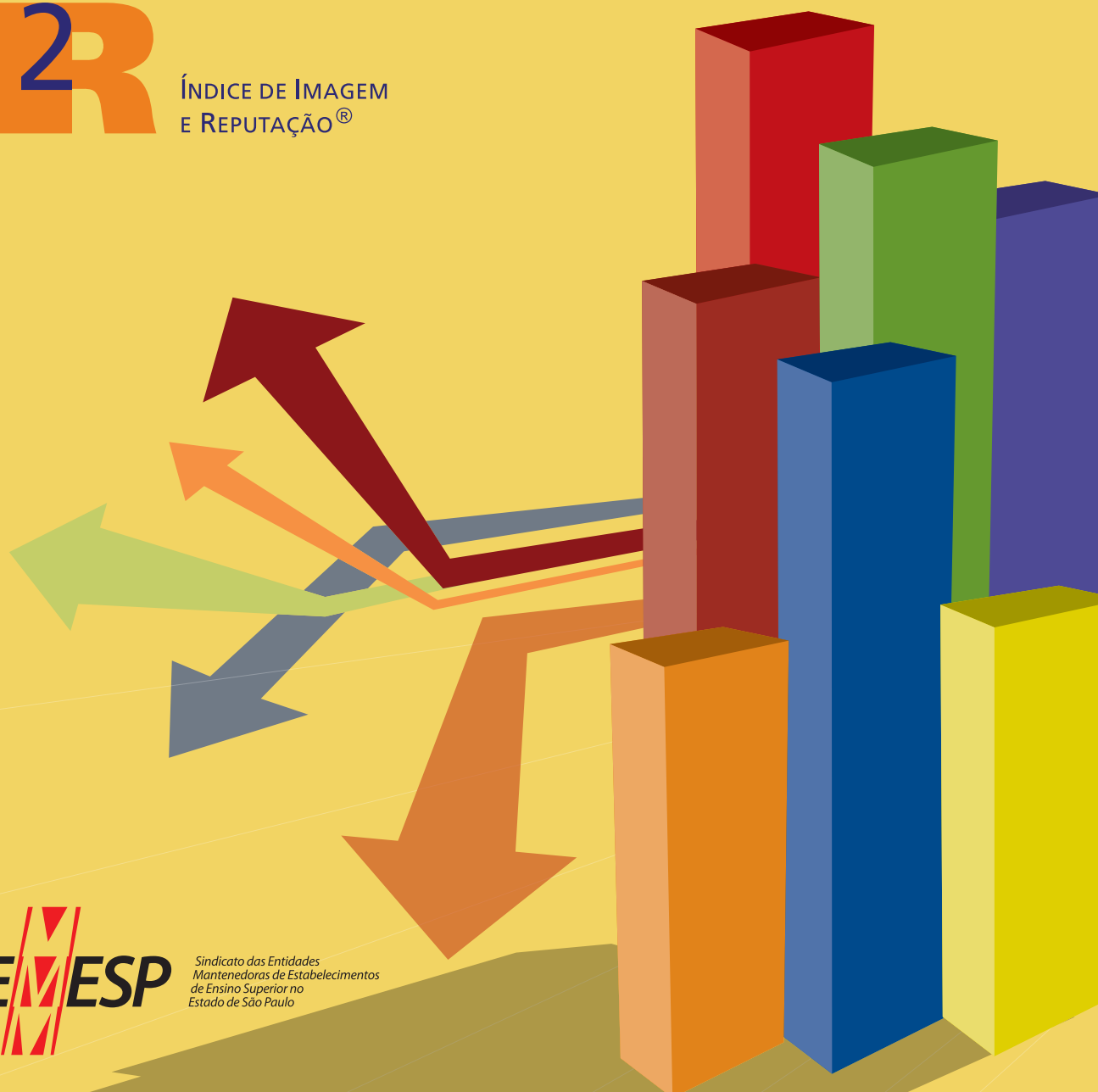


Pesquisa Semesp | 2009

Índice de Imagem e Reputação



ÍNDICE DE IMAGEM
E REPUTAÇÃO®



Sindicato das Entidades
Mantenedoras de Estabelecimentos
de Ensino Superior no
Estado de São Paulo

Uma ferramenta estratégica para a qualidade de mercado

Desvendar qual é a real percepção de seus públicos estratégicos com relação à atuação das instituições de ensino superior tem sido uma preocupação constante do setor privado. No intuito de aferir o conhecimento dos chamados *stakeholders* em meio a um cenário concorrencial, o Semesp realizou uma ampla e reveladora pesquisa, denominada I₂R – Índice de Imagem e Reputação, para auxiliar os mantenedores a estabelecer parâmetros de qualidade de mercado.

Desenvolvida pela CDN Estudos & Pesquisa, empresa de inteligência em pesquisa do Grupo CDN que atua nas áreas de consultoria, opinião e mercado, essa inovadora ferramenta busca propiciar às IES um instrumento sintético, calculado a partir das percepções e imagens compartilhadas por nove públicos de interesse das IES particulares

de dez regiões do Estado de São Paulo. A Pesquisa I₂R Semesp foi realizada entre fevereiro e março de 2009 e envolveu 1.682 pessoas, entre alunos, ex-alunos, professores, pais de alunos e de ex-alunos, gestores, funcionários administrativos, população do entorno, autoridades municipais e mídia, tendo como base teórica o conceito de *Image Share*, que parte do pressuposto de que a imagem das instituições de ensino superior particular é produto das percepções de cada um de seus públicos de interesse e tem seu valor aferido em um cenário concorrencial.

