

O IMPACTO DE UM EVENTO DE MARKETING EDUCACIONAL NA CAPTAÇÃO DE ALUNOS PARA UMA INSTITUIÇÃO PÚBLICA DE ENSINO SUPERIOR TECNOLÓGICO

Lincoln Lara Gomes¹
Maykon Júnior da Silva Raimundo¹
Camila Ferreira de Oliveira Rocha²

Resumo

Inúmeros estudantes residentes em municípios vizinhos a Cruzeiro/SP desconhecem a instituição de ensino FATEC “Profº Waldomiro May”, e muitos deles concluem o ensino médio e se veem impossibilitados de ingressar em uma faculdade, seja por dificuldade financeira ou até mesmo por falta de motivação ou conhecimento das opções disponíveis na região. O presente estudo visa contribuir para uma maior divulgação do exame vestibular da FATEC, mostrando a esse público que existe a possibilidade de frequentar uma instituição de ensino superior gratuito e de qualidade, próxima de sua cidade. Foi utilizado como objeto de estudo a Escola Estadual “Profº José de Paula França”, localizada na cidade vizinha de Queluz/SP. A intenção é demonstrar o impacto de um Evento de Marketing Educacional realizado nas dependências dessa unidade educacional, composto por uma palestra motivacional direcionada, bem como um *workshop* divulgando todos os cursos superiores que a FATEC tem a oferecer para a comunidade em sua unidade de Cruzeiro. Foram realizadas pesquisas entre os alunos para aferir os resultados dessa ação. Eventos desse tipo já são utilizados como um fator de diferenciação por algumas instituições brasileiras de ensino superior, fortalecendo suas marcas junto a seu público-alvo.

Palavras-chave: Eventos, Vestibular, FATEC, Marketing Educacional, Alunos

IMPACT OF AN EDUCATIONAL MARKETING EVENT ON STUDENT COLLECTION FOR A TECHNOLOGICAL HIGHER EDUCATION PUBLIC INSTITUTION

Abstract

Many students living in neighboring towns of Cruzeiro / SP are unaware of FATEC educational institution, and many of them graduate high school and are unable to enter a college, either because of financial difficulties, lack of motivation or lack of knowledge of the options available in the region. Thus, the present study aims to contribute to a greater dissemination of "Profº Waldomiro May" FATEC's entrance examination, showing this public that there is a possibility to attend a free and reputable higher education institution, near thy city. The State School "Profº José de Paula França", located in the city of Queluz / SP, was used as object of study. The intention was to promote an Educational Marketing Event in its premises, featuring directed motivational lectures, as well as workshops where all the college level programs that FATEC offers to the community in its Cruzeiro unit were shown. Researchs were conducted among students to gauge the results of this action. Events of this type are already used as a differentiating factor by Brazilian institutions of higher education, serving to strengthen their brands with their target audience.

Keywords: Events, Vestibular, FATEC, Educational Marketing, Students

¹ Graduação em Superior de Tecnologia em Eventos pela Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo – FATEC Prof. Waldomiro May – Email: contato@fateccruzeiro.edu.br

² Especialista em Engenharia de Segurança do Trabalho e docente na Fatec Cruzeiro. E-mail: arquitetacamilarocha@live.com

INTRODUÇÃO

São diversas as Instituições de Ensino Superior (IES) situadas no Vale do Paraíba, porém, em alguns municípios menores, os estudantes desconhecem a variedade de cursos disponíveis nestas faculdades, bem como as áreas abrangentes e seu mercado de trabalho. Sendo que após a conclusão do Ensino Médio, alguns recém-formados acabam ingressando informalmente no mercado, sem a esperança de um futuro profissional qualificado, resultando em baixos salários e falta de perspectivas futuras. Isso demonstra o despreparo do aluno do ensino médio ao sair da escola, por não ter recebido um direcionamento adequado para dar a devida continuidade a seus estudos. Explicita também a falta de divulgação das IES voltada às escolas e seus alunos formandos do ensino médio.

O propósito deste estudo é verificar a possível variação do número de inscritos no vestibular para os cursos superiores oferecidos pela FATEC “Profº Waldomiro May” de Cruzeiro/SP, após a realização de um Evento de Marketing Educacional, direcionado especialmente aos alunos formandos do ensino médio da Escola Estadual “Profº José de Paula França”, localizada na cidade de Queluz/SP. Este evento foi composto por uma palestra motivacional com temas relacionados a educação, tecnologias e empreendedorismo, além de um pequeno *workshop*, onde foi apresentada a FATEC “Profº Waldomiro May” bem como os quatro cursos disponíveis atualmente na IES. A principal finalidade deste Evento, denominado “Envolver para Crescer”, foi motivar e impactar positivamente esses alunos, dando-lhes uma perspectiva de futuro para além do ensino médio, estimulando-lhes a darem prosseguimento em seus estudos no ensino superior e, além disso, direcioná-los à FATEC de Cruzeiro, focalizando seus principais benefícios: gratuidade, isenção parcial ou total da taxa de inscrição para alunos de baixa renda, relativa proximidade com a cidade de Queluz, subsídio total ou parcial do transporte dos alunos para Cruzeiro e, obviamente, a reconhecida e inegável qualidade de ensino superior oferecida pelas FATECs como um todo. Como finalidade secundária, foi dada ênfase especial ao curso de Eventos, com o objetivo de alavancar seu número de inscritos.

Analisando dados preliminares obtidos por meio da Diretoria de Serviços Acadêmicos da FATEC “Profº Waldomiro May”, constatou-se o baixo número de inscritos residentes na cidade de Queluz em relação aos moradores de Cruzeiro, utilizada como base de comparação. De acordo com dados atualizados (IBGE, 2018), apesar do município de Queluz possuir cerca de 15% do tamanho populacional de Cruzeiro, analisando os dados levantados verifica-se que essa

porcentagem mal passou de 3% nos últimos sete processos seletivos semestrais realizados pela FATEC de Cruzeiro, comparando-se o número de inscritos residentes nas duas cidades. O baixo número de residentes em Queluz inscritos nos últimos sete vestibulares da FATEC de Cruzeiro pode indicar que aquele público-alvo não vem sendo atingido como poderia por meio das recentes ações de marketing da IES.

Como a Escola Estadual “Profº José de Paula França”, objeto de estudo, é a única a oferecer o ensino médio aos habitantes de Queluz, este estudo servirá como um bom termômetro em relação ao comportamento deste público-alvo junto a instituição superior de ensino FATEC “Profº Waldomiro May”.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EVENTOS

Segundo Costa e Talarico (1996) o evento é um acontecimento especialmente criado com o objetivo único de alterar o relacionamento da organização com seu público, dadas as necessidades levantadas. Caso contrário, os rumos desta relação seriam diferentes e definitivamente ruins. O evento é uma reunião de um, ou mais público(s) em atividades de interesse comum, podendo ser definido como um fato ou acontecimento espontâneo ou organizado, capaz de provocar interesse e que pode ser explorado para fins mercadológicos.

