

ÁREA TEMÁTICA: ENSINO DE ADMINISTRAÇÃO

FATORES MOTIVACIONAIS E EXPECTATIVAS DOS ALUNOS INGRESSANTES NO CURSO DE MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO DE UNIVERSIDADE PÚBLICA DO ESTADO DE SÃO PAULO - BRASIL

AUTORES

MICHEL FAUZE MATTAR

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado
michelf@fia.com.br

RENATA S. BERNARDES DE QUEIROZ

Universidade de São Paulo
renatabq@usp.br

LIÉGE MARIEL PETRONI

Universidade de São Paulo
petroni@usp.br

CARLOS HONORATO TEIXEIRA

Universidade de São Paulo
honorato@usp.br

JOSÉ RICARDO BIGUETI

Universidade de São Paulo
rbigueti@dow.com

RESUMO

Nos últimos anos percebeu-se um crescimento significativo no número de mestrados no Brasil, inclusive nos cursos de Administração. Compreender os fatores motivacionais e as expectativas que conduzem os alunos ingressantes a buscarem estes cursos torna-se essencial para que as instituições de ensino possam atender suas expectativas, evitando frustração e desapontamento por parte destes alunos. Por meio de uma pesquisa descritiva junto aos alunos ingressantes do primeiro ano do curso de Mestrado em Administração de uma universidade pública do Estado de São Paulo - Brasil, este trabalho identificou que os principais fatores motivadores para o ingresso no curso de Mestrado para esta população são as exigências do mercado de trabalho (necessidade de titulação, aumento de empregabilidade e melhor remuneração), possibilidade de pesquisa científica e experiência internacional na área, além da busca pela carreira acadêmica, assim como o redirecionamento e o aprimoramento profissional. Com relação às expectativas destes alunos ingressantes em termos de benefícios proporcionados pela conclusão do curso, os fatores mais apontados pela pesquisa foram: o desenvolvimento de interesse em pesquisa científica, desenvolvimento de carreira internacional, busca de carreiras alternativas, e ascensão profissional e status obtidos com a titulação.

ABSTRACT

In the past few years it has been noted a significant increase on the number of master's degree course students in Brazil, including in management area. Understanding the motivacional factors and expectations that conduct these students to seek for these courses becomes extremely important so that universities can attend the expectations, avoiding student's frustration and disappointment. Using a descriptive research among new students of the management master's degree course of a university at São Paulo state – Brazil, this paper identified that the most important motivational factors considered by this population are job demand (need for a master's degree, employability, and better income), access for management's scientific research and international experience, and the seek for academic career as a professional rearrangement and development. The expectations, as professional benefits provided by the conclusion of the course, most considered by the respondents were: self-interest development for scientific research, international career development, seek for alternative careers, and professional rise and master's degree's status.

PALAVRAS-CHAVE: MOTIVAÇÃO; EXPECTATIVA; ENSINO

1. INTRODUÇÃO

Em conversas informais entre ingressantes do curso de mestrado *Stricto Sensu* sempre são abordadas as motivações e objetivos individuais que os levaram a optar pelo curso de mestrado acadêmico, a dedicação ao estudo e muitas vezes a opção pela saída, mesmo que temporária, do mercado de trabalho não acadêmico. Nestas conversas, vários fatores motivacionais são levantados, que vão desde a “vocação” para a academia até a desilusão com o trabalho em grandes corporações, passando pela necessidade de se preparar para uma carreira opcional.

O contexto das mudanças na sociedade moderna, com relação às novas formas e relações no trabalho e os fatores econômicos não podem ser ignorados em um estudo desta natureza.

Apesar da existência de alguns estudos direcionados para a compreensão destes fatores motivadores, poucas são as universidades e faculdades que efetivamente conhecem de maneira aprofundada as motivações e expectativas que conduziram seus mestrandos à carreira acadêmica. Este desconhecimento impossibilita a instituição de promover adequações nestes cursos que venham ao encontro dos interesses e expectativas desta demanda, podendo, de certa forma, resultar em frustração por parte destes alunos.

Isso tudo despertou a curiosidade e a intenção de se quantificar tais aspectos, traçando um quadro dos ingressantes da pós-graduação, avaliando os fatores motivacionais para ingresso na carreira acadêmica e as expectativas futuras de carreira.

O objetivo deste estudo é determinar as motivações que levaram os ingressantes em 2005 do curso de Mestrado em Administração de uma universidade pública do Estado de São Paulo - Brasil a optarem por este curso, bem como determinar as suas expectativas após sua conclusão. Embora não seja objetivo deste estudo questionar a validade das motivações que levaram estas pessoas a ingressarem no curso, e muito menos questionar os objetivos futuros destas pessoas, o resultado final poderá ser usado para este fim pela coordenação do curso e por estudiosos da área.

Como não foram encontradas referências bibliográficas recentes sobre estudos similares anteriores, é esperado que os resultados aqui apresentados possam contribuir tanto para a adequação do perfil dos ingressantes ao perfil desejado, quanto para o atendimento das expectativas futuras ao término do curso. Os resultados aqui apresentados podem também ser usados por outras instituições que ofereçam cursos similares com o mesmo perfil de ingressantes e podem, ainda, servir de base para outros estudos mais abrangentes, envolvendo instituições que ofereçam cursos de mestrado acadêmico em administração de empresas no Brasil.

O trabalho de pesquisa irá centrar-se em três questões básicas, que se pretende responder a partir da aplicação do questionário de pesquisa, da tabulação dos dados e da avaliação dos resultados:

- Qual o perfil do ingressante em 2005, no curso de mestrado da universidade pesquisada?
- Quais foram os fatores motivacionais que levaram estes alunos a optar pelo curso de mestrado e por quê escolheram a universidade pesquisada?
- Quais são as expectativas desses ingressantes em relação ao curso, a partir de sua conclusão?

