



Pesquisa Anual de Perfil, Expectativas e Percepção de Qualidade

Alunos de Programas de MBA
2011



Tópicos



Sobre a Anamba



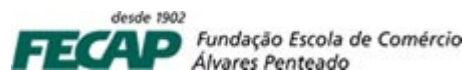
Objetivos da Pesquisa



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 discente 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.

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 associadas à Anamba
- MBA de todas as especialidades
- Preenchimento *on-line* em Abril-Maio de 2011
- Questões rigorosamente formuladas, intensamente debatidas e testadas com piloto para garantir validade e confiabilidade das respostas
- Amostra de 552 alunos (alunos de 1º semestre não responderam)
- Não houve abertura por escola ou tipo de curso. A razão disso é manter o sigilo das informações internas das escolas.

PRINCIPAIS RESULTADOS



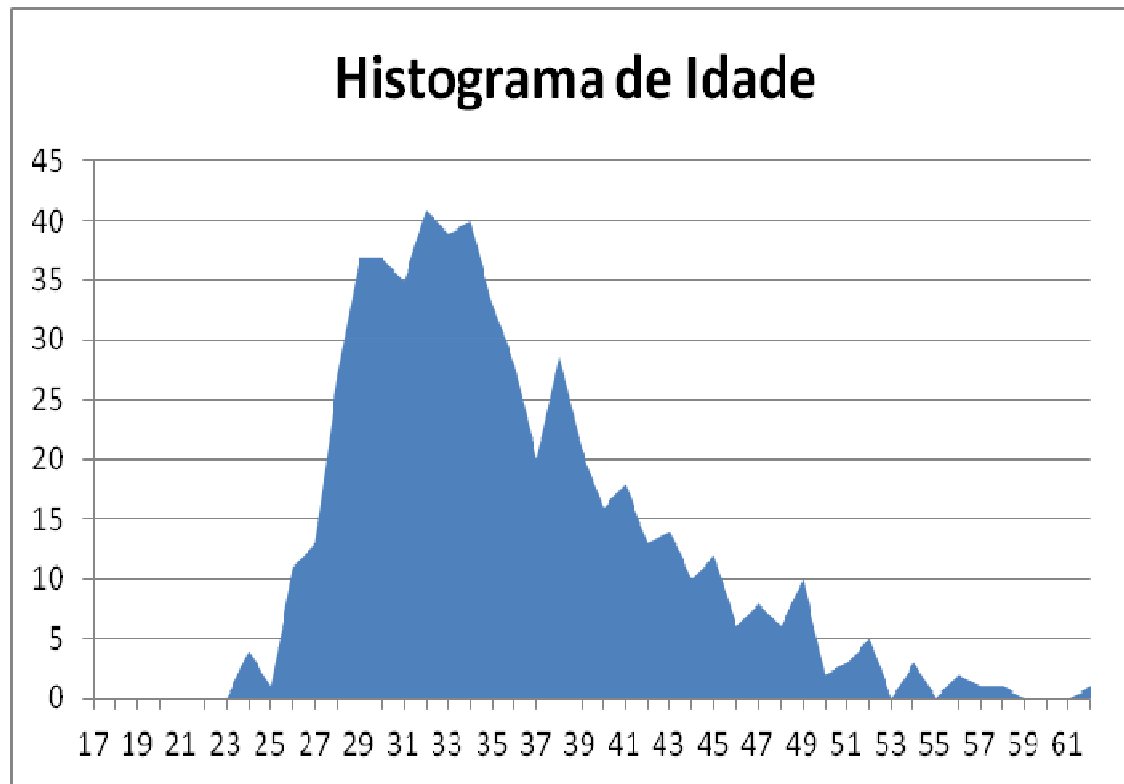
Perfil do Aluno



Itens

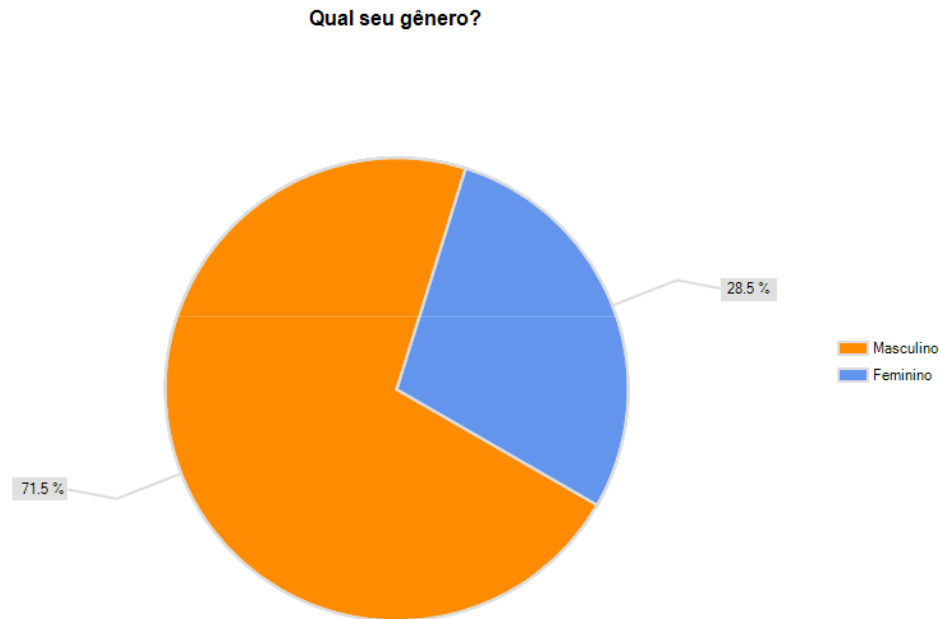
- Idade
- Gênero
- Fluência em idiomas
- Cargo ocupado
- Setor geral da empresa em que trabalha
- Tamanho da empresa
- Como paga o curso