Giácomo (1993) vai além e destaca o Evento como um componente do “mix da comunicação”, com a finalidade de reduzir seus esforços por meio do uso do engajamento de pessoas numa ideia ou ação, baseado em sua capacidade sinérgica para causar um efeito maior que a soma dos efeitos de cada agente aplicado isoladamente.

Os eventos são classificados de acordo com a sua tipologia, e dentre os tipos, pode-se citar para este estudo de caso a Palestra, que segundo Coutinho (2010, p. 17), trata-se de falar sobre um determinado assunto para um público relativamente pequeno. O tema em geral é de natureza educativa e os expectadores normalmente já possuem alguma noção sobre o que será apresentado. Ao final da apresentação da mesma, a plateia é convidada a fazer perguntas para o palestrante.

Também pode-se citar o Workshop, que conforme Coutinho (2010, p. 19), serve para reunir pessoas em volta de determinado assunto, envolvendo nesse encontro um tipo de “palestra” sobre o mesmo, com uma demonstração em seguida do objeto em questão, gerador do evento, podendo fazer parte de um evento de maior porte. E, as Mostras, que segundo a

explicação de Coutinho (2010, p. 17), são pequenas exposições, circulantes, com objetivo único de divulgação. É utilizada para expor o mesmo conteúdo em diversos lugares, sendo a única forma de expor que circula.

Desse modo, um evento, para ser considerado bem-sucedido, promove o encontro e a interação das pessoas, gerando em seus participantes sentimentos e emoções destinadas a consolidar vínculos e estreitar relações de caráter tanto profissional quanto pessoal. Mas para que esse objetivo seja atingido, seus organizadores devem trabalhar com afinco, demonstrando iniciativa, resiliência, criatividade, competência e sendo incansável na busca por resultados. (TALARICO, 1996; GIÁCOMO, 1993).

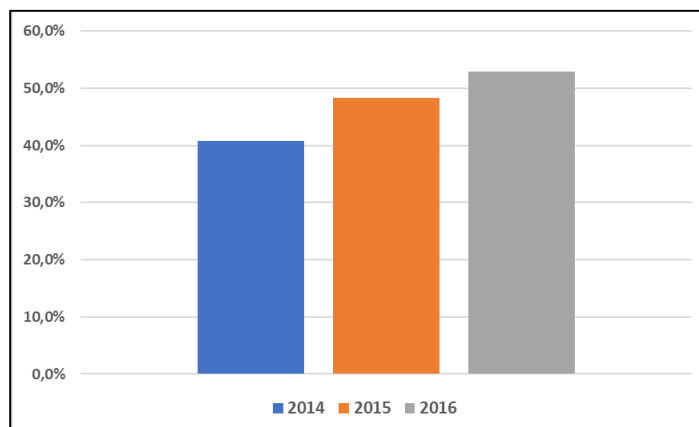
2.1 Marketing Educacional

O Marketing Educacional, que consiste na utilização de ações, estratégias e operações de marketing na realidade das instituições de ensino, tem se transformado em uma das principais ferramentas para atrair e reter alunos. Isso além de melhorar sua marca, e ajudar a construir ou consolidar a imagem da instituição perante seu público-alvo. (MEIRA, 2018).

Para Manes (1997, p.99) o Marketing Educacional se dá por meio do processo de investigação das necessidades da sociedade, visando o desenvolvimento de serviços educacionais com a intenção de atendê-las, levando-se em conta seu valor percebido, distribuídos em tempo e lugar, e realizados de maneira ética, com objetivo de gerar satisfação entre indivíduos e organizações. Carvalho e Berbel (2001) complementam citando que o Marketing Educacional resulta da aplicação de conceitos e técnicas de Marketing, como pesquisa e sistemas de informação, processos estratégicos de segmentação e posicionamento e administração do Composto de Marketing, com o objetivo de manter e prospectar novos alunos nos mercados alvos selecionados, constituindo compromisso e ação responsáveis, coerentes com benefícios sociais, que a administração de toda e qualquer instituição de ensino deve promover e buscar.

Las Casas (2007, p.6) destacou as transformações sensíveis e profundas pela qual atravessa a educação, tendo como um de seus efeitos o aumento da concorrência no setor, gerando ociosidade de vagas em diversos cursos. Isso pode-se verificar mediante recentes estudos, que demonstram a taxa de ociosidade de vagas nas IES atingindo 52,9% em 2016 (último ano com dados consolidados pelo Ministério da Educação), frente 40,7% em 2014 e 48,3% em 2015 (GONÇALVES, 2018), conforme demonstrado no Gráfico 1.

Gráfico 1: Evolução da taxa de ociosidade das vagas no Ensino Superior no Brasil

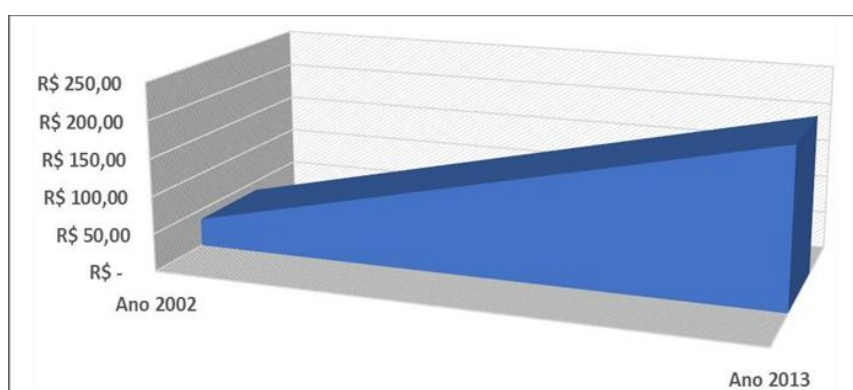


Fonte: Dados INEP/MEC (2016). Elaboração: Quero Bolsa (GONÇALVES, 2018).

Ainda segundo Las Casas (2010), é essencial que uma instituição de ensino defina seu público-alvo e seu posicionamento no mercado antes de divulgar e vender seus serviços, além de focar no planejamento de estratégias para superar a concorrência e evitar o desperdício de tempo e recursos com públicos que não darão retorno algum.

Segundo estudo realizado com mais de 2,7 mil empresas do setor, pelo Sebrae Nacional e a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC, 2014), foi apontado que o setor de Eventos movimentou R\$ 209,2 bilhões, em um total de 590 mil eventos realizados em 2013. Pesquisas anteriores, de 2002, davam conta de valores na ordem de R\$ 37 bilhões. O setor de Eventos representa um segmento que arrecada R\$ 48,7 bilhões em impostos, gera 7,5 milhões de empregos e representa cerca de 4,32% do PIB do Brasil (AMPRO, 2013), conforme o Gráfico 2.

