



Pesquisa de Perfil, Expectativas e Percepção de Qualidade

Alunos de Programas de MBA

2013

Tópicos



Sobre a Anamba



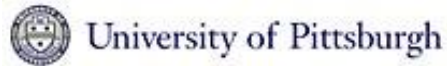
Objetivos da Pesquisa



Metodologia



Principais Resultados



Sobre a Anamba

- Tem por missão contribuir para a excelência dos cursos de MBA no Brasil, desenvolvendo parâmetros de qualidade que norteiem sua estruturação e oferta.
- É prioridade da ANAMBA manter o mercado informado sobre a qualidade dos diferentes programas oferecidos para que os candidatos disponham de informações relevantes e sintam-se mais confortáveis no momento da complexa escolha de um curso de MBA
- A existência de um corpo docente motivado e competente, a elaboração de currículos acadêmicos consistentes e inovadores, aliados à atuação de um corpo docente qualificado, compõem o perfil dos programas credenciados pela ANAMBA.

Sobre a Pesquisa

- Alinhado a este objetivo, realizamos a pesquisa bianual com os alunos e ex-alunos dos cursos credenciados pela ANAMBA. Os resultados desta pesquisa auxiliam não apenas as escolas afiliadas no processo de decisão empresarial e na configuração dos programas, mas também esclarece o público empresarial – *headhunters*, profissionais de RH etc. – acerca do perfil de alunos e programas.

Objetivos da Pesquisa



Contribuir para que os futuros alunos de MBA compreendam melhor os programas existentes no país



Auxiliar as escolas brasileiras no processo de decisão empresarial e na configuração dos programas



Esclarecer o público empresarial – *headhunters*, profissionais de RH etc. – acerca do perfil de alunos e programas



Medir o avanço e os resultados dos programas afim de garantir sua qualidade

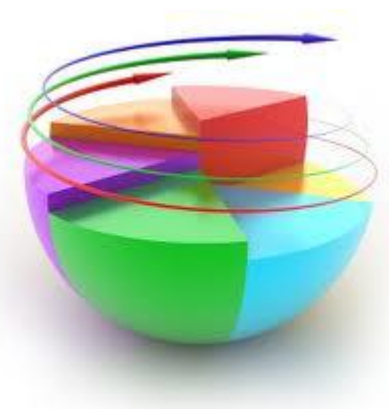
Metodologia

- Instrumento de auto-preenchimento enviado a todos os alunos de MBAs abertos das escolas conveniadas à Anamba
- MBA de todas as especialidades
- Preenchimento *on-line* em **Setembro-Outubro de 2013**
- Questões rigorosamente formuladas, intensamente debatidas e testadas com piloto para garantir validade e confiabilidade das respostas
- Amostra de **471 alunos e 296 ex-alunos**
- Não houve abertura por escola ou tipo de curso. A razão disso é manter o sigilo das informações internas das escolas.

- Ressalta-se que as escolas afiliadas à ANAMBA preocupam-se com seus critérios de qualidade e contam com reputação superior à média dos cursos de mercado. Logo, os resultados descritos a seguir representam melhor o extrato superior do ensino de extensão executiva no Brasil.