Idade



A idade mais observada foi de 32 anos. A dispersão, contudo, também foi alta. Como o histograma ao lado demonstra, a menor idade entre os alunos pesquisados é 24 anos enquanto o aluno mais velho tem 62. Aproximadamente 67% dos participantes dos programas de MBA estudados têm entre 28 e 38 anos. Não houve diferenças de idade entre mulheres e homens.

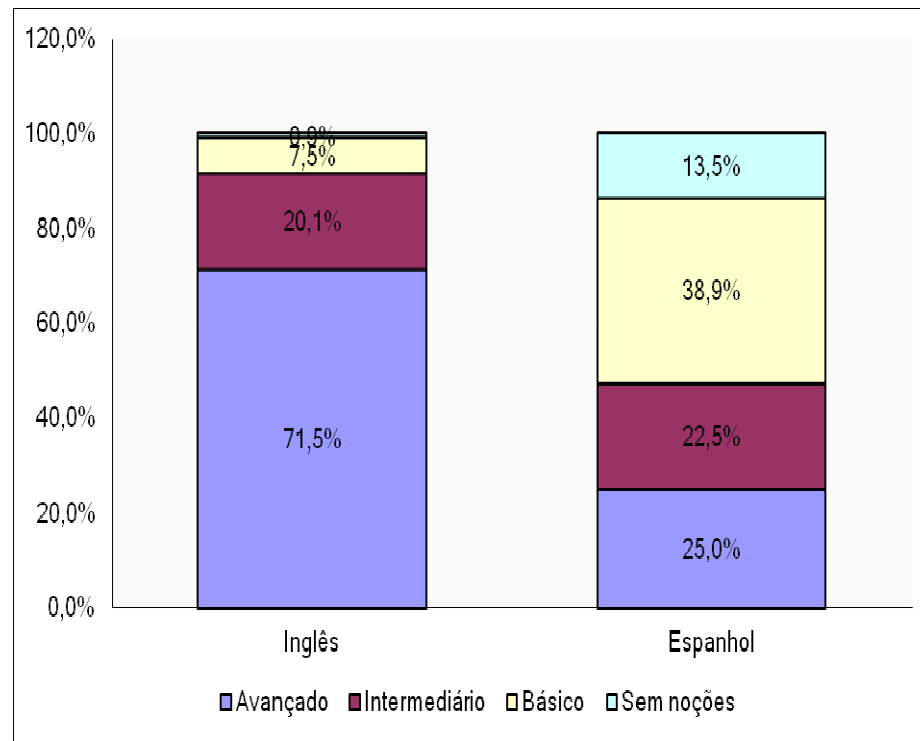
Gênero



A maioria dos alunos pesquisados é do gênero masculino. Como denota o gráfico ao lado, 71,5% 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.

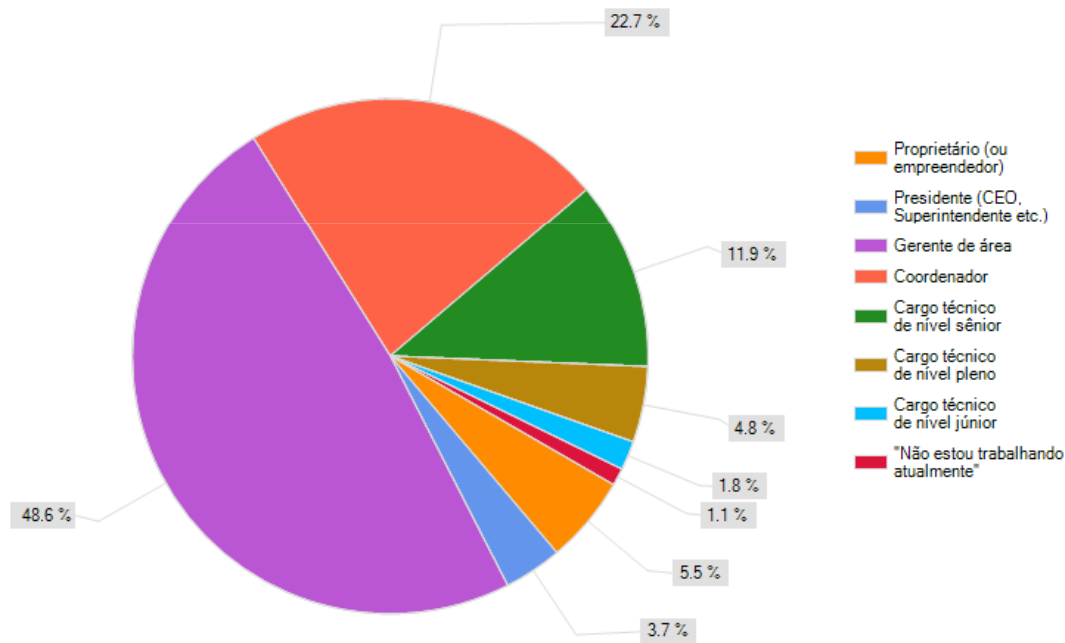
Fluência em Idiomas



A fluência em idiomas é uma das habilidades mais requeridas no mundo executivo. Por isso, procuramos investigar o assunto. Como demonstra o gráfico ao lado, 71,5% dos alunos indicaram ter Inglês avançado (nível máximo da escala apresentada). Em espanhol, tal valor cai a apenas um quarto da amostra. Contudo, nossa experiência vivencial indica que menos de 70% dos estudantes possuem de fato fluência no idioma britânico.