Gráfico 2: Curva de crescimento do faturamento do setor de Eventos no Brasil entre 2002 e 2013



Fonte: ABEOC (2014) em parceria com SEBRAE

Recentes pesquisas indicam que, em meio à crise econômica, o setor de marketing promocional movimentou bilhões de reais nos últimos anos, de acordo com a Associação de Marketing Promocional (AMPRO, 2013). Este montante foi investido nas mais diversas

ferramentas promocionais, e o setor que mais recebeu investimentos foi o de Eventos, Feiras e Congressos, 77% das empresas destinaram verbas para este tipo de ação; as Ações Promocionais foram realizadas por 62% das instituições; e em terceiro lugar ficou o Marketing de Incentivo com a também impressionante marca de 56% (ABEOC, 2014).

Diante do exposto, é possível afirmar que as IES que não estiverem identificadas com as mudanças naturais do mercado, que não souberem avaliar corretamente seu público-alvo, ou que não investirem em um plano de marketing educacional concreto e estruturado, utilizando as ferramentas e métodos disponíveis, terão cada vez maior dificuldade para a captação de vestibulandos para seus processos de seleção, gerando inevitável ociosidade em suas vagas.

2.3 Educação no Ensino Superior de Tecnologia

O Curso Superior de Tecnologia (CST) é um curso de graduação cujo objetivo é formar especialistas para atender campos específicos do mercado de trabalho, abrangendo metodologias e conceitos orientados a pesquisas, avaliações e desenvolvimentos tecnológicos, com foco na utilização dos conhecimentos ligados à processos, produtos e serviços. O tecnólogo de nível superior aperfeiçoa suas habilidades profissionais, embasadas não apenas na ciência e na tecnologia, como também na cultura e na ética, visando tornar-se um profissional responsável, consciente, crítico e criativo. Da mesma forma que qualquer outro curso de nível superior, o CST é acessível àqueles que concluíram o ensino médio, ou equivalente, e que consigam se classificar em um exame vestibular. Ao graduarem-se nos CST, estes profissionais são considerados tecnólogos, tornando-se profissionais de nível superior com formação voltada a produção e a inovação científico-tecnológica, bem como a gestão de processos de produção de bens e serviços. O menor tempo de duração dos CST, normalmente em torno de 2 a 3 anos, auxilia o ingresso de seus recém-formados no mercado de trabalho, inclusive permitindo que prestem concursos para cargos públicos com exigência de nível superior, alcançando maiores salários, e ao mesmo tempo abre caminho para que estes profissionais possam dar prosseguimento a seus estudos, cursando pós-graduações *lato sensu* (especializações) e *stricto sensu* (mestrados e doutorados) (UTFPR, 2018).

Segundo o portal do MEC, o Decreto nº 5.154/2004 que regulamenta o § 2º do art. 36 e os arts. 39 a 41 da Lei nº9.394/96, dispõe o seguinte: “Art.5º Os cursos de educação profissional tecnológica de graduação e pós-graduação organizar-se-ão, no que concerne aos objetivos,

características e duração, de acordo com as diretrizes curriculares nacionais definidas pelo Conselho Nacional de Educação.” (BRASIL, Ministério da Educação, 2018).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A metodologia desse estudo caracteriza-se como qualitativa e quanto a natureza a pesquisa é do tipo explicativa. Conforme Gil (2008), a pesquisa explicativa visa apontar aspectos que definem ou que colaboram para a ocorrência dos acontecimentos, sendo este o tipo de pesquisa que mais observa o entendimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas. Por isso mesmo é o tipo mais complexo e delicado, já que o risco de cometer erros aumenta de modo considerável.

Por meio da metodologia de pesquisa qualitativa, aplica-se uma pesquisa junto ao público-alvo, composta de um questionário com algumas perguntas relevantes, para a obtenção de informações importantes. Esse tipo não leva em conta a representatividade numérica, mas sim aprofundar o entendimento sobre determinado grupo, preocupando-se assim com particularidades que não podem ser calculados numericamente, focando na percepção e interpretação do processo das relações sociais. Para Minayo (2001), a “pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”.

Para atender aos objetivos, o estudo utiliza a pesquisa bibliográfica e a pesquisa-ação. Para Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é concebida a partir de conteúdo já produzido, constituído principalmente de livros e artigos científicos. A pesquisa-ação, segundo a definição de Thiollent (1986, p. 14):

“... é um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos do modo cooperativo ou participativo.”

O estudo também utiliza a estratégia de pesquisa baseada em estudo de caso. Para Gil (2008), um estudo de caso tem por finalidade permitir o conhecimento amplo e detalhado de um ou poucos objetos, através de um estudo profundo e exaustivo do(s) mesmo(s). De acordo com Yin (2005, p. 32), o estudo de caso é um estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são

claramente definidas e no qual são utilizadas várias fontes de evidência.

3.1 Procedimentos da Pesquisa

De acordo com dados obtidos junto a Diretoria de Serviços Acadêmicos da FATEC “Profº Waldomiro May” de Cruzeiro/SP, o número de inscritos nos últimos sete processos seletivos, de residentes no município de Queluz/SP, vem mantendo-se baixo comparado com a cidade de Cruzeiro, levando-se em conta a proporção da população das duas cidades.

Para atingir este público alvo, foi realizado um Evento de Marketing Educacional, composto por uma palestra com tema motivacional voltado à importância da educação, bem como um workshop e uma mostra, auxiliando assim a divulgação de todos os cursos atualmente disponíveis pela IES.

A intenção da palestra dentro do Evento de Marketing Educacional foi de envolver o público-alvo em um assunto que muitas vezes não é conversado em sala de aula ou mesmo em seu ambiente familiar. A palestra teve seu foco em como o jovem de hoje, por meio da educação de nível superior, pode melhorar seu futuro, seja como empreendedor, seja como colaborador em uma empresa, acreditando em seu potencial como ser humano capaz e integrando-se à sociedade economicamente ativa e produtiva, sempre buscando o aprimoramento de seu conhecimento. O palestrante convidado, Alexandre Correa Lima, cujo trabalho já é reconhecido no mercado corporativo, colaborou de forma voluntária com a realização deste evento, personalizando uma palestra especialmente para o mesmo, com duração aproximada de 40 minutos.

Figura 1: Palestra de abertura do Evento “Envolver para Crescer”



Fonte: Os autores

Superior FATEC “Profº Waldomiro May” de Cruzeiro ao público-alvo do estudo. O Prof.º Me. Leônidas Magno de Moraes, atuando como representante da Fatec de Cruzeiro no Evento, fez uma introdução sobre a IES, detalhando sobre suas principais vantagens, inclusive a respeito do Ensino Tecnológico, e para finalizar fez uma explanação sobre cada um dos quatro cursos disponíveis na unidade, demonstrando com exemplos práticos como é a formação de cada um deles, suas disciplinas e cargas horárias exigidas, e qual a atuação dos profissionais formados no mercado de trabalho de Cruzeiro e região.