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Motivação e Expectativa

A motivação pode ser considerada um estado alterado de uma pessoa que conduz a busca de um objetivo. Ocorre quando o estímulo é percebido como relevante pelo indivíduo levando ao reconhecimento de uma necessidade. Se o estímulo fizer com que a realidade seja divergente da condição desejada, se dará o reconhecimento de uma situação de necessidade. Esses estímulos podem partir do indivíduo, quando ocorre o reconhecimento da necessidade, ou de fontes externas, provocadas por estímulos como uma propaganda ou comentários de outras pessoas (Mowen, 2003).

Para Solomon (2002, 95) motivação refere-se aos processos que fazem com que as pessoas se comportem do jeito que se comportam. Ocorre quando uma necessidade é despertada e o consumidor deseja satisfazê-la. É um estado ativado dentro de uma pessoa o qual leva a um comportamento direcionado por objetivo. Consiste dos impulsos, anseios, desejos ou vontades que iniciam a seqüência de eventos que levam a um comportamento.

Expectativa, conforme a definição de Houaiss (2005), é a situação de quem espera a ocorrência de algo, ou sua probabilidade de ocorrência, em determinado momento.

Mowen (2003) considera que as expectativas podem influenciar como os consumidores processam informações fornecidas por um vendedor, uma propaganda ou rótulo da marca. Estão relacionadas à satisfação ou insatisfação obtidas após o processo de compra, quando o consumidor avalia se o produto ou serviço e a experiência de compra atenderam ou excederam as suas expectativas.

No contexto deste trabalho, além dos aspectos motivacionais que influenciaram a tomada de decisão dos alunos ingressantes no mestrado em administração, interessa aos pesquisadores também identificar as expectativas que estes mesmos alunos têm em relação ao futuro, após a conclusão do curso. Desta forma, objetiva-se identificar o impacto esperado, proporcionado pela realização de um curso desta natureza, em relação ao prosseguimento da carreira profissional destes alunos.

2.1. Motivação, expectativa e programas de pós-graduação

Nos últimos anos, vários autores têm realizado estudos com o objetivo de compreender os fatores motivacionais, os objetivos e os processos de seleção dos estudantes para programas de pós-graduação (*stricto sensu* e *lato sensu*) no Brasil e no exterior. Embora nenhum responda diretamente às questões propostas por este trabalho, é relevante uma revisão de seus resultados.

Carvalho et al (2004), em seu estudo sobre atitudes e opiniões de alunos de graduação sobre cursos de pós-graduação, realizado junto aos alunos do programa de graduação da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, identificaram, por ordem crescente de importância, os seguintes motivos para se cursar uma pós-graduação:

1. Obter satisfação pessoal;
2. Seguir carreira acadêmica;
3. Obter valorização profissional perante o mercado;
4. Complementar os conhecimentos adquiridos na graduação.

Em outro estudo, Queiroz (2005), analisando o processo decisório de compra de estudos de MBA no Brasil junto aos alunos dos cursos de MBA da Fundação Instituto de Administração, identificou as seguintes motivações para a busca pelo curso:

1. Aprimoramento profissional / reciclagem de conhecimentos;
2. Aquisição de novos conhecimentos;
3. *Network* profissional;
4. Crescimento profissional / aumento da empregabilidade.

Já Donaldson & McNicholas (2004), em seu estudo junto aos alunos de pós-graduação do Reino Unido, apresentaram os seguintes fatores, também por ordem de importância, como principais influenciadores na decisão de se buscar cursos de pós-graduação:

1. Satisfação pessoal;
2. Adquirir novas perspectivas teóricas que possibilitem um maior desempenho nas funções exercidas pelos profissionais do mercado;
3. Adquirir novas habilidades e conhecimentos;
4. Arrumar um emprego melhor;
5. Obter uma promoção no emprego atual.

Porém, nenhum destes estudos aborda especificamente os programas de pós-graduação *Stricto sensu* em administração isoladamente. Os autores do presente estudo acreditam ser importante estudar especificamente aspectos relacionados aos fatores motivacionais dos alunos de pós-graduação desta área pois perceberam uma tendência crescente de migração de profissionais de mercado ingressando no meio acadêmico, o que não ocorre com a mesma frequência em outras áreas de estudo.

Por outro lado, analisando-se estes mesmos estudos, observou-se a inexistência de aprofundamentos específicos a cerca das expectativas dos alunos em relação às contribuições produzidas pela realização de cursos desta natureza. Dessa forma, os autores deste trabalho também julgaram ser importante analisar aspectos relacionados ao tema expectativa junto aos cursos de pós-graduação.

Para se definir algumas variáveis de pesquisa, faz-se necessário, inicialmente, diferenciar as duas possibilidades de análise, que podem trazer resultados distintos para o problema da pesquisa.

Os estudos sobre o tema, apresentados anteriormente, trabalharam sempre com o termo pós-graduação, sem discriminar a diferença entre cursos *lato* e *stricto sensu*. Dessa forma, os resultados obtidos com tais pesquisas dizem respeito tanto para cursos de

especialização e profissionalizantes (como MBAs, no caso da Administração), como para cursos científicos e acadêmicos (como mestrado e doutorado).

Analisando os resultados destas pesquisas anteriores percebe-se diferenças significativas quando são comparados cursos de especialização e cursos acadêmicos. Segundo estes resultados, em termos dos fatores que influenciam os candidatos a buscarem cursos de pós-graduação, enquanto nos cursos de especialização o objetivo principal é arrumar um emprego melhor ou ganhar uma promoção no emprego atual, nos cursos acadêmicos os objetivos principais permeiam a satisfação pessoal e a construção de uma carreira acadêmica propriamente dita.

Em função desta diferenciação identificada em tais estudos, os autores deste trabalho acharam interessante considerar, para fins de se atingir o objetivo deste estudo, somente cursos de pós-graduação *stricto sensu* – mestrado acadêmico.

2.3. Pós-graduação *Stricto Sensu* no Brasil

O interesse pelo trabalho advém do questionamento individual de seus autores. Egressos de diversas instituições, com diferentes perfis e realidades profissionais e pessoais, questionavam os fatores que os motivaram a cursar um mestrado *Stricto Sensu*. Diante do contexto atual de emprego no Brasil e de razões pessoais para frequentar um curso de pós-graduação, pareceu-os pertinente realizar um levantamento com alunos ingressantes sobre as questões que serão tratadas neste trabalho.