Uma análise sobre a hierarquia dos atributos por público revela que os diversos públicos podem ser divididos em dois grupos com percepções semelhantes. Para os alunos, ex-alunos, pais e população, o corpo docente e administrativo, as condições financeiras e a estrutura física são os fatores mais importantes na avaliação das IES. Para os gestores, professores e funcionários administrativos, há uma diversidade maior de fatores mais importantes na avaliação das instituições, sendo destaques o corpo docente e administrativo, as avaliações de ensino, a estrutura física e o leque de cursos oferecidos.

Na comparação entre os públicos, chama atenção a diferença entre a hierarquia apontada pelo público mídia e pela média dos demais públicos. Enquanto para o primeiro o fator mais importante são as condições financeiras, os demais públicos indicam o corpo docente e administrativo como mais significativo. A estrutura física é um dos pontos mais valorizados pela média dos oito públicos, e para a mídia é o menos valorizado, junto com vida universitária. A comodidade aos estudantes, indicada como o atributo menos importante para os oito públicos, está entre os mais importantes na visão da mídia.

Essa percepção revela que a comunicação entre as instituições e a imprensa precisa ser aprimorada.

Público, região e indicadores

O universo da Pesquisa I₂R Semesp envolveu 1.682 entrevistados, distribuídos nos seguintes públicos que, de alguma forma, têm impacto na imagem das instituições e do setor do ensino superior privado:

No.	Público	Amostra
1	Alunos	275
2	Ex-alunos	275
3	Pais de alunos e ex-alunos	230
5	Professores	111
6	Gestores	102
7	Funcionários administrativos	92
8	Mídia	27
9	População do entorno	550
10	Autoridades	20
Total: 1682 entrevistados		



O desenho amostral foi calculado respeitando a implantação geográfica das diferentes IES, e as regiões administrativas foram selecionadas de acordo com sua representatividade no Estado de São Paulo.

Indicadores e índices sintéticos, globais e por público foram construídos de modo a permitir uma análise do desempenho das IES e do setor no Estado de São Paulo e, assim, estabelecer parâmetros de qualidade de mercado:

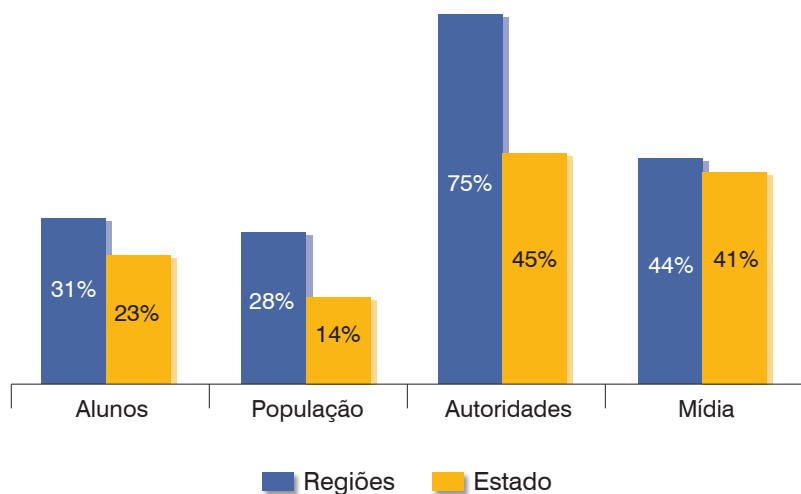
- Percepção e notoriedade
- Potencial de crescimento
- Infraestrutura
- Condições de trabalho
- Qualidade de ensino e do corpo docente
- Inovação e produção científica
- Relacionamento com os alunos
- Compromisso com a formação de cidadãos e com a empregabilidade dos alunos
- Eficiência e eficácia da comunicação
- Práticas de responsabilidade social
- Preocupação com comunidades do entorno
- Compromisso com a região

Percepção geral

Os principais indicadores e critérios para avaliação positiva de uma IES

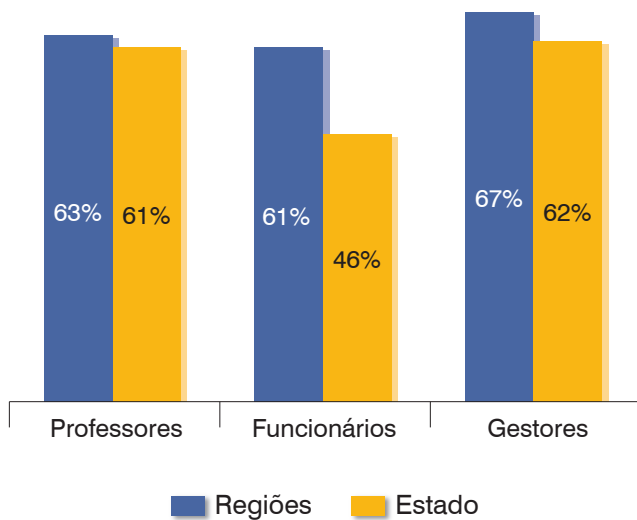
Todos os públicos apontaram **tradição**, **qualidade de ensino** e **corpo docente de gabarito** como os atributos para identificar as IES mais significativas nos âmbitos regional e estadual da pesquisa*.

Tradição, qualidade de ensino e corpo docente de gabarito são os atributos que indicam as IES mais significativas



A **tradição** é o atributo que torna universidades, faculdades ou centros universitários mais significativos, tanto para alunos quanto para a população. A tradição também foi o indicador escolhido pelas autoridades e pela mídia; esses públicos, porém, demonstraram ter uma visão generalista com relação ao setor.

* Os critérios de avaliação com relação às instituições variam muito de acordo com os públicos abordados. Uma característica é que as percepções estão fundamentadas quase que exclusivamente em relação à esfera local, ou seja, à região administrativa do entrevistado. No âmbito do Estado de São Paulo é expressivo o número de respostas "sem opinião".



