

**FUNDAÇÃO INSTITUTO CAPIXABA DE PESQUISAS EM
CONTABILIDADE, ECONOMIA E FINANÇAS – FUCAPE**

JANAINA DARDENGO PATERLINE

**EFEITOS DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NO ENSINO
PRESENCIAL**

VITÓRIA

2008

JANAINA DARDENGO PATERLINE

**EFEITOS DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NO ENSINO
PRESENCIAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis – nível Profissionalizante.

Orientador: Prof. Phd. Arilton Campanharo
Teixeira.

VITÓRIA

2008

Dedico este trabalho a você,
Fernandinho...
Pelo silêncio em suas brincadeiras enquanto
a mamãe estudava,
Pelos lugares que deixamos de ir juntos,
porque a mamãe tinha grupo de estudo,
Pelas muitas vezes que você escondeu sua
tristeza pela ausência da mãe,
simplesmente para não me incomodar
nesse momento tão difícil.
Pelas segundas feiras sem a mamãe.
Pela criança maravilhosa que é.
Por você ser o eterno amor da mamãe.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, fonte de toda a sabedoria e iluminação e a meu A meu orientador, Prof. Arilton Teixeira, pela paciência, dedicação, tolerância e pelas broncas que sempre funcionaram como novos desafios.

À minha mãe, Maria, pela incontestável ajuda e infra-estrutura que me permitiram viajar sistematicamente. A meu pai, pelo exemplo de serenidade, confiança e fé. À Cuca pela constante oração. A meu irmão, que me deixou antes da conclusão desta etapa, mas que de onde está, tenho certeza, divide comigo a alegria deste momento. À Dona Luizinha, à Denise e Ada, pelo apoio em Vitória... sempre. A Fernandinho, pela comemoração de cada resultado, numa demonstração de orgulho que muitas vezes foi a minha única fonte de força para continuar a batalha.

Ao Centro Universitário São Camilo – Espírito Santo, pela incontestável ajuda, não só financeira, mas também de compreensão pela complexidade do período que vivi. A Eliane e a Ligia, que foram um suporte profissional fundamental na Diretoria de Extensão durante todo este período.

A Vilma Dardengo, meu eterno modelo de conduta e conquista profissional. Aos meus colegas de sala e à Patrícia, grande amiga, que conseguiu transformar em riso cada desespero do novo desafio acadêmico. Meu muito obrigada aos professores da FUCAPE que um a um, contribuíram para a construção deste meu novo jeito de ver o mundo, de forma mais objetiva, econômica e financeira e a tantos outros que, a exemplo de meu pai, Bruno Dardengo, contribuíram para a minha formação, e que nunca me permitiu esquecer que, por traz de cada resultado administrativo tem o trabalho de uma pessoa que o gerou.

Meu especial obrigado à FUCAPE, por entender que o conhecimento se dá na diversidade e na capacidade de cada um, independente da sua formação inicial.

"Se você pensa que a educação é cara,
Procure calcular o custo da ignorância."

(Derek Bok)

RESUMO

O ano de 1996 ficou marcado pela profunda alteração na legislação educacional que provocou, entre outras coisas, o crescimento na oferta de vagas para o ensino superior, reduziu as barreiras de entrada e aumentou a competitividade no setor de educação superior. A nova realidade de mercado fez com que as instituições educacionais buscassem novos instrumentos no sentido de se posicionarem estrategicamente em meio às mudanças. A modalidade Educação a Distância - EAD apresenta-se, pois, como uma tendência de diferenciação do produto educação. Considerando que uma alteração no preço de um bem poderá aumentar ou reduzir a demanda por outro bem, dependendo do tipo de relação que existe entre ambos, acredita-se que Educação a Distância e Ensino Presencial estabeleçam entre si relação de substituição uma vez que, perante a legislação vigente, ambos possuem a mesma utilidade. Em face dessas constatações a pesquisa procura investigar em que medida ocorre a relação entre a oferta de educação a distância e os preços praticados pelo ensino presencial de educação superior. Para tanto, desenvolveu-se uma pesquisa compreendendo 2.456 Instituições de Ensino Superior cadastradas no MEC, das quais se elegeu uma amostra aleatória simples de trinta por cento. Os dados coletados foram abordados estatisticamente e a hipótese de que a entrada da modalidade de graduação a distância exerce influência positiva na composição do preço praticado pelo ensino de graduação presencial foi testada por meio do modelo de regressão múltipla, com 27 observações compostas a partir da mediana dos preços praticados em cada estado brasileiro. Os resultados mostraram que a educação a distância e o ensino presencial ainda não podem ser considerados produtos substitutos, não se confirmando, assim, a hipótese levantada. Afirmar que a EAD e Ensino Presencial são produtos concorrentes ainda é um posicionamento inconsistente, uma vez que o público alcançado por cada uma das modalidades é diferenciado.

