

44% dos alunos foram promovidos após o curso

Entre os que “subiram”, 32% foram alçados a cargo melhor em até 3 meses

COLABORAÇÃO PARA A FOLHA

Credenciar-se para disputar um cargo melhor não figura entre os principais objetivos de quem fez um MBA.

Segundo o Datafolha, apenas 17% queriam pleitear postos mais elevados — a maior meta (77%) era adquirir conhecimentos de gestão. Após o curso, entretanto, a significativa parcela de 44% foi promovida.

Em muitos casos, o efeito foi rapidamente sentido. Entre os que foram promovidos, 32% foram alçados a um car-

go melhor em até três meses.

Para Paulo de Mattos Lemos, superintendente da FGV-SP, a promoção acontece para quem aplica o conteúdo do curso na empresa.

O MBA pode habilitar o profissional para assumir novas posições na companhia, considera James Wright, diretor acadêmico da FIA.

Outro efeito da especialização é contribuir com o amadurecimento do profissional, deixando-o apto a assumir novas posições, avalia Tharcísio Souza Santos, 63, diretor do MBA executivo da

COMO CONSEGUIR UMA PROMOÇÃO

- Aplique o que está aprendendo para mostrar que está se desenvolvendo
- Após seis meses, peça uma avaliação de desempenho ao gestor da área
- No trabalho de conclusão de curso, desenvolva um projeto que possa ser útil para a empresa

Fonte: especialistas

Faap (Fundação Armando Álvares Penteado).

Antes de apostar nisso, porém, ele recomenda investigar que competências são exigidas nos melhores cargos e sentir o clima da empresa. “Para quem quer mudar de área, é preciso verificar se há abertura”, afirma.

EXPOSIÇÃO

Se houver perspectiva, o profissional deverá partir para o segundo passo: mostrar que está se desenvolvendo, sempre em parceria com o setor de recursos humanos,

aponta Ana Guimarães, 30, consultora da Robert Half.

“É importante que ele aplique técnicas e mostre resultados”, diz. Para ela, é preciso mostrar que está preparado para dar o próximo passo.

O engenheiro Paulo Henrique Teixeira, 37, gerente-geral de manufatura da Whirlpool Latin America, fez um MBA “in company” (oferecido dentro da empresa) com professores da FGV-SP.

Depois de concluir o curso, veio a promoção, que ele já vislumbrava. Para ele, o MBA ampliou sua visibilidade na empresa e serviu como um passo de desenvolvimento. “O curso por si só não garante a promoção”, diz.

A consultora de carreira Karen Mascarenhas, 47, da DBM, acrescenta que uma maneira de se destacar é apostar nos módulos internacionais. “Isso mostrará que o profissional está apto a lidar com a linguagem técnica em outro idioma.” (AA)

Karime Xavier/Folhapress



DE OLHO NA VAGA

A administradora Eveline Barreto, 29, concluiu MBA em julho. Durante o curso, sua empresa abriu vaga em uma área que a interessava. "Fui promovida de assistente em agência bancária para analista do departamento 'private' do banco", conta. Para ela, o MBA não foi decisivo para a promoção, mas deu visibilidade para concorrer à vaga

PROMOÇÃO

44% dos entrevistados foram promovidos após terminarem o curso

14% Em até 3 meses após o MBA

12% De 3 a 6 meses

11% De 6 meses a 1 ano

Mais jovens

Foram os que mais conseguiram promoção, obtida por 50% dos que têm até 35 anos

Mais velhos

Foram os que menos conseguiram promoção (22% dos que têm 46 anos ou mais)