A **qualidade do ensino** é o indicador mais importante para professores, funcionários e gestores. Para os ex-alunos, esse é o critério de avaliação mais importante para a escolha da IES em sua região (26%).

Principais evocações dos públicos em relação às IES

A pesquisa apontou as seguintes palavras, idéias, imagens ou sentimentos que vêm à mente do público entrevistado de forma espontânea quando pensam em uma instituição de ensino superior particular:

Emprego e Profissão (15%)
Qualidade do ensino (6%)
Futuro melhor (4%)
Qualidade (2%)

A importância do corpo docente qualificado e da variedade de cursos

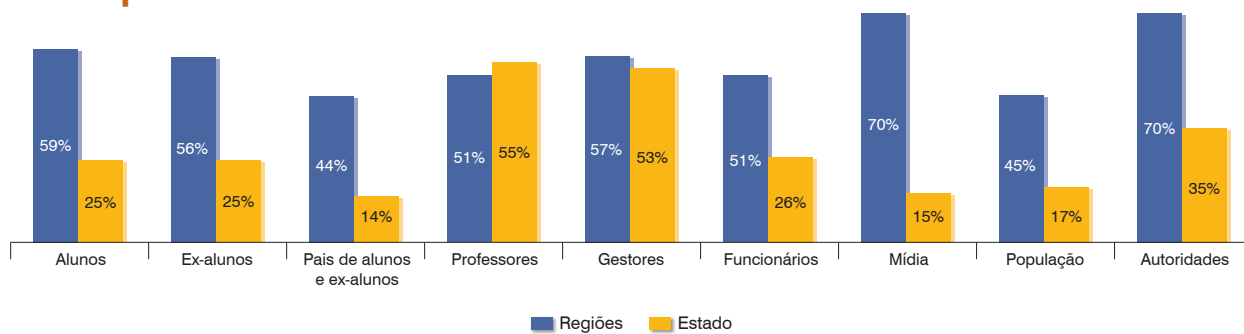
Todos os públicos pesquisados consideram a qualificação do corpo docente (professores titulados e com

experiência acadêmica) e a oferta de um leque variado de cursos (graduação, pós-graduação,

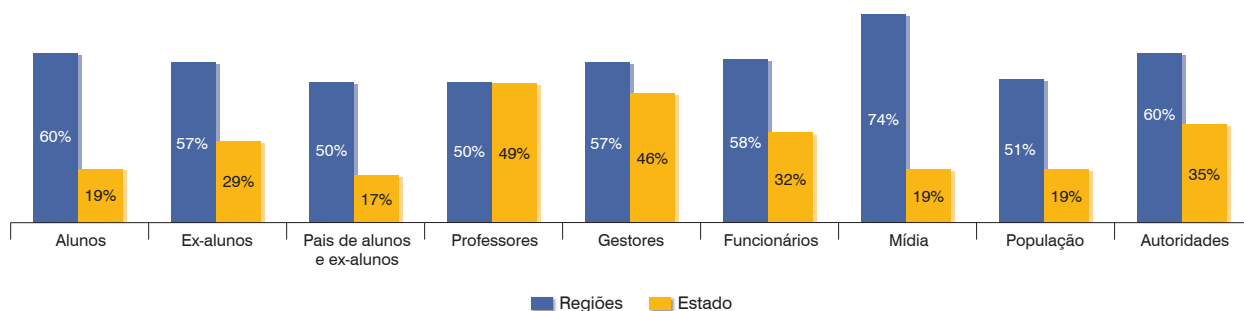
especialização, extensão, EAD) como indicadores de uma instituição de ensino superior de qualidade.

Corpo docente de gabarito e variedade de cursos são os principais indicadores de uma instituição de qualidade para todos os públicos

Corpo docente



Variedade de cursos

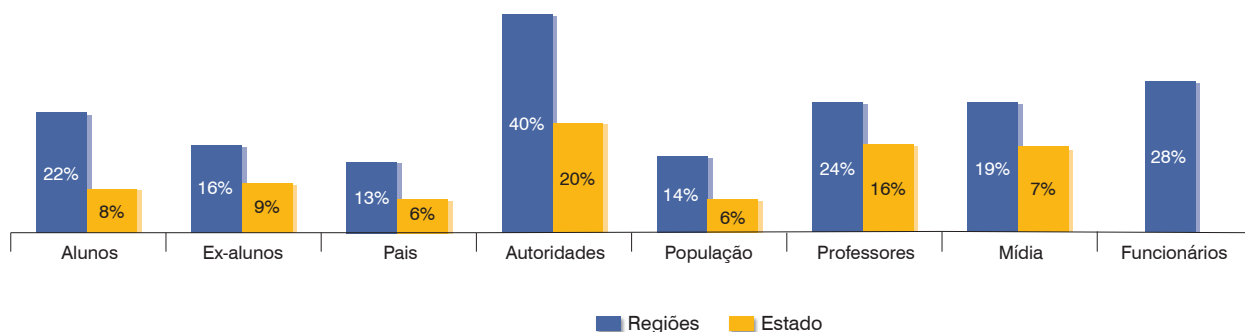


A preparação para o mercado de trabalho

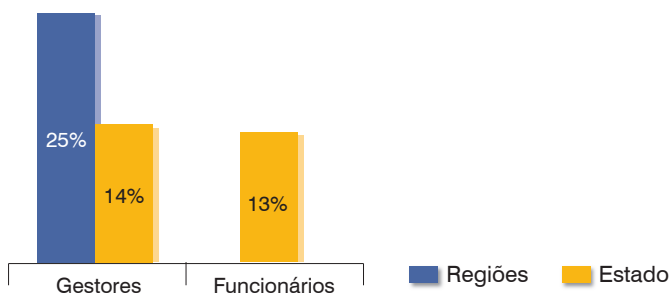
As instituições que melhor preparam para o mundo do trabalho são aquelas que **formam bons**

profissionais, tanto para alunos e ex-alunos quanto para os pais, autoridades, mídia e a população.