Palavras Chave: Educação a Distância, Impactos da EAD, cálculo de preço

ABSTRACT

In 1996 the educational legislation had been changed in some way that promoted a rise of the superior education vacancies, reduced the obstacles for the entrance in this sector, and increased its competitiveness. The market new reality led the educational institutions looked forward new instruments in order to assume different strategies to deal with the changes. A new modality of learning, the distance education or distance learning, is one tendency inside the differentiation of the education market. It is common that a price change of some product may provoke an increase or a reduction of another product demand. Thus, it allows one to believe that the distance education establishes a substitution relation with the presence learning since the law supports, in the same way, the use of both. Considering these observations, this research aim to investigate if the distance education offer influences the price of the presence learning courses. For that a population of 2.456 superior education institutions recognized by the Ministry of Education was designed from which a 30% sample was elected randomly. The data were treated by statistic methods, and the hypothesis that proposes the positive influence of the distance education on the presence learning price was tested using a multiple regression model with 27 observations composed from the median of the prices adopted in each brazilian state. The statistical analysis did not confirmed any significative relation between the distance education and the presence learning as proposed in the hypothesis. Then the results shown that the distance education may not be considered a substitute of the presence learning for the moment. Therefore there is no consistent data that confirms the distance education as a concurrent for the presence learning, since, also, the public for both modalities are different.

Word-key: Education at distance; impacts of the EAD; price calculation.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Resumo da base amostral de oferta de graduação presencial	25
Tabela 2 : Resultado do cálculo para amostra mínima	27
Tabela 3 : Medidas de tendência central das amostras para o curso de administração noturno – em cada Estados Brasileiro.....	28
Tabela 4 : Resumo da base amostral de oferta de ensino superior a distância	30
Tabela 5 : Renda <i>per capita</i> dos estados brasileiros.....	31
Tabela 6: Variáveis da Regressão.....	33
Tabela 7: Resultados da Regressão	34

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	11
1.2. JUSTIFICATIVA E CONTRIBUIÇÃO ESPERADA	12
1.3. OBJETIVO GERAL	13
2. CONCEPÇÕES DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA	14
2.1. INTRODUÇÃO	14
2.2. DEFINIÇÃO DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA	14
2.3. DEFINIÇÃO DO MERCADO DE EAD	15
3. REFERENCIAL TEÓRICO	17
3.1. INTRODUÇÃO	17
3.2. CONCEPÇÃO ECONÔMICA DE CONCORRÊNCIA	17
3.3. ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS NO MERCADO EDUCACIONAL	18
4. METODOLOGIA DA PESQUISA	23
4.1. COLETA DE DADOS	24
4.1.1. OFERTA DE ENSINO PRESENCIAL	24
4.1.2. OFERTA DE ENSINO A DISTÂNCIA	29
4.1.3. RENDA PER CAPITA	31
4.2. TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS	32
4.3. ANÁLISE DA REGRESSÃO	34
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
5.1. LIMITAÇÕES DA PESQUISA	37
6. REFERÊNCIAS	38
APÊNDICE 1 – VALORES DAS MENSALIDADES – REGIÕES SUL E SUDESTE	42
APÊNDICE 2 – VALORES DAS MENSALIDADES – REGIÃO NORDESTE	44
APÊNDICE 3 – VALORES DAS MENSALIDADES – REGIÃO NORTE	45
APÊNDICE 4 – VALORES DAS MENSALIDADES – REGIÃO CENTRO-OESTE	46

Capítulo 1

1. INTRODUÇÃO

O ano de 1996 ficou marcado pela profunda alteração na legislação educacional, por meio da aprovação da LDB – Lei de Diretrizes e Bases da Educação que provocou, entre outras coisas, o crescimento na oferta de vagas para o ensino superior. A nova legislação reduziu as barreiras de entrada e como resultado imediato o aumento da competitividade no setor de educação superior.