Despertaram também o interesse nesse campo de pesquisa as transformações no mercado de trabalho. A alternativa da academia como um ambiente mais propício ao trabalho individual e mais independente, ligados a uma maior flexibilidade e possível melhoria na qualidade de vida em um mercado de trabalho cada vez mais retraído podem ser fator influenciador na escolha.

Aliado a isso, as estatísticas oficiais do Ministério da Educação (MEC) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) apontam para o crescimento sistemático do número de alunos em cursos de pós-graduação, nível de mestrado, no país, conforme demonstram os quadros 1 e 2:

1996	1999	2003
43.968 alunos	52.631 alunos	65.099 alunos

Quadro 1 – Tabela de evolução da quantidade de alunos matriculados em cursos de pós-graduação em nível de mestrado, de 1996 a 2003, no Brasil. Fonte: CAPES

1996	1999	2003
2.028 alunos	2.337 alunos	2.449 alunos

Quadro 2 – Tabela de evolução da quantidade de alunos matriculados em cursos de pós-graduação em nível de mestrado, em Administração, de 1996 a 2003, no Brasil. Fonte: CAPES

Na figura 1 abaixo, tem-se a evolução do número de alunos matriculados na pós-graduação (em níveis de mestrado), em comparação ao número de matriculados na pós-graduação específica da área de Administração.

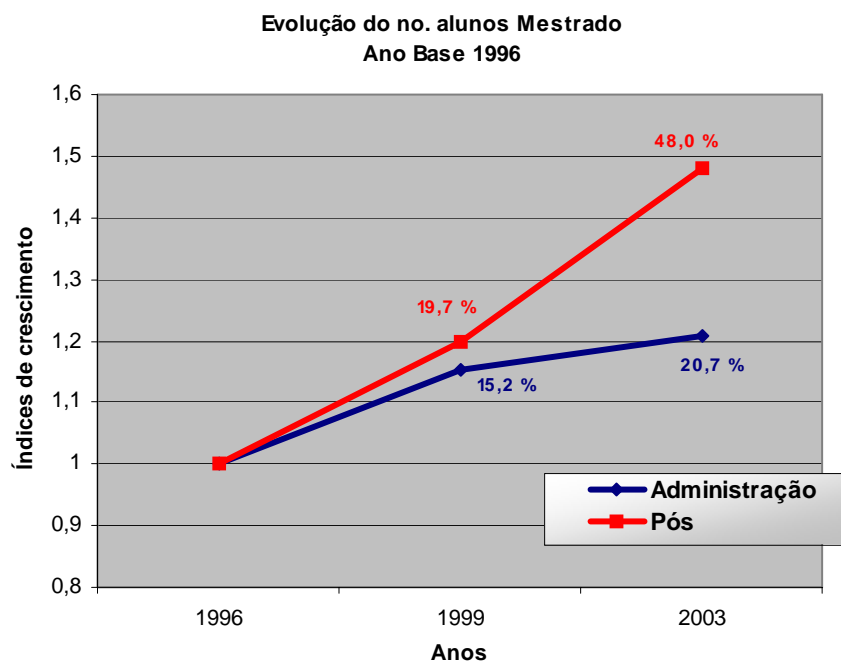


Figura 1 – Gráfico da evolução do número de matriculados de 1996 a 2003, no Brasil. Fonte: CAPES

Apesar do índice de crescimento do número de matriculados no mestrado em administração ser inferior ao valor da somatória de todos os outros cursos, tem-se um substancial aumento de 20,7% em 2003 em relação aos dados de 1996.

No caso específico da universidade pesquisada, a evolução do número de alunos deu-se conforme o quadro 3 abaixo, aqui incluindo alunos ingressantes e matriculados nos cursos de doutorado.

Ano	Matriculados no início do ano			Novos		
	M	D	Total	M	D	Total
1996	255	82	337	64	16	80
1997	264	74	338	43	12	55
1998	196	65	261	34	12	46
1999	169	63	232	38	17	55
2000	159	65	224	26	18	44
2001	142	61	203	55	11	66
2002	136	76	212	78	22	100
2003	173	85	258	66	40	106

Quadro 3 – Tabela da evolução do número de matriculados de 1996 a 2003, na FEA-USP. Fonte: CAPES

Pode-se também observar na figura 2 que o número de alunos ingressantes nos cursos de mestrado na universidade pesquisada subiu nos anos de 2001 e 2002, decrescendo em 2003. Porém, esse decréscimo é decorrente mais de aumento de vagas nos cursos de doutorado em função de uma estratégia da comissão de Pós-graduação em administração da universidade em privilegiar o curso de doutorado com um maior número de alunos.

