicação	Frequência absoluta	Frequência relativa
Página da UFFS	1	1,11%
Site da UFFS	1	1,11%
Telegram	1	1,11%
Whatsapp	7	7,78%
E-mail	23	25,56%
Instagram	57	63,33%
Total Geral	90	100%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

O público não busca ativamente a informação no site, ele espera recebê-la de forma passiva e conveniente em suas plataformas de uso diário. Na pesquisa realizada com os egressos da UFFS em 2020, constatou-se que 63,17% deles passam o tempo "navegando em redes sociais" e 40,74% acompanham o site e as redes sociais da Instituição. A maioria respondeu que acompanha notícias ociosamente (UFFS, 2020).

Portanto, as redes sociais devem ser utilizadas como estratégias para atrair e reter os egressos, fortalecendo o vínculo e incentivando sua participação ativa dentro e fora da instituição.

Tabela 16 – Participa de eventos ou atividades voltadas para egressos da UFFS

Participo de Atividade para os egressos	Frequência absoluta	Frequência relativa
Sim	9	10,0%
Não, e não tenho interesse	12	13,3%
Não, mas gostaria	69	76,7%
Total Geral	90	100%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Em relação a Tabela 16, os dados revelam que a grande maioria dos egressos (69 indivíduos, ou 76,7%) não participa de eventos, mas gostaria de fazê-lo. Uma parcela menor, de 12 indivíduos (13,3%), indica que "Não, e não tenho interesse" em participar. Apenas 9 egressos (10,0%) afirmam que "Sim", participam dessas atividades.

A Tabela indica um alto potencial de engajamento entre os ex-alunos da UFFS em eventos e atividades. Uma grande maioria demonstra interesse em participar, mesmo que ainda

não o faça, podendo tornar-se excelentes potenciais novos alunos ou participantes, semelhante ao caso do Insper (2025). Neste contexto, a participação de ex-alunos bem-sucedidos (em palestras, painéis, comitês) reforça a visibilidade institucional e aproxima a comunidade acadêmica e profissional. Contudo, a participação efetiva é baixa, com apenas uma minoria indiferente à adesão.

Tabela 17 – Interesse em contribuir com o curso de Administração da UFFS (palestras, mentorias, parcerias etc.)

Interesse em contribuir com o curso	Frequência absoluta	Frequência relativa
Não	11	12,2%
Sim	35	38,9%
Talvez	44	48,9%
Total Geral	90	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A Tabela 17 apresenta o nível de interesse dos respondentes em colaborar com o curso de Administração da UFFS através de diversas atividades (palestras, mentorias, parcerias etc.). Os dados mostram que a maior parte dos participantes tem uma postura de "Talvez", em relação à contribuição, totalizando 44 indivíduos (48,9%). Aqueles que afirmam ter "Sim", interesse em contribuir são 35 indivíduos (38,9%). Por fim, 11 indivíduos (12,2%) indicam que "Não" têm interesse em colaborar com o curso.

Esses dados indicam a intenção dos ex-alunos em contribuir de forma efetiva com a instituição e o curso de Administração. Tendo vivenciado a falta desse tipo de apoio durante sua formação, podem proporcionar uma diferença relevante para os futuros estudantes e ex-alunos do curso. Um exemplo que pode ser considerado é o da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP), que conta com um programa de mentorias onde o treinamento de ex-alunos antes da participação nos programas de mentorias aumenta a eficácia dessas iniciativas (FECAP, 2025).

Na Tabela 18, os dados demonstram um alto grau de satisfação e intenção de recomendação. A grande maioria dos respondentes, 72 indivíduos (80,00%), afirma que recomendaria o curso, "Sim, com certeza". Uma parcela menor, de 15 indivíduos (16,67%), responderia "Sim". Apenas 3 indivíduos (3,33%) expressaram incerteza, optando por "Talvez".

Logo, a Tabela indica que a vasta maioria dos participantes do curso de Administração da UFFS - Campus Chapecó está muito satisfeita e disposta a recomendá-lo a outras pessoas, refletindo uma percepção positiva sobre a qualidade e a experiência oferecida pelo curso na instituição.

Tabela 18 – Recomendação do curso de Administração da UFFS - Campus Chapecó para outras pessoas

Recomendaria o curso de Administração	Frequência absoluta	Frequência relativa
Talvez	3	3,33%
Sim	15	16,67%
Sim, com certeza	72	80,00%
Total Geral	90	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

A Tabela 19 destaca as áreas de interesse demonstradas pelos egressos do curso de Administração, as quais são essenciais para nortear ações estratégicas das instituições de ensino superior (IES). Os dados indicam que os egressos possuem um interesse significativo em iniciativas que reforcem o vínculo com a universidade e promovam desenvolvimento acadêmico e profissional, como a disponibilidade de cursos gratuitos (18,68%), eventos de interação entre turmas passadas (14,29%) e recebimento de informações sobre programas de pós-graduação (13,74%).

A maior área de interesse apontada pelos egressos (18,68%) é a oferta de cursos gratuitos, uma prática frequentemente adotada por universidades brasileiras. A Unicesumar, por exemplo, oferece palestras e videoaulas gratuitas para ex-alunos, além de descontos em cursos de pós-graduação e extensão, ampliando as possibilidades de formação continuada para os egressos (Unicesumar, 2018).

Os eventos de reencontro, mencionados como área de interesse por 14,29% dos egressos, têm como objetivo criar oportunidades de networking e celebração de memórias. Um exemplo é o evento "Para Sempre Mackenzista" da Universidade Presbiteriana Mackenzie, que reúne ex-alunos, professores e colaboradores em atividades presenciais que promovem conexões e troca de experiências (Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2024).

Tabela 19 – Áreas de interesse que os egressos gostariam que o curso de administração oferecesse

Áreas de Interesse	Frequência absoluta	Frequência relativa
Canais de relacionamento empregador-egresso para agendamento de entrevistas de recrutamento e seleção	9	4,95%
Programas de viagens para participação em eventos científicos promovidos por outras IES e associações	11	6,04%
Participação em uma associação de egressos	14	7,69%
Participação em grupos de pesquisa e projetos de extensão	17	9,34%
Participação em eventos acadêmicos da UFFS	22	12,09%
Acesso à biblioteca, laboratórios de pesquisa, e espaços recreativos da UFFS	24	13,19%
Recebimento de informações acerca dos programas de pós-graduação	25	13,74%
Eventos de interação entre turmas passadas, como por exemplo: encontros de turma, jantares ou almoços	26	14,29%
Disponibilidade de cursos gratuitos para os egressos	34	18,68%
Total de Respostas	182	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

O interesse por informações acerca de programas de pós-graduação (13,74%) reflete o desejo de muitos egressos em continuar seus estudos. Muitas universidades brasileiras oferecem condições diferenciadas para ex-alunos, como bolsas parciais ou totais em cursos de especialização e MBA. No Mackenzie, por exemplo, o Programa Alumni disponibiliza informações atualizadas sobre novas turmas e descontos exclusivos em cursos de pós-graduação (Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2024).

Com 13,19% dos egressos interessados nessa área, o acesso continuado a bibliotecas e laboratórios é uma prática consolidada em várias IES brasileiras. Além de proporcionar recursos acadêmicos, essa prática incentiva a pesquisa e o estudo independente. Segundo o relatório da Unicesumar (2018), os egressos têm acesso garantido a bibliotecas e laboratórios de informática, como forma de ampliar suas possibilidades de atualização acadêmica e profissional. A participação em eventos acadêmicos promovidos pela universidade também foi apontada por 22 respondentes (12,09%) o que demonstra a disposição dos egressos em manter-se atualizados e envolvidos com atividades acadêmicas.