Nível Hierárquico Ocupado

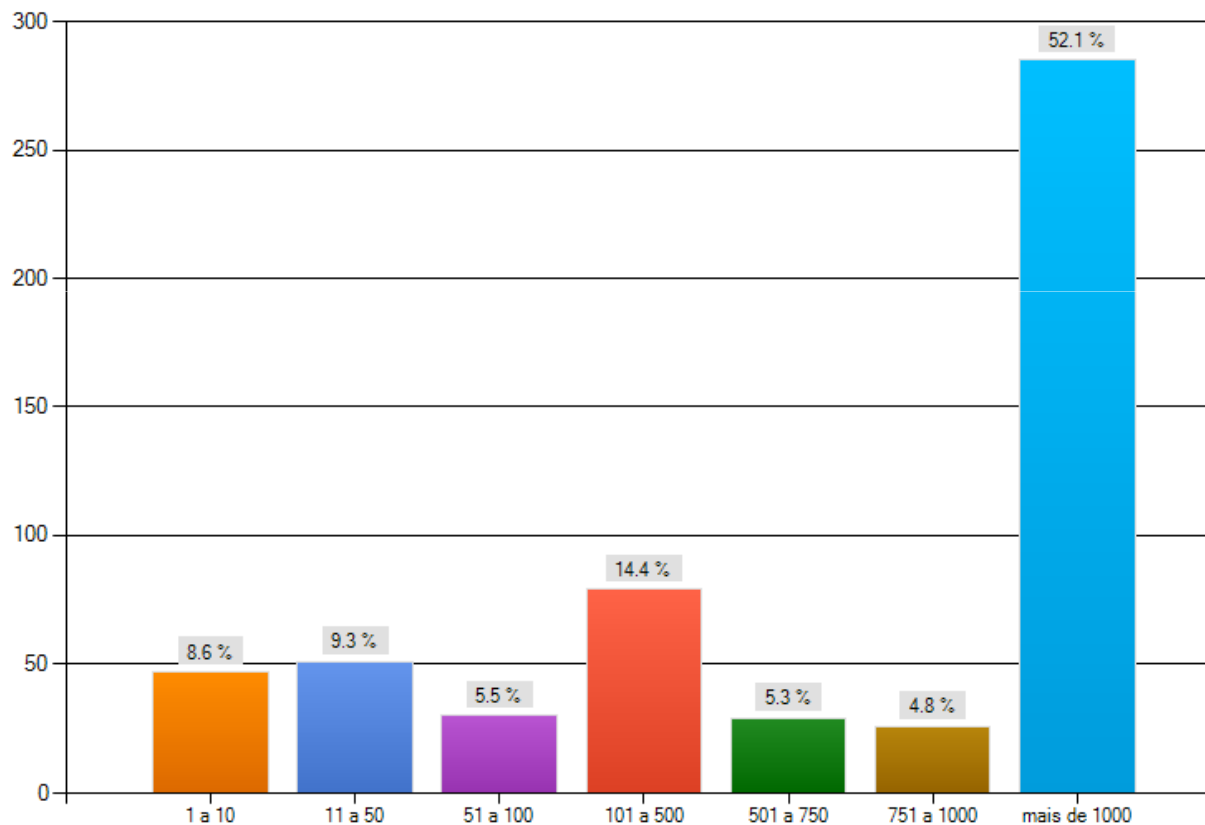
Qual dos níveis hierárquicos abaixo mais se aproxima daquele hoje ocupado por você?



O nível hierárquico mais comumente ocupado pelos alunos de MBA é o de gerente de área. O segundo mais tipicamente exercido é o de coordenador. Cerca de 62% dos alunos se encontram entre tais graus. Apenas 1% dos alunos está desempregado e 5,5% é proprietário de sua empresa. Pouco mais de 3,7% dos alunos é diretor da empresa em que atua.