Este é o indicador que também reflete a opinião dos professores e dos funcionários.



Um **bom corpo docente** foi o indicador mais citado por gestores e funcionários na avaliação das instituições que melhor preparam para o mercado de trabalho.



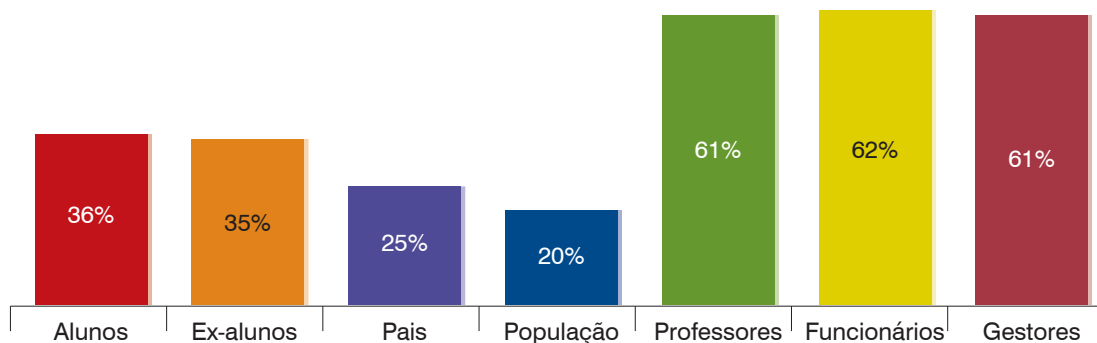
Formação de bons profissionais é o principal atributo das instituições que oferecem melhor preparo para o mercado de trabalho.

Já no caso da mídia, melhor prepara os alunos para o mundo do trabalho a IES que, além de formar bons profissionais, também seja **bem conceituada** no mercado (7%, no âmbito estadual).

Valorização da infraestrutura*

Para todos os públicos, com exceção das autoridades e da mídia, uma **infraestrutura de qualidade** está diretamente relacionada à existência e visibilidade de laboratórios bem equipados:

Para a maior parte dos públicos abordados, laboratório bem equipado é sinônimo de instituição que oferece infraestrutura de qualidade



Autoridades e mídia também consideram importante a existência de laboratórios.

Entretanto, esses dois públicos levam em conta na sua avaliação outros itens, tais como

bibliotecas (60% das autoridades), campus amplos e áreas de lazer (67% da mídia).

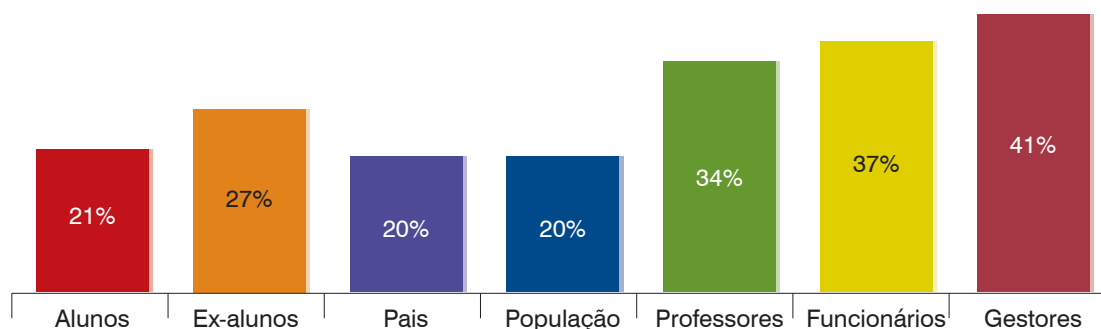
* Indicador informado pelos públicos apenas nas respostas referentes à região de origem do entrevistado.

Elementos que expressam o melhor relacionamento com a comunidade*

O bom relacionamento das instituições com as comunidades do seu entorno é evidenciado pela quantidade e qualidade das

atividades de extensão e dedicação às ações de responsabilidade social promovidas por elas. Para todos os públicos, exceto autoridades e mídia,

as IES que promovem eventos voltados para o seu entorno são as que mantêm melhor relacionamento com a comunidade:



Na visão dos dois públicos restantes, um bom relacionamento com a comunidade está relacionado ao **atendimento médico gratuito**, para 30% das autoridades, e à oferta de

serviços à comunidade, para 41% da mídia. Outros atributos que também são valorizados como reflexo de um bom relacionamento com a comunidade são oferta de **atendimento**

odontológico, escolha de 6% dos alunos e de 12% dos ex-alunos; **fisioterapia gratuita**, segundo 16% dos funcionários; e **atendimento jurídico**, de acordo com 16% dos professores.

Relacionar-se bem com a comunidade é oferecer principalmente eventos, serviços e atendimentos médico e odontológico.

* Indicador informado pelos públicos apenas nas respostas referentes à região de origem do entrevistado.

Fatores que fundamentam o bom relacionamento com os alunos*

O atendimento realizado por **funcionários prestativos** é o atributo que melhor expressa o bom relacionamento de uma IES com seus alunos para os próprios alunos (36%), ex-alunos (24%), pais (19%) e população (10%).

As instituições que melhor se relacionam com seus alunos são as que têm funcionários prestativos e favorecem a proximidade com professores e coordenadores, mantendo o canal aberto para a comunicação.