Outras áreas de interesse identificadas incluem a participação em grupos de pesquisa e projetos de extensão (17 respostas; 9,34%), a criação de uma associação de egressos (14 respostas; 7,69%) e programas de viagens para participação em eventos científicos promovidos por outras instituições e associações (11 respostas; 6,04%). Por fim, a menor demanda observada foi pelos canais de relacionamento entre empregadores e egressos para agendamento de entrevistas de recrutamento e seleção, mencionada por apenas 9 participantes, o que representa 4,95% da amostra.

De forma geral, os dados demonstram que os egressos valorizam ações voltadas à formação continuada, ao fortalecimento do vínculo com a universidade e à promoção de redes de contato entre colegas e profissionais. Essas informações são fundamentais para o desenvolvimento de estratégias institucionais de acompanhamento e engajamento dos egressos, contribuindo para a qualificação das ações da UFFS no que se refere ao apoio aos seus ex-alunos.

4.3.1 Análise das Perguntas Abertas

A seguir, são apresentadas as respostas dos egressos, incluindo suas percepções, mensagens, sugestões e pontos a melhorar sobre o que o curso ou a UFFS poderia oferecer. Além disso, foram abordadas ideias sobre o que a instituição poderia desenvolver para fortalecer o vínculo com os egressos. Por fim, foi deixado em aberto se os respondentes tinham interesse em deixar uma mensagem.

A questão 26 buscou identificar as expectativas dos egressos em relação aos serviços e produtos que o curso poderia oferecer. As respostas convergem majoritariamente para cinco grandes áreas, indicando uma necessidade clara de apoio no desenvolvimento profissional contínuo.

1. Educação Continuada e Pós-Graduação: Esta foi a categoria mais citada. Os egressos sentem falta de opções de Pós-Graduação (Especialização, Mestrado e Doutorado) oferecidas pela própria instituição. A percepção é que a UFFS, por ser uma universidade federal de qualidade e gratuita, seria a primeira opção para dar continuidade aos estudos, mas a ausência dessas opções os leva a buscar outras instituições. Cursos de atualização, extensão e aperfeiçoamento, especialmente online, também foram fortemente demandados.

2. Networking, Mentoria e Integração: Há um grande interesse em criar e fortalecer uma comunidade de egressos. As sugestões incluem a promoção de encontros, palestras e eventos

que conectem ex-alunos entre si e com os estudantes atuais. A ideia de programas de mentoria, onde egressos mais experientes poderiam orientar os ingressantes ou recém-formados, aparece como uma forma de retribuir ao curso e, ao mesmo tempo, fortalecer a rede profissional.

3. Comunicação e Oportunidades de Carreira: Os egressos desejam um canal de comunicação ativo para se manterem informados sobre novidades da área, pesquisas e eventos. A criação de newsletters e a divulgação de vagas de emprego (não apenas de estágio) foram explicitamente mencionadas como formas de manter o vínculo e oferecer benefícios práticos. A ideia de um "banco de talentos" ou "sistema de indicações" foi sugerida como uma via de mão dupla, beneficiando tanto quem procura emprego quanto quem precisa contratar.

4. Foco em Empreendedorismo e Habilidades Práticas: Uma vertente específica da educação continuada, o empreendedorismo, foi destacada. Os egressos gostariam de cursos, palestras e formações focadas em abrir e gerir negócios. Além disso, há um desejo por atividades que ajudem a conectar a teoria aprendida na graduação com os desafios práticos do mercado de trabalho.

5. Acesso Contínuo à Infraestrutura: De forma mais pontual, foi mencionado o desejo de manter o acesso a recursos da universidade, como a biblioteca, como forma de continuar os estudos e pesquisas.

Quadro 3 – Análise da questão 26: Ofertas Desejadas pelos Egressos

Categoria de Análise	Descrição e Exemplos das Respostas
1. Educação Continuada e Pós-Graduação	Principal demanda dos egressos. Forte desejo por cursos de Especialização, Mestrado e Doutorado na própria UFFS, além de cursos de atualização e aperfeiçoamento, com preferência por modalidades online. <i>Exemplos: "a. (Mais)Opções de Pós-graduação"; "h. Cursos de aperfeiçoamento, pós-graduação"; "t. Especialização, Mestrado e Doutorado"; "ll. Possibilidade de fazer pós-graduação e especialização, pois na federal o ensino possui maior qualidade e é gratuita. OBS: a opção de online/a distância seria essencial."</i>
2. Networking, Mentoria e Integração	Vontade de fortalecer a comunidade acadêmica por meio de eventos que promovam a interação entre egressos e entre estes e os alunos atuais. Programas de mentoria são vistos como uma oportunidade valiosa de troca de experiências. <i>Exemplos: "c. Acho que seria interessante aproximar os egressos dos ingressantes"; "e. palestras com empreendedores e professores"; "p. Encontro dos egressos, troca de opinião"; "u. Gostaria que houvesse encontros, onde poderíamos ver os antigos colegas e interagir."</i>
3. Comunicação e Oportunidades de Carreira	Necessidade de um canal de comunicação institucional (newsletter, e-mail) e de um sistema para divulgação de vagas de emprego para egressos. Um "banco de talentos" é sugerido para

	conectar oportunidades a profissionais formados pela instituição. <i>Exemplos: "b. Acesso a publicações/newsletter com novidades/pesquisas"; "f. Canal de comunicação para contratação de estagiários"; "n. Divulgação de vagas de empregos para egressos e não apenas vagas de estágios"; "bb. ...poderia estar recomendando estudantes do curso. 'sistema de indicações'."</i>
4. Foco em Empreendedorismo e Habilidades Práticas	Demanda por formações específicas na área de empreendedorismo e por atividades que ajudem a aplicar a teoria na prática, diminuindo a lacuna entre a vida acadêmica e o mercado de trabalho. <i>Exemplos: "k. Cursos de extensão e formação pós-graduação focado no empreendedorismo"; "o. Empreendedorismo"; "e. ...onde a gente possa discutir/comentar / aprender sobre como chegar o mais perto possível da teoria na prática."</i>
5. Acesso Contínuo à Infraestrutura	Desejo de continuar utilizando os recursos da universidade, como a biblioteca e os espaços de lazer, para dar continuidade ao desenvolvimento intelectual e manter o sentimento de pertencimento. <i>Exemplo: "y. Manter os acessos aos espaços da Universidade, principalmente biblioteca e espaços de lazer."</i>

Fonte: Elaborado pela autora (2025), com base nos dados da pesquisa.

A questão 27 aprofunda a questão do relacionamento, focando nas ações práticas para manter o vínculo. As respostas são altamente convergentes com as da pergunta 26, mas com um foco maior em "como fazer". As categorias demonstram uma clara preferência por comunicação digital, eventos periódicos e oportunidades de participação ativa na vida do curso.

1. Criação de Canais de Comunicação Estruturados: Esta é a ação mais sugerida. Os egressos propõem a criação de grupos em redes sociais (LinkedIn, WhatsApp), listas de transmissão, e-mails periódicos e newsletters. O objetivo é centralizar a comunicação, facilitando o compartilhamento de notícias, eventos, vagas e outras informações de interesse.

2. Promoção de Eventos de Integração e Networking: A realização de eventos anuais, encontros na semana acadêmica, palestras, workshops e até "happy hours" foi amplamente sugerida. Esses eventos serviriam tanto para o reencontro de colegas quanto para a troca de conhecimentos e experiências profissionais.

3. Programas de Mentoria e Intercâmbio de Experiências: Reforçando a demanda da pergunta anterior, os egressos se mostram dispostos a participar ativamente da formação dos novos alunos. Sugerem ser convidados para palestras, mentorias para estudantes (inclusive da Empresa Júnior) e debates sobre suas trajetórias profissionais, criando um ciclo virtuoso de aprendizado.