O novo cenário precisa então ser considerado e, sabendo-se que quantidade ofertada e um bem e seu preço estabelecem entre si relação direta (PINDYCK & RUBBINFELD, 2002), o impacto do aumento da oferta de tais vagas no ensino superior deverá refletir nos preços praticados pelas IES – Instituições de Ensino Superior. A nova realidade de mercado fez com que as instituições educacionais buscassem novos instrumentos no sentido de se posicionarem estrategicamente em meio às reais mudanças, dentre as quais a educação a distância. A modalidade Educação a Distância - EAD apresenta-se, pois, como uma tendência de diferenciação do produto educação e foi oficializada por meio do Art. 2º do Decreto n. 2491/98 da LDB¹

A nova modalidade ganhou espaço a cada ano, em meio à disputa pelo mercado de consumidores de educação superior no Brasil. Somente no ano de 2005, o setor registrou um crescimento, em relação ao ano anterior, de 62,6%² no

¹ O art. 2º do decreto nº. 2494/98 determina que os cursos a distância confiram diploma ou certificados de conclusão do Ensino Fundamental a Jovens e Adultos, do Ensino Médio, da educação Profissional e de Graduação oferecidos por instituições públicas ou privadas especificamente credenciadas para este fim.

² Anuário Brasileiro Estatístico de Educação Aberta e a Distância

número de estudantes cursando a modalidade (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENSINO A DISTÂNCIA, 2006)

Considerando que uma alteração no preço de um bem poderá aumentar ou reduzir a demanda por outro bem, dependendo do tipo de relação que existe entre ambos (PINDYCK & RUBBINFELD, 2002), acredita-se que Educação a Distância e Ensino Presencial estabeleçam entre si relação de substituição. No caso da graduação, o aluno poderá cursar o ensino superior, tanto na modalidade presencial, como na modalidade a distância, uma vez que, perante a legislação vigente, ambos possuem a mesma utilidade.

1.1.DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Até o ano de 2004, 25 cursos de graduação, na modalidade a distância, estavam credenciados junto ao MEC – Ministério da Educação e Cultura, contando, ao todo, com um total de aproximadamente 50.000 alunos, número que cresceu para 504 mil estudantes matriculados, em cursos oficialmente credenciados pelo MEC, para a oferta de educação a distância (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENSINO A DISTÂNCIA, 2006).

Os dados revelam tanto o crescimento da modalidade de graduação a distância em todo o Brasil quanto a aceitabilidade, por parte do mercado, da nova modalidade de ensino, ao mesmo tempo em que o número de instituições ofertantes da modalidade presencial também cresce, acirrando a concorrência no setor educacional. Em face dessas constatações a pesquisa procura investigar, a seguinte questão:

Em que medida ocorre a relação entre a oferta de educação a distância e os preços praticados pelo ensino presencial de educação superior?

1.2.JUSTIFICATIVA E CONTRIBUIÇÃO ESPERADA

Em um levantamento dos últimos sete anos Litto, Filatro e André (2003) identificaram 1724 estudos sobre Educação a Distância no Brasil, distribuídos em 678 dissertações de mestrado, 126 teses de doutorado e 917 artigos de caráter científico. Os números em questão demonstram que o tema tem despertado interesse na comunidade acadêmica. Porém, apesar do número de publicações sobre Educação a Distância, nota-se que o assunto ainda carece de discussões voltadas para a análise do mercado de EAD e dos possíveis impactos da modalidade na oferta de ensino presencial, além dos efeitos continuados que a EAD pode desencadear.

Assumindo-se como verdade que a competição baseia-se em três pressupostos básicos: aceitação de preços, homogeneidade do produto e livre entrada e saída de empresas, (PINDYCK & RUBBINFELD, 2002) o trabalho se justifica porque empreende uma análise real da competitividade no setor educacional. Sobre tais pressupostos ressalte-se que no setor educacional, a entrada é livre desde que respeitado os pré-requisitos estabelecidos pelo órgão regulador, o Ministério da Educação. Tal órgão considera ainda o ensino presencial e a educação a distância como produtos homogêneos, ao regulamentar, por meio do Decreto de Lei 2.424, de 10 de fevereiro de 1998, a igualdade no registro das graduações realizadas em ambas as modalidades de ensino.