Tamanho da Empresa

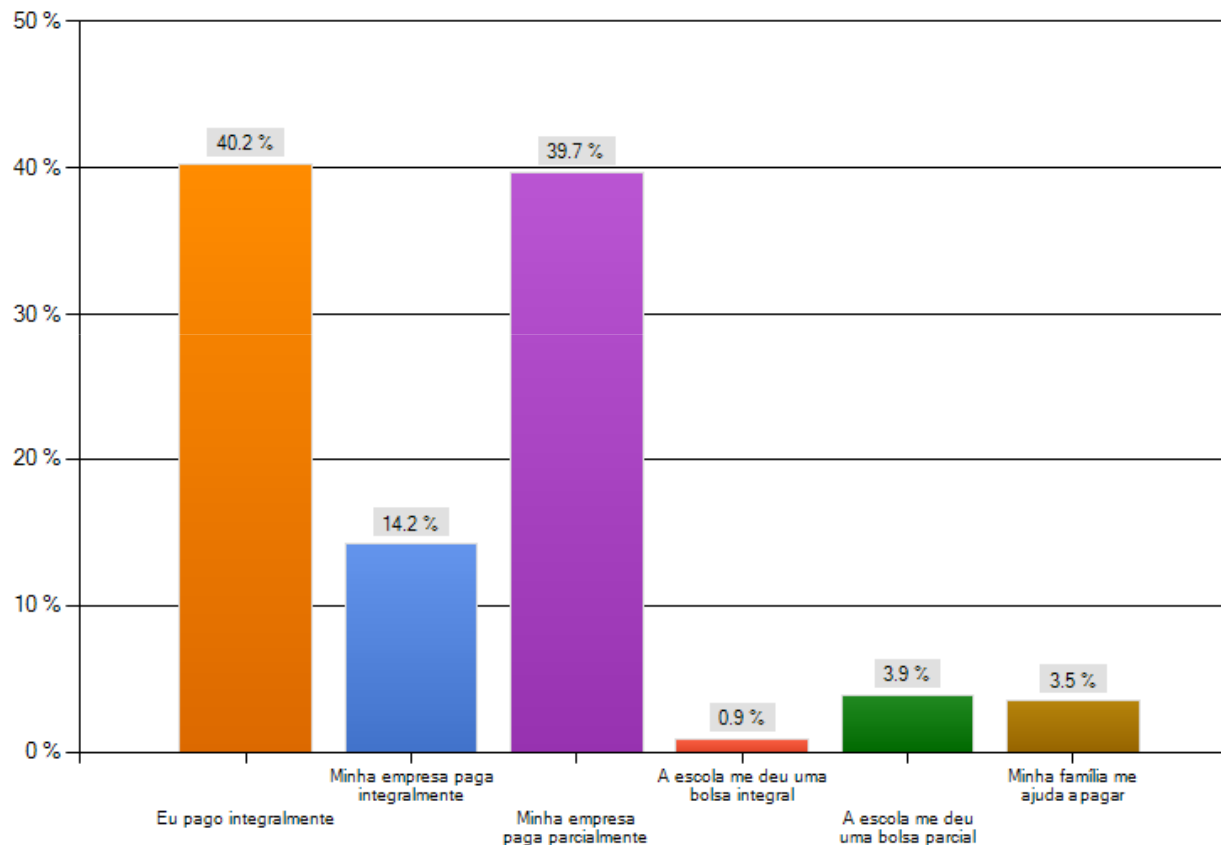
Qual o número de funcionários diretos de sua empresa? No caso de multinacional, indicar apenas a unidade brasileira



Mais da metade (52%) dos alunos trabalha em organizações de grande porte.

Modo de Pagamento do MBA

Quais das formas abaixo você utiliza para pagar seu MBA? Escolha quantas refletir seu caso.



O perfil de pagamento do MBA é bastante heterogêneo. Como demonstra o gráfico ao lado, a maioria dos alunos paga integralmente. Contudo, há um percentual significativo de alunos cujas empresas pagam integral ou parcialmente seu MBA (54%).