4. Facilitação de Oportunidades Profissionais e Parcerias: A criação de um "banco de empregos" ou "banco de talentos" é vista como uma ação concreta e de alto valor. Além disso, sugere-se que o curso estabeleça parcerias com empresas para oferecer vagas e projetos de consultoria, utilizando a rede de egressos como uma ponte.

Quadro 4 – Análise da questão 27: Ações para Manter o Vínculo com Egressos

Categoria de Análise	Descrição e Exemplos das Respostas
1. Canais de Comunicação Estruturados	<p>Propostas concretas de canais digitais para manter contato, como grupos de WhatsApp/Telegram, redes sociais (LinkedIn) e informativos periódicos (newsletter, boletim trimestral).</p> <p><i>Exemplos: "g. Canal de comunicação (Whatsapp e/ou Telegram)"; "m. Criação de uma rede de ex-alunos... por meio de grupos em redes sociais"; "xx. Newsletter periódica, poderia ser mensal"; "hhh. ...criar um canal de comunicação com os egressos, como grupos em redes sociais ou newsletters mensais."</i></p>
2. Eventos de Integração e Networking	<p>Sugestão de eventos recorrentes, formais e informais, para promover o reencontro e a troca de experiências. A semana acadêmica é vista como um momento oportuno para dedicar um dia aos egressos.</p> <p><i>Exemplos: "4) Ter um encontro anual, com palestras de atualizações da área..."; "z. Encontros anuais (quem sabe na semana acadêmica do curso)"; "ppp. Poderia se utilizar um dia da Semana de Administração para isso e nessa oportunidade ex-alunos podem falar de suas trajetórias."</i></p>
3. Programas de Mentoria e Intercâmbio	<p>Desejo de contribuir ativamente com o curso, participando de palestras, mentorias para alunos e projetos de extensão. Egressos querem compartilhar suas experiências e se sentirem parte da formação das novas turmas. <i>Exemplos: "c. Chamar egressos para mentorias ou palestras com os estudantes"; "t. Cursos, palestras, parcerias ou mentoria dos egressos junto aos novos acadêmicos"; "rrr. ...promover eventos voltados a Empresa Junior. Por exemplo, "padrinho", uma pessoa formada pela administração da Uffs, "mentorar", as pessoas da equipe."</i></p>
4. Oportunidades Profissionais e Parcerias	<p>Criação de um banco de talentos para facilitar a conexão entre egressos e o mercado de trabalho. Sugestão de parcerias com empresas para vagas de emprego, estágios e consultorias.</p> <p><i>Exemplos: "f. Banco de empregos"; "ff. Estabelecer parcerias com empresas para oferecer estágios, vagas de emprego..."; "hhh. ...criação de um banco de talentos com ex-alunos, facilitando a disseminação de oportunidades de trabalho na área."</i></p>
5. Educação Continuada como Ferramenta de Vínculo	<p>A oferta de cursos de atualização e pós-graduação é vista como a forma mais eficaz de manter o vínculo, pois atende a uma necessidade profissional direta do egresso, incentivando seu retorno à universidade. <i>Exemplos: "b. Acredito que como não é oferecido Pós - Especialização, os egressos vão para outras universidades"; "q. Cursos de atualização e aperfeiçoamento"; "ee. Especialização, mestrado, intercâmbios."</i></p>

Fonte: Elaborado pela autora (2025), com base nos dados da pesquisa.

5. Oferta de Educação Continuada como Ferramenta de Vínculo: A oferta de cursos de atualização, especialização e pós-graduação não é vista apenas como um serviço, mas como a principal ferramenta para manter o egresso "dentro de casa", garantindo que ele continue seu desenvolvimento profissional atrelado à UFFS.

A última questão 28, de caráter livre, permitiu que os egressos expressassem seus sentimentos, críticas e conselhos. As mensagens foram, em sua maioria, extremamente positivas e emotivas, mas também trouxeram críticas construtivas importantes que reforçam os temas das perguntas anteriores.

1. Gratidão e Impacto Transformador: Esta é a categoria predominante. Os egressos expressam profunda gratidão à UFFS e ao curso, descrevendo a experiência como um "divisor de águas" e fundamental para o desenvolvimento pessoal e profissional. Muitos ressaltam o papel da universidade pública em viabilizar o ensino superior e promover a mobilidade social. O sentimento de orgulho ("Me orgulho de ser UFFS!") é uma constante.

2. Críticas Construtivas e Sugestões de Melhoria: Junto à gratidão, surgem sugestões para aprimoramento. As críticas se concentram em três pontos:

- a. Necessidade de Pós-Graduação: A falta de cursos de especialização e mestrado é novamente apontada como uma falha que faz a instituição "perder" seus egressos.
- b. Maior Alinhamento com o Mercado: Há um apelo para que o curso foque mais em habilidades práticas, empreendedorismo e temas contemporâneos (Admin 4.0, IA, gestão ágil), em detrimento de uma abordagem percebida como excessivamente teórica ou voltada para a carreira acadêmica.
- c. Necessidade de Ouvir os Egressos: Sugere-se que o curso utilize o feedback dos ex-alunos para aprimorar a grade curricular e se manter relevante.

3. Conselhos e Encorajamento aos Atuais Alunos: Várias mensagens são direcionadas aos futuros administradores. Os conselhos incluem aproveitar ao máximo as oportunidades da universidade, fazer networking, estudar, ter resiliência e não desistir. Há um tom de incentivo e partilha de sabedoria adquirida.

Quadro 5 – Análise da questão 28: Mensagens Finais dos Egressos

Categoria de Análise	Descrição e Exemplos das Respostas
1. Gratidão e Impacto Transformador	Forte expressão de agradecimento e reconhecimento do papel da UFFS na transformação de suas vidas. A universidade é vista como um pilar para o crescimento profissional, intelectual e social. O sentimento de orgulho é marcante. <i>Exemplos: "b. A administração da UFFS foi um divisor de águas na minha vida."; "f. A UFFS mudou minha trajetória profissional, hoje tenho outro patamar financeiro, intelectual e de vida..."; "iii. Sou eternamente grata pela qualidade do ensino..."; "oo. O quanto eu cresci e me desenvolvi nesse período de graduação não tem palavras para descrever."</i>
2. Críticas Construtivas e Sugestões	Recomendações para aprimoramento do curso e da instituição, oferecidas de forma construtiva. As críticas se concentram na necessidade de pós-graduação, maior foco em práticas de mercado e empreendedorismo. <i>Exemplos: "c. A federal manteria muito mais egressos se tivesse mais cursos (pós-graduação)..."; "h. ...deveria incentivar e focar mais em empreendedorismo"; "p. Curso deveria ouvir mais os egressos, como forma de aprimorar sua grade curricular. O que vemos no mundo empresarial, tem média para baixa correlação com a prática do mercado."</i>
3. Conselhos aos Atuais Alunos	Mensagens de encorajamento e orientação para os estudantes que ainda estão na graduação. Conselhos sobre a importância de aproveitar as oportunidades, fazer contatos (networking), dedicar-se aos estudos e ser resiliente. <i>Exemplos: "j. Aproveitar ao máximo o tempo de graduação e o espaço do campus..."; "k. Aproveitem bastante, dediquem-se a fazer contatos e ter uma boa reputação."; "y. ...Aproveitem ao máximo do conhecimento dos seus professores e lembrem: o professor mais exigente é aquele que mais vai contribuir para o seu desenvolvimento. Façam network!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!"</i>

Fonte: Elaborado pela autora (2025), com base nos dados da pesquisa.