PRINCIPAIS RESULTADOS



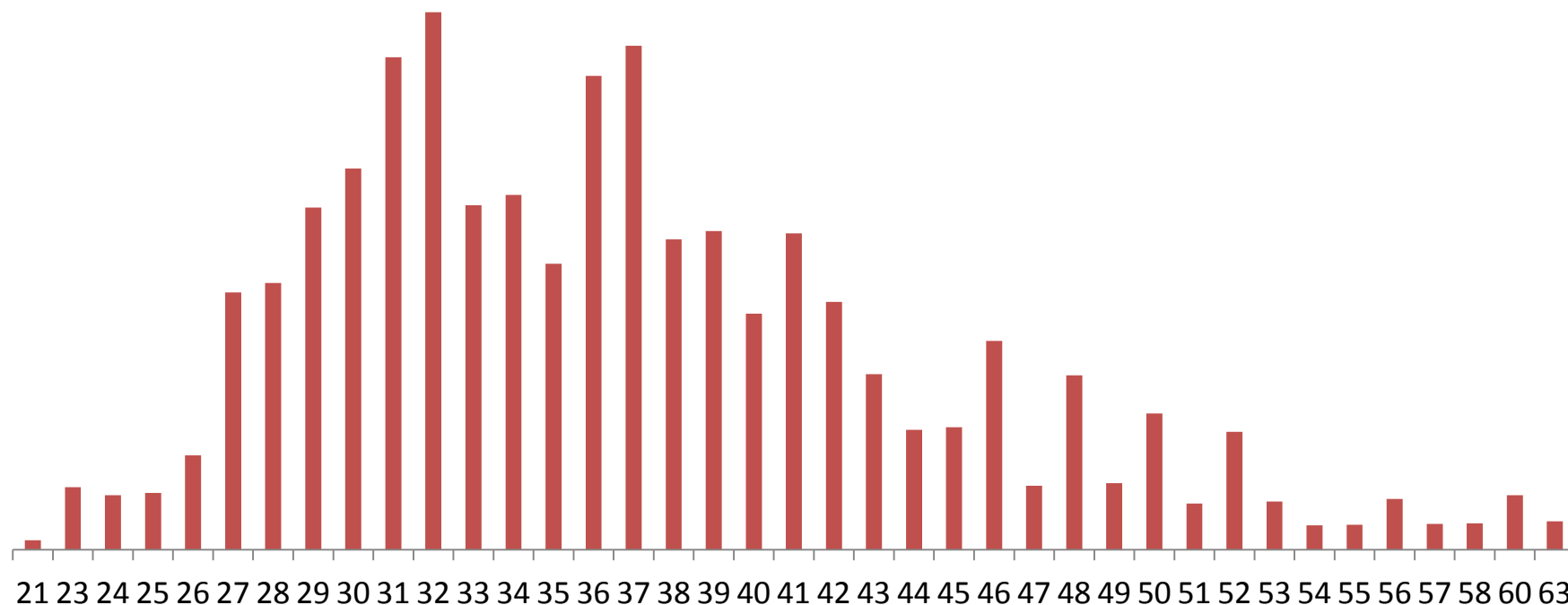
Perfil do Aluno



Itens

- Idade
- Gênero
- Fluência em idiomas
- Cargo ocupado
- Setor geral da empresa em que trabalha
- Tamanho da empresa
- Como paga o curso

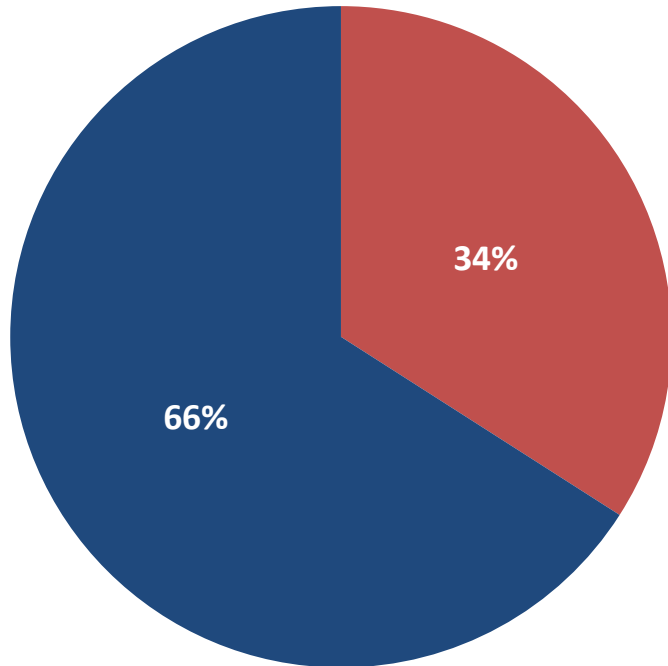
Idade - Alunos



A idade mais observada foi de 32 anos. A dispersão, contudo, também foi alta. Como o histograma abaixo demonstra, a menor idade entre os alunos pesquisados é 21 anos enquanto o aluno mais velho tem 63. Aproximadamente 70% dos participantes dos programas de MBA estudados têm entre 28 e 40 anos. Não houve diferenças de idade entre mulheres e homens e não foram observadas diferenças significativas nas idades entre as duas pesquisas

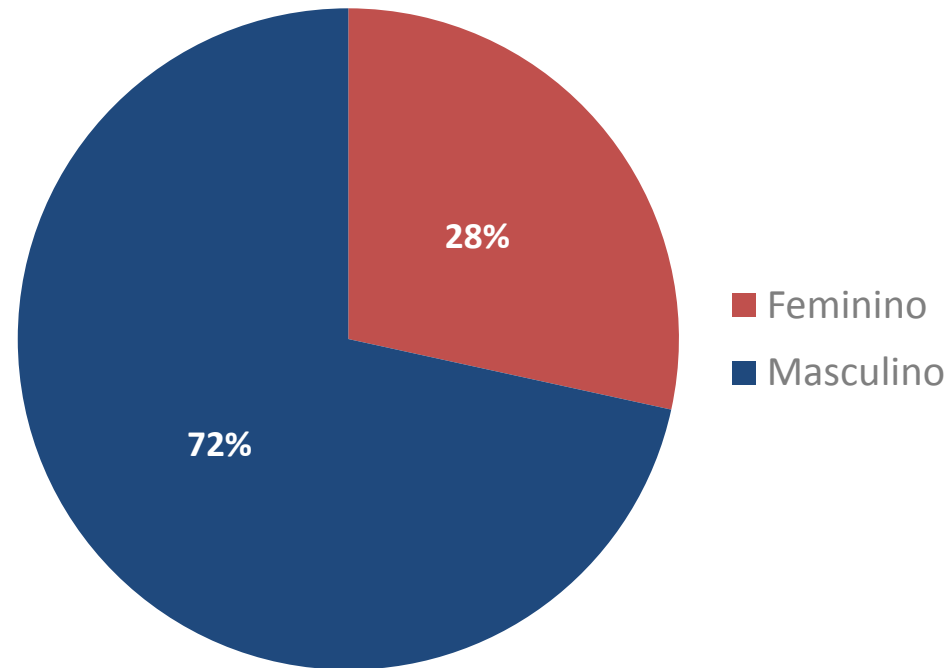
Gênero

Alunos



*Percentual em relação a amostra (N=470)