Figura 2: Palestra sobre os benefícios da Fatec Cruzeiro



Fonte: Os autores

Antes da conclusão do Evento, quatro alunos voluntários da Fatec “Profº Waldomiro May” de Cruzeiro, cada um representando um curso da IES, conversaram com o público presente, de maneira bastante informal e descontraída, dando sua opinião pessoal sobre a faculdade e também sobre seu curso, especificamente. Além disso, falaram sobre o impacto já causado em suas vidas pessoais e profissionais por conta de estudarem na Fatec, além de seus planos para o futuro, após formados. Vale ressaltar que dois dos quatro alunos da Fatec que participaram do Evento são moradores de Queluz, e também são ex-estudantes da E. E. “Prof. José de Paula França”, o que acabou criando uma maior empatia junto ao público-alvo.

Figura 3: Palestra de estudante da Fatec do Curso de A.D.S.



Fonte: Os autores

Para atingir a finalidade secundária deste estudo, de aumentar o interesse e a procura pelo Curso de Eventos da Fatec de Cruzeiro, o aluno especialmente convidado para representar este curso foi Samuel Paes, que além de estudante, é mágico profissional e também empresário do setor de Eventos. Em seu depoimento, contou como sua formação educacional vem colaborando para a ampliação de seus negócios, principalmente em Eventos de Festas para adolescentes. Além disso, como forma de descontrair o público e causar maior empatia, realizou algumas mágicas com a participação dos alunos, divertindo a todos os presentes.

Ademais, em alguns momentos do Evento, foi explicado ao público que este fazia parte do “Trabalho de Graduação” de dois alunos do Curso de Eventos da Fatec de Cruzeiro, o que ajudou a trazer maior visibilidade à este curso, especificamente.

Figura 4: Samuel Paes falando sobre o Curso de Eventos da Fatec



Fonte: Os autores

Figura 5: Participação de alunos em número de mágica



Fonte: Os autores

Durante todo o período de duração do Evento, cerca de 2 horas e meia, foi também realizada uma Mostra no próprio auditório da E. E. “José de Paula França”, onde ficaram expostos banners e outros materiais de divulgação da FATEC de Cruzeiro, referentes a todos os quatro cursos atualmente disponibilizados pela Instituição: Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Gestão Empresarial, Eventos e Gestão da Produção Industrial. Pouco antes do encerramento, foram entregues *flyers* sobre o vestibular da IES a todos os presentes.

Figura 6: Mostra de banners dos cursos disponíveis na Fatec de Cruzeiro



Fonte: Os autores / FATEC.

Antes de servir um lanche ao público, foram realizadas pesquisas qualitativas junto aos alunos do ensino médio presentes no auditório da Escola Estadual “Prof^o José de Paula França”,

com perguntas semelhantes às aquelas aplicadas na pesquisa anterior, realizada em Novembro de 2018, de forma que se tornasse possível a comparação dos resultados e a comprovação ou não da eficácia da ação. Por meio destas informações foi possível avaliar o impacto do Evento sobre a intenção futura dos alunos em prestar o exame vestibular da Fatec “Prof. Waldomiro May”.

3.2 Estudo de Caso

Neste estudo a unidade de análise será baseada comparando-se a quantidade de alunos moradores da cidade de Queluz inscritos nos últimos exames vestibulares da instituição de ensino superior FATEC “Profº Waldomiro May”, por meio de informações coletadas diretamente junto à Diretoria de Serviços Acadêmicos da Instituição. Serão também efetuadas comparações com o número de inscritos residentes na cidade de Cruzeiro, em relação à cidade de Queluz.

Para efeitos comparativos, Queluz é um município no leste do estado de São Paulo, localizado na microrregião de Guaratinguetá, cuja população aferida no Censo de 2010 era de 11.309 habitantes e a área é de 249,826 km², resultando em uma densidade demográfica de 45,27 hab/km². A população estimada pelo IBGE para 1 de julho de 2014 era de 12.419 habitantes. Já Cruzeiro é um município também localizado na mesma região do Estado de São Paulo, sendo a sede da 4ª sub-região da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte, no cone leste paulista. A cidade possui uma área de 304,572 km² e a sua população em 2017 foi estimada pelo IBGE em 81.724 habitantes, com uma densidade demográfica de 268,83 hab./km² (IBGE, 2018). A distância entre as duas cidades é de cerca de 32km, gastando-se para percorrer esse trajeto cerca de 45 minutos, de ônibus ou automóvel.

Figura 7: Vista aérea da cidade de Queluz/SP



Fonte: Divulgação / Internet.

Figura 8: Vista aérea da cidade de Cruzeiro/SP



Fonte: Divulgação / Internet.

3.3 Breve Histórico da Fatec Prof. Waldomiro May

A FATEC “Profº Waldomiro May” iniciou suas atividades letivas em fevereiro de 2006, instalada inicialmente junto ao prédio da ETEC “Profº José Sant’Ana de Castro”. Finalmente em 2016, após 10 anos, a Instituição mudou-se para seu prédio próprio, localizado na Avenida Rotary, nº 383, bairro Vila Paulista, em Cruzeiro. Atualmente a unidade, cuja missão é: “promover um ensino superior gratuito de qualidade, formando profissionais com competências e conhecimentos humanísticos, científicos e tecnológicos, com princípios éticos e responsabilidade social, visando sua inserção no mercado do trabalho com diferenciais competitivos”, oferece em sua grade os Cursos Superiores de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Eventos, Gestão Empresarial e Gestão da Produção Industrial (FATEC, 2018).

Figura 9: Vista aérea da Fatec “Prof. Waldomiro May” de Cruzeiro/SP



Fonte: Site da FATEC

De acordo com a Instituição, os cursos atualmente oferecidos na unidade são:

- **Análise e Desenvolvimento de Sistemas:** O curso forma o tecnólogo que analisa, projeta, documenta, especifica, testa, implanta e mantém sistemas computacionais de informação.

