5

Conclusões

A questão central norteadora da pesquisa foi compreender quais são os atributos relevantes dos cursos de mestrado em administração e como são avaliados por alunos e ex-alunos de mestrado em administração, com o objetivo de fornecer subsídios para as instituições acadêmicas desenvolverem ou aprimorarem os cursos de mestrado na área.

O método adotado na pesquisa foi a análise conjunta. Apesar de sua aplicabilidade e vasta utilização, existem limitações que devem ser observadas, principalmente, na escolha dos níveis e atributos dos produtos, na determinação do número de atributos a serem utilizados e na aplicação a determinados produtos/serviços.

O pesquisador, ao adotar o método da análise conjunta, deve procurar um ajuste entre os atributos e níveis propostos de modo que os estímulos gerados não produzam conflito na classificação dos respondentes. Na análise conjunta, também deve-se evitar a elaboração de estímulos de produtos que sejam impossíveis de ser implementados na prática, por questões de impossibilidade física ou orçamentária de execução.

Além disto, os produtos/serviços oferecidos, durante a aplicação do método, devem ser avaliados de forma realista pelos consumidores, a despeito das condições de preço e de implementação pelos fabricantes/prestadores de serviços.

Em complemento, os atributos escolhidos pelo pesquisador devem ser relevantes para a composição do produto/serviço estudado. A escolha equivocada dos atributos pode tornar os resultados finais da pesquisa pouco representativos.

Por fim, o método de análise conjunta também impõe dificuldades ao pesquisador, no momento em que ele é obrigado a subdividir um atributo, intangível e subjetivo, em níveis distintos.

Contudo, apesar das limitações observadas, os resultados alcançados são válidos e podem ser aceitos, no âmbito acadêmico, para as considerações e

conclusões acerca do tema estudado.

No curso da pesquisa, na fase que precedeu a aplicação da análise conjunta foram realizadas entrevistas e grupo de foco. No tocante às limitações dessas técnicas, destaca-se que o entrevistador/moderador necessita ser hábil para captar aspectos relevantes que, em alguns casos, não são explicitados pelos participantes.

Apesar das limitações existentes, a pesquisa do grupo de foco foi essencial para que houvesse, durante o estudo, uma definição clara dos atributos e níveis a serem utilizados na pesquisa de campo, auxiliando o pesquisador a superar, principalmente, os seguintes obstáculos:

- identificação dos atributos mais relevantes de um curso de mestrado aos olhos dos estudantes;
- relacionamento dos objetivos gerais de um aluno ao realizar um curso de mestrado com aspectos tangíveis, como as características associadas aos atributos e níveis selecionados na pesquisa;
- associação de características selecionadas, a fim de reduzir o número de atributos estudados;
- seleção dos atributos a serem submetidos à pesquisa de campo.

O alcance destes objetivos intermediários foi importante para a condução da pesquisa, permitindo a construção da base de sustentação para se atingir o objetivo geral do trabalho.

Cabe ressaltar ainda que o objetivo deste trabalho foi estudar a dinâmica dos cursos de mestrado em administração de empresas, sob uma ótica diferenciada de princípios de mercado com foco na formatação de produtos/serviços na área de ensino, baseando-se na opinião de seus “consumidores” imediatos – os alunos e ex-alunos dos referidos cursos.

Ainda que as instituições acadêmicas sejam avaliadas e reguladas por uma Agência superior de ensino nacional – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES – o que, evidentemente, restringe a capacidade das escolas em elaborar e definir os parâmetros de um curso de forma livre, e tenham como missão essencial e central a formação acadêmica e produção científica, diferentemente de uma empresa constituída para criação de valor econômico para seus acionistas, o presente estudo é oportuno.

A relevância do trabalho decorre do fato que este procura auxiliar as instituições acadêmicas no processo de compreensão das preferências dos discentes em relação aos cursos prestados, além de fornecer subsídios para as escolas no processo de tomada de decisão nos aspectos que direcionam a elaboração ou a adaptação dos programas dos cursos de mestrado em administração.

Dessa forma, sem desconsiderar o papel essencial de uma instituição acadêmica e as entidades que norteiam sua sustentação e regulamentação, ratifica-se que a análise do serviço de ensino sob as lentes de seus usuários diretos, pode fornecer, também, informações significativas para gerir e adequar os cursos existentes.

O estudo mostrou que os alunos, na avaliação de cursos de mestrado em administração, *stricto sensu*, enfatizam, em grau elevado, as questões como tradição e imagem da instituição, qualidade e reputação do corpo docente, e opinião de formadores de opinião, como colegas de trabalho, ex-alunos, executivos de empresas e professores (características associadas ao atributo “Confiabilidade” na pesquisa). A importância associada a essas características foi de 45,2%.

Enquanto os alunos valorizam instituições tradicionais que possuam em seus quadros acadêmicos profissionais reconhecidos no meio e no mercado corporativo, há uma rejeição ou indiferença por cursos que não ofereçam a segurança necessária, por meio das características citadas, para que o aluno possa obter retorno em termos de conhecimento e de projeção curricular.