Desta forma, o presente estudo investiga o reconhecimento do mercado quando a esta homogeneidade e para tanto, apresenta a seguinte hipótese de pesquisa:

H₁: A entrada da modalidade de graduação a distância possui relação significativa na composição do preço praticado pelo ensino de graduação presencial.

1.3. OBJETIVO GERAL

O trabalho tem por objetivo contribuir para um maior conhecimento acerca da relação de substituição entre as modalidades de ensino presencial e a distância no ensino superior brasileiro, por meio da relação entre oferta de ensino à distância e preços praticados pelo ensino presencial.

Capítulo 2

2. CONCEPÇÕES DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

2.1.INTRODUÇÃO

O capítulo apresenta o setor educacional e as diferentes concepções de educação a distância, detendo o foco no posicionamento da modalidade no mercado educacional brasileiro.

2.2.DEFINIÇÃO DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

A trajetória da definição, ou conceito de educação a distancia passou por vários estágios ao longo do tempo, nenhuma delas, todavia, conseguiu obter uma descrição que assegurasse exatidão. MOORE (1973) define EAD como um conjunto de métodos instrucionais, por meio dos quais as ações dos professores são executadas à parte dos alunos e que a comunicação entre ambos é facilitada por meios impressos, eletrônicos, mecânicos ou outros. MORAN(2002) intitula de EAD qualquer forma de ensino/aprendizagem em que professores e alunos não estejam em um mesmo espaço físico nem, necessariamente, interagindo ao mesmo tempo. É importante ressaltar, porém, que nenhuma das definições consegue descrever precisamente o eu se configuraria como educação a distância.

Toma-se, neste trabalho, o termo EAD como o que designa o processo de transmissão de informações sistemáticas e organizadas, pautado na comunicação entre agentes geograficamente distantes. Adotar-se-á, ainda, como

definição de Educação a Distância o conceito prescrito pelo Ministério da Educação e Cultura do Brasil:

Educação a distância é a forma de ensino que possibilita a auto-aprendizagem, com a mediação de recursos didáticos sistematicamente organizados, apresentados em diferentes suportes de informação, utilizados isoladamente ou combinados, e veiculados pelos diversos meios de comunicação (BRASIL, 1998).

2.3. DEFINIÇÃO DO MERCADO DE EAD

No Brasil, educação a distância teve seu início na década de 20, por meio do plano de utilização educacional da radiodifusão, o que BUTTIGNON, GARCIA e SILVA(2002) atribuíram a Roquete Pinto, fundador da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Em 1941, foi criada uma das mais importantes instituições de ensino a distância brasileira, o Instituto Universal Brasileiro – IUB. Porém, somente nos anos 70 é que a EAD obteve sua evolução, por meio do desenvolvimento de projetos como Telecurso 2º grau, Projeto Minerva e Projeto Saci.(E-LEARNING BRASIL, 2003).

Nessa década, também, o meio acadêmico aderiu à EAD e a Universidade de Brasília (UNB) desenvolveu, em meados da década de 70, sua primeira experiência em educação a distância, cujo funcionamento permanece até os dias atuais. Em 1992, ocorreu um novo avanço na utilização da modalidade de ensino, por meio da primeira parceria internacional para a oferta de graduação a distância no país: o curso de Licenciatura Plena em Educação Básica, ofertado pelo Núcleo de Ensino a Distância da Universidade Federal do Mato Grosso, com o apoio da *Tele-Université du Québec*.(VASCONCELOS, 2000).

A par da evolução histórica da educação a distância, o fato é que o maior impulso foi-lhe dado com a aprovação, em 20 de dezembro de 1996, da Lei n. 9.394, em cujo artigo 80, trata da modalidade de ensino no país, o qual foi regulamentado em 10 de fevereiro de 1998, por meio do decreto 2.424

Art. 80. O poder público incentivará o desenvolvimento e a veiculação de programas de ensino a distância, em todos os níveis e modalidades de ensino e de educação continuada.(BRASIL, 1996)

A LDB, ao entrar em vigor, marca a era normativa da educação a distância como modalidade válida e equivalente ao ensino presencial em todos os níveis, o que possibilitou sua emergência junto ao ensino superior brasileiro. (VIANNEY, TORRES e SILVA, 2003).