Esse profissional trabalha, também, com ferramentas computacionais, equipamentos de informática e metodologia de projetos na produção de sistemas. (FATEC, 2018)

- **Eventos:** O curso de Tecnólogo em Eventos desenvolve profissionais voltados a um mercado que cresce à medida que a economia se torna mais sofisticada e competitiva. Esse campo de trabalho ao mesmo tempo tradicional e moderno demanda profissionais especializados, que dominem as técnicas específicas e tenham ao mesmo tempo uma cultura ampla, o que torna o curso interessante, dinâmico e muito versátil. (FATEC, 2018)
- **Gestão Empresarial:** O tecnólogo desta área elabora e implementa planos de negócios, utilizando métodos e técnicas de gestão na formação e organização empresarial, especificamente nos processos de comercialização, suprimento, armazenamento, movimentação de materiais e no gerenciamento de recursos financeiros e humanos. (FATEC, 2018)
- **Gestão da Produção Industrial:** Forma o profissional que faz a identificação e o estudo de oportunidades de negócios na área industrial, coordenação de equipes de produção, diagnóstico e otimização de fluxos de materiais e a utilização de conhecimentos da logística industrial. Atua nas áreas administrativa, financeira, criação, logística e produção. (FATEC, 2018)

3.4 Resultados Preliminares

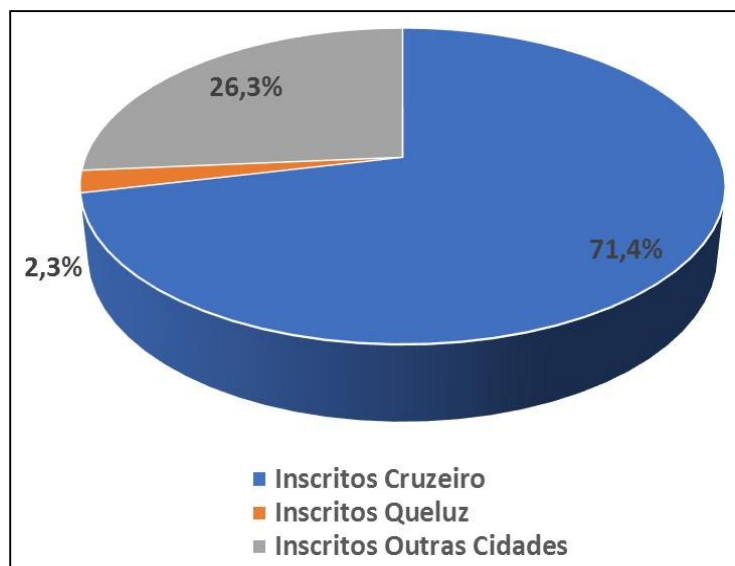
Utilizando-se de informações previamente coletadas junto à Diretoria de Serviços Acadêmicos da FATEC “Profº Waldomiro May”, foi verificado uma média muito baixa de vestibulandos residentes na cidade de Queluz nos últimos sete exames vestibulares da Instituição. O que mais chamou a atenção foi saber que, apesar de Queluz apresentar uma população cerca de 7 vezes menor do que a do município de Cruzeiro, o número de inscritos residentes nessa cidade é cerca de 30 vezes menor, conforme demonstrado na Tabela 1 e no Gráfico 3.

Tabela 1: Inscrições nos últimos vestibulares da FATEC “Profº Waldomiro May”

Semestres	Inscritos Queluz	Inscritos Cruzeiro	Inscritos de Outras Cidades	Nº Total de Inscritos
1º / 2016	15	478	248	741
2º / 2016	15	419	200	634
1º / 2017	14	442	212	668
2º / 2017	20	400	183	603
1º / 2018	9	395	145	549
2º / 2018	11	257	95	363
1º / 2019	11	347	128	486

Fonte: Diretoria de Serviços Acadêmicos da FATEC “Profº Waldomiro May”

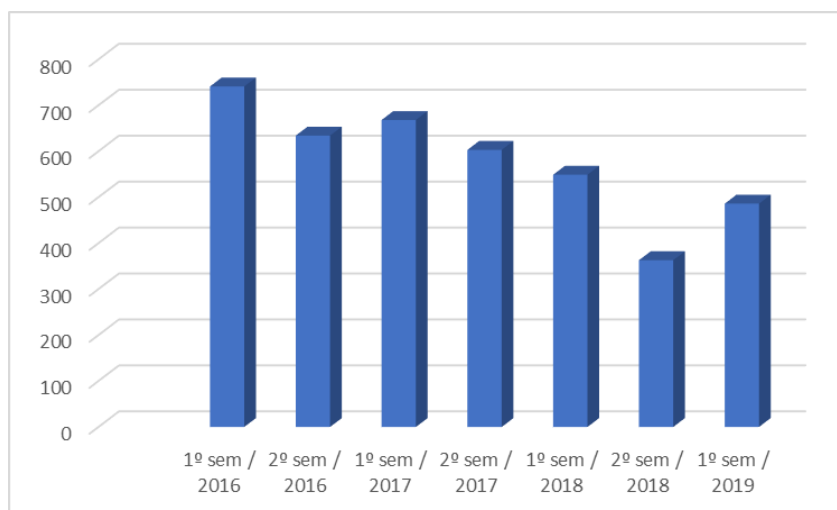
Gráfico 3: Média de Inscrições nos últimos vestibulares da FATEC “Profº Waldomiro May”



Fonte: Elaborado pelos autores baseado em dados disponibilizados pela FATEC de Cruzeiro/SP.

Foi constatado também, baseando-se do mesmo levantamento de dados, que a quantidade total de inscritos para os exames vestibulares da FATEC de Cruzeiro vem apresentando tendência de queda em suas últimas edições, tendo sofrido uma pequena reação somente no último processo seletivo, realizado no 1º semestre de 2019, conforme demonstrado no Gráfico 4.

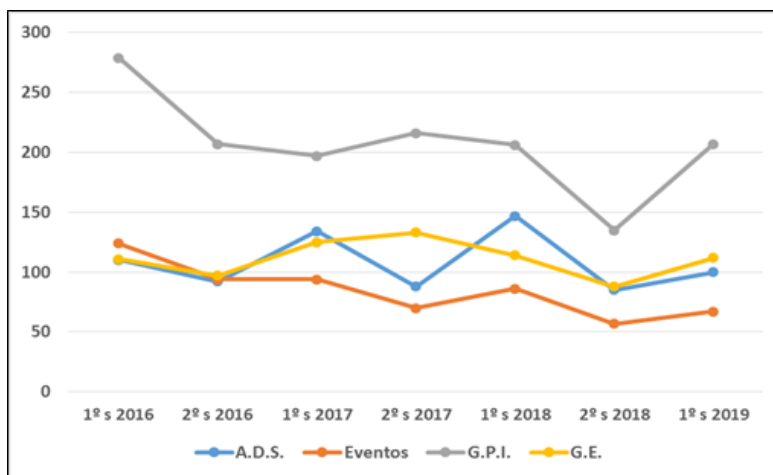
Gráfico 4: Total de inscrições nos últimos vestibulares da FATEC “Profº Waldomiro May”



Fonte: Diretoria de Serviços Acadêmicos da FATEC “Profº Waldomiro May”

Por meio de pesquisa junto ao site oficial da Fatec, verificou-se também a baixa demanda de inscrições pelo curso de Eventos, o menos procurado em relação aos demais cursos disponibilizados por esta unidade, sendo o mais procurado dentre estes o curso de Gestão da Produção Industrial (G. P. I.), conforme demonstrado no Gráfico 5.