Já professores (21%), funcionários e gestores (31% cada) apoiam suas visões no aspecto pedagógico e apontam, especificamente, o **bom relacionamento entre a coordenação e os alunos**

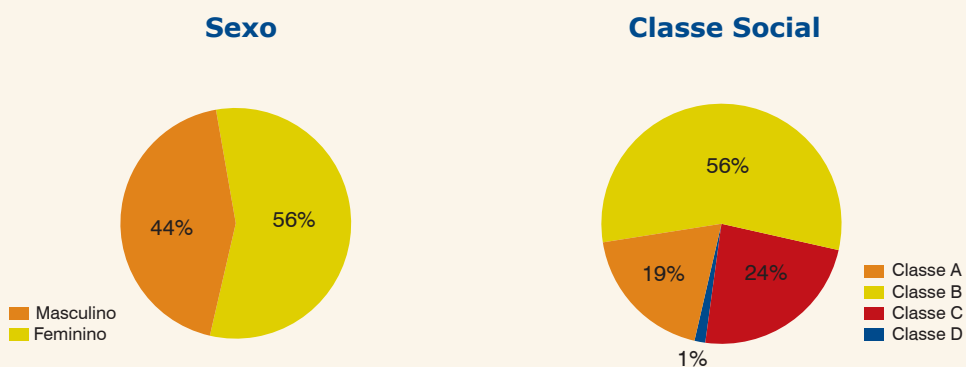
como valor com relação a esse indicador. O aspecto pedagógico fundamenta, ainda, os critérios de escolha da mídia, que valoriza a **proximidade dos professores (15%) e**

um **canal aberto de comunicação com os alunos (15%)**. As autoridades (30%), por sua vez, também chamam atenção para as boas relações entre a coordenação e os alunos.

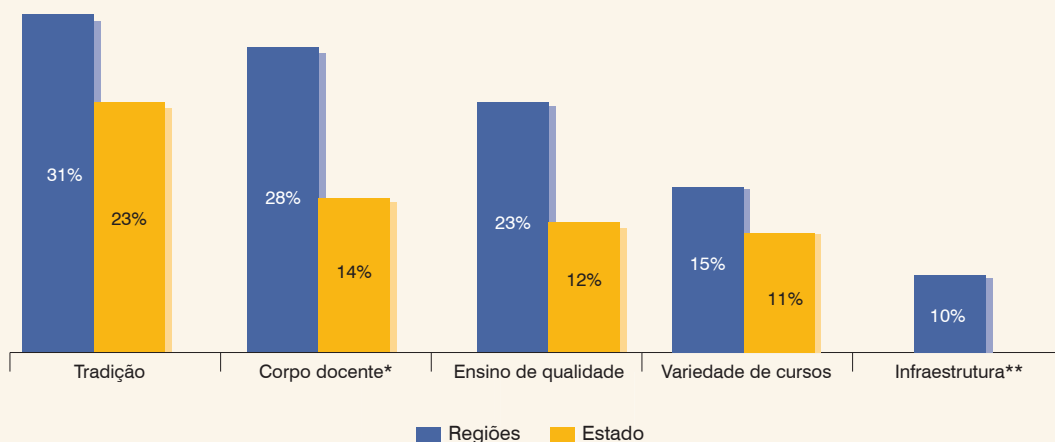
* Indicador informado pelos públicos apenas nas respostas referentes à região de origem do entrevistado.

O que motiva a escolha de uma IES para estudar, segundo os alunos

Perfil dos entrevistados



Para os alunos, o que torna uma IES mais significativa é:



* Para este público a experiência acadêmica e a titulação (mestres e doutores) são os fatores mais relevantes

** Item mais valorizado pelos alunos apenas nas respostas referentes à própria região do entrevistado

A importância da infraestrutura

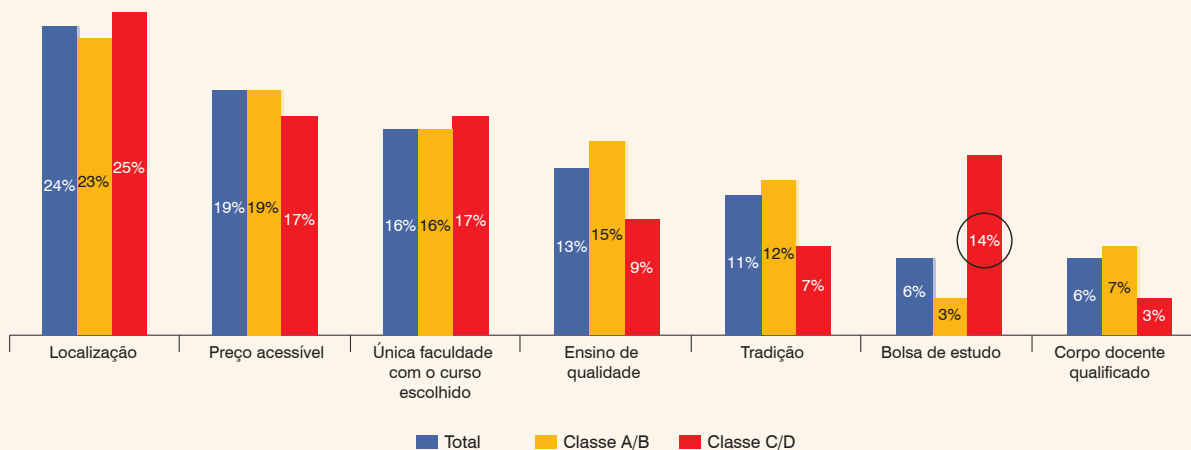
Nas respostas dos alunos referentes a esse item, a imagem de uma boa estrutura está atrelada a instituições que têm:

Laboratórios bem equipados (35%)
Acervo grande na biblioteca (28%)
Campus amplo (17%)
Instalações esportivas (12%)

Com relação aos **critérios para escolha da instituição** em que estuda, a pesquisa mostrou que a decisão do aluno baseia-se principalmente na

localização (**40%**) e no preço acessível (**19%**) e que a oferta de bolsa de estudos, praticamente, só tem relevância para alunos da classe

C/D (**14%**). O índice de respostas mostra que as avaliações do MEC não são significantes nem para atrair, nem para rejeitar uma IES (média de **2%**).