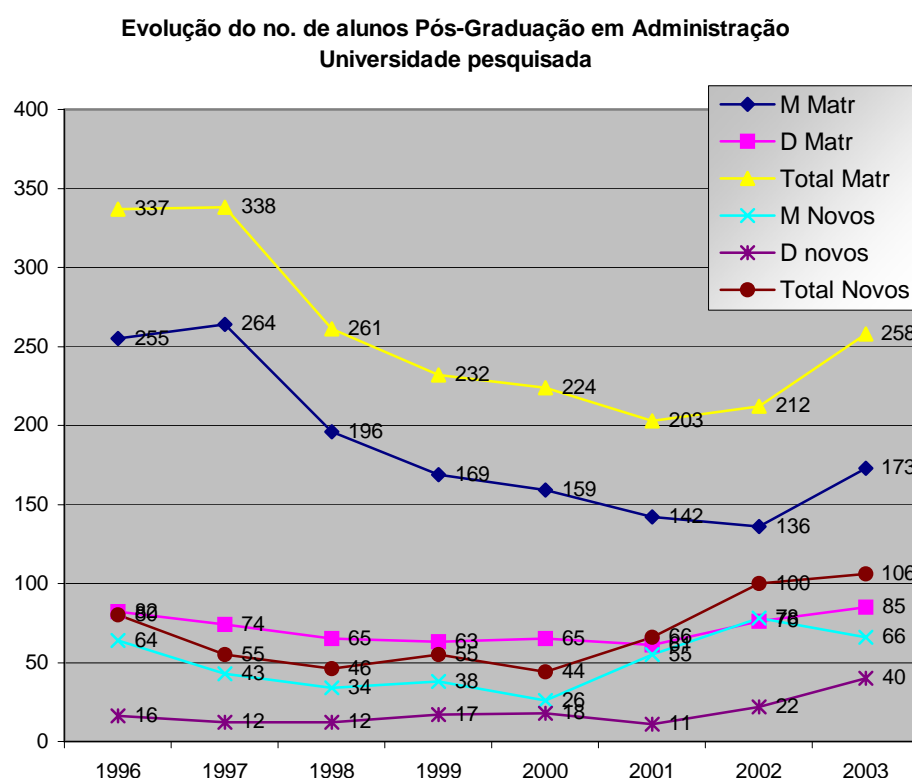


Figura 2 – Gráfico da evolução do número de matriculados em pós-graduação em administração, de 1996 a 2003, na universidade pesquisada. Fonte: CAPES

As variações do gráfico, que promovem uma curva descendente no período de 1996 a 2001, são derivadas, principalmente, da implementação de novas práticas e critérios de avaliação dos cursos de pós-graduação, da nova LDB – Lei de Diretrizes e Bases da Educação. A universidade pesquisada adaptou-se a esses critérios, com o objetivo de aprimorar a qualidade do curso e melhorar sua avaliação pela CAPES.

O gráfico nos permite verificar, ainda, que a avaliação institucional da CAPES para cursos de pós-graduação provocou a adequação e remodelação dos cursos de administração da universidade pesquisada, com o propósito da melhora da avaliação no conceito da CAPES. Isto, certamente, teve reflexo na política de abertura de vagas da instituição.

Outro dado contextual interessante de ser analisado diz respeito à taxa de desemprego aberto mensal medida pelo IBGE. No gráfico abaixo (Figura 3), pode-se notar que, apesar de uma pequena queda nos últimos meses, as taxas brasileiras continuam muito altas, com taxas acima dos 10% da população ativa. Isto pode provocar uma mudança de foco nas carreiras profissionais, tanto no sentido de se manter empregado (busca pela empregabilidade) quanto na busca de um novo emprego.

TAXA DE DESEMPREGO ABERTO = 30 DIAS

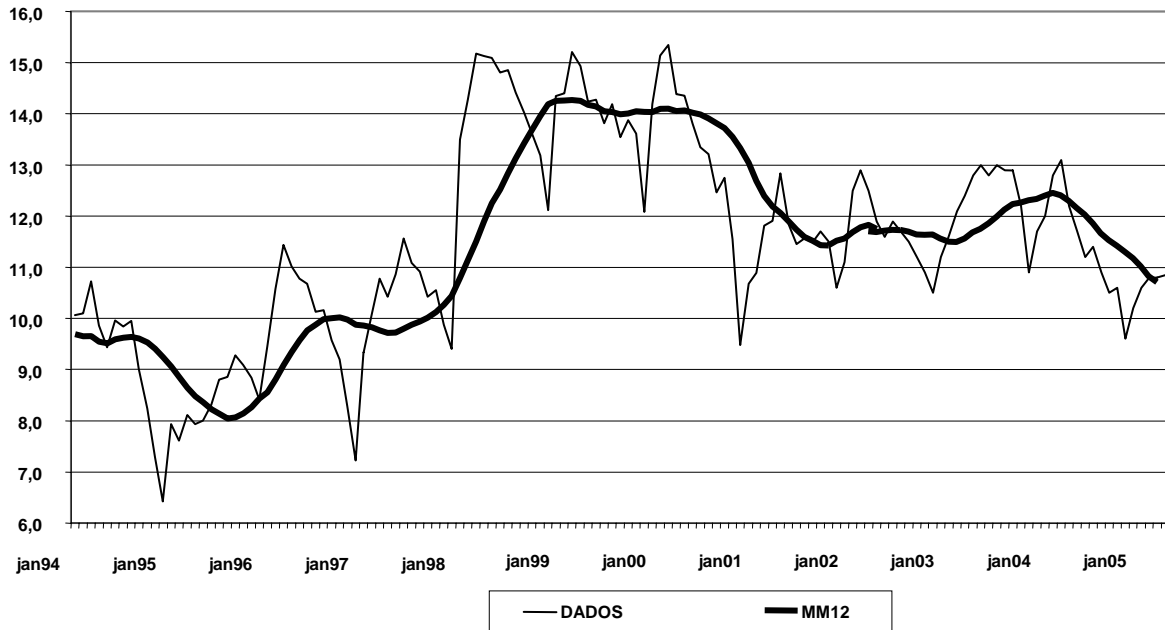


Figura 3 – Taxa de desemprego aberto em 30 dias, de Janeiro/1994 a Maio/2005. Fonte: IBGE

Um outro fator interessante está ilustrado na Figura 4 a seguir, onde se pode observar uma queda no número de pessoas que trabalham por conta própria e sem vínculo (Carteira de Trabalho), e o conseqüente aumento do número de pessoas que estão trabalhando no setor privado, com vínculo formal. Isso pode ser visto sob vários ângulos, sendo que o mais óbvio é o aumento do nível de emprego formal. Como ainda existe um grande número de pessoas desempregadas, infere-se que a competição pelas vagas seja muito grande, fazendo com que somente os profissionais mais qualificados consigam estas vagas.