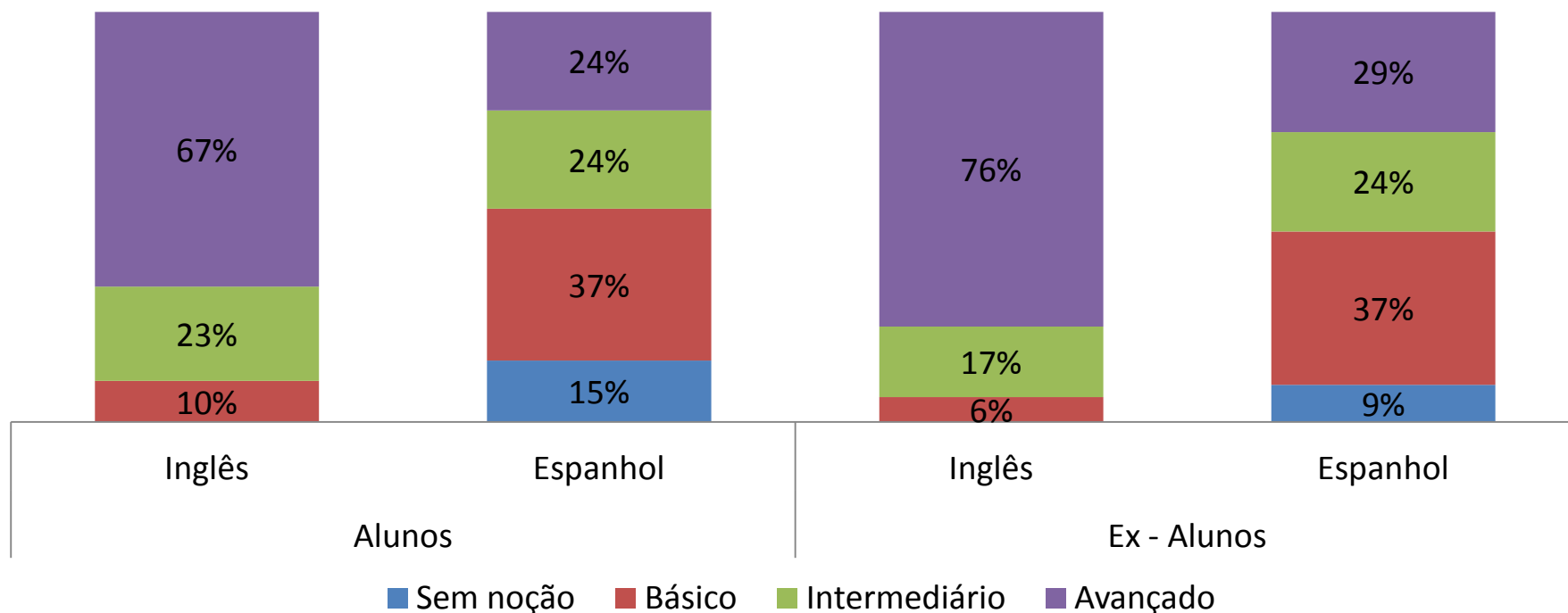
Ex- Alunos



*Percentual em relação a amostra (N=296)

Gênero - A maioria dos alunos pesquisados é do gênero masculino, 66% dos participantes de MBA das escolas pertencentes à Anamba são homens. Curiosamente, os indicadores de gênero na educação superior no Brasil indicam um número maior de mulheres. Esta discrepância pode ser oriunda da ainda maior “masculinidade” do universo corporativo, sobretudo para níveis hierárquicos superiores. Entretanto, observa-se sensível diferença entre as amostras deste ano e de dois anos atrás. Em 2011, 71% dos alunos eram homens.