88% dos alunos se dizem satisfeitos com a instituição em que estudam.

Qualidade de ensino é o fator de satisfação

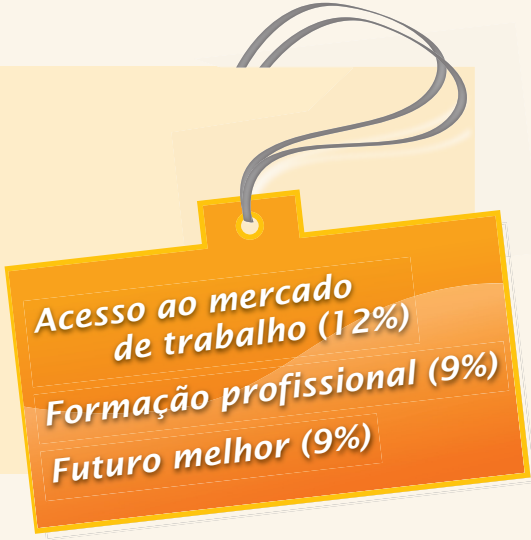
A pesquisa mostra que **88%** dos alunos entrevistados se dizem satisfeitos com a instituição em que

estudam. Para estes, qualidade de ensino é o principal fator de satisfação (**33%**). Para os alunos

insatisfeitos (**9%**), o principal motivo de insatisfação são professores que deixam a desejar (**17%**).

Qualidade e empregabilidade

Para os alunos, ensino superior privado é sinônimo de empregabilidade. Esse valor está atrelado às seguintes imagens ou evocações:



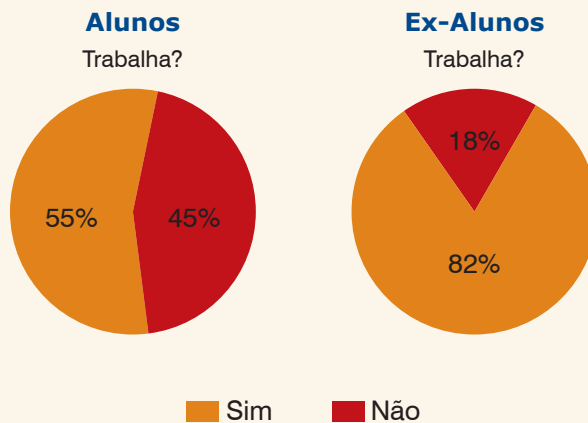
Acesso ao mercado de trabalho (12%)
Formação profissional (9%)
Futuro melhor (9%)

Empregabilidade e inovação

Para os alunos, as IES mais significativas em relação à empregabilidade são as que:

- Oferecem facilidade para conseguir um estágio (**34%**)
- Têm contrato com empresas para estágios e empregos (**12%**)
- Ajudam os alunos interessados em ingressar no mercado de trabalho (**8%**)

Comparação do percentual de empregados entre os públicos **alunos** e **ex-alunos** comprova mais uma vez que o ensino superior privado gera empregabilidade. Há um aumento de **49%** no número de empregados entre os ex-alunos em relação aos alunos.



**82% dos ex-alunos
entrevistados estão empregados**

A imagem de inovação* é relacionada às instituições que têm:

- Maior gama de cursos oferecidos (**12%**)
- Cursos novos e atualizados (**11%**)

* Item mais valorizado pelos alunos apenas nas respostas referentes à própria região do entrevistado

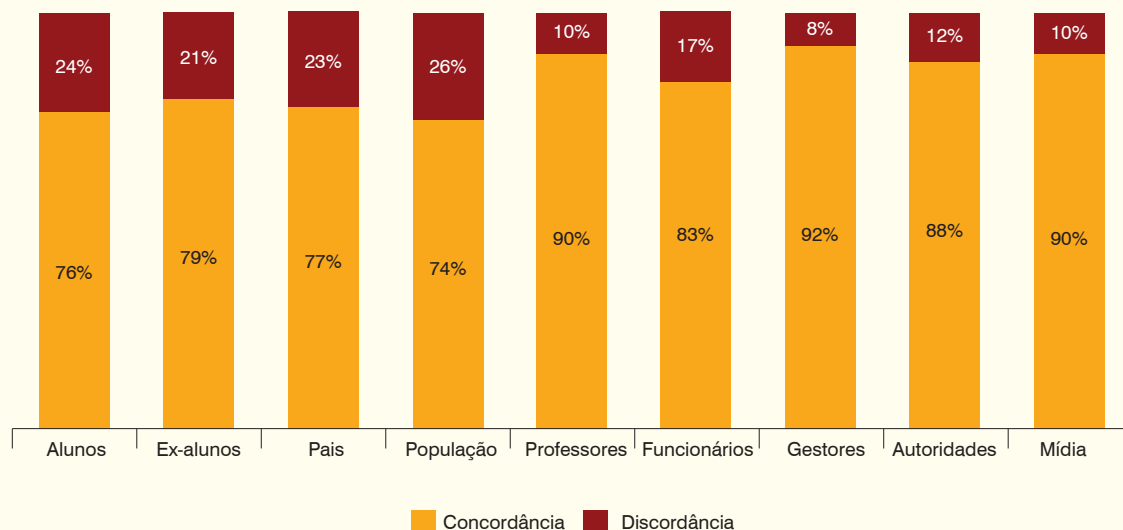
Comparação entre IES públicas e privadas

Percepção dos públicos é que IES particulares garantem maior acesso à educação superior