Perspectivas quanto ao curso

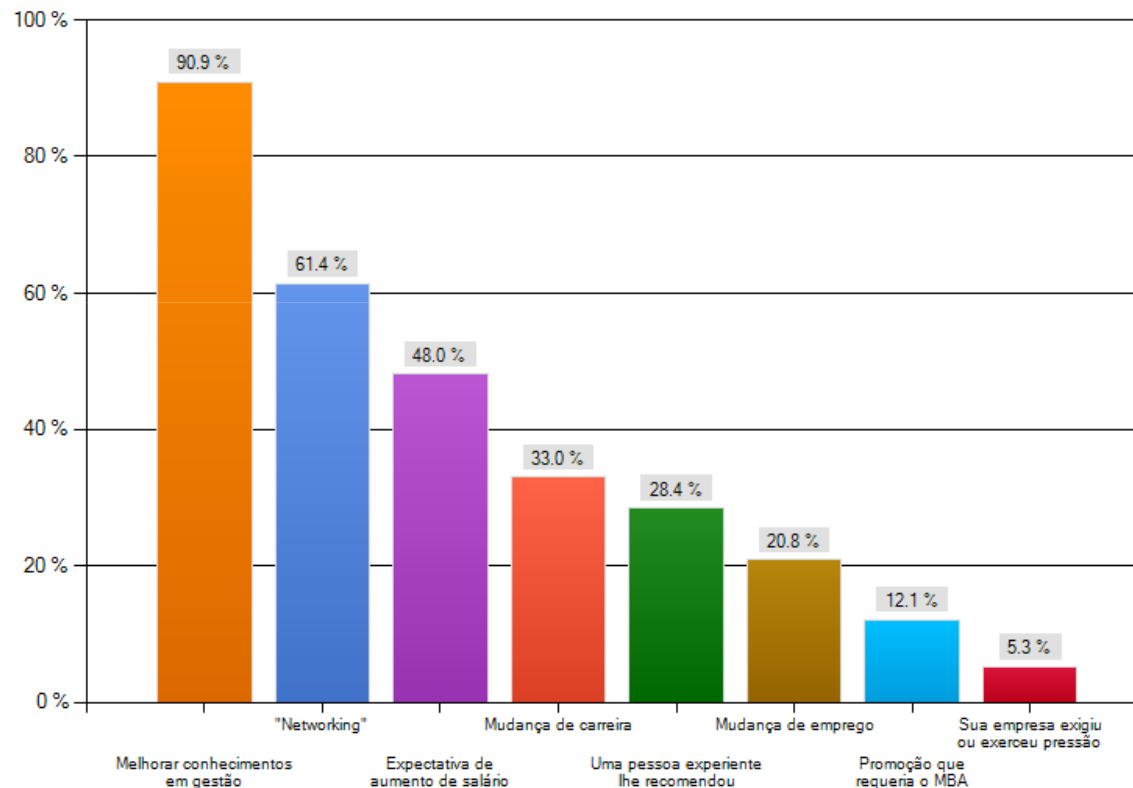
Itens

- Motivos e modos de escolha
- Perspectiva para aumento salarial
- De que forma obtém informações sobre MBAs e escolas
- Planos futuros



Motivos para fazer MBA

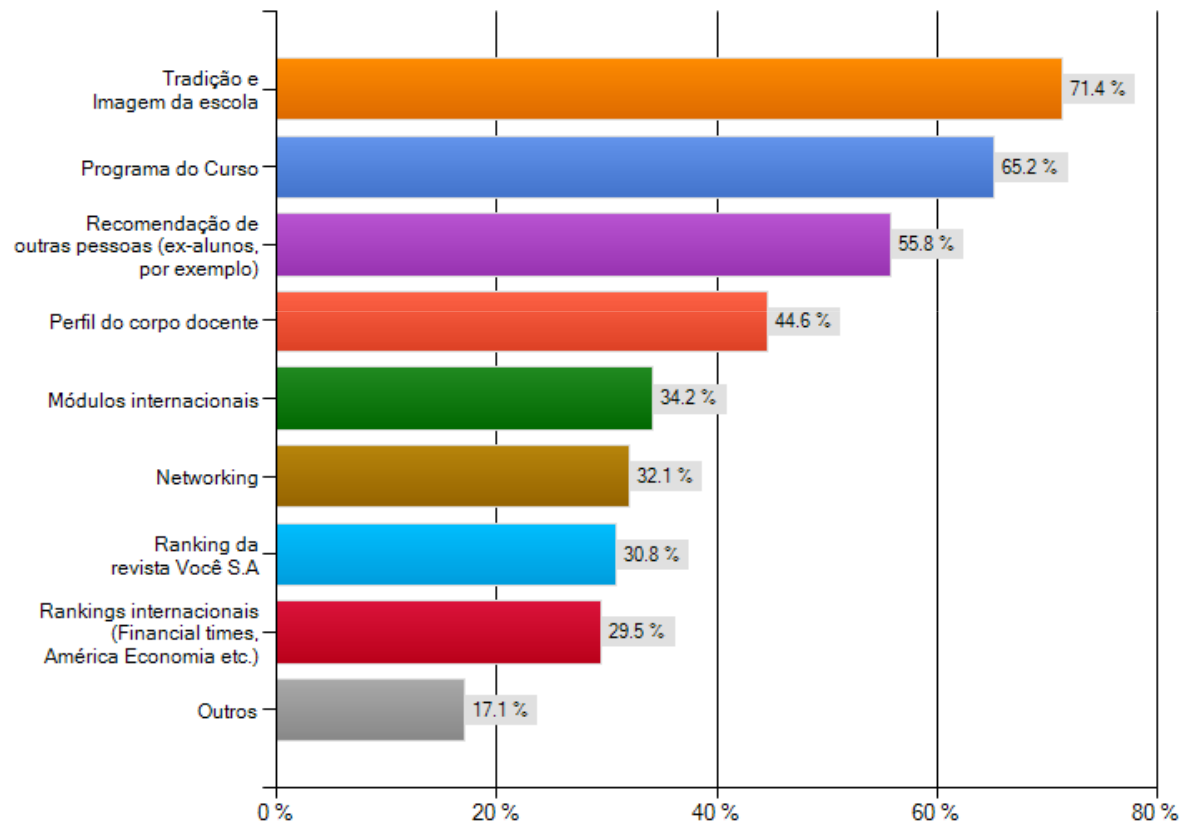
Que motivos o levaram a fazer um MBA? Escolha as TRÊS razões mais importantes que você tinha no momento em que escolheu cursar seu MBA.



Os alunos de MBA são ávidos por obter mais conhecimento. Quase a totalidade deles (91%) indicou ser esta uma das razões para cursarem o programa. Isso indica a necessidade de robustez conceitual aliada à praticidade que o mercado de trabalho deve, atualmente, exigir de 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 apontado por 48% dos alunos. Assim, nota-se que o crescimento profissional objetivo é um anseio dos estudantes investigados.