Os resultados revelam que o esforço do aluno para realização de um curso em uma instituição cuja qualidade seja duvidosa ou desconhecida não compensa atributos favoráveis de preço e horário, infra-estrutura ou o oferecimento de cursos e estágios extracurriculares por meio de parcerias ou convênios com universidades e empresas.

Os resultados indicam também que os alunos e ex-alunos entrevistados, preferencialmente, optariam por estudar em uma instituição reconhecida internacionalmente, seja por suas publicações, pela reputação dos professores ou projeção de ex-alunos ou mesmo por convênios com universidades no exterior.

Os resultados gerais, de acordo com a metodologia adotada, permitem também afirmar que o preço e o horário de dedicação do curso, (associados ao

atributo “Preço e horário”), possuem a segunda maior importância relativa entre os atributos considerados na definição ou avaliação dos entrevistados sobre as possibilidades de curso de mestrado. Cabe ressaltar que a importância associada a tais características é pouco superior a 23,2%, a metade da importância atribuída ao atributo “Confiabilidade”.

Para as características de preço e horário, conforme demonstram os resultados de segmentação por instituições ou tipos de curso (“acadêmico” ou “profissional”), verifica-se que existem grupos distintos entre os alunos de mestrado. Uma parcela estaria propensa a escolher cursos gratuitos, com dedicação em horário integral, e um segundo grupo, disposto a pagar e estudar em um curso em horário noturno, condicionando a opção de escolha a cursos cujas características de imagem e tradição da instituição, infra-estrutura e opções de cursos e estágios extracurriculares tivessem padrão mínimo de qualidade.

Classificado em terceiro lugar, em termos de importância para os alunos (atributo de pesquisa “Convênios, parcerias e projeção nas carreiras”), as características associadas à possibilidade de realização de convênios com universidades estrangeiras para realização de intercâmbio, realização de estágios em empresas e os estudos de casos direcionados à publicação científica, recebem valorização dos alunos, se os cursos puderem oferecer projeção e contribuição profissional positiva. A importância geral desse atributo foi de 18,9%.

Tanto as características incorporadas em “Convênios, parcerias e projeção nas carreiras”, como a qualidade do corpo docente e tradição e imagem da instituição, incorporadas no quesito “Confiabilidade”, estão relacionadas à quantidade e à qualidade de conhecimento que o curso pode oferecer, o qual é um das principais objetivos a serem alcançados pelos estudantes, segundo o grupo de foco realizado.

No tocante às características de infra-estrutura, conclui-se que os alunos entrevistados possuem baixa sensibilidade às variações de níveis propostos. O atributo “Infra-estrutura” foi o quarto em importância, com peso relativamente baixo, de 12,7%.

Os resultados das utilidades parciais e da importância relativa sinalizam, em conjunto, que os alunos apenas desvalorizariam um curso com uma falta de infra-estrutura mínima, como, por exemplo, cursos que ofereçam bibliotecas com acervo incompleto e desatualizado. A possibilidade de estudar em uma escola que

ofereça infra-estrutura completa (bibliotecas com acervo atualizado e completo, sala de computadores e simuladores, acesso remoto a publicações, acesso a material didático via *Internet*, serviço de apoio da secretaria, vídeo-conferências com outras universidades) é atraente e valorizada, porém, de acordo com a importância do atributo, verifica-se que não é fator preponderante na qualificação dos alunos e ex-alunos para a escolha de um curso.

A técnica de análise conjunta permite também concluir que os alunos não estariam dispostos a trocar um curso prestado por uma instituição com tradição e imagem reconhecidas em âmbito internacional e que possuísse professores doutores reconhecidos na academia e no mercado de trabalho por cursos com melhores condições de preço e horário e infra-estrutura, mas sem a mesma tradição e reconhecimento dos professores.

Da mesma forma, os alunos não estariam dispostos a trocar um curso prestado por uma instituição com tradição e imagem reconhecidas em âmbito internacional bem como dotadas de um quadro de professores doutores reconhecidos na academia e no mercado de trabalho, por cursos que apresentassem as melhores condições de infra-estrutura, além de ofertas mais atraentes para realização de intercâmbio com universidades no exterior, e parcerias com empresas para realização de estágios e estudos de caso.

O resultado final da pesquisa indica que o curso de mestrado ideal para a amostra estudada seria oferecido por uma instituição que tivesse credibilidade internacional, possuísse professores altamente qualificados e reconhecidos; oferecesse opções de intercâmbio internacional e associações com empresas que pudessem valorizar o currículo do aluno, oferecesse biblioteca com acervo atualizado e completo, além de facilidades tecnológicas para pesquisas, e, por fim, fosse gratuito, oferecesse bolsa de estudos, e, ainda, exigisse disponibilidade integral do aluno.

Entretanto, a segmentação proposta no estudo também permite concluir que existem, entre os estudantes, variantes na avaliação dos cursos, principalmente, no tocante ao atributo “Preço e horário”. Existem alunos interessados em estudar em período integral em cursos que sejam gratuitos e ofereçam bolsa de auxílio, mas também outros que optariam por estudar à noite, pagando pelo curso.