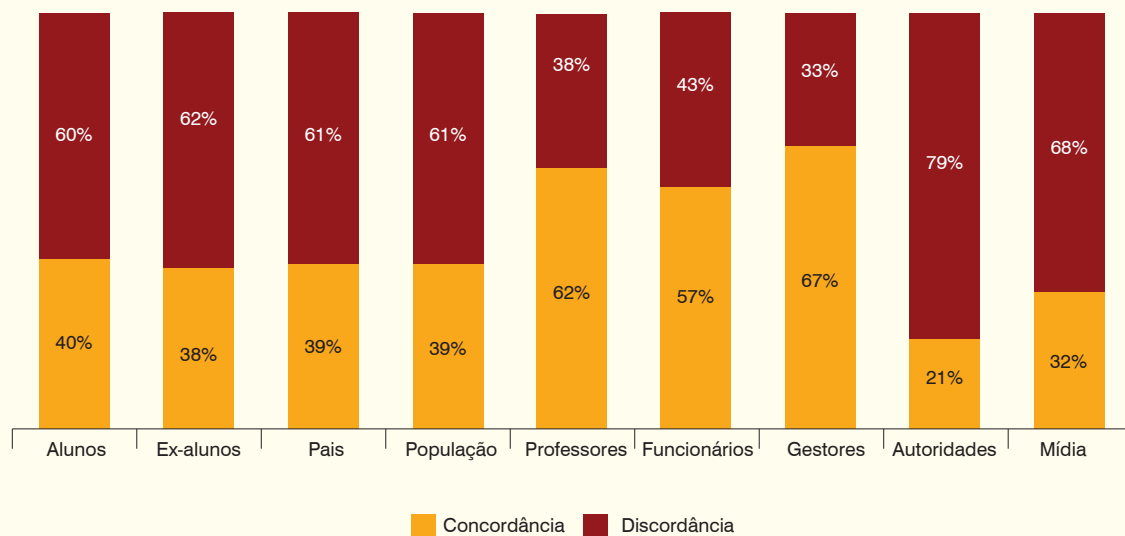
A Pesquisa I₂R Semesp verificou que há diferentes percepções quando são feitas comparações entre ensino superior público e privado. Os gráficos a seguir expressam o nível de concordância dos nove públicos pesquisados com algumas frases propostas pelos entrevistadores, comparando a atuação das instituições públicas e particulares.

As respostas são bastante heterogêneas, por exemplo, quando a pergunta se refere à existência de um equilíbrio na competição entre as IES particulares e as públicas. A maioria dos entrevistados de todos os públicos, porém, concorda que **as IES privadas garantem que mais pessoas tenham acesso ao ensino superior do que as públicas.**

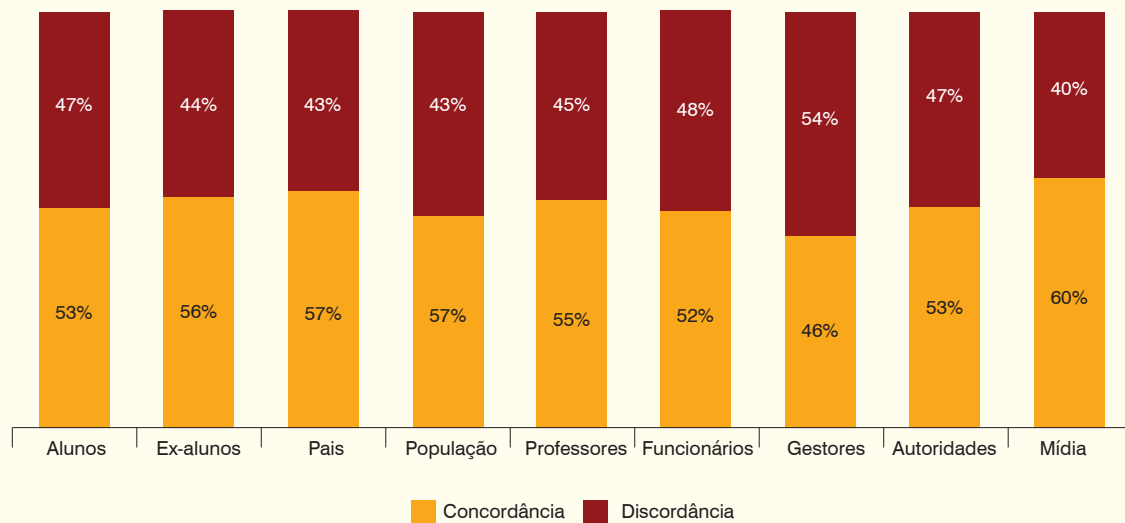
“As IES particulares garantem que um número maior de pessoas ingresse no ensino superior”



“As IES públicas não apresentam superioridade na qualidade de ensino em relação às particulares”



“As IES públicas e privadas atuam de forma complementar”



Índice de imagem e reputação revela oportunidades

Ainda há grande potencial de crescimento na percepção dos públicos em relação ao ensino superior privado. E a imagem regional ainda predomina