A análise aprofundada das questões abertas transcende a simples coleta de opiniões, revelando um diagnóstico preciso e um roteiro estratégico para a evolução do curso e da própria Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). As respostas dos egressos, marcadas por um forte senso de pertencimento e gratidão, convergem para uma mensagem central: o vínculo com a universidade não termina com a diplomação. Pelo contrário, há uma demanda clara para que essa relação amadureça e se transforme em uma parceria de desenvolvimento profissional e comunitário ao longo da vida (lifelong learning).

A sobreposição das respostas às questões 26 e 27 demonstra uma notável clareza sobre "o quê" é desejado e "como" isso pode ser alcançado. O pilar fundamental dessa nova relação é a Educação Continuada. A demanda massiva por cursos de Pós-Graduação (Especialização, Mestrado e Doutorado) não é apenas um desejo por qualificação, mas um voto de confiança na qualidade do ensino da UFFS. Os egressos veem a instituição como a primeira e mais natural escolha para prosseguir seus estudos, e a ausência dessas opções é percebida como uma lacuna que os força a buscar outras instituições, resultando na perda de um capital humano valioso. Este dado dialoga diretamente com as tendências nacionais, onde, segundo pesquisas do instituto Semesp(2025), a busca por cursos de especialização é motivada pela necessidade de rápida atualização frente às novas exigências do mercado de trabalho.

O segundo pilar é a construção de uma comunidade ativa e conectada. As sugestões para a criação de canais de comunicação estruturados (newsletters, grupos em redes profissionais como o LinkedIn), eventos de networking e, de forma proeminente, programas de mentoria, revelam o desejo de participar de um ecossistema dinâmico. Os egressos não se posicionam como meros consumidores de serviços, mas como agentes dispostos a contribuir, oferecendo-se para serem mentores, palestrantes e pontes com o mercado. Esta disposição para "retribuir" constitui um ciclo virtuoso. Estudos da CASE (Council for Advancement and Support of Education)(2019), referência global na área, apontam que programas de mentoria são uma das mais eficazes ferramentas de engajamento, pois beneficiam os alunos atuais com orientação de carreira e os egressos com o desenvolvimento de liderança e o fortalecimento de laços institucionais.

As críticas construtivas, longe de serem queixas, funcionam como uma consultoria estratégica gratuita. O apelo por maior alinhamento com habilidades práticas, empreendedorismo e temas contemporâneos (como Administração 4.0 e gestão ágil) reflete um debate global sobre o futuro da educação superior. Relatórios como o "The Future of Jobs" do Fórum Econômico Mundial (2025) destacam a crescente lacuna entre as competências ensinadas nas universidades e as habilidades de fato demandadas pelo mercado. A percepção dos egressos de que o curso possui, por vezes, baixa correlação com a prática empresarial é um feedback que sinaliza a urgência de fortalecer a conexão universidade-empresa e de incorporar metodologias que unam teoria e prática de forma mais eficaz.

Finalmente, a onda de gratidão e o reconhecimento do impacto transformador da UFFS, expressa na última questão, é o alicerce emocional sobre o qual todas as outras ações devem ser construídas. O orgulho de "ser UFFS" é um ativo intangível de valor inestimável. Ele demonstra que, apesar das lacunas apontadas, a experiência universitária foi profundamente

positiva e um "divisor de águas" na vida pessoal e profissional dos egressos, especialmente por seu papel na promoção da mobilidade social.

Em síntese, a voz coletiva dos egressos desenha um mapa claro para a UFFS. As demandas por pós-graduação, networking e um currículo mais prático não são apenas uma lista de desejos, mas elementos de uma estratégia coesa para o futuro. Ao atender a essas necessidades, a universidade não apenas fortalece seus laços com a comunidade que formou, mas também enriquece a experiência dos alunos atuais, aumenta sua relevância para o mercado de trabalho e solidifica sua reputação como uma instituição de excelência e de impacto social duradouro.

4.4 PROPOSTA DE ESTRATÉGIAS DE ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS

A partir da análise das respostas do questionário aplicado com os egressos do curso, foi possível apresentar algumas ações para fortalecer as relações com os egressos e com a comunidade regional da UFFS e criação de valor mútuo para o curso de Administração. As ações estão estruturadas em três eixos: i) estruturação e comunicação; ii) networking e desenvolvimento profissional; e, iii) vínculo institucional e contribuição mútua.

Eixo 1: Estruturação e Comunicação

O pilar fundamental é criar uma base sólida de dados e canais de comunicação eficientes, abordando a principal falha apontada pelos egressos.

Criação de um Roteiro para o Acompanhamento de Egressos:

- O quê: Elaborar um Roteiro Orientativo de Ações de Acompanhamento de Egressos do curso. Este documento não cria uma política, mas serve como um guia prático e oficial para o curso, detalhando como as estratégias serão implementadas de forma contínua e organizada.
- Como: Basear-se nas diretrizes do PDI e na Política de Acompanhamento de Egressos da UFFS e nas sugestões desse TCC, definindo métricas de sucesso (ex: taxa de resposta a pesquisas, número de participantes em eventos).

Desenvolvimento de uma Plataforma “Alumni”:

- O quê: Centralizar as informações e interações em um único local. Um portal online ou uma seção no site da UFFS dedicada aos egressos de Administração.

Funcionalidades Essenciais:

- Banco de Talentos: Os egressos atualizam seus perfis profissionais e currículos, e empresas parceiras podem divulgar vagas direcionadas.
- Mural de Oportunidades: Divulgação de vagas de emprego, concursos, editais de pós-graduação e eventos.
- Canal de Notícias (Newsletter): Envio periódico de um boletim informativo com novidades do curso, projetos de pesquisa, artigos de professores e histórias de sucesso de outros egressos.

Gestão Ativa de Redes Sociais Profissionais:

- O quê: Criar e manter um grupo fechado e exclusivo para egressos e alunos concluintes do curso no LinkedIn.
- Como: Utilizar a plataforma para compartilhar vagas, promover discussões sobre temas atuais em Administração, divulgar eventos e facilitar o networking de forma orgânica e profissional.

Eixo 2: Networking e Desenvolvimento Profissional

Atender à demanda por conexão e aprendizado contínuo, gerando valor tangível para a carreira dos egressos.

Organização de Eventos de Integração:

- O quê: Promover encontros anuais ou semestrais para fortalecer o networking.

Exemplos:

- Encontro Anual de Egressos: Um evento social para reencontros e celebração.
- Painéis de Carreira: Convidar egressos de destaque para compartilharem suas trajetórias e experiências com os atuais estudantes.
- Workshops e Palestras Temáticas: Oferecer minicursos sobre temas relevantes (ex: Liderança, Finanças para PMEs, Marketing Digital) ministrados por professores ou pelos próprios egressos.

Criação de um Programa de Mentoria:

- O quê: Conectar egressos com mais experiência profissional a recém-formados ou alunos dos últimos semestres.

- Como: Utilizar a plataforma Alumni para o "match" entre mentores e mentorados com base em áreas de interesse. O programa pode ter duração definida (ex: 6 meses) com encontros periódicos para orientação de carreira.

Incentivo à Educação Continuada:

- O quê: Manter o egresso na órbita da UFFS como um centro de excelência para seu desenvolvimento contínuo.
- Como: Comunicar ativamente sobre os cursos de pós-graduação (especialização, mestrado) e de extensão da UFFS, oferecendo-lhes condições especiais ou descontos, quando possível.

Eixo 3: Vínculo Institucional e Contribuição Mútua

Reconhecer o egresso como um parceiro estratégico para a melhoria contínua do próprio curso.