Fluência em Idiomas



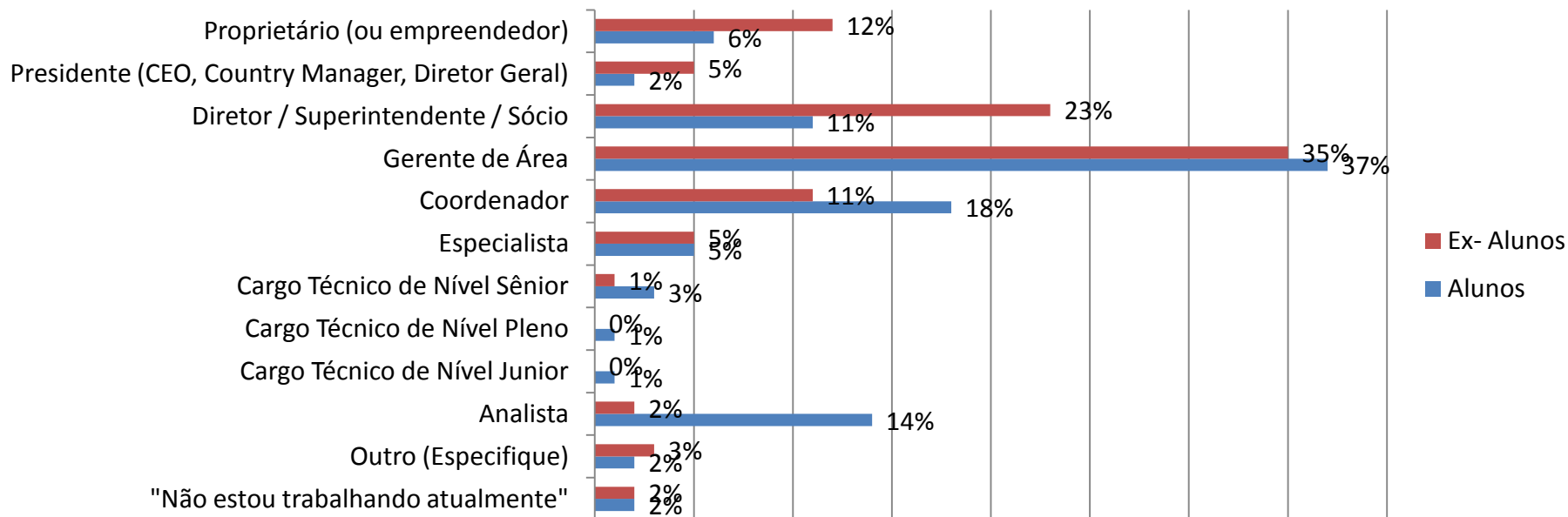
*Percentual em relação a amostra (N=470)

*Percentual em relação a amostra (N=296)

Fluência em idiomas - A fluência em idiomas é uma das habilidades mais requeridas no mundo executivo. Por isso, procuramos investigar o assunto. Como demonstra o gráfico ao abaixo, 67% dos alunos indicaram ter Inglês avançado (nível máximo da escala apresentada). Em espanhol, tal valor cai a apenas 24% da amostra. Contudo, nossa experiência vivencial nos leva a inferir que superestimam seu real conhecimento em inglês. Ainda mais preocupante é a constatação de que o número de alunos que declararam nível avançado do idioma reduziu-se 3,5% em comparação com a pesquisa anterior, lembrando que a expectativa é que a amostra de escolas afiliadas à ANAMBA represente a parcela mais elitizada dos alunos de MBA no Brasil. Os ex-alunos declararam maior fluência em Inglês e espanhol, respectivamente 76% e 29%.

Nível Hierárquico Ocupado - Comparativo

“Qual dos níveis hierárquicos abaixo mais se aproxima daquele hoje ocupado por você?”