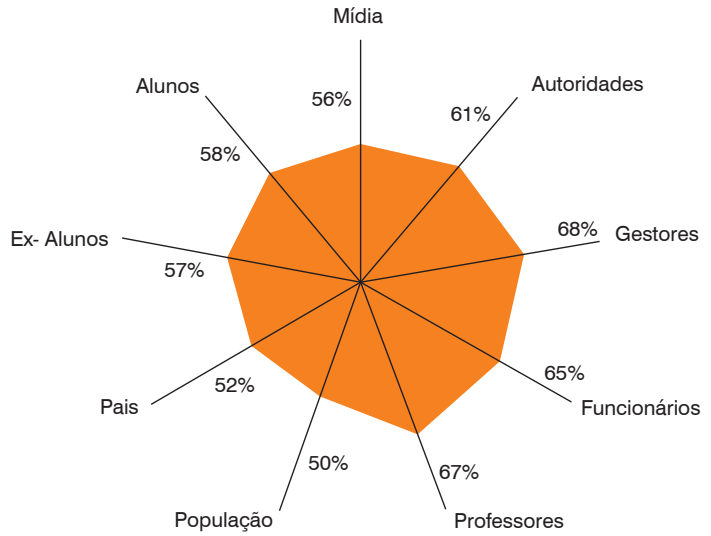
O índice final foi estruturado de forma a assegurar que todos os públicos tivessem indicadores transversais semelhantes e pertinentes, garantindo a comparabilidade entre os diferentes públicos. Cada público respondeu a um roteiro composto por um módulo fixo e por um módulo variável, e foram calculadas escalas, questão a questão e público a público, a partir da maior ou menor proximidade entre as mensagens chave do setor e as razões que sustentam as respostas obtidas entre os públicos. Cada público pesquisado teve peso equivalente no cálculo do índice absoluto final. O índice de imagem e reputação revelou grandes oportunidades para a comunicação das instituições de ensino

superior privado com os diversos públicos pesquisados. Com base no conceito de *Image Share*, ainda há muito espaço a ser preenchido pelo desconhecimento que os diversos públicos demonstram ter sobre o setor. O indicador demonstra que ainda há um distanciamento entre o conhecimento dos públicos pesquisados e as mensagens chaves do setor. O I₂R também revela o quanto a imagem das instituições está atrelada à sua região. Apesar do surgimento de grupos consolidadores, ainda há poucas instituições que conseguem romper as fronteiras regionais e expandir a sua imagem para uma abrangência estadual. Quando as questões são focadas para a imagem das instituições

no contexto regional onde o entrevistado está inserido, o percentual de respostas demonstra maior conhecimento sobre o setor. No entanto, quando o foco é estadual o percentual de resposta “sem opinião” é bastante elevado, atingindo índice superior a 70% em alguns tópicos. A predominância da imagem regional também leva à conclusão de que a força do ensino superior privado, representando 75% das matrículas no Brasil e 86% no Estado de São Paulo, não é nítida para os diversos públicos. A imagem do setor é fragmentada, diluída pelas regiões, o que remete ao grande desafio de comunicar a representatividade e a importância do setor para toda a sociedade brasileira.

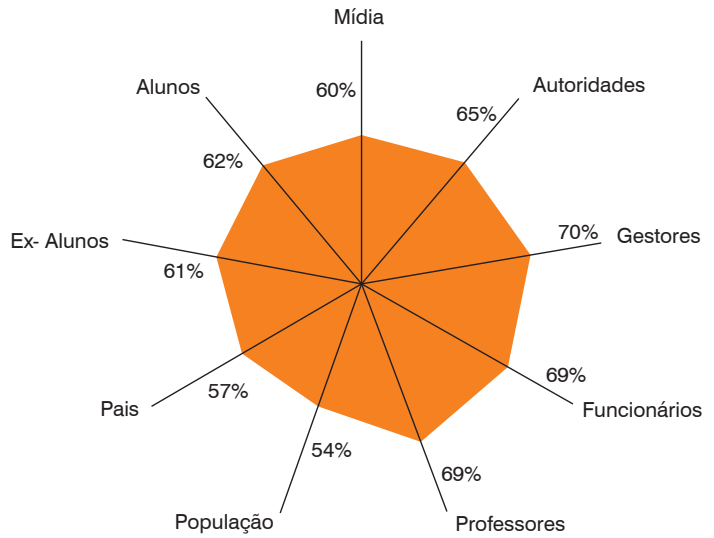
Índice de imagem e Reputação do Setor – Absoluto (Estado e Região)

I₂R ÍNDICE DE IMAGEM E REPUTAÇÃO® = **59,4%**



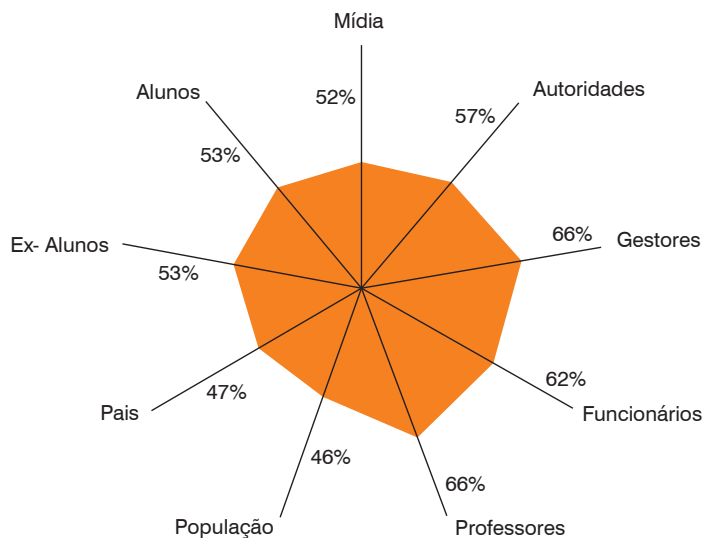
Índice de imagem e Reputação do Setor – Região

I₂R ÍNDICE DE IMAGEM E REPUTAÇÃO® = **63,0%**



Índice de imagem e Reputação do Setor – Estado

I₂R ÍNDICE DE IMAGEM E REPUTAÇÃO® = **55,7%**





Rua Cipriano Barata, 2.431 Ipiranga - São Paulo - SP - CEP 04205-002
Tel.: (11) 2069-4444 Fax: (11) 2914-2190 e-mail: semesp@semesp.org.br
www.semesp.org.br