A segmentação por instituições também permite que sejam levantadas hipóteses acerca dos atributos localização, número de ênfases oferecidas e número

de cadeiras e suas respectivas cargas horárias oferecidas nos cursos. Essas características não foram incluídas na análise conjunta, mas tiveram seus níveis medidos no questionário anexo à pesquisa.

Verifica-se que os alunos provenientes dos cursos da PUC, Coppead e Ibmec, no geral, possuem preferências diversas em relação aos atributos, localização, número de ênfases oferecidas e número de cadeiras a serem cursadas, oferecidos em seus próprios cursos. A pesquisa confirmou a percepção inicial de que estes atributos teriam relevâncias inferiores aos utilizados na demonstração dos perfis da análise conjunta.

Como exemplo, observa-se que a preferência dos alunos do Coppead é por estudar em uma localização diferente de onde o curso é prestado. O mesmo pode ser dito em relação ao número de ênfases oferecidas pela PUC, Ibmec e Coppead, as quais não convergem com a preferência dos alunos.

Embora esses atributos não façam parte da composição dos perfis dos cursos, há indicações, conforme os resultados revelam, de que os mesmos tenham pouca relevância na opção dos estudantes, tendo em vista que os entrevistados escolheram cursos de mestrado diferentes de suas preferências nesses quesitos.

Considerando-se os resultados obtidos na análise conjunta, que avaliou os atributos, “Confiabilidade”, “Preço e horário”, “Infra-estrutura” e “Convênios e parcerias das instituições” e os da segunda etapa do questionário, na qual foram avaliadas as preferências acerca dos números de ênfases oferecidas pelos cursos, carga horária e número de cadeiras a serem cursadas, além da localização da instituição, podem-se fazer algumas recomendações acerca do desenvolvimento ou aperfeiçoamento de cursos de mestrado em administração para as instituições de educação.

As recomendações que seguem têm caráter sugestivo e, apesar de não serem concluídas diretamente dos resultados fornecidos pelos métodos aplicados nesta pesquisa, podem ser induzidas com base nas avaliações das características constituintes dos cursos de mestrado examinadas neste trabalho. Assim, as instituições:

- devem, preferencialmente, procurar reforçar suas imagens, associando-as preferencialmente à tradição da instituição no ensino da administração e à credibilidade no ensino prestado;

- devem procurar incentivar a produção acadêmica, com objetivo de participar de congressos nacionais e internacionais, o que traria benefícios de conhecimento acadêmico para a universidade e ainda reforçaria sua imagem. A produção acadêmica poderia, ainda, reforçar a reputação do corpo docente;
- devem investir em um corpo docente qualificado e que possua reconhecimento por meio de publicações, e, ainda, nas empresas existentes no mercado. O reconhecimento nas empresas poderia ser obtido com a criação de parcerias escola-empresa, ou por intermédio de prestação de consultorias;
- devem promover associações e parcerias com instituições de renome internacional, que seriam bem avaliadas pelos alunos tanto sob o ponto de vista de credibilidade, quanto em relação à troca de conhecimento, por meio de intercâmbios de alunos e professores;
- devem reconhecer segmentos diversos de alunos, que possuam necessidades diversas principalmente em relação ao preço e a horários dos cursos. Neste aspecto, as instituições já atuantes no ensino de mestrado em administração de empresas, que possuam tradição e reconhecimento, teriam oportunidades para oferecimento de novas opções de cursos;
- que tiverem credibilidade reconhecida, detendo um quadro de professores qualificados e reconhecidos, com infra-estrutura básica adequada à investigação científica, que ofereçam oportunidades para intercâmbio de alunos e, ainda, tenham conveniadas com empresas, terão oportunidade para ofertar cursos de mestrado na área, cobrando um preço justo por isso;
- devem realizar parcerias com empresas para o oferecimento de estágios supervisionados e de estudos de casos para os alunos, o que seria bem avaliado por seus estudantes;
- devem procurar investir em infra-estrutura mínima adequada à realização de pesquisas científicas;
- devem escolher, preferencialmente, uma localização próxima de zonas residenciais, do grupo de alunos com perfil para cursar o mestrado, ou de áreas com grande concentração de empresas;
- devem, preferencialmente, oferecer uma grande variedade de cadeiras para a composição da grade curricular do curso.

As conclusões da pesquisa estabelecem parâmetros que seriam avaliados positivamente por alunos que, fundamentalmente, têm interesse em adquirir novas fontes de conhecimento, qualificar seu currículo nas organizações e, ainda, adquirir a possibilidade de ministrar aulas, ao optar por um curso de mestrado.

As conclusões sobre as características ideais de um curso devem estar condicionadas, no entanto, às regulamentações estabelecidas para o ensino acadêmico e às estratégias de ensino e qualificação pretendida por cada escola de negócios de ensino de pós-graduação em administração de empresas.