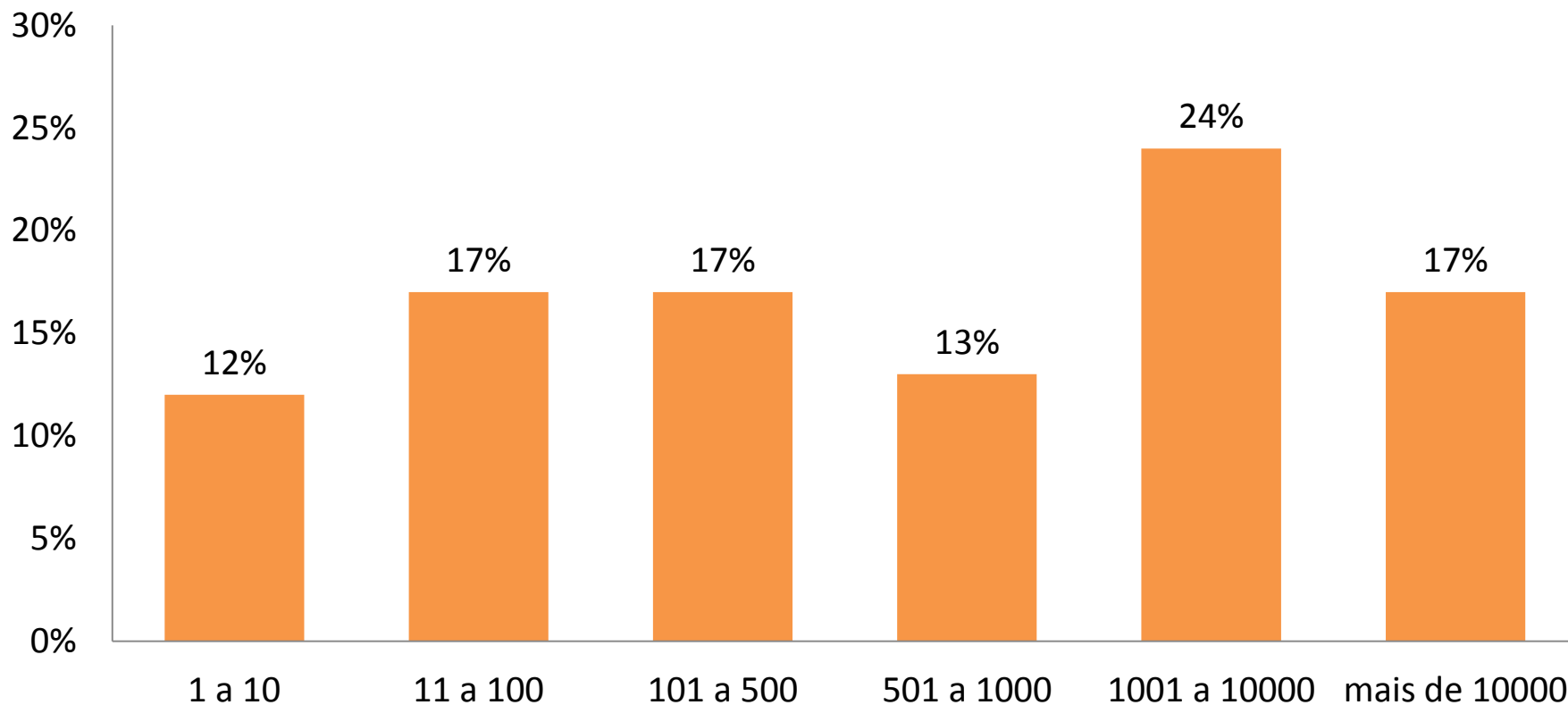


*Percentual em relação a amostra (N=766)

Cargo ocupado - O nível hierárquico mais comumente ocupado pelos alunos de MBA é o de gerente de área, com 37% dos alunos. Cerca de 67% dos alunos tem, pelo menos, o grau de Coordenador. Apenas 2% dos alunos está desempregado e 6% é proprietário de sua empresa. Pouco mais de 12% dos alunos é diretor ou presidente da empresa em que atua. A composição dos ex-alunos é nitidamente diferente, com 75% dos alunos ocupando cargos, pelo menos, de coordenação e 12% declarando ser proprietários de seus negócios. Cerca de 28% dos ex-alunos de cursos de MBA premium atingiram o cargo de diretor ou presidente em suas empresas. A conclusão dos cursos de MBA das escolas associadas à ANAMBA parece ter contribuído para o desenvolvimento profissional dos ex-alunos, segundo 89% deles, os cursos tiveram resultados gerais muito efetivos (atingiram ou superaram as suas expectativas). Cerca de 44% dos ex-alunos também atribuem alta ou muito alta parcela de contribuição sobre o aumento de seus salários à obtenção do título ou dos conhecimentos adquiridos durante o curso de MBA.

Tamanho da Empresa – Alunos

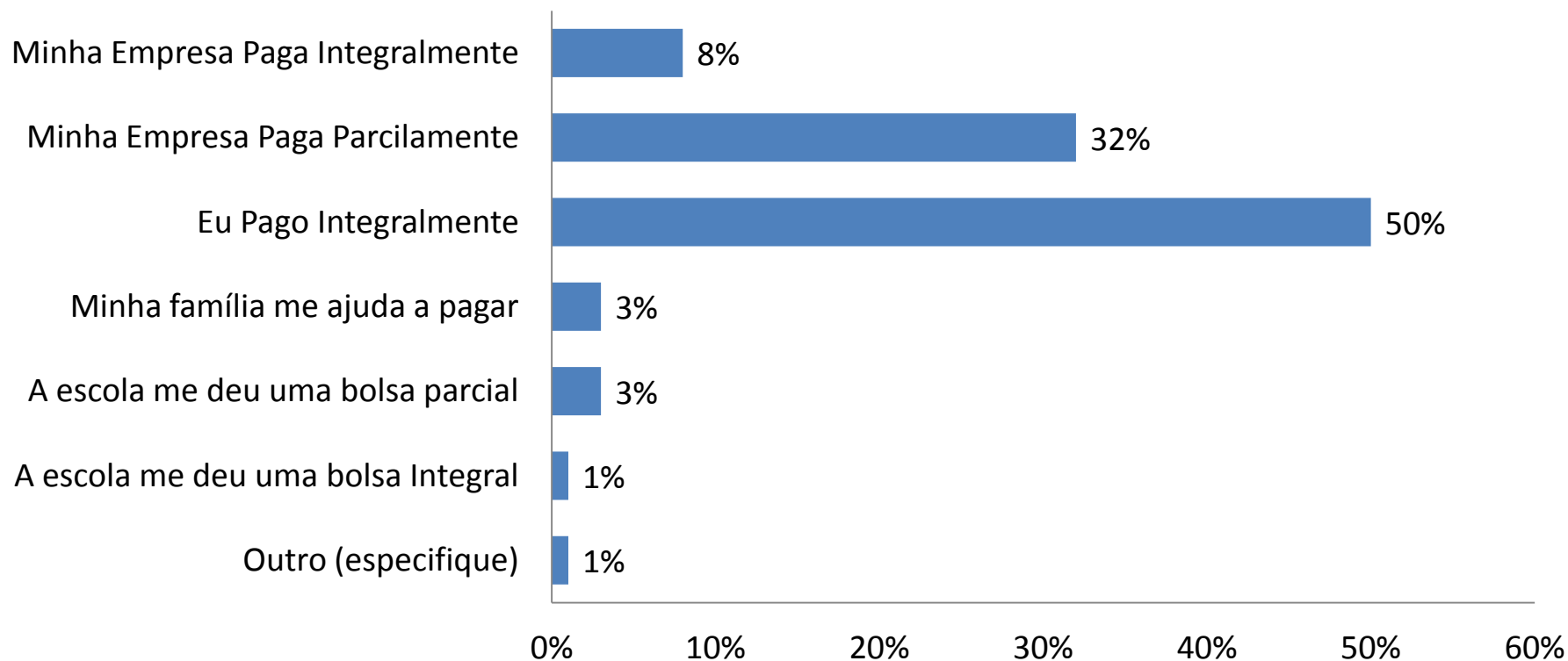
Número de funcionários diretos de sua empresa