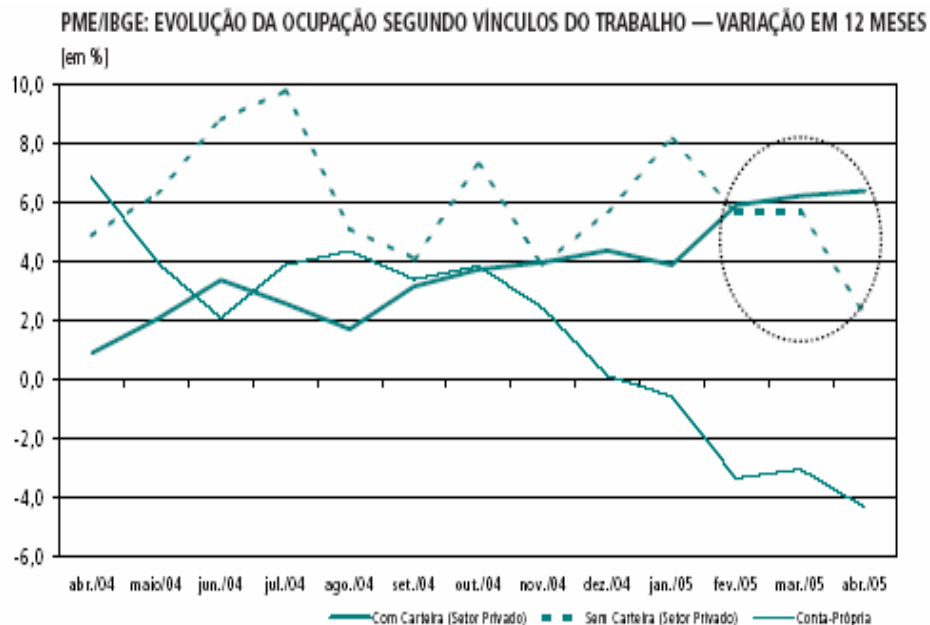


Figura 4 – Evolução da ocupação segundo vínculos do trabalho – variação em 12 meses. Fonte: IBGE

Vários outros fatores contextuais poderiam ser citados com justificativa, entre eles aumento do número de faculdades de administração e conseqüente aumento da demanda por professores especializados, além do mercado de consultoria empresarial em crescimento. A procura pelos cursos de mestrado acadêmico em administração como alternativa a cursos de MBA mais custosos também podem caber neste contexto, apesar do foco diferente destes cursos.

3. METODOLOGIA DE PESQUISA

Para a realização deste trabalho foi utilizada uma pesquisa aplicada do tipo descritiva, com uma abordagem predominantemente quantitativa.

A pesquisa descritiva, segundo Mattar (2005), visa, dentre outros propósitos, descrever características de grupos, partindo-se do pressuposto que haja previamente um profundo conhecimento do problema a ser estudado. Este é o caso do estudo proposto por este trabalho, uma vez que se trata de uma verificação de variáveis já conhecidas e testadas em outros estudos, junto a uma população específica.

A pesquisa aplicada objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais. (SILVA e MENEZES, 2001). Neste caso a avaliação dos ingressantes do mestrado.

3.1. Modelo de pesquisa

O modelo de pesquisa parte basicamente de três grandes grupos de variáveis: as demográficas, as motivacionais e as relacionadas a ambições profissionais/pessoais. A partir da análise destas variáveis, espera-se chegar a conclusões sobre o perfil dos alunos, os fatores motivadores para o ingresso no curso de mestrado e as expectativas após a conclusão do curso. Um esquema deste modelo é apresentado na figura abaixo:

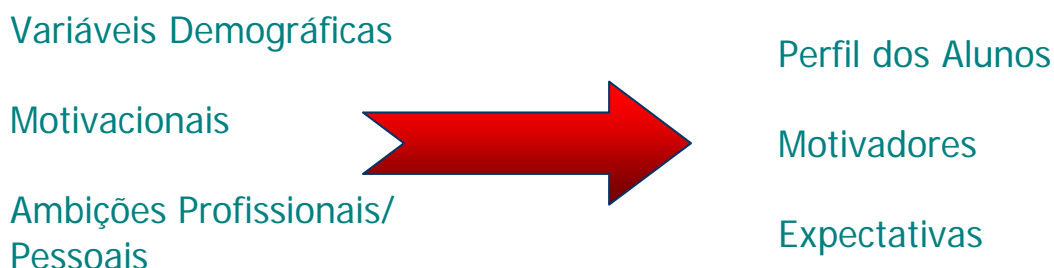


Figura 5 – Esquema de pesquisa. Fonte: Autores deste estudo

3.2. Definição operacional e conceitual das variáveis

As variáveis demográficas possuem definição óbvia, como idade, sexo, renda familiar, estado civil, quantidade de filhos, regime de dedicação ao curso, ano de conclusão da

graduação, possuidor de pós-graduação, área de concentração, ocupação atual, etc. Estas são coletadas por questões diretas não disfarçadas na primeira parte do questionário.

As variáveis motivacionais sobre a escolha de um curso de mestrado acadêmico em administração de empresas recebem valores de 0 a 10, atribuídos pelo respondente, conforme o grau de aplicabilidade do fator descrito, sendo 0 se o fator não tiver influência e 10 se o fator tiver extrema influência. Estas variáveis auto-descritivas, são: interesse na carreira acadêmica/docência, necessidade de titulação, crescimento profissional/aumento de empregabilidade, melhor remuneração, alternativa a MBA, aprimoramento de conhecimentos conceituais, interesse por pesquisas na área, satisfação pessoal e possibilidade de experiência internacional. Há ainda uma variável específica com relação à escolha do Programa de Pós Graduação da universidade pesquisada, com opções sobre diversos valores (auto-descritivos no questionário), onde o respondente deveria atribuir notas de 0 a 10, sendo 0 atribuído quando a variável não se aplica e 10 atribuído quando o fator é extremamente relevante para a escolha. Além disso, ainda existe a variável gratuidade do curso de mestrado em administração da universidade pesquisada, que pode receber valores de 0 a 10, de acordo com a relevância para o respondente. A última variável relacionada à escolha do Programa de Pós Graduação da universidade pesquisada é a variável nota elevada no CAPES, seguindo o mesmo critério de atribuição de valores, de 0 a 10.

As variáveis relacionadas a ambições profissionais/pessoais tiveram o mesmo critério de atribuição de valores das variáveis motivacionais, indo de 0 a 10. Estas variáveis são: docência, pesquisa científica, consultoria, mudança de carreira, ascensão profissional, carreira alternativa, titulação e status social, possibilidade de carreira internacional.