Critérios para Escolha

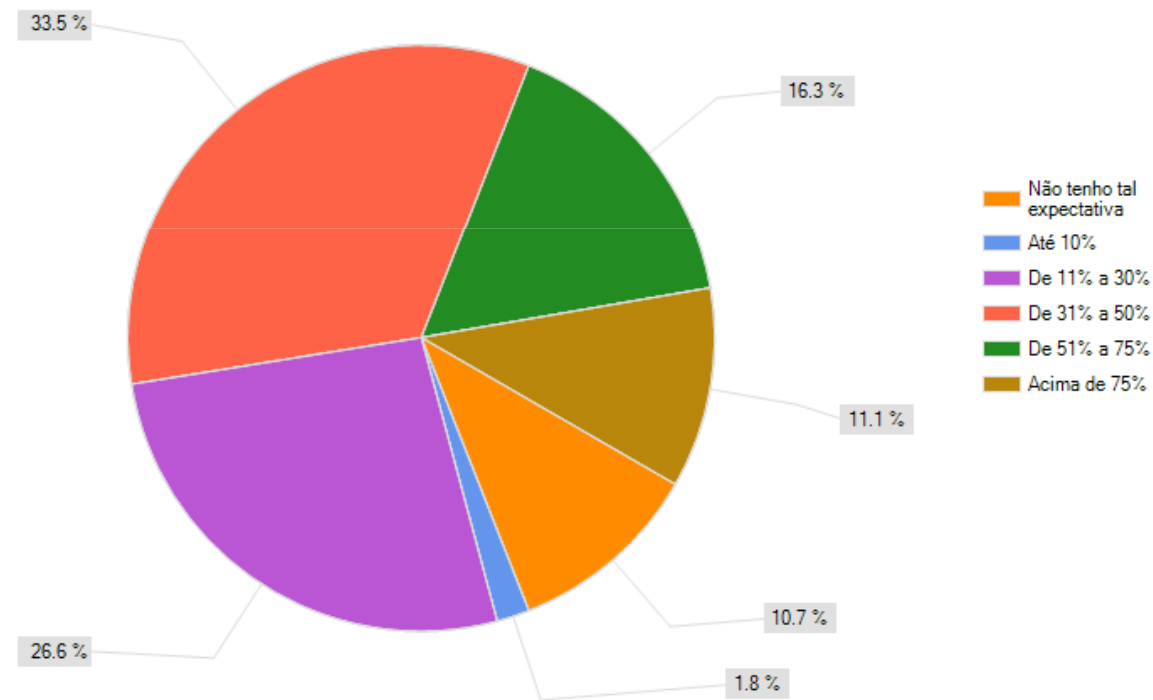
Que critérios utilizou para eleger sua escola e curso? Escolha os CINCO principais motivos.



A tradição da escola e do curso é o principal critério de escolha. Nota-se, contudo, o fato de que os alunos pesquisados são atualmente estudantes dos programas das instituições mais reconhecidas. Apesar desta busca por marca, a recomendações *boca-a-boca* é um dos principais critérios de escolha. O gráfico ao lado confere os detalhes.