Segundo pesquisa realizada pela Universidade do Sul de Santa Catarina³, 32 universidades foram autorizadas pelo MEC para atuar com educação a distância desde 1996 até o final de 2002, quando 84.379 alunos estavam matriculados nos 60 cursos de graduação ofertados nessa modalidade. No ano de 2005, 1.278.022 de brasileiros estudaram por Educação a Distância, tanto pelos cursos oficialmente credenciados quanto por grandes projetos nacionais públicos e privados. Ao mesmo tempo em que o número de instituições que ministram EAD de forma autorizada pelo Sistema de Ensino cresceu em 30,7%, passando dos 166 registrados em 2004 para 217 no ano de 2005, o número de alunos que estudam nestas instituições cresceu ainda mais, passando de 309.957, em 2004, para 504.204, em 2005.

³ Disponível em <http://www.rj.senac.br/psenac/portalccte/areas/estudo%20faz20censo.htm>, acesso em março de 2007

Capítulo 3

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1. INTRODUÇÃO

O capítulo apresenta uma fundamentação teórica no sentido de constituir-se como base para os estudos acerca da concorrência no setor educacional entre as modalidades de ensino presencial e a distância. Para tanto, inicialmente apresenta um estudo de concorrência sob a ótica da Economia e acerca das estratégias competitivas usuais no mercado de educação superior.

3.2. CONCEPÇÃO ECONÔMICA DE CONCORRÊNCIA

A concorrência configura-se como a estrutura base da economia de mercado. Mesmo não se tratando de um valor absoluto, seus arcabouços teóricos fornecem diferentes respostas para a realidade em que operam os agentes econômicos.

A realidade econômica atual mostra que não existem tipos ideais de pequenas unidades empresariais no mercado capazes de, isoladamente, influenciar na determinação das variáveis quantidade de produção e preço. Tal constatação revela a superação da concepção clássica de concorrência perfeita no mercado, defendida por Adam Smith e D. Ricardo. O que permanece, entretanto, é a discussão entre as visões de Marx, Schumpeter e do *mainstream* econômico, os quais compõem a estrutura neoclássica do conceito de concorrência

A concorrência é concebida pelos neoclássicos como um conjunto de condições, que asseguram a total ausência de poder das firmas, e de rivalidade entre estas mesmas firmas, tendo em vista que suas ações não influenciam as decisões das demais. Tem como pressupostos a racionalidade maximizadora, o autoritarismo e a independência dos agentes, a informação perfeita, a ausência de barreiras de entrada e a homogeneidade entre os produtos.

Os pressupostos adotados eliminam a possibilidade de diferenciação, de economias de escala, de informações diferenciadas, enfim, de tudo que seja capaz de provocar diferenciação, bem como qualquer outra estratégia competitiva que não o preço. A economia tem seu funcionamento baseado na obtenção de equilíbrio em uma situação de ausência de assimetria.

Ampliando o conceito de concorrência, a Teoria da Organização Industrial considera a firma como um agente econômico dotado de estratégia competitiva. De acordo com os pressupostos da teoria, a firma tem poder de formular os preços de seus produtos bem como de influenciar demandas (TIROLE, 2003).

Nesse contexto, emerge um outro conceito importante ligado à concorrência: o de competitividade; visto que toda firma busca estabelecer vantagem competitiva. As estratégias competitivas genéricas são apresentadas por Porter (1986) com foco em preço, qualidade ou diferenciação do produto.

3.3. ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS NO MERCADO EDUCACIONAL

Conhecer o ambiente em que a empresa está inserida apresenta-se como ação essencial para a formulação de sua estratégia competitiva. Porter (1986) afirma que a concorrência em uma indústria⁴ baseia-se não apenas na estrutura

⁴ Neste trabalho serão adotadas as palavras indústria e setor como sinônimas.

econômica básica do setor em que está inserida, mas também no comportamento das suas concorrentes que podem impactar no lucro da empresa. Brandenburger (1996), por sua vez, complementa tal idéia apresentando o conceito de redes de valor, para o qual uma análise setorial detalhada, contendo informações de base, definição de mercado e identificação dos princípios econômicos são capazes de sustentar cada uma das cinco forças anteriormente apresentadas por Porter.