3.3. Escolha da população

O presente estudo caracterizou-se por um censo com todos os ingressantes em 2005 no curso de mestrado em Administração de uma universidade pública do Estado de São Paulo. Segundo dados fornecidos pela Secretaria de Pós-Graduação em Administração da universidade pesquisada, foram 43 ingressantes no curso de mestrado em administração em 2005, nas diversas áreas de concentração. Desta forma, 43 alunos ingressantes representaram a população de estudo.

3.4. Instrumento de coleta

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário estruturado não-disfarçado, com 19 questões fechadas e uma única questão aberta. O objetivo deste questionário foi obter os valores para as variáveis acima descritas, de forma a permitir precisão nas respostas e facilidade para a tabulação e análise dos dados.

3.5. Instrumentos de análise

Os dados coletados por meio dos questionários foram tabulados e analisados, utilizando-se softwares apropriados para a análise estatística desejada. A análise estatística dos resultados a partir de técnicas multivariadas permitiu aos autores verificar a dependência entre as respostas obtidas no levantamento com as perguntas de pesquisa que levaram à elaboração desse estudo.

Além disso, pôde-se determinar perfis demográficos, além de se captar motivações e processos de interação dos ingressantes com as características do curso de Mestrado em Administração da universidade pesquisada.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Do total de 43 pessoas da população, foi possível obter 38 questionários válidos, ou seja, resposta de 88% da população. Destes, 53% representou o sexo masculino e 47% o sexo feminino.

A questão da idade demonstrou ser uma variável com relevância para o estudo por estar altamente correlacionada com outras variáveis, tais como, ano de conclusão da graduação, regime de dedicação ao curso e renda domiciliar:

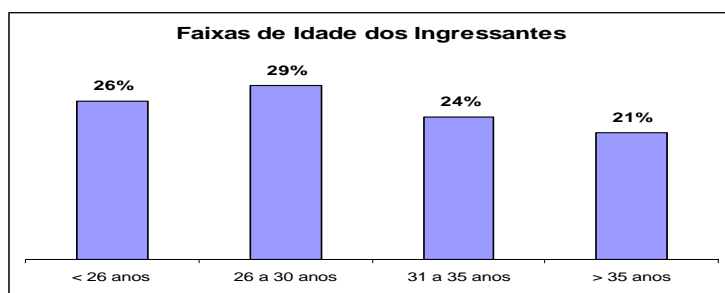


Figura 6 – Faixa etária dos ingressantes no Mestrado em Administração na universidade pesquisada em 2005.

Fonte: dados da pesquisa

Dentre os ingressantes, cerca de 53% concluíram a última graduação antes de 2000, o que vai ao encontro dos 45% que estão com mais de 30 anos de idade. Com relação ao regime de dedicação, 34% dos entrevistados responderam estar se dedicando integralmente ao curso com ou sem a concessão de bolsa de estudos, enquanto 42% continuam exercendo suas atividades profissionais em regime integral (40 horas semanais). Essas respostas são surpreendentes pois a dedicação exclusiva se trata de um dos pré-requisitos fundamentais para o ingresso no programa em algumas áreas.

O quadro a seguir mostra de forma resumida a dedicação ao curso dos alunos por área de concentração. Um fato interessante de se observar é o grande número de alunos que trabalham, seja em período parcial ou integral, indo contra uma das premissas do curso, que é a dedicação integral.

	ÁREA							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
Dedicação integral / bolsista	2	1	1	0	0	1	0	5
Dedicação integral sem bolsa	1	1	0	1	1	4	0	8
Dedicação parcial / trabalho integral	1	1	4	5	1	0	4	16
Dedicação parcial / trabalho parcial	4	1	1	0	1	1	1	9
Total	8	4	6	6	3	6	5	38

Quadro 4 - Dedicação X Área de concentração no Mestrado em Administração na universidade pesquisada em 2005.

Fonte: Dados da pesquisa

Entre os motivos que levaram os ingressantes a optar pelo mestrado, sobressaíram motivos associados à satisfação pessoal e a carreira acadêmica e atividade de docência. Vale ressaltar que os motivos associados ao redirecionamento de carreira e alternativa a um MBA com baixo custo foram os motivos considerados menos relevantes. A lista dos motivos está no quadro abaixo.

Motivos para ingressar no mestrado				
	Respostas	Mínimo	Maximo	Média
Satisfação pessoal	38	5	10	9,08
Carreira acadêmica / Docência	38	2	10	8,50
Empregabilidade	38	4	10	8,37
Aprimoramento dos conhecimentos conceituais	38	0	10	8,34
Pesquisas na área	38	0	10	7,89
Titulação	37	0	10	6,89
Melhor remuneração	37	0	10	5,30
Experiências Internacionais	37	0	10	5,08
Redirecionamento de carreira	37	0	10	4,76
Pós-graduação como alternativa a um MBA	38	0	10	2,92

Quadro 5 – Motivos para ingresso no Mestrado. Fonte: Dados da pesquisa

Nesta pesquisa foram listados 14 fatores entre os motivos que foram considerados na escolha do Programa de Pós-Graduação da universidade pesquisada, conforme apresentado no Quadro 6 abaixo, tendo sido solicitado aos alunos que atribuísem uma nota de 0 a 10 a cada item. A nota 0 (zero) significava nenhuma influência, enquanto a nota 10 (dez) indica que o fator teria sido de extrema importância para a decisão. Dentre os 14 fatores listados, os fatores mais relevantes de acordo com a opinião dos respondentes foram os seguintes: tradição e prestígio da instituição; gratuidade; o reconhecimento nacional e internacional; qualidade do corpo docente e pontuação na CAPES.

Motivações para escolha do PPGA				
	Respostas	Mínimo	Maximo	Média
Tradição e prestígio	38	8	10	9,71
Gratuidade	38	3	10	8,82
Reconhecimento nacional / internacional	38	0	10	8,58
Corpo docente	36	0	10	8,28
Pontuação na CAPES	38	0	10	7,95
Conteúdo das disciplinas	36	0	10	7,00
Metodologia de ensino	33	0	10	6,03
Horário das aulas	33	0	10	5,91
Perfil dos alunos / ex-alunos	33	0	10	5,27
Ex-aluno FEA / USP	33	0	10	4,91
Localização	35	0	10	3,89
Duração / Carga horária	34	0	10	3,26
Indicação	32	0	9	2,94
Infra-estrutura / Organização	32	0	10	2,09

Quadro 6 – Motivos para escolha do Programa de Pós-Graduação em Administração da universidade pesquisada.