*Percentual em relação a amostra (N=470)

Modo de Pagamento do MBA - Alunos

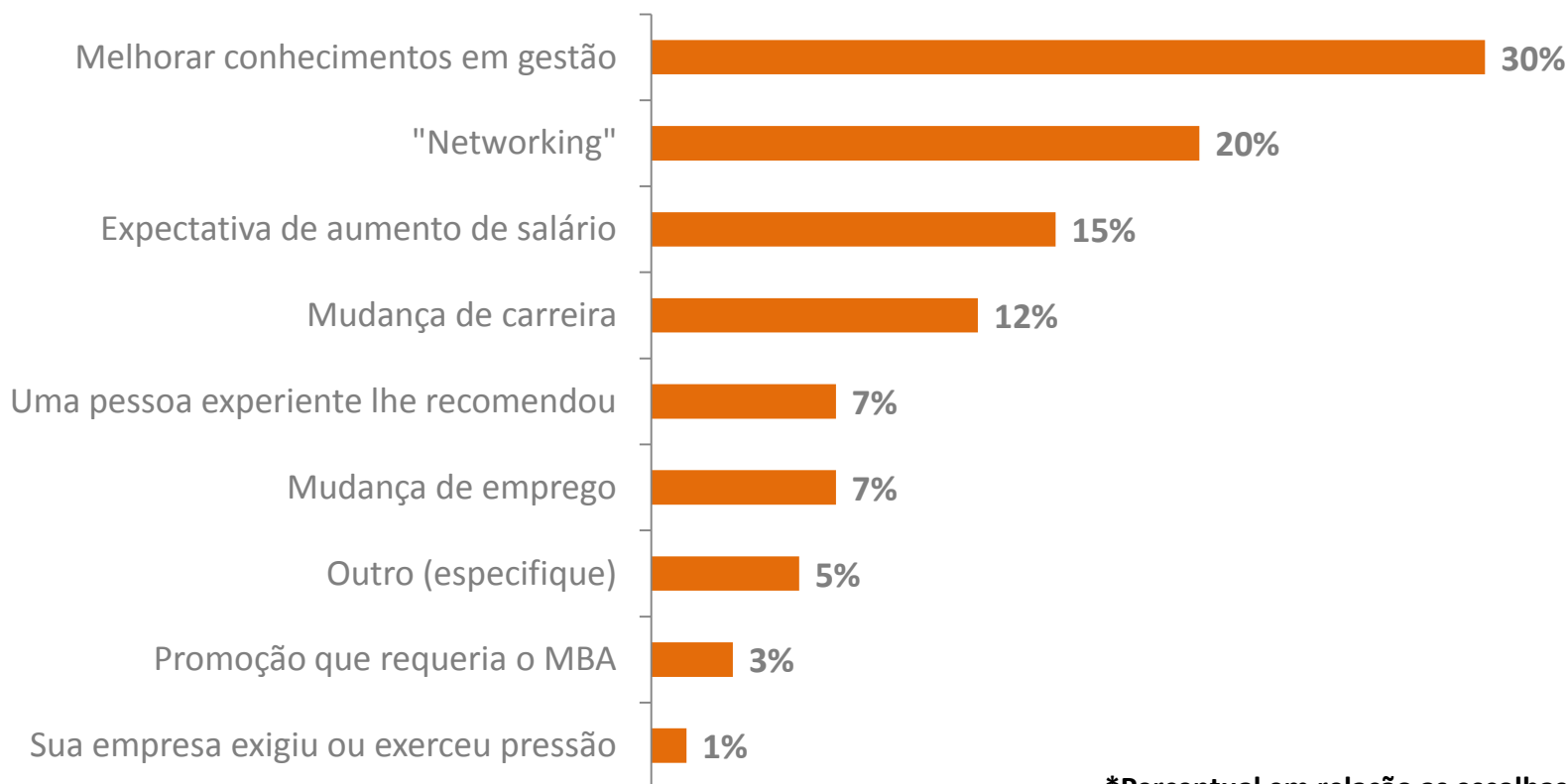
Quais das formas abaixo você utiliza para pagar seu MBA?