Gráfico 5: Comparativo do número de inscrições nos cursos disponíveis na Fatec de Cruzeiro



Fonte: Análise baseada em da Diretoria de Serviços Acadêmicos da FATEC “Profº Waldomiro May”

Também foi realizada, em Novembro de 2018, uma pesquisa entre os alunos formandos do ensino médio da E. E. José de Paula França, com algumas perguntas pertinentes ao estudo de caso, conforme Anexo 2. Os resultados deste questionário encontram-se na Tabela 2.

Tabela 2: Pesquisa realizada entre os alunos da E.E. “Prof. José de Paula França” em Nov/2018

Perguntas	Sim	Não	Talvez
Você conhece a instituição FATEC de Cruzeiro/SP?	64%	36%	-
Você sabia que a FATEC é uma IES pública e gratuita?	57%	43%	-
Você sabia que a FATEC oferece isenção de 50 à 100% em sua taxa de inscrição, para alunos da rede pública de ensino com baixa renda?	26%	74%	-
Você sabia da existência de transporte subsidiado para alunos que estudam na FATEC de Cruzeiro/SP?	57%	43%	-
Você pretende prestar vestibular ao concluir o ensino médio?	46%	9%	45%
Você prestaria o vestibular da FATEC de Cruzeiro/SP?	42%	9%	49%
Você acredita que uma maior divulgação sobre a FATEC, e o que ela tem a oferecer, poderia futuramente vir a influenciar a sua opção de escolha por esta instituição, ao prestar vestibular?	69%	6%	25%

Fonte: Os autores

Ainda questionados por qual dos cursos disponíveis na FATEC de Cruzeiro/SP os alunos mais se interessariam, Gestão Empresarial ficou em primeiro lugar com 34%, seguido por Análise e Desenvolvimento de Sistemas com 20%, Eventos com 14% e Gestão da Produção Industrial com 8%. A opção “nenhum dos cursos” foi assinalada por 24% dos alunos entrevistados. Indagados por qual(is) motivo(s) não prestariam o vestibular da FATEC de Cruzeiro/SP, 17% dos alunos demonstrou “falta de interesse” pelos cursos oferecidos pela instituição, 5% alegou a “distância” entre as cidades, 1% assinalou “má reputação” da instituição, 1% não pretendia prestar vestibular, enquanto 46% respondeu não haver “nenhum” motivo e 30% não soube responder.

3.5 Resultados Obtidos do Projeto “Envolver para Crescer”

O Evento de Marketing Educacional “Envolver para Crescer” foi realizado no dia 16 de Maio de 2019, no auditório da E. E. José de Paula França, em Queluz/SP. Participaram do evento cerca de 80 estudantes, em sua maioria formandos no 3º ano do ensino médio, com alguns poucos alunos do 2º ano. Após a execução do Evento de Marketing Educacional, fora realizada uma nova pesquisa com todos os alunos participantes, com perguntas praticamente idênticas àquelas utilizadas na primeira pesquisa, realizada em Novembro de 2018, conforme Anexo 3. Por meio desta pesquisa obteve-se os seguintes resultados, demonstrados na tabela 3.

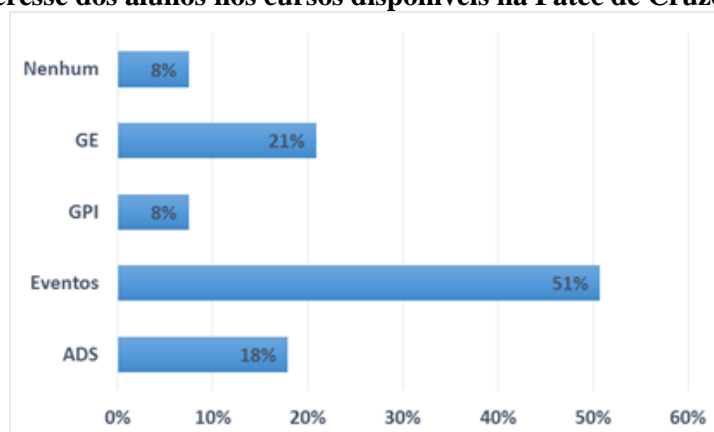
Tabela 3: Pesquisa realizada entre os alunos da E.E. “Prof. José de Paula França” em Mai/2019

Perguntas	Sim	Não	Talvez
Você já conhecia a instituição FATEC de Cruzeiro/SP	84%	16%	-
Você já sabia que a FATEC é uma IES pública e gratuita?	49%	51%	-
Você sabia que a FATEC oferece isenção de 50 à 100% em sua taxa de inscrição, para alunos da rede pública de ensino com baixa renda?	19%	81%	-
Você sabia da existência de transporte subsidiado para alunos que estudam na FATEC de Cruzeiro/SP?	60%	40%	-
Você pretende prestar vestibular ao concluir o ensino médio?	69%	0%	31%
Você prestaria o vestibular da FATEC de Cruzeiro/SP?	58%	2%	40%
Você acredita que o Evento “Envolver para Crescer” irá influenciar em sua opção de escolha pela Fatec Cruzeiro, ao prestar vestibular futuramente?	62%	2%	36%

Fonte: Os autores

Ainda questionados por qual dos cursos disponíveis na FATEC de Cruzeiro/SP os alunos mais se interessariam, Eventos ficou em primeiro lugar com 51%; seguido por Gestão Empresarial com 21%; Análise e Desenvolvimento de Sistemas com 18%; e Gestão da Produção Industrial com 8%. A opção “nenhum dos cursos” foi assinalada por 8% dos alunos entrevistados, conforme demonstrado no Gráfico 6.

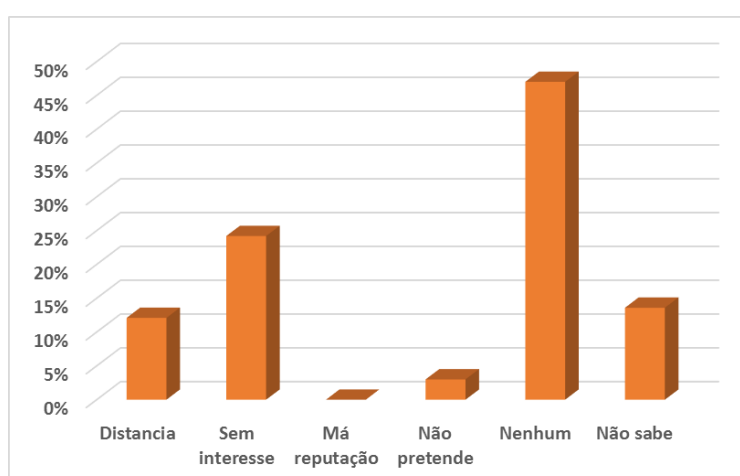
Gráfico 6: Interesse dos alunos nos cursos disponíveis na Fatec de Cruzeiro (Maio/2019)



Fonte: Os autores

Indagados por qual(is) motivo(s) não prestariam o vestibular da FATEC de Cruzeiro/SP, 24% dos alunos demonstrou “falta de interesse” pelos cursos oferecidos pela instituição; 12% alegou a “distância” entre as cidades; 3% não pretendia prestar vestibular; enquanto 47% respondeu não haver “nenhum” motivo e 14% não soube responder. Não houveram alunos assinalando “má reputação” da instituição como resposta, conforme apresentado no Gráfico 7.