Fonte: Dados da pesquisa

Os ingressantes declararam ter como principais intenções após a conclusão do curso exercer a atividade de docência e obter uma carreira alternativa, seguidas pela busca de ascensão profissional, atividades de consultoria e titulação. Resumo da tabulação dos dados encontra-se

no quadro abaixo:

Expectativas Profissionais com a Conclusão do Programa				
	Respostas	Mínimo	Maximo	Média
Docência	37	1,00	10	8,32
Carreira Alternativa	36	-	88	8,03
Ascensão Profissional	37	1,00	10	7,68
Consultoria	36	-	10	7,50
Titulação / Status Social	36	-	10	7,00
Pesquisa Científica	37	-	10	6,95
Mudança de Carreira	37	-	10	5,54
Carreira Internacional	36	-	10	5,22

Quadro 7 – Expectativas profissionais com a conclusão do curso. Fonte: Autores deste estudo

O perfil dos alunos ingressantes pôde ser identificado a partir de perguntas que mapearam algumas características sócio-demográficas dos respondentes, tais como idade, sexo, ano de conclusão da última graduação, renda, entre outras. Essas repostas contribuíram para o maior entendimento do público que opta por ingressar no mestrado acadêmico e sua relação atual com o mercado de trabalho. Para compreender os fatores que suscitam a manifestação da necessidade pela pós-graduação *strictu sensu*, suas motivações e as expectativas dos ingressantes após a conclusão do curso, optou-se por perguntas fechadas agrupadas segundo algumas categorias.

Analisando-se os dados obtidos, observou-se que as respostas sobre os motivos que levaram ao curso de Mestrado em Administração de Empresas na universidade pesquisada corroboram estudos similares conduzidos na Inglaterra citados por Donaldson e McNicholas (2004). Pesquisas anteriores citadas pelos autores indicaram que 87% dos entrevistados citaram satisfação pessoal como a razão mais importante para estudar.

Carvalho et al (2004) realizaram pesquisa com os alunos de graduação na FEA-USP para conhecer suas atitudes e opiniões a respeito da pós-graduação, na qual foi utilizada uma escala likert de concordância e discordância em relação aos motivos que os levariam a continuar seus estudos. Assim como os levantamentos anteriores citados, 70% dos alunos da FEA-USP pensam que “o curso de pós-graduação, independentemente dos requisitos do mercado, poderá propiciar satisfação pessoal”, enquanto 87% “acreditam que a qualidade do curso de graduação não irá satisfazer plenamente os requisitos do mercado”, razão pela qual deverão prosseguir a formação por meio de cursos de pós-graduação.

Os resultados dos atributos indicam a existência de variáveis inter-relacionadas, possibilitando a utilização da análise fatorial para identificar um número menor de fatores que possam representar as relações existentes entre as variáveis.

Inicialmente, foi analisada a existência de possíveis correlações entre algumas das 10 variáveis pesquisadas, sendo obtidos razoável número de correlações superiores a 0,30, que justificam o emprego da análise fatorial. A análise dos *eigenvalues* (auto-valores) possibilita conhecer o percentual de variância que cada fator é capaz de explicar em relação à variância das variáveis.

Foram selecionados os 3 primeiros fatores, que explicassem 57,1% da variância total. A análise da natureza dos fatores obtidos mostrou que os três primeiros fatores a seguir com as

Motivos para ingressar no mestrado			
	1	2	3
Titulação	0,93739	(0,11422)	0,11287
Empregabilidade	0,84460	(0,15119)	(0,14647)
Melhor remuneração	0,61950	0,59588	(0,13782)
Pós-graduação como alternativa a um MBA	0,47219	(0,07610)	(0,49204)
Redirecionamento de carreira	0,23941	(0,41119)	0,49053
Satisfação pessoal	0,11549	(0,08477)	(0,39683)
Aprimoramento dos conhecimentos conceituais	0,03724	0,21528	0,45194
Carreira acadêmica / Docência	(0,04826)	(0,10708)	0,73876
Pesquisas na área	(0,09823)	0,77763	0,10749
Experiências Internacionais	(0,11471)	0,84574	0,13329

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a Rotation converged in 4 iterations.

Quadro 8 – Análise de auto-valores dos motivos para ingresso no Mestrado. Fonte: Autores deste estudo

Após a utilização da análise fatorial, podemos resumir o conjunto de variáveis para os seguintes fatores:

1. Exigência do mercado de trabalho (titulação, empregabilidade e melhor remuneração);
2. Pesquisa Científica Internacional (pesquisa e experiência internacional na área);
3. Carreira acadêmica (carreira acadêmica, redirecionamento profissional e aprimoramento)

Os resultados obtidos nesta pesquisa sobre fatores motivacionais para a seleção de cursos de mestrado da universidade pesquisada corroboram o estudo realizado por Ikeda et al (2003). Podemos inferir destes resultados que os alunos de pós-graduação valorizam principalmente os atributos relacionados com a excelência acadêmica, reconhecimento da instituição e a qualidade do curso, tratando-se de uma compra bastante consciente em relação aos atributos que poderão propiciar benefícios efetivos em termos pessoais e na sua carreira profissional. No caso da gratuidade estar em segundo lugar entre os mais valorizados, pode-se relacionar ao fato de este ser um fator motivador mais relacionado à conveniência e relação de benefício propiciado pelo programa.

Novamente foram observadas variáveis inter-relacionadas na análise das expectativas após a conclusão do curso, possibilitando a utilização da análise fatorial para identificar um total de 3 fatores que possam representar as relações existentes entre as variáveis. Neste caso a análise dos *eigenvalues* se apresentou em torno de 66% para explicar as variâncias das expectativas dos ingressantes com a conclusão do curso.