Dessa forma, conhecer o setor educacional superior privado deverá ser a base para a formulação da intenção estratégica e das medidas a serem adotadas em busca da competitividade e conseqüentes retornos acima da média pelas empresas inseridas neste segmento. Kaplan (1997) defende que os fatores que determinavam o sucesso de uma empresa durante a era industrial, de 1850 até 1975, não necessariamente serão os fatores determinantes de sucesso na era da informação, em que estamos inseridos. Na visão do autor, a maneira como se aproveitavam os benefícios das economias de escala e de escopo, por si sós, não são mais suficientes para assegurarem o sucesso competitivo.

De qualquer modo, todos concordam que a informação é fator determinante para o entendimento do ambiente em que a empresa está inserida, o que significa que as empresas mesmas buscam obter informações com vistas a construir a própria base de informações e de capacidades (ZAHRA; NIELSEN; BOGNER *apud* HITT *et al.*, 2005) seja através da criação ou da observação das empresas bem sucedidas. Desta forma, torna-se possível a adoção de medidas preventivas para a redução de impacto do ambiente externo sobre a empresa.

O ambiente externo foi considerado, no período de 1960 a 1980, como o principal fator determinante das estratégias a serem adotadas por uma empresa,

que têm na teoria de organização Industrial a explicação para a influência desse ambiente sobre seus resultados. Segundo os conceitos da organização industrial, o setor em que a empresa decide atuar exerce maior influência no seu desempenho do que as decisões internas tomadas por seus gestores.

Ghemawat (2000) atribui à Teoria da Organização Industrial o desafio da empresa em localizar o setor mais atraente para atuar, uma vez que preconiza que a competitividade só poderá se ampliada quando a empresa localizar o setor cujo potencial de lucro é mais elevado e, ao mesmo tempo, souber como usar os recursos na implementação de estratégias competitivas a serem exigidas pela caracterização desse setor. Transportando o debate para o setor educacional, esse posicionamento se torna ainda mais visível tendo em vista a reordenação por que o mercado está passando. O mercado de ensino superior, sempre competitivo, impõe a necessidade de uma inovação constante e uma busca por estratégias para ensejar a combinação correta de fatores para obter a máxima produtividade possível, qual seja, a ocupação do maior número das vagas ofertadas. Braga (2005) mostra que as instituições estabelecidas em grandes centros sofrem a concorrência das grandes instituições de ensino superior e, para se manterem atrativas, deverão apresentar diferenciais significativos ou, então, atuarem em nichos muito específicos.

Um exemplo de escola que vive graças a um posicionamento bem específico é a Business School São Paulo (BSP), que possui foco na educação executiva e na inteligência empresarial, e o público alvo é formado por gerentes e diretores já estabelecidos no mercado (BRAGA, 2005. p.14).

Porter (1996) explica este posicionamento por meio do enfoque que visa a atender a um alvo determinado, uma vez que toda a política funcional será focada neste intuito. A estratégia parte do pressuposto de que a empresa é capaz de

atender a seu alvo específico com mais eficiência do que os outros concorrentes, que estão competindo de forma mais ampla, e conseqüentemente atingirá a diferenciação. Para o autor, mesmo sem ter preocupação com custo mais baixo ou diferenciação, do ponto de vista do mercado como um todo, a empresa que adotar a estratégia do enfoque acabará atingindo uma ou ambas as posições em relação ao seu foco estratégico.

A empresa que desenvolve com sucesso a estratégia do enfoque pode também obter potencialmente retornos acima da média para a sua indústria. O enfoque desenvolvido significa que a empresa tem uma posição de baixo custo com seu alvo estratégico, alta diferenciação, ou ambas. (PORTER, 1996, p.53)

Outro exemplo de estratégia utilizada são os atuais processos de seleção continuada, que possibilitam as IES terem uma entrada constante de alunos. A medida faz com que estas ganhem em lucro marginal e em economia de escala, já que o custo para a obtenção deste novo aluno em sala de aula é certamente menor do que a receita proveniente de suas parcelas de mensalidade. Há também as turmas conjugadas para disciplinas comuns. Alunos de diversas graduações cursam juntos, em salas maiores, a mesma carga horária que fariam isoladamente. A medida reduz a carga horária do professor e os gastos de ocupação de espaço físico, num processo de economia de escala, já que há redução de custos devido à diminuição na quantidade de insumos utilizados.