Gráfico 7: Motivos para não prestar vestibular na Fatec de Cruzeiro (Maio/2019)



Fonte: Os autores

Faz-se necessário observar, porém, que a grande maioria dos alunos que respondeu a primeira pesquisa, feita cerca de seis meses antes, já concluiu o ensino médio ao final de 2018 e não participou do Evento, enquanto que a maior parte dos alunos que respondeu a esse novo questionário ainda irá se formar, ao final de 2019. Ainda existem dúvidas por parte da amostra pesquisada pois, por serem menores de idade, conjectura-se busca da permissão ou opinião dos pais ou responsáveis, que possam reforçar a decisão de efetivar ou não a inscrição no processo seletivo da Fatec “Prof. Waldomiro May”.

3.6 Análise e discussão dos resultados

Analisando os questionários aplicados na pesquisa deste estudo de caso, o primeiro em Novembro de 2018, e o segundo em Maio de 2019, após a realização de um Evento de Marketing Educacional na E. E. “Prof. José de Paula França”, com o mesmo segmento de alunos formandos no 3º ano do ensino médio, pode-se fazer algumas observações.

Com relação ao conhecimento prévio da instituição Fatec de Cruzeiro, ocorreu uma subida na faixa dos 20% entre as duas pesquisas, o que demonstra um aumento do alcance do

marketing da Fatec entre este público nesse período, mesmo antes da realização do Evento.

Sobre o conhecimento à respeito da IES ser pública e gratuita, houve pouca variação entre as duas pesquisas, mantendo certo equilíbrio. O mesmo ocorreu com a pergunta a respeito do conhecimento sobre a isenção da taxa de inscrição à pessoas de baixa renda, mantendo-se um alto índice de desinformação, em torno dos 80%, indicando que muitos desconhecem essa opção que, se melhor divulgada, poderá favorecer àqueles que realmente tem pouquíssima ou nenhuma condição financeira, mas que desejam tornarem-se alunos da IES. Manteve-se também com pouca alteração a porcentagem daqueles que já tinham conhecimento à respeito do transporte subsidiado integral ou parcialmente aos alunos de Queluz que estudam em Cruzeiro, na faixa de 60%.

Já com relação à intenção dos alunos em prestar vestibular após a conclusão do ensino médio, uma das principais questões desta pesquisa, observou-se um aumento expressivo de 23% daqueles que pretendem prestar vestibular, e ao mesmo tempo um declínio de 9% no índice daqueles que não pretendem, chegando a 0%. Questionados especificamente à respeito do interesse pelo vestibular da instituição Fatec de Cruzeiro, também ocorreu um aumento significativo de 16 pontos percentuais, e uma redução no índice de rejeição, que na pesquisa anterior era de 9%, para apenas 2% na pesquisa pós-evento.

Em outra questão importante para esta pesquisa, relacionada ao interesse do público- alvo pelos cursos disponíveis na IES, revelou-se um grande aumento de interesse pelo curso de Eventos, saltando de 14% para 51%, ou seja, uma diferença de 37% após a realização do Evento. Outra observação interessante foi a redução da opção por “nenhum curso”, de 24% para 8%, demonstrando que houve aumento real de interesse pelos cursos disponibilizados atualmente pela instituição Fatec de Cruzeiro.

Com relação aos motivos pelos quais os alunos não prestariam o vestibular da Fatec de Cruzeiro, mantiveram-se próximos os resultados entre as duas pesquisas, com cerca de 60% das respostas optando por “nenhum” ou “não sabe responder”.

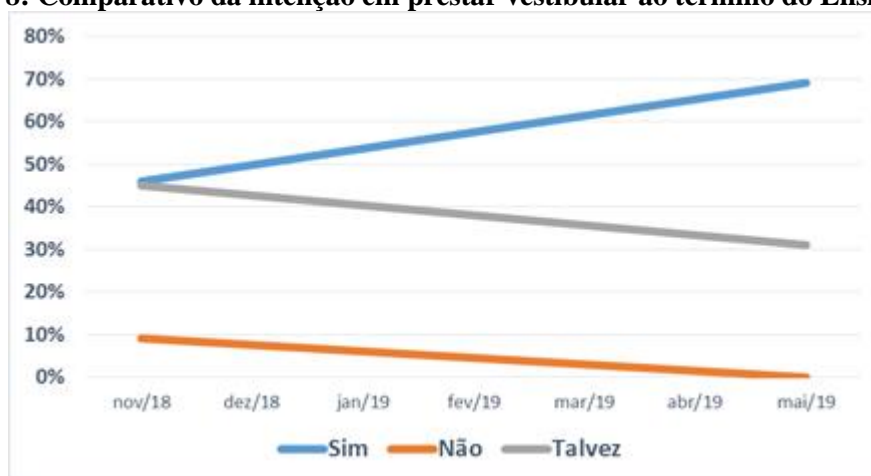
A respeito do impacto e influência de um Evento de Marketing Educacional na opção de escolha pela inscrição no exame vestibular de algum dos cursos disponíveis na Fatec de Cruzeiro, a somatória dos índices das respostas “sim” (62%) e “talvez” (36%), chegou a 99% no levantamento feito após o evento, ultrapassando os índices da pesquisa anterior, realizada em Novembro de 2018.

CONCLUSÕES

Por meio deste projeto analisou-se, utilizando metodologia apropriada, o impacto da ação de um Evento de Marketing Educacional, realizado em uma escola pública na cidade de Queluz, com o intuito de alavancar o número de inscrições na Fatec Profº “Waldomiro May” de residentes nesta cidade, bem como estimulá-los a conhecer melhor as oportunidades de formação profissional qualificada de nível superior existentes na região próxima de sua cidade. Como objetivo secundário, pretendia-se aumentar o interesse do público-alvo pelo curso de Eventos, especificamente, por ser um dos cursos com menor procura nos últimos exames vestibulares desta instituição, baseando-se na análise e discussão dos resultados obtidos.

Comparando-se os dados levantados previamente e posteriormente ao evento, é possível identificar um aumento real do interesse do público-alvo deste estudo pela inscrição no processo seletivo da instituição Fatec de Cruzeiro, confirmando a eficácia da ação, conforme demonstrado pelo Gráfico 8.