Pesquisa de Acompanhamento Periódica e Simplificada:

- O quê: Substituir questionários longos e esporádicos por pesquisas mais curtas e frequentes (a cada 1 ou 2 anos).
- Como: Focar em coletar dados essenciais sobre a trajetória profissional e, principalmente, em obter *feedback* sobre a relevância da grade curricular frente às demandas atuais do mercado. Usar os resultados para promover ajustes no Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

Criação do "Conselho de Egressos":

- O quê: Formar um grupo consultivo com egressos de diferentes turmas e áreas de atuação.
- Como: Este conselho se reuniria semestralmente com a coordenação para discutir tendências de mercado, sugerir melhorias para o curso e ajudar a planejar as ações do programa de acompanhamento.

Programa "Embaixador do Curso":

- O quê: Reconhecer e engajar egressos que se destacam em suas carreiras para atuarem como representantes do curso em suas empresas e redes de contato.

- Como: Os embaixadores podem ajudar a abrir portas para estágios, parcerias em projetos e a fortalecer a marca do curso de Administração da UFFS no mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Trabalho de Conclusão de Curso se propôs a analisar as estratégias de acompanhamento dos egressos do curso de Administração da UFFS, Campus Chapecó, e, a partir da percepção dos próprios graduados, propor ações para fortalecer esse relacionamento. A investigação partiu da premissa de que o acompanhamento de egressos transcende a mera exigência regulatória, constituindo-se como uma ferramenta estratégica fundamental para a melhoria contínua da qualidade do ensino, o alinhamento curricular com as demandas do mercado e o fortalecimento do impacto social da universidade.

O estudo atingiu seus objetivos específicos ao, primeiramente, identificar as diretrizes institucionais existentes, como a Resolução N° 88/CONSUNI/UFFS/2021, e constatar uma lacuna entre a política formalizada e sua operacionalização percebida no âmbito do curso. Em segundo lugar, analisou-se o perfil sociodemográfico e profissional dos egressos, revelando um público majoritariamente jovem, com forte vínculo regional, que ingressou na universidade com baixa renda e, por meio da formação, alcançou notável ascensão profissional e mobilidade social. Por fim, a pesquisa levantou as principais contribuições que um acompanhamento efetivo poderia trazer e, com base nelas, propôs um conjunto de estratégias práticas.

Respondendo à questão de pesquisa, conclui-se que as estratégias de acompanhamento atuais são incipientes e de baixo alcance, sendo que uma parcela expressiva de 30,22% dos egressos afirma não possuir nenhum vínculo com a UFFS, e 68,89% nunca participaram de pesquisas institucionais voltadas a eles. A comunicação institucional raramente chega a quem mais importa, uma vez que os canais preferidos, como Instagram (63,33%) e e-mail (25,56%), não parecem ser explorados de forma estratégica para esse fim.

Apesar dessa fragilidade no relacionamento, o estudo revelou um ativo de valor inestimável: o profundo sentimento de gratidão e o orgulho de pertencer à instituição. Os egressos expressam que a UFFS foi um "divisor de águas" em suas vidas e demonstram uma enorme disposição em retribuir e fortalecer os laços. Prova disso é que 76,7% gostariam de participar de eventos, e um potencial de 87,8% (somando as respostas "Sim" e "Talvez") demonstra interesse em contribuir com o curso por meio de palestras e mentorias.

As principais demandas para o futuro, que nortearam as propostas deste trabalho, concentram-se em cinco áreas claras: 1) a criação de cursos de Educação Continuada e Pós-Graduação (especialização e mestrado), uma demanda massiva que evitaria a "perda" desses talentos para outras instituições; 2) a promoção de Networking e a construção de uma comunidade por meio de eventos e programas de mentoria; 3) a estruturação de canais de

Comunicação eficientes para divulgar oportunidades de carreira; 4) um maior Foco em Empreendedorismo e habilidades práticas, alinhando o currículo ao mercado ; e 5) a manutenção do Acesso à infraestrutura da universidade.

As limitações desta pesquisa incluem a restrição dos resultados ao curso de Administração do Campus Chapecó e à amostra selecionada por acessibilidade (21,63%), o que exige cautela na generalização. Entretanto, em pesquisas desse tipo, caracterizadas por uma baixa taxa de retorno, essa amostra pode ser considerada representativa. As estratégias sugeridas ainda são preliminares e dependem de validação prática pela gestão do curso. Ademais, a ausência de questões de múltipla escolha em alguns itens pode ter limitado a captura da complexidade das experiências dos egressos.

Para futuras pesquisas, sugere-se a expansão deste estudo para outros cursos e campi da UFFS, permitindo uma análise comparativa. Recomenda-se a realização de estudos longitudinais para acompanhar a trajetória de uma mesma turma ao longo dos anos, bem como investigações que incorporem a perspectiva dos empregadores sobre a formação dos profissionais graduados pela universidade.

Por fim, este trabalho evidencia que os egressos do curso de Administração não são apenas um número a ser acompanhado, mas uma comunidade potente e um pilar estratégico para a evolução da UFFS. Investir em um programa de acompanhamento robusto, centrado no valor mútuo e construído sobre o forte alicerce da gratidão já existente, é um caminho indispensável para que a universidade cumpra, de forma ainda mais plena, sua missão de gerar desenvolvimento profissional, humano e regional.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Mário de Souza. **Elaboração de projeto, TCC, dissertação e tese: uma abordagem simples, prática e objetiva**. 3. ed. rev. e aum. Barueri, SP: Atlas, 2024. E-book. ISBN 978-65-5977-638-2. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597025927>. Acesso em: 23 set. 2024.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Diretrizes para a Avaliação das Instituições de Educação Superior**. Brasília, DF: INEP, 2004. 80 p. Disponível em: <https://www.cpa.ufv.br/wp-content/uploads/2020/11/Diretrizes-Avaliacao-IES.pdf>. Acesso em: 23 maio 2024.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Nota Técnica n.º 28/2013/DIES/DAES/INEP/MEC. Brasília, DF: INEP, 2013. Disponível em: https://download.inep.gov.br/educacao_superior/avaliacao_institucional/nota_tecnica/2013/nota_tecnica_n28_2013.pdf. Acesso em: 17 maio 2024.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Resolução CNE/CES n.º 5, de 19 de outubro de 2021. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Ciências Contábeis, bacharelado, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 77, 21 out. 2021. Disponível em: <https://portal.mec.gov.br/docman/outubro-2021-pdf/212931-rces005-21/file>. Acesso em: 23 maio 2024.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Sobre o PEC-G**. Brasília, DF: Ministério das Relações Exteriores, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mre/pt-br/assuntos/cultura-e-educacao/temas-educacionais/programas-de-estudo-para-estrangeiros/pec-g/sobre#sobre>. Acesso em: 20 out. 2023.

CABRAL, Thiago Luiz de Oliveira; SILVA, Fernanda Cristina da; PACHECO, Andressa Sasaki Vasques. As universidades e o relacionamento com seus ex-alunos: uma análise de portais online de egressos. **Revista G.U.A.L.**, Florianópolis, v. 9, n. 3, p. 157-173, set. 2016. DOI: <https://doi.org/10.5007/1983-4535.2016v9n3p157>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/gual/article/view/1983-4535.2016v9n3p157>. Acesso em: 4 set. 2024.

CASE INSIGHTS on Alumni Engagement. Washington, D.C.: CASE, [20--?]. Disponível em: <https://www.case.org/research/surveys/case-insights-alumni-engagement>. Acesso em: 21 maio 2024.