Os cursos seqüenciais também se apresentam como uma estratégia das IES no competitivo mercado educacional. A modalidade utiliza, na composição de sua matriz curricular, disciplinas que já são oferecidas nos currículos dos outros cursos da IES. Os alunos dos seqüenciais assistem às mesmas aulas dos cursos não seqüenciais, num exemplo claro de economia de escopo. Mintzberg (1996) apresenta a liderança por custo como uma forma de diferenciação de preço. O

autor acredita que esta diferenciação de valores é que orientará a estratégia funcional de redução de custos, o que para Porter (1996) significa que a empresa deverá oferecer ao mercado produtos ou serviços semelhantes aos ofertados por seus concorrentes, porém, com preços inferiores. Assim, custo baixo em relação às concorrentes configura-se como o foco central da estratégia, o que representará para a empresa retornos acima da média.

São as estratégias que farão o diferencial nessa estrutura de mercado de concorrência perfeita, como é o caso das instituições de ensino superior. São 2.460 IES particulares que, atualmente, oferecem produtos diferenciados, embora substitutos próximos.

Capítulo 4

4. METODOLOGIA DA PESQUISA

A construção do referencial teórico se constituiu na primeira etapa deste trabalho, por meio da qual se buscou construir uma sustentação teórica com vistas a fundamentar a análise do impacto gerado nos preços praticados no ensino presencial, pela oferta de ensino a distância no mercado de ensino superior privado. Buscou-se na literatura, conceituar a educação a distância e identificar em que estágio de desenvolvimento encontra-se a modalidade de ensino a distancia; especialmente no âmbito nacional.

Na segunda etapa, desenvolveu-se a pesquisa de campo, identificando-se os preços praticados pelas instituições de ensino superior privadas, em cada estado brasileiro. Outros dados coletados, ainda nesta etapa, foram: número de instituições ofertantes de educação a distância pública e privada em cada estado e a respectiva renda per capita dos estados brasileiros. Os instrumentos de coleta de dados constituíram de fichas de observação que, em seguida, foram transformadas em tabelas para maior acessibilidade.

A terceira etapa da pesquisa constituiu-se da abordagem estatística dos dados, que também foram abordados sob a ótica do referencial teórico anteriormente apresentado, numa linha interdisciplinar que possibilitou a verificação de que a modalidade de educação a distância e a modalidade de ensino presencial ainda não podem ser considerados produtos substitutos.

4.1.COLETA DE DADOS

4.1.1. OFERTA DE ENSINO PRESENCIAL

Os dados que compõem as unidades de análise desta pesquisa foram obtidos em contato direto com as instituições de ensino superior, após processo de seleção da amostra, no site do MEC/INEP e no IBGE.

O universo da pesquisa compreendeu 2.344 instituições de ensino superior, cadastradas no ministério da Educação, no ano de 2006, com autorização para a oferta de ensino de cursos presenciais, independentemente de a mesma IES ofertar, também, educação a distância. A classificação acadêmica⁵ não foi considerada relevante para o objetivo da pesquisa e a população foi estratificada segundo dois critérios: Localização geográfica e Categoria Administrativa⁶.

Quanto à localização geográfica, as IES foram estratificadas por estados da federação brasileira e quanto à categoria administrativa considerou-se apenas o fato de ser pública ou privada.

⁵ A denominação Organização Acadêmica é determinada pelo Ministério da Educação e Cultura, que a subdivide em: universidade, centro universitário, faculdade isolada, faculdades integradas, faculdade e institutos de educação.

⁶ A denominação categoria administrativa é determinada pelo Ministério da Educação e Cultura, que a subdivide em: particular em sentido estrito, privada – filantrópica, privada - comunitária

TABELA 1: Resumo da base amostral de oferta de ensino de graduação presencial

Estado da Federação Brasileira	IES Públicas	IES privadas	Total de IES por brasileiro
São Paulo	54	531	585
Rio de Janeiro	26	122	148
Espírito Santo	5	104	109
Minas Gerais	32	306	338
Paraná	22	165	187
Santa Catarina	8	98	106
Rio Grande do Sul	10	94	104
Bahia	5	120	125
Maranhão	3	24	27
Alagoas	5	20	25
Pernambuco	25	64	89
Rio Grande do Norte	5	17	22
Ceará	6	47	53
Paraíba	4	32	36
Piauí	4	32	36
Sergipe	2	12	14
Tocantins	4	29	33
Amazonas	3	16	19
Pará	4	24	28
Amapá	1	12	13
Rondônia	2	24	26
Roraima	3	8	11
Acre	1	8	9
Distrito Federal	2	81	83
Goiás	9	66	75
Mato Grosso	5	52	57
Mato Grosso do Sul	3	41	44
Total	253	2.149	2402