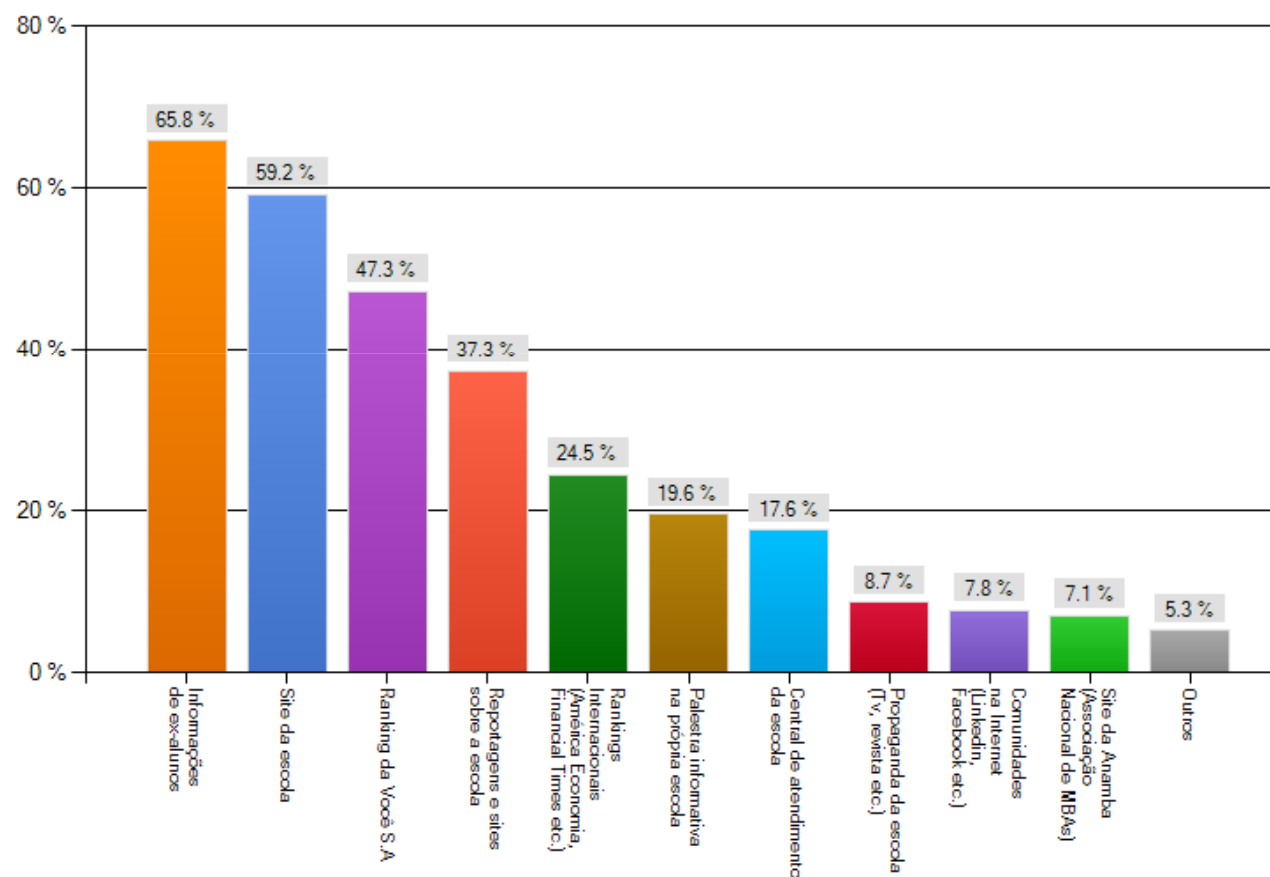
Perspectiva de Aumento Salarial

Em até 3 anos após o término de seu MBA, qual a sua expectativa de aumento salarial?



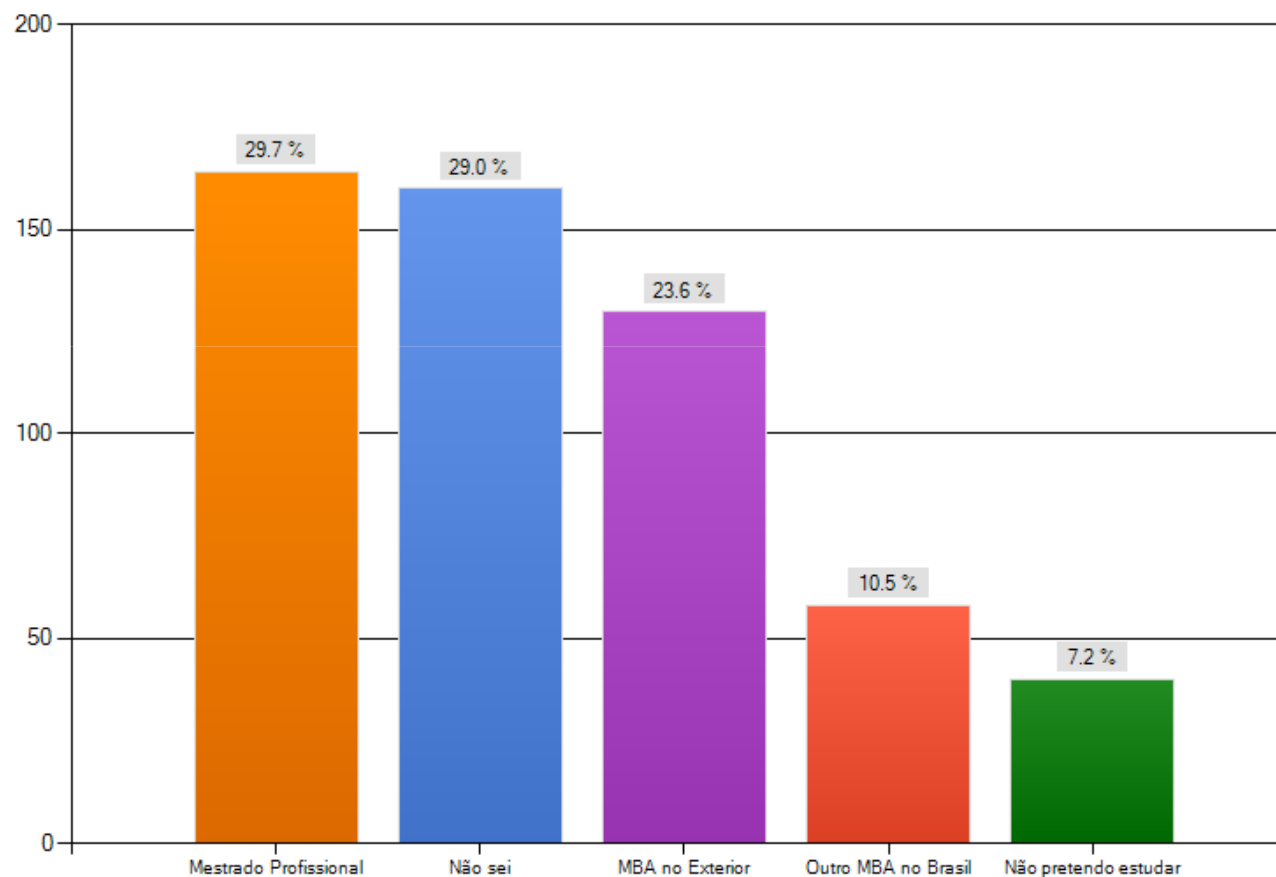
Como obtém informações?

Como obteve informações sobre a escola que escolheu? Indique abaixo as TRÊS principais fontes de informação que utilizou antes de matricular-se.



Planos Futuros

No período de 5 anos após sua formatura no MBA, o que pretende fazer em educação?
Indique apenas a opção mais provável.