CASTRO, Mayra; LEVI, Jônatas. Salário de quem tem pós é quase o dobro do ganho de quem só tem graduação, mostra pesquisa. **O Globo**, Rio de Janeiro, 8 jun. 2025. Economia. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2025/06/08/salario-de-quem-tem-pos-e-quase-o-dobro-do-ganho-de-quem-so-tem-graduacao-mostra-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 21 jun. 2025.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria geral da administração**. Rio de Janeiro: Campus, 2002. v. 2.

COSTA, João Ricardo da; DINIZ, Rafael de Sousa. **O acompanhamento de egressos como ferramenta estratégica para as instituições de ensino superior: um estudo de caso na Licenciatura em Computação da UnB.** 2023. 44 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas, Universidade de Brasília, Brasília, 2023.

COURA, Helena Luiza Oliveira. A política de acompanhamento de egressos: ação necessária. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, [S. l.], v. 8, n. 9, p. 1366–1380, 2022. DOI: 10.51891/rease.v8i9.7200. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/7200>. Acesso em: 21 set. 2024.

ESTATÍSTICAS. [S. l.]: Abres, 2024. Disponível em: <https://abres.org.br/estatisticas/>. Acesso em: 2 set. 2024.

FÁVERO, Maria de Lourdes de Albuquerque. A universidade no Brasil: das origens à reforma universitária de 1968. **Educar em Revista**, [S. l.], n. 28, p. 17-36, dez. 2006. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-40602006000200003>. Acesso em: 17 set. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019. E-book. ISBN 978-85-970-2098-4. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597020991>. Acesso em: 23 set. 2024.

GIACOMIN, Camila. **Perfil e perspectivas dos egressos do curso de Administração da UFFS - Campus Chapecó.** 2017. 82 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal da Fronteira Sul, Chapecó, 2017. Disponível em: <https://rd.uffs.edu.br/handle/prefix/1104>. Acesso em: 2 set. 2024.

GIACOMIN, Camila; SIMON, Lilian Wrzesinski; TOSTA, Kelly Cristina Benetti Tonani. PERFIL E PERSPECTIVAS DOS EGRESSOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UFFS: UM ESTUDO REALIZADO NO CAMPUS CHAPECÓ/SC. **Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL**, Florianópolis, v. 12, n. 2, p. 183-205, maio/ago. 2019.

INSPER. **FAQ Insper.** [S. l.]: Insper, 2025. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/pt/quem-somos/faq-insper/>. Acesso em: 17 maio 2025.

INSPER. **Graduações Insper: 25 anos transformando desafios em oportunidades.** [S. l.]: Insper, 2024. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/pt/conteudos/acontece-no-insper/graduacoes-insper-25-anos-transformando-desafios-em-oportunidades/>. Acesso em: 17 maio 2025.

INSPER. **Insper é bicampeão do Top of Mind em Educação Executiva.** [S. l.]: Insper, 2023. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/pt/conteudos/acontece-no-insper/insper-bicampeao-top-of-mind-em-educacao-executiva/>. Acesso em: 17 maio 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Primeiro Trimestre de 2025.** Brasília-DF: 2025.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). **Celpe-Bras.** Brasília, DF: INEP, 2023. Disponível em:

<https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/avaliacao-e-exames-educacionais/celpe-bras>. Acesso em: 20 out. 2024.

INSTITUTO SEMESP. **Mapa do Ensino Superior no Brasil 2025**. 15. ed. São Paulo: Instituto Semesp, 2025.

KROTH, D. C., BARTH, E. Do Acesso ao Êxito Acadêmico: A Importância da Política de Assistência Estudantil no Ensino Superior. **Desenvolvimento Em Questão**, 20 (58), e12102. 2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 375 p. Disponível em: <https://www.meulivro.biz/metodologia/3358/fundamentos-de-metodologia-cientifica-lakatos-marconi-8-ed>. Acesso em: 1 nov. 2024.

MEDEIROS, Danielle Souto de; BARBOSA, Ricardo Rodrigues; GARCIA, Janette de Oliveira. Acompanhamento de egressos na Pós-Graduação: uma análise do Programa Sempre UFMG. *In*: ENCONTRO DA ANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

MICHELAN, Luciano Sergio *et al.* Gestão de egressos em instituições de ensino superior: possibilidades e potencialidades. *In*: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO UNIVERSITÁRIA NA AMÉRICA DO SUL, 9., 2009, Florianópolis. **Anais [...]**. Florianópolis: [s. n.], 2009.

NIELSEN, Flávia Angeli Ghisi; OLIVO, Rodolfo Leandro de Faria; MORILHAS, Leandro José. **Guia prático para elaboração de monografias, dissertações e teses em administração**. São Paulo: Saraiva, 2017. 210 p. E-book. ISBN 978-85-472-2312-0.

PAUL, Jean-Jacques. A inserção profissional dos egressos do ensino superior no Brasil: o que sabemos, como avançar? **Cadernos de Pesquisa**, [S. l.], v. 51, e07843, 2021.

PAUL, Jean-Jacques. Acompanhamento de egressos do ensino superior: experiência brasileira e internacional. **Cadernos CRH**, [S. l.], v. 28, p. 309–326, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-49792015000200005>. Acesso em: 2 set. 2024.

PEREIRA, Cláudia Maria Miranda de Araújo; NÓVOA, Nicássia Feliciano; PAIVA, Wanderléia da Consolação. Acompanhamento de Egressos Como Estratégia Para Melhoria Contínua de Curso Superior Bacharelado em Administração. *In*: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 19., 2022, Resende. **Anais [...]**. Resende: AEDB, 2022.

PERSPECTIVA de um programa Alumni eficaz é muito positiva. [Entrevista concedida a] John Arboleda. Técnico Lisboa, Lisboa, 10 fev. 2021. Disponível em: <https://tecnico.ulisboa.pt/pt/noticias/campus-e-comunidade/a-perspetiva-de-um-programa-alumni-eficaz-e-muito-positiva/>. Acesso em: 23 maio. 2025.

QUEIROZ, Tatiana de Fátima Pereira. **Opinião dos egressos do curso de Medicina da UFMG sobre sua formação profissional**. 2014. 125 f. Dissertação (Mestrado em Saúde Pública) – Faculdade de Medicina, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.

ROCHA, F. de O.; OLIVEIRA, A. P. L. R. de. Acompanhamento de egressos nos Institutos Federais: um desafio para educação profissional no Brasil. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, [S. l.], v. 17, n. 7, p. e8308, 2024. DOI: 10.55905/revconv.17n.7-152. Disponível em: <https://ojs.revistacontribuciones.com/ojs/index.php/clcs/article/view/8308>. Acesso em: 13 jun. 2025.

RODRIGUES, Karen. Administração está entre as cinco maiores graduações do País. **Revista Administrador Profissional - ADM PRO**, [S. l.], 2023. Disponível em: <https://crasp.gov.br/admpro/site/materias-em-de-staque/administracao-entre-as-maiores-graduacoes-do-pais->. Acesso em: 2 set. 2024.

RODRIGUES, Maria Cecilia Prates. Filantropia e desigualdade: há diferença entre Brasil e EUA?. **Estratégia Social**, [S. l.], 20 jul. 2023. Disponível em: <https://estrategiasocial.com.br/filantropia-e-desigualdade-ha-diferenca-entre-brasil-e-eua/>. Acesso em: 2 jun. 2025.

SAMPAIO, Helena. **Evolução do ensino superior brasileiro, 1808-1990**. São Paulo: Núcleo de Pesquisas sobre Ensino Superior, 1991. Disponível em: <https://sites.usp.br/nupps/wp-content/uploads/sites/762/2020/12/dt9108.pdf>. Acesso em: 3 set. 2024.

SENGER, Maria Helena; CASTRO, Juliana Corrêa Meziara de. Contribuições de egressos de Medicina para a avaliação do curso. **Revista Brasileira de Educação Médica**, [S. l.], v. 48, n. 3, e067, 2024.