Expectativas com a conclusão do curso			
	1	2	3
Carreira Internacional	0,8908	(0,0898)	0,1178
Pesquisa Científica	0,8136	0,0597	(0,0477)
Ascensão Profissional	0,4042	0,1239	0,7692
Consultoria	0,2230	0,8194	0,0821
Docência	0,0031	0,7920	(0,0442)
Titulação / Status Social	(0,0670)	0,1685	0,7222
Mudança de Carreira	(0,2540)	0,5832	0,2688
Carreira Alternativa	(0,4744)	(0,3085)	0,5740

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a

Rotation converged in 5 iterations.

Quadro 9 – Análise de auto-valores sobre expectativas com a conclusão do curso. Fonte: Autores deste estudo

O conjunto de variáveis neste caso pode ser resumido nos seguintes fatores:

1. Interesse em pesquisa científica (carreira internacional e pesquisa);
2. Carreiras alternativas (consultoria, docência);
3. Titulação (ascensão profissional, status e carreira alternativa)

5. CONCLUSÕES

A partir da análise dos resultados, observamos um padrão de respostas coerente entre as motivações e as expectativas dos alunos relacionadas à conclusão do seu curso, sendo os fatores obtidos na aplicação das análises fatoriais muito parecidos, o que está de acordo com a intenção e o interesse desta pesquisa.

Os maiores motivadores para o ingresso no curso de Mestrado em Administração da universidade pesquisada são as exigências do mercado de trabalho (necessidade de titulação, aumento de empregabilidade e melhor remuneração), possibilidade de pesquisa científica e experiência internacional na área, além da busca pela carreira acadêmica em si e como redirecionamento profissional e aprimoramento. O programa da universidade pesquisada é escolhido principalmente pela sua reconhecida excelência e qualidade.

Com relação às expectativas após a conclusão do curso, os fatores mais apontados na pesquisa foram: interesse em pesquisa científica, incluindo a carreira internacional, busca de carreiras alternativas, como consultoria e docência (aqui, a docência vista como uma carreira alternativa) e ascensão profissional e status, obtidos com a titulação.

Alguns resultados inusitados também puderam ser observados, como o elevado número de alunos que trabalham, seja em tempo parcial, seja em tempo integral, quando um dos requisitos para o ingresso no curso é a dedicação integral. Um outro fator preocupante observado é a busca de espaço para pesquisas internacionais, podendo significar uma fuga dos talentos para outros países que possam oferecer melhores condições para a pesquisa e de qualidade de vida.

6. LIMITAÇÕES DO ESTUDO E SUGESTÕES

A realização deste estudo apresentou algumas limitações que devem ser consideradas para a completa compreensão da análise realizada, e como forma de evitar que suas conclusões sejam interpretadas de maneira incorreta.

A primeira, e mais importante delas, é que se tratou de uma pesquisa descritiva não probabilística, e portanto seus resultados devem ser vistos com as restrições devidas, não se podendo inferir qualquer representatividade de seus resultados para qualquer outra população que não a população pesquisada sem as devidas restrições.

Ressalta-se ainda que, a pesquisa foi realizada junto a uma única instituição, captando apenas a opinião dos alunos ali matriculados.

Como sugestão de novos estudos tem-se a possibilidade de, a partir da utilização das hipóteses levantadas por esta pesquisa, realizar pesquisas quantitativas probabilísticas para confirmá-las ou não, de maneira a contribuir com um mapeamento cada vez mais preciso do perfil dos alunos ingressantes de cursos de pós-graduação em administração. Também é fundamental, em futuros estudos, considerar as opiniões de outras universidades e outras regiões do país, procurando captar uma maior diversidade por meio de novas pesquisas.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. CAPES - Estatísticas da Pós-Graduação. <http://www.capes.gov.br>, 2005.
2. CARVALHO, Daniel M., AMICCI, Fábio L., ANDRADE, Josmar, KATZ, Sérgio. *Atitudes e Opiniões dos alunos da FEA-USP quanto a Cursar Pós-Graduação*. VI SEMEAD, FEA-USP, 2004.
3. DEMO, Pedro. *Avaliação qualitativa*. São Paulo: Cortez, 1991.
4. _____. *Pesquisa e construção de conhecimento*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.
5. DONALSON, Bill, McNICHOLAS, Carolyn. *Understanding the postgraduate education market for UK-based students: A review and empirical study*. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, Vol. 9 No.4, 2004, pp. 346-360.
6. GARVEY, William D. *Communication: the essence of science*. Oxford: Pegamon, 1979.
7. GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 1991.
8. GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1999.
9. GOLDENBERG, Mirian. *A arte de pesquisar*. Rio de Janeiro: Record, 1999.
10. IBGE – Estatísticas de emprego no Brasil. www.ibge.gov.br, 2005.
11. IKEDA, A. A.; CAMPOMAR, M. C. ; VELUDO-DE-OLIVEIRA, T. M. Educação continuada para executivos: considerações sobre as expectativas e os atributos importantes para o aluno em um MBA. *Revista de Economia e Administração Ibmec*, São Paulo, v. 2, p. 11-25, 2003.
12. LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 1993.
13. MATTAR, Fauze Najib. *Pesquisa de Marketing – volume 1*. São Paulo: Atlas, 2005.
14. MOWEN, I. C. MINOR, M. S. *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Prentice Hall, 2003
15. PESSOA, Walter. *A coleta de dados na pesquisa empírica*. Disponível em: <<http://www.cgnet.com.br/~walter/artigo.html>>. Acesso em: 20 jul. 2005.
16. POPPER, Karl. *A lógica da pesquisa científica*. São Paulo: Cultrix, 1993.
17. QUEIROZ, Maurício. *O Processo Decisório de Compra de Cursos de MBA: Um Estudo Empírico em Duas Instituições de Ensino*, 2005
18. SILVA, Edna Lúcia, MENEZES, Estera Muszkat, *Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação*. 3ª edição Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.
19. SOLOMON, Michael R. *O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo*. 5ª edição, Porto Alegre: Bookman, 2002.