*Percentual em relação a amostra (N=470)

Como paga o curso - O perfil de pagamento do MBA é bastante heterogêneo. A maioria dos alunos paga integralmente (53%). Os alunos de MBA parecem ter assumido maior responsabilidade pelo seu ensino. Na pesquisa anterior, 54% dos alunos era, pelo menos parcialmente, subsidiado pela empresa. Este número caiu para 43% na pesquisa de 2013.

Motivos para fazer MBA/Alunos



*Percentual em relação as escolhas (N=1413)

Motivos para fazer um MBA

Os alunos de MBA são ávidos por obter mais conhecimento. O motivo mais citado para participar de um programa de MBA foi a “Melhora de conhecimentos de Gestão”. Isso indica a necessidade de robustez conceitual aliada à praticidade que o mercado de trabalho exige que nossos alunos. O enriquecimento de sua rede de contatos – o networking – é a segunda razão mais indicada pelos alunos para que façam um MBA. O aumento efetivo de salário é o terceiro item mais citado. Assim, nota-se que o crescimento profissional objetivo é um anseio dos estudantes investigados. Os principais motivos para participar de um programa de MBA não se alteraram entre 2011 e 2013.

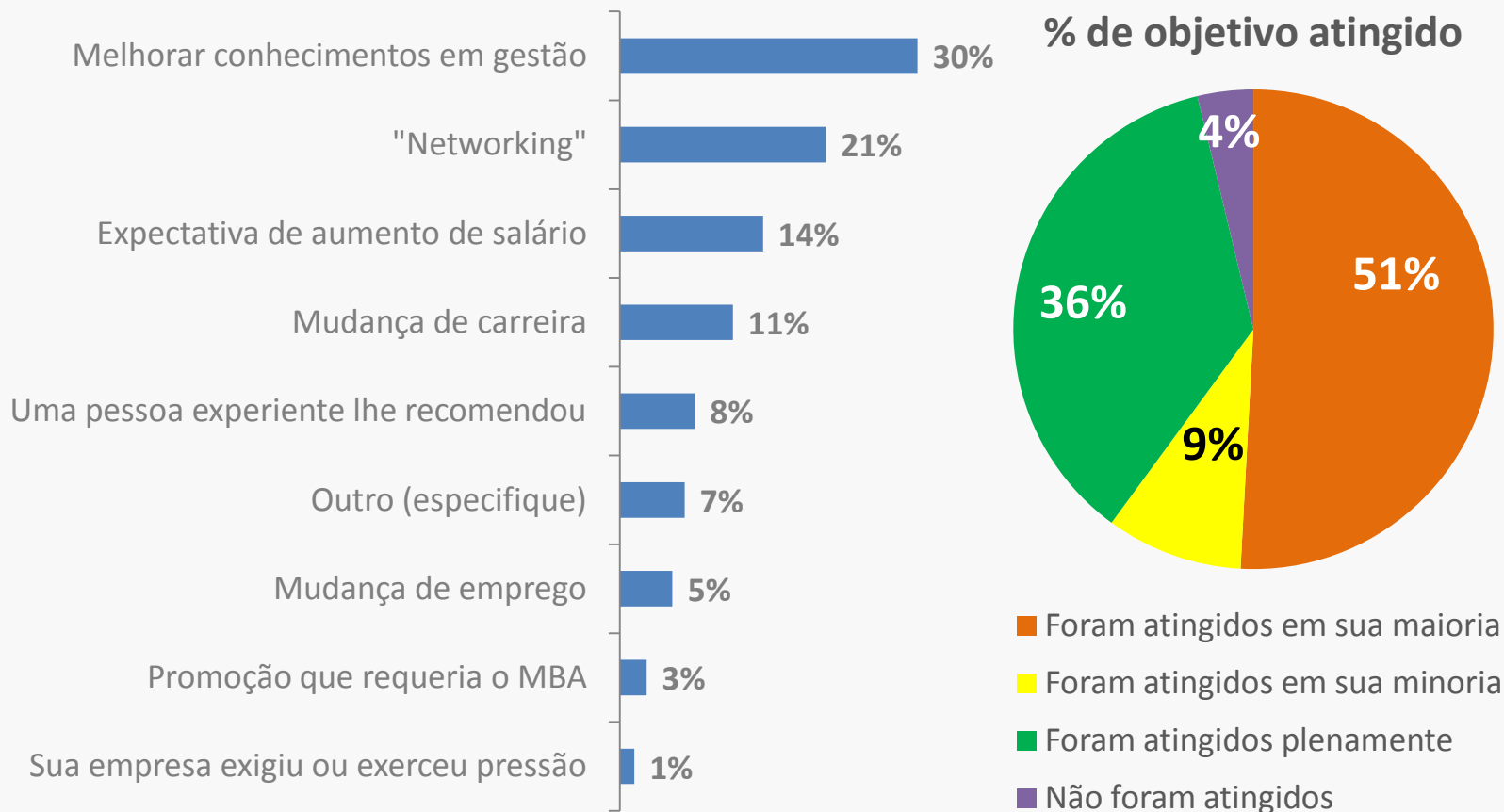