SISTEMA NACIONAL DE AVALIAÇÃO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR (Sinaes). Brasília, DF: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2015.

SIMON, Lilian Wrzesinski. **A gestão de egressos como fonte de informações estratégicas para a UFFS**. 2017. 205 f. Dissertação (Mestrado em Administração Universitária) – Programa de Pós-graduação em Administração Universitária, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

SIMON, Lilian Wrzesinski; PEREIRA, Jéssica Rocha de Souza; PACHECO, Andressa Sasaki Vasques; OLIVO, Ana Maria. PLANO ESTRATÉGICO PARA A GESTÃO DO ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS DO ENSINO SUPERIOR. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 23, p. 510-528, jan./dez. 2022.

STANFORD ALUMNI ASSOCIATION. **Stanford Alumni**. Stanford: Stanford Alumni Association, [20--?]. Disponível em: <https://alumni.stanford.edu/>. Acesso em: 23 out. 2023.

STANFORD UNIVERSITY. Stanford Alumni Association. *In: Stanford Commencement*. Stanford: Stanford University, 2025. Disponível em: <https://commencement.stanford.edu/stanford-alumni-association>. Acesso em: 14 jun. 2025.

UFMS. Resolução nº 89-COUN/UFMS, de 9 de abril de 2021. Política de Acompanhamento de Egressos. **Boletim de Serviço da UFMS**, Campo Grande, MS, 2021. Disponível em: <https://boletimoficial.ufms.br/bse/publicacao?id=421842>. Acesso em: 13 jun. 2025.

UFPA. **Portal do Egresso da Universidade Federal do Pará**. [S. l.]: UFPA, 2025. Disponível em: <https://egressos.ufpa.br/>. Acesso em: 13 jun. 2025.

UFSC. **Sistema de Acompanhamento de Egressos**. [S. l.]: UFSC, 2025. Disponível em: <https://egressos.sistemas.ufsc.br/>. Acesso em: 13 jun. 2025.

UNIASSELVI. **Egressos**. [S. l.]: UNIASSELVI, 2025. Disponível em: <https://portal.uniasselvi.com.br/egressos>. Acesso em: 13 jun. 2025.

UNICESUMAR. **Programa Egresso: acompanhamento**. Maringá: UniCesumar, 2019. E-book. Disponível em: https://www.unicesumar.edu.br/egresso/wp-content/uploads/2019/09/PROGRAMA-EGRESSO_ACOMPANHAMENTO_E-book.pdf. Acesso em: 20 jun. 2025.

UNINTER. **Portal do Egresso**. [S. l.]: UNINTER, 2025. Disponível em: <https://www.uninter.com/portaldoeingresso/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

UNIRIO. Pró-Reitoria de Graduação. **Egressos - Jóia Rara**. [S. l.]: UNIRIO, 2025. Disponível em: <https://www.unirio.br/pro-reitorias/prograd/programas-de-graduacao/egressos-joia-rara>. Acesso em: 13 jun. 2025.

UNIRIO. Resolução nº 4.146, de 09 de julho de 2013. Dispõe sobre a criação e normatização do Programa de Acompanhamento de alunos egressos da UNIRIO, ligado à Pró-Reitoria de Graduação. Rio de Janeiro, RJ: UNIRIO, 2013. Disponível em: <https://www.unirio.br/pro-reitorias/prograd/programas-de-graduacao/egressos-joia-rara/ResolucaoPROJOIA.PDF>. Acesso em: 13 jun. 2025.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ (UESC). Comissão Própria de Avaliação. **Relatório de Autoavaliação Institucional 2019 e 2020: egressos**. Ilhéus: UESC, 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL (UFFS). **Processo Seletivo Especial para Imigrantes (PROIMIGRANTE)**: apresentação. Chapecó, SC: UFFS, 2025. Disponível em: <https://site-antigo-2025.uffs.edu.br/institucional/pro-reitorias/graduacao/ingresso/pro-imigrante/apresentacao>. Acesso em: 16 jun. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL (UFFS). **Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Administração – Bacharelado**. Chapecó: UFFS, 2017.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL (UFFS). **Relatório da Pesquisa Realizada com os Egressos da UFFS – Primeira Edição – Ano Base 2020**. Chapecó: UFFS, 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL (UFFS). Resolução N° 88/CONSUNI/UFFS/2021, de 6 de dezembro de 2021. Aprova a Política de Acompanhamento dos Egressos da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS. **Boletim Oficial da UFFS**, Chapecó, SC, 6 dez. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG). **Comitê de Egressos e Egressas**. Belo Horizonte: UFMG, 2025. Disponível em: <https://www.ufmg.br/copi/sempreufmg/comite-de-egressos-e-egressas/>. Acesso em: 18 jun. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG). **Sempre UFMG**: pesquisas. Belo Horizonte: UFMG, 2025. Disponível em: <https://www.ufmg.br/egressos/pesquisa.htm>. Acesso em: 13 jun. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. **Resultados da pesquisa de acompanhamento de egressos**. Santa Maria: UFSM, 10 dez. 2024. Disponível em: <https://www.ufsm.br/2024/12/10/resultados-pesquisa-acompanhamento-egressos>. Acesso em: 23 maio 2024.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS). Perfil Alumni. In: **Catálogo de Serviços da UFRGS**. Porto Alegre: UFRGS, 2025. Disponível em: <https://www1.ufrgs.br/CatalogoServicos/servicos/perfil?perfil=45>. Acesso em: 19 jun. 2025.

UNIVERSITY OF OXFORD. **About the Alumni Relations Office**. Oxford: University of Oxford, 2025. Disponível em: <https://www.alumni.ox.ac.uk/about>. Acesso em: 14 jun. 2025.

VIEIRA, Gabriel Melo. **O acompanhamento de egressos na Universidade de São Paulo**: um estudo de caso da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. 2021. 76 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Gestão de Políticas Públicas) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Future of Jobs Report 2025**: Insight Report. 5. ed. Geneva: World Economic Forum, 2025. Disponível em: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2025/>. Acesso em: 22 jun. 2024.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Questionário:

Pesquisa com Egressos do Curso de Administração da UFFS – Campus Chapecó

Seção 1: Perfil dos Egressos

1. Qual sua data de nascimento? (dia/mês/ano)*

Sua resposta

2. Qual a sua nacionalidade?*

- Brasileira
- Estrangeira
- Brasileiro(a) naturalizado(a)

3. Qual sua cidade/estado ou país de origem antes de ingressar na UFFS? *

Sua resposta

4. Qual ano/semestre de ingresso no curso de Administração? (Exemplo: 2011.1) *

Sua resposta

5. Qual era a sua faixa de renda mensal **antes de ingressar** na graduação? (*Salário mínimo 2025: R\$ 1.518,00*)*

- Nenhuma renda
- Até 1 salário mínimo
- De 1 a 2 salários mínimos
- De 2 a 3 salários mínimos
- De 3 a 5 salários mínimos
- Acima de 5 salários mínimos

6. Você trabalhou durante o período em que cursou os estudos? Em que área? *

- Sim, trabalhei na área da minha formação
- Fiz estágio remunerado
- Sim, trabalhei em área diversa de minha formação
- Escolhi o curso porque já trabalhava na área
- Não trabalhei

7. Você recebeu auxílio socioeconômico durante a graduação?*

- Sim
- Não

8. Você continua estudando após a conclusão do curso?*

- Outros cursos (idiomas, informática, etc.)
- Aperfeiçoamento
- Outra graduação
- Especialização
- Não estou estudando atualmente
- Doutorado
- Mestrado