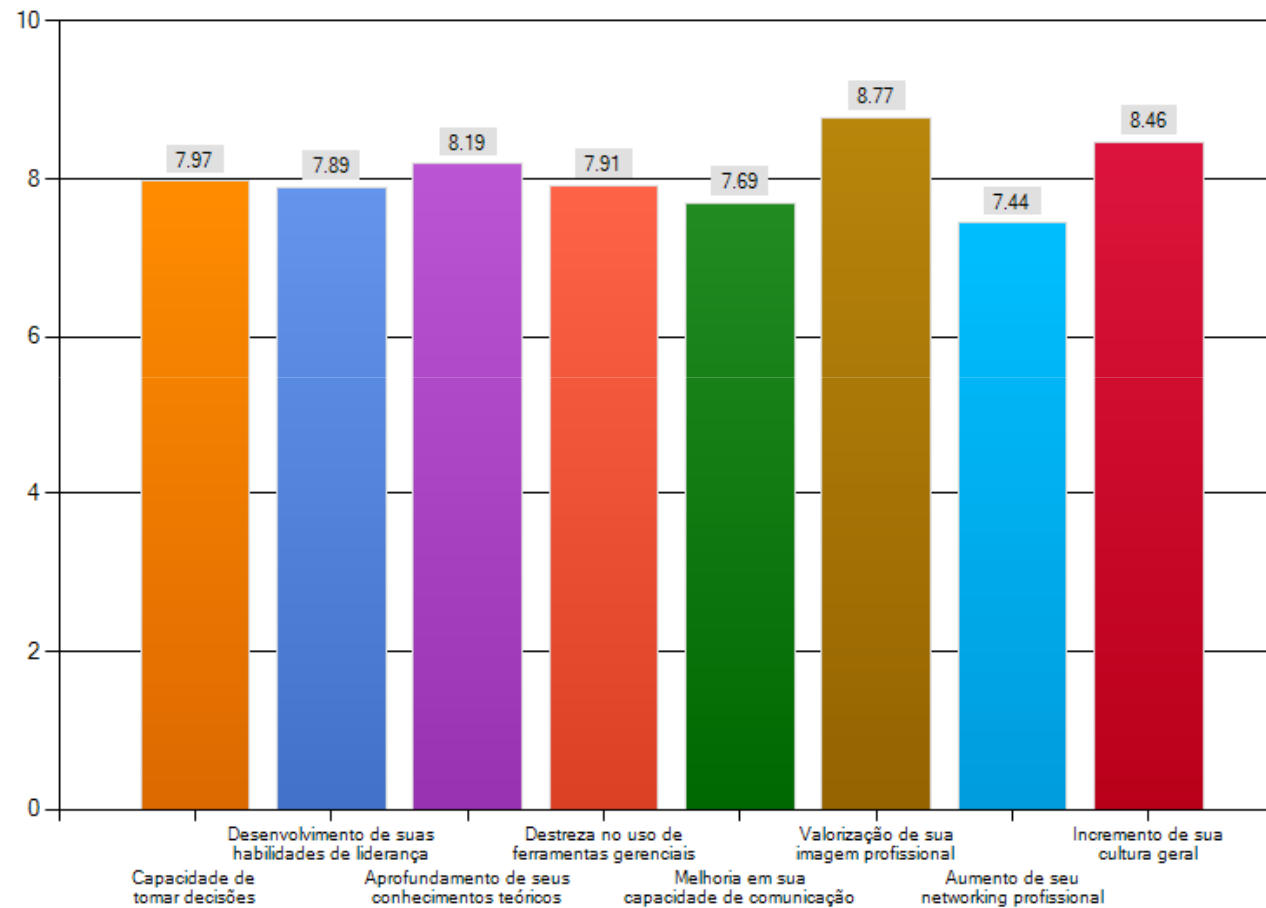




PERCEPÇÕES SOBRE OS RESULTADOS DO PROGRAMA

Resultados Percebidos no MBA

Indique sua percepção acerca dos "resultados efetivos" que seu MBA lhe gerará.



Resultados Percebidos no MBA

Indique sua percepção acerca dos "resultados efetivos" que seu MBA lhe gerará.

Answer Options	Resultado Pouco Efetivo (-)										Resultado Muito Efetivo (+)	Rating Average
Capacidade de tomar decisões	0,72%	0,91%	1,99%	1,45%	3,80%	6,88%	13,41%	27,36%	25,18%	18,12%	7,97	
Desenvolvimento de suas habilidades de liderança	1,27%	1,09%	1,09%	2,17%	4,89%	7,25%	14,67%	23,73%	24,64%	18,84%	7,89	
Aprofundamento de seus conhecimentos teóricos	0,18%	1,63%	1,81%	1,63%	3,26%	5,43%	10,87%	27,54%	17,93%	29,35%	8,19	
Destreza no uso de ferramentas gerenciais	0,54%	1,45%	1,27%	2,36%	4,53%	5,80%	15,22%	26,45%	23,91%	18,12%	7,91	
Melhoria em sua capacidade de comunicação	1,63%	1,27%	1,63%	2,36%	6,16%	9,96%	12,86%	25,00%	20,47%	18,30%	7,69	
Valorização de sua imagem profissional	0,18%	0,54%	1,09%	0,00%	1,45%	2,72%	8,15%	19,20%	27,36%	38,04%	8,77	
Aumento de seu networking profissional	1,27%	2,36%	2,54%	3,44%	7,61%	10,51%	14,31%	22,46%	16,67%	17,75%	7,44	
Incremento de sua cultura geral	0,54%	0,36%	0,36%	1,27%	2,72%	5,43%	10,33%	21,74%	25,36%	31,16%	8,46	



www.anamba.com.br adm@anamba.com.br

Análises realizadas pelo Prof. Dr. Edson Ricardo Barbero