Motivos para fazer MBA/Alunos

Word Cloud



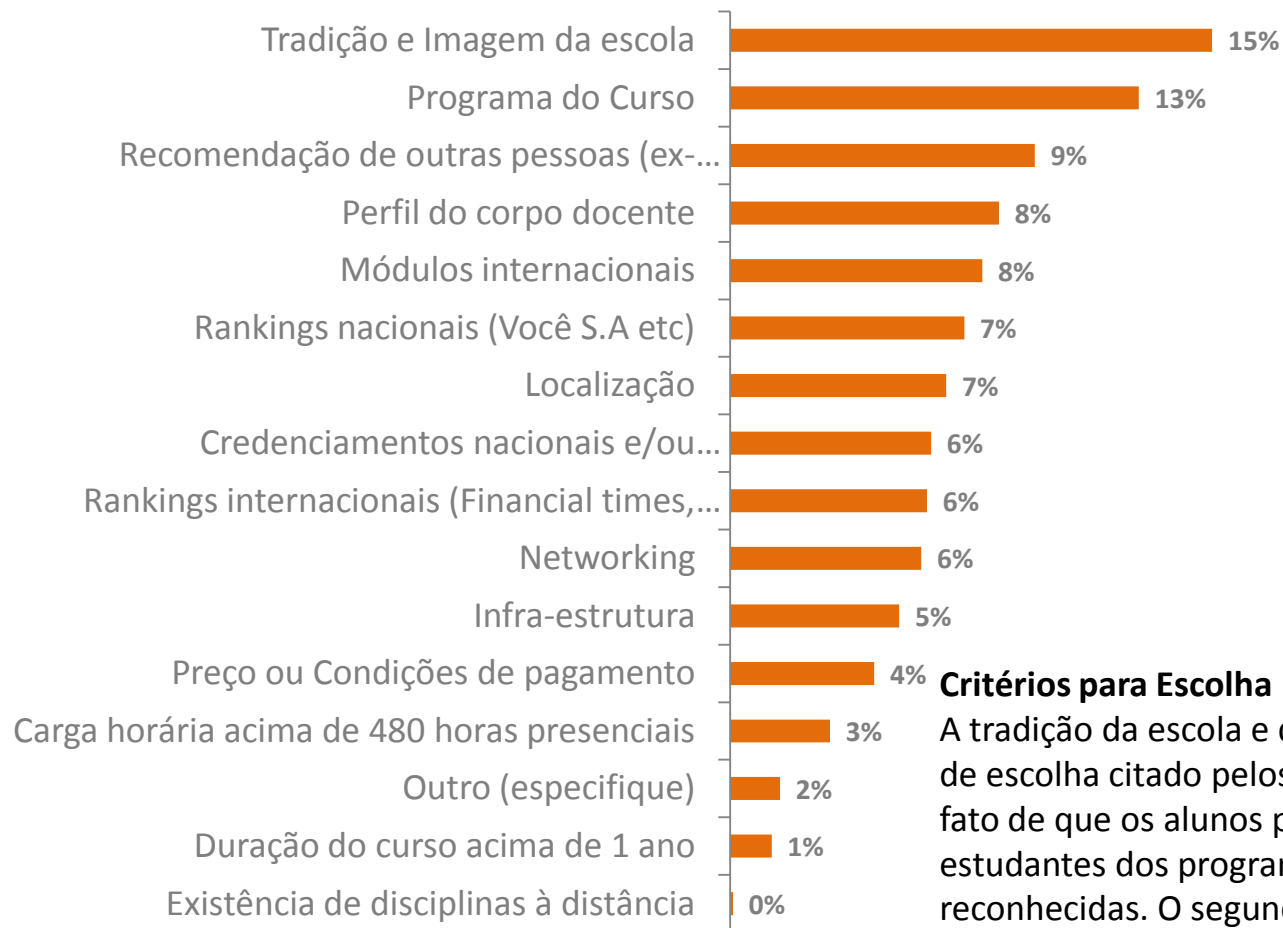
Motivos para fazer MBA/Ex-Alunos

Motivos que melhor representam o que levou a fazer um MBA



*Percentual em relação as escolhas (N=888)

Critérios para Escolha/Alunos



Critérios para Escolha

A tradição da escola e do curso é o principal critério de escolha citado pelos alunos. Nota-se, contudo, o fato de que os alunos pesquisados são atualmente estudantes dos programas das instituições mais reconhecidas. O segundo critério citado pelos alunos é o programa apresentado pela instituição. Apesar desta busca por marca, a recomendações de outros participantes e o boca-a-boca é outro dos principais critérios de escolha. O gráfico ao abaixo confere os detalhes.

*Percentual em relação as escolhas (N=2355)

Considerações Finais

O resultado desta pesquisa reforça a importância de acompanhar as tendências do mercado de MBA. E a partir desta edição, apresenta também o impacto que os programas de MBA de primeira linha nas carreiras de executivos, afirma o Diretor Executivo Professor Armando Dal Coletto.



ANAMBA

Tel: 11 97590-2228

Email: comunicacao@anamba.com.br