9. Atualmente, você mantém algum tipo de vínculo ou contato com a Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS)? *

- Sim, participo de eventos promovidos pela UFFS
- Sim, mantenho contato com professores
- Sim, mantenho contato com colegas da graduação
- Sim, acompanho notícias e publicações da UFFS pelas redes sociais
- Sim, participo de atividades acadêmicas (palestras, grupos de pesquisa, projetos etc.)
- Não mantenho nenhum vínculo ou contato com a UFFS

Seção 2: Formação do Curso e Profissional

10. Durante sua formação, qual foi o turno em que você esteve matriculado(a)?*

- Matutino (manhã)
- Noturno (noite)

11. Qual Ano/semestre de Conclusão do Curso de Administração na UFFS – Campus Chapecó:*

- 2014.1
- 2014.2
- 2015.1
- 2015.2
- 2016-1
- 2016.2
- 2017.1
- 2017.2
- 2018.1

- 2018.2
- 2019.1
- 2019.2
- 2020.1
- 2020.2
- 2021.1
- 2021.2
- 2022.1
- 2022.2
- 2023.1
- 2023.2
- 2024.1
- 2024.2

12. Qual sua cidade/estado ou país de residência atualmente? *

Sua resposta

13. Quanto tempo após a conclusão do curso você conseguiu seu primeiro emprego/trabalho na área de Administração ou correlata?*

- Já estava empregado(a) na área durante o curso
- Menos de 3 meses
- Entre 3 e 6 meses
- Entre 6 meses e 1 ano
- Mais de 1 ano
- Ainda não consegui emprego na área
- Não busquei emprego na área

14. Qual sua situação profissional principal no momento?*

- Empregado(a) (CLT, estatutário, etc.)
- Autônomo(a) / Profissional Liberal
- Empresário(a) / Empreendedor(a)
- Servidor(a) Público(a)
- Desempregado(a), buscando recolocação
- Apenas Estudante (Pós-graduação, outra graduação, etc.)
- Não buscando emprego no momento (motivos pessoais, etc.)

15. Seu trabalho atual está relacionado à sua formação em Administração?*
- Sim, totalmente relacionado
 - Sim, parcialmente relacionado
 - Não, não está relacionado
 - Não estou trabalhando no momento
16. (Se trabalha) Qual o setor de atuação da organização/empresa em que você trabalha?*
- Indústria
 - Comércio
 - Serviços (consultoria, finanças, educação, saúde, etc.)
 - Agronegócio / Agroindústria
 - Cooperativa
 - Setor Público (Federal, Estadual, Municipal)
 - Terceiro Setor (ONGs, Fundações)
 - Próprio Negócio (Empreendedorismo)
 - Outro:
17. Qual sua faixa de renda mensal bruta atualmente (aproximada)? (*Salário mínimo: R\$ 1.518,00*)*
- Até 2 salários mínimos
 - Entre 2 e 4 salários mínimos
 - Entre 4 e 6 salários mínimos
 - Entre 6 e 10 salários mínimos
 - Acima de 10 salários mínimos
 - Prefiro não informar

Seção 3: Conhecimento e Estratégias de Acompanhamento Adotadas pela UFFS

18. Porque você escolheu o curso de Administração da UFFS? *
- Influência da família
 - Proximidade de sua residência
 - Por ser federal
 - Por ser gratuita
 - Maior facilidade de ingresso
 - Por questões de prestígio

- Outro:
19. Você já participou de alguma pesquisa voltada para egressos realizada pela UFFS?*
- Sim
- Não
20. Você costuma acompanhar notícias ou eventos da UFFS?*
- Sim, frequentemente
- Sim, ocasionalmente
- Raramente
- Não
21. Qual canal ou meio de comunicação você prefere para receber notícias e informações sobre o curso e a UFFS ?*
- Instagram
- Whatsapp
- E-mail
- SMS
- Rádio
- Telegram
- Outro:
22. Você já participou de eventos ou atividades voltadas para egressos da UFFS?*
- Sim
- Não, mas gostaria
- Não, e não tenho interesse
23. Você teria interesse em contribuir com o curso de Administração da UFFS (palestras, mentorias, parcerias, etc.)?*
- Sim
- Talvez
- Não
24. Você recomendaria o curso de Administração da UFFS - Campus Chapecó para outras pessoas?*
- Sim, com certeza
- Sim
- Talvez

- Não
- Não, de forma alguma

25. Quais áreas de interesse, enquanto egresso(a) do curso de Administração, você gostaria que a UFFS oferecesse? *

- Participação em uma associação de egressos
- Participação em eventos acadêmicos da UFFS
- Eventos de interação entre turmas passadas, como por exemplo: encontros de turma, jantares ou almoços
- Programas de viagens para participação em eventos científicos promovidos por outras IES e associações
- Participação em grupos de pesquisa e projetos de extensão
- Recebimento de informações acerca dos programas de pós-graduação
- Acesso à biblioteca, laboratórios de pesquisa, e espaços recreativos da UFFS.
- Disponibilidade de cursos gratuitos para os egressos.
- Canais de relacionamento empregador-egresso para agendamento de entrevistas de recrutamento e seleção.
- Outro:

26. Na sua opinião, o que você gostaria que o curso de Administração oferecesse aos egressos? *(Pergunta aberta)*

Sua resposta

27. Na sua opinião, quais ações o curso de Administração poderia adotar para manter um vínculo mais próximo com os egressos? *(Pergunta aberta)**

Sua resposta

28. Se desejar, gostaria de deixar uma mensagem para o curso de Administração e/ou para a UFFS? *(Pergunta aberta)**

Sua resposta

ANEXO A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIMENTO



Pesquisa com Egressos do Curso de Administração da UFFS – Campus Chapecó

* Indica uma pergunta obrigatória

Termo de Consentimento Livre e Esclarecimento (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa de TCC intitulada **"Estratégias de Acompanhamento de Egressos do Ensino Superior: uma análise do curso de Administração de UFFS Campus Chapecó"**, realizada por Mainara Marques Brandão, com orientação do Prof. Dr. Darlan C. Kroth e coorientação da Administradora Dra. LiLian Wrzesinski Simon.

O objetivo do estudo é analisar a percepção dos egressos sobre sua formação, trajetória profissional e vínculo com a UFFS, buscando sugerir melhorias nas estratégias de acompanhamento institucional.

A participação consiste em responder um questionário online, com duração estimada de 5 a 10 minutos. As respostas serão anônimas e sigilosas, utilizadas apenas para fins acadêmicos, analisadas de forma agrupada e armazenadas com segurança.

A participação é voluntária, podendo ser interrompida a qualquer momento, sem prejuízos. Não há riscos diretos, e os benefícios incluem a possibilidade de contribuir para o aprimoramento do curso e das políticas institucionais.

Caso tenha qualquer dúvida sobre a pesquisa, os procedimentos ou seus direitos como participante, você pode entrar em contato com a pesquisadora Mainara Marques Brandão pelo e-mail: [mainara.brandao@estudante.uffs.edu.br] ou com o orientador Prof. Dr. Darlan C. Kroth pelo e-mail: [dckroth@uffs.edu.br].

Ao marcar a opção "Li o TCLE e ACEITO participar da pesquisa." abaixo e prosseguir com o questionário, você estará confirmando que leu, compreendeu as informações aqui contidas e concorda em participar desta pesquisa de forma livre e esclarecida, nos termos apresentados.

A sua colaboração é muito valiosa para este estudo e para o desenvolvimento contínuo do nosso curso e da UFFS.

Agradecemos imensamente sua disponibilidade.

- Li o TCLE e ACEITO participar da pesquisa.
- NÃO ACEITO participar da pesquisa. (Ao marcar, finalize o formulário).