

A educação internacional no Brasil

Pesquisa faz um raio-X do mercado de intercâmbio

Em novembro de 2011, a Belta (Associação Brasileira de Operadores de Viagens Educacionais e Culturais) convidou parceiros e imprensa para o lançamento da Pesquisa sobre o Mercado de Intercâmbio no Brasil. O estudo fez um panorama aprofundado sobre o mercado de educação internacional e intercâmbio no Brasil. "Depois de vários anos sem um estudo apurado, pudemos avaliar o crescimento do setor e conhecer melhor quem faz e quem vende programas de intercâmbio", observa Mariglian Gabarra, diretora executiva da Belta.

O estudo traçou um perfil dos agentes de intercâmbio e revelou que mais de 90% dos profissionais entrevistados possuem formação superior completa, sendo que 31% já têm um diploma de pós-graduação. Mais da metade das empresas tem mais de uma década de atuação, e a maior parte se concentra em São Paulo (50,7%); em Minas Gerais, 15,5%; e no Rio de Janeiro, 8,5%. "Os agentes são uma peça fundamental nesse segmento. Por isso é importante saber quem são e onde estão", observa Karin Florez, gerente para a América Latina da Icef (International Consultants for Education and Fairs), empresa especializada em workshops e treinamentos para profissionais desse setor. Quase 90% dos entrevistados acreditam que a procura por cursos no exterior irá aumentar. Mais da metade crê que esse aumento será de até 40% para os próximos três anos.

Segundo a pesquisa, os países que mais têm atraído estudantes brasileiros são Canadá, Estados Unidos e Reino Unido. Os cursos de idiomas são o principal produto comercializado, em 63,4% das agências. Em seguida aparecem os programas de high school (ensino médio no exterior) e cursos de férias. Uma curiosidade que foi levantada pelo estudo é que quase 50% das agências informaram que as meninas são as que mais procuram por high school, diante de apenas 7% que registraram maior busca dos meninos por essa modalidade de intercâmbio.

A maior parte (mais de 70%) dos brasileiros que estudam no exterior tem entre 18 e 25 anos. Cerca de metade dos estudantes que realizam algum tipo de curso fora do Brasil permanece entre um e três meses. Quanto ao investimento, cursos de idiomas e de férias - em geral de curta duração - são os que custam menos, em média entre 3 e 5 mil dólares. Já os programas mais longos, como graduação e pós-graduação, exigem maior dedicação financeira, média entre 19 e 40 mil dólares.

Os países mais procurados para cursos de inglês seguem o ranking geral, tendo o Canadá com 60% da procura, seguido por Estados Unidos e Reino Unido: 21,1% e 15,5%, respectivamente. Para estudos de francês, a França aparece disparada em primeiro lugar, com 76,1%. Já para aprimoramento do espanhol, a Espanha tem a liderança, com 71,8%. Os países da América Latina, que cada vez mais recebem os brasileiros, vêm na sequência, com Argentina, com 19,7%, e Chile, com 2,8%.

Calcula-se que em 2010 quase 170 mil brasileiros tenham viajado ao exterior para fazer algum tipo de curso. A estimativa para 2011 é que esse número passe dos 215 mil e alcance mais de 280 mil estudantes em 2012. Rodrigo Gaspar, gerente de promoção de educação do British Council no Brasil, destaca essa evolução do mercado.

"É fundamental ter um retrato atual e preciso de como os estudantes estão se comportando. A pesquisa da Belta é o raio-X mais esperado para nós." O British Council é o órgão britânico responsável pela divulgação da arte, cultura e educação do Reino Unido em diversos países.

A preocupação com a segurança também chamou a atenção durante a pesquisa. Mais de 50% das agências exigem que o estudante adquira um cartão de assistência e seguro-viagem no fechamento do curso no exterior. França, Espanha e Itália são os países que mais exigiram o cartão dos estudantes durante a imigração. "Esse produto é item fundamental para quem viaja, pois proporciona maior tranquilidade à família e ao estudante", comenta Marilberto França, diretor comercial da Coris no Brasil, líder do mercado com 30 anos de experiência nesse segmento.

A pesquisa foi executada pela Ideafix Pesquisas Corporativas, e a Belta ficou satisfeita com o resultado. "Esse estudo é fundamental tanto para o público como para os profissionais do setor e para a mídia", finaliza Mariglian.

(Fonte: www.belta.org.br)