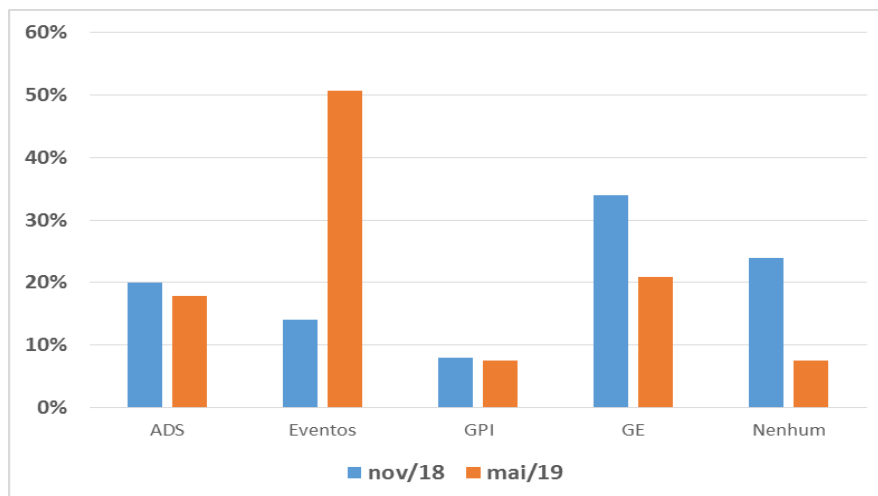
Gráfico 8: Comparativo da intenção em prestar vestibular ao término do Ensino Médio



Fonte: Elaborado pelos autores baseado em dados de pesquisas realizadas em Nov/18 e Mai/19.

Também foi possível, através da comparação do resultado das duas pesquisas realizadas, verificar um grande aumento no interesse do público-alvo pelo Curso de Eventos, objetivo secundário deste estudo, alavancando a opção pelo Curso de Gestão de Eventos da Fatec “Prof. Waldomiro May” ao primeiro lugar, e ao mesmo tempo reduzindo a opção por “nenhum dos cursos”, conforme o Gráfico 7.

Gráfico 6: Comparativo de interesse pelos cursos disponibilizados pela Fatec de Cruzeiro



Fonte: Elaborado pelos autores baseado em dados de pesquisas realizadas em Nov/18 e Mai/19.

Apesar do resultado das pesquisas apontarem inegável eficiência desta ação de Marketing Educacional, com 62% dos entrevistados afirmando sentirem-se influenciados numa escolha futura por algum dos cursos disponíveis na Fatec de Cruzeiro e outros 36% admitindo que talvez venham a sofrer essa influência, sabe-se que somente por meio da comparação do número oficial de queluzenses efetivamente inscritos nos próximos exames vestibulares da FATEC “Profº Waldomiro May”, será possível obter o embasamento final necessário para identificar possíveis variações e assim concluir sobre a eficácia desta ação, voltada principalmente à uma maior captação de alunos para os cursos disponibilizados pela IES, principalmente para o Curso de Eventos, que vem sofrendo sistematicamente com o baixo número de inscritos nos últimos exames vestibulares. Essa iniciativa, caso venha a se comprovar bem sucedida, poderá futuramente ser revisada, ampliada e melhorada, servindo como um projeto permanente dentro da IES, realizado pelos próprios alunos do Curso de Eventos, visando a captação de novos alunos para a mesma, e auxiliando no desenvolvimento de novas estratégias para que a instituição Fatec “Prof. Waldomiro May” se mantenha cada vez mais envolvida e próxima da comunidade e consequentemente do seu público-alvo, ao mesmo tempo em que amplia as perspectivas dos alunos de ensino médio de escolas públicas, aumentando assim a porcentagem média de inscrições dos residentes de Cruzeiro e região, por meio da captação direta de alunos formandos do ensino médio, tanto em escolas públicas quanto privadas.

REFERÊNCIAS

ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Eventos. **II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil – 2013**. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/wp->

content/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf>.
Acesso em: 13 nov. 2018.

AMPRO - Associação de Marketing Promocional. **II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil – 2013**. Disponível em: <<http://www.ampro.com.br/Pesquisas/19>>
Acesso em: 13 de nov. 2018.

ALVARELI, Luciani Vieira Gomes; TOBIAS, Eurídice da Conceição; MORAIS, Leonidas Magno de. **Modelo de artigo Fatec Cruzeiro – Professor Waldomiro May**. Cruzeiro: Centro Paula Souza, 2017. Disponível em: <<http://www.fateccruzeiro.edu.br/downloads/projetos/artigo2017.doc>>. Acesso em: 20 out. 2016.

BRASIL, IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - **Município de Cruzeiro, SP** População no último censo, 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/cruzeiro/panorama>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

BRASIL, IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - **Município de Queluz, SP**. População no último censo, 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/queluz/panorama>>. Acesso em: 13 nov. 2018.

BRASIL, Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **MEC e Inep divulgam dados do Censo da Educação Superior 2016**. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais, 2016. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/mec-e-inep-divulgam-dados-do-censo-da-educacao-superior-2016/21206>. Acesso em 19 de nov. 2018.

BRASIL, Ministério da Educação. **Cursos Superiores de Tecnologia**. Portal do Ministério da Educação, 2018. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/observatorio-da-educacao/323-secretarias-112877938/orgaos-vinculados-82187207/12880-cursos-superiores-de-tecnologia>>
Acesso em: 18 de nov. 2018.

CARVALHO, B. G.; BERBEL, M. C. **Marketing educacional: como manter e conquistar mais alunos**. 2ª ed. São Paulo: Alabama, 2001.

COSTA, A. R.; TALARICO, E. de G., **Marketing Promocional**. Descobrimo os segredos do mercado. São Paulo: Atlas, 1996.

COUTINHO, Helen Rita Menezes. **Organização de eventos**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010, p. 17, 19.

FATEC. **Faculdade de Tecnologia "Profº Waldomiro May"**. Cruzeiro, 2018. Disponível em: <<https://www.fateccruzeiro.edu.br>> Acesso em: 8 de nov. 2018

GIACOMO, Cristina. **Tudo acaba em festa**. São Paulo: Página Aberta, 1993.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** / Antonio Carlos Gil. – 6ª ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, Rui. **Mais vagas do que alunos no Ensino Superior**. Quero Bolsa. Publicado em 1º de março de 2018. Disponível em:

<<https://querobolsa.com.br/revista/ociosidade-de-vagas-no-ensino-superior>> Acesso em: 13 de nov. 2018.

LAS CASAS, A. L. **Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2010.

LAS CASAS, A. L. **Marketing de Serviços**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MANES, J. M. **Marketing para instituições educativas**. Barcelona: Granica, 1997.

MEIRA, Letícia. **Marketing educacional: como captar mais alunos**. Surfe Digital, 2018. Disponível em: <<https://surfedigital.io/blog/marketing-educacional/>> Acesso em: 18 nov. 2018.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. 18ª ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

THIOLLENT Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 1986.

UTFPR. **Universidade Tecnológica Federal do Paraná**. Curso Superior de Tecnologia - O que é isso? Disponível em: <<http://www.utfpr.edu.br/apucarana/cursos/tecnologias/Ofertados-neste-Campus/curso-superior-de-tecnologia-o-que-e-isso>> Acesso em: 13 de nov. 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.