Fonte: MEC/INEP (2006)

Foi selecionada uma amostra de 30% da população de IES privadas em cada estado brasileiro, percentual estabelecido em função do custo para a obtenção das informações por meio de contato telefônico. Para o início da coleta dos dados foi verificado, ainda, se a IES selecionada ofertava o curso de administração de empresas, independentemente das habilitações e especificações; sendo este curso adotado como base para a pesquisa de valores das mensalidades. A escolha do curso de administração como parâmetro para a pesquisa decorreu do fato de os programas desta graduação configurarem-se

como a maior oferta de cursos *on line*. Os dados do ABRAEAD 2006 – Anuário Brasileiro Estatístico de Educação Aberta e a Distância de 2006 mostram que 43% de todas as instituições que oferecem programas presenciais disponibilizam, também, pelo menos um programa on-line.

O contato com as instituições de ensino superior se deu entre os dias 06 e 29 de novembro de 2006, por via telefônica, por pesquisa no site da instituição e por contato via internet com e-mail ou acesso ao “fale conosco” disponibilizado pela IES.

Do total de instituições selecionadas para a amostra, algumas não responderam à pergunta: *Qual o valor da parcela de semestralidade ou anuidade para curso de administração noturno?*

No intuito de verificar se o montante de respostas obtidas é considerado relevante, diante da população, utilizou-se a proposta apresentada por LEVINE *et al*, (1998) para verificação da significância da amostra. Dado que a amostragem foi conduzida sem reposição a partir de uma população finita de tamanho N, considerou-se a amostra obtida relevante, uma vez que $n/N > 0,05$.

A TAB. 2 descreve o resultado do cálculo de amostra de cada estado verificando se o resultado do produto obtido entre o número de IES que responderam à pesquisa (n) e o tamanho da população (N) apresenta-se superior ao índice mínimo proposto pelo autor. Para efeito de comparação, as casas decimais, constantes da última coluna à esquerda, foram “arredondadas” para maior.

TABELA 2: Resultado do cálculo para a amostra mínima

Estado da Federação	Total de Instituições Superiores de Ensino Privadas	Amostra selecionada equivalente a 30% da população	Total de Instituições de Ensino Superior que responderam à pesquisa	Índice para tornar a amostra relevante > 0,05
São Paulo	531	159	91	0,17
Rio de Janeiro	122	37	19	0,16
Espírito Santo	104	31	29	0,28
Minas Gerais	306	92	57	0,19
Paraná	165	50	16	0,10
Santa Catarina	98	29	30	0,31
Rio Grande do Sul	94	28	28	0,30
Bahia	120	36	19	0,16
Maranhão	24	7	8	0,33
Alagoas	20	6	6	0,30
Pernambuco	64	19	12	0,19
Rio Grande do Norte	17	5	4	0,24
Ceará	47	14	14	0,30
Paraíba	32	10	10	0,31
Piauí	32	10	18	0,56
Sergipe	12	4	5	0,42
Tocantins	29	9	9	0,31
Amazonas	16	5	4	0,25
Pará	24	7	7	0,29
Amapá	12	4	4	0,33
Rondônia	24	7	8	0,33
Roraima	8	2	4	0,50
Acre	8	2	4	0,50
Distrito Federal	81	24	11	0,14
Goiás	66	20	11	0,17
Mato Grosso	52	16	15	0,29
Mato Grosso do Sul	41	12	12	0,29
Total	2149	645	193	58

Fonte: pesquisa

Os valores obtidos nas pesquisas com as Instituições de ensino superior comporão a variável dependente PP = Preços do Ensino Presencial e que será composta a partir das medianas dos valores praticados pelas IES em cada estado, detalhadas na TAB. 3

TABELA 3: Medidas de tendência central das amostras para o curso de administração noturno – em cada Estados Brasileiro

Estado da Federação Brasileira	Mediana dos valores praticados
São Paulo	R\$ 498,00
Rio de Janeiro	R\$ 400,00
Espírito Santo	R\$ 363,35
Minas Gerais	R\$ 432,00
Paraná	R\$ 399,00
Santa Catarina	R\$ 589,50
Rio Grande do Sul	R\$ 580,00
Bahia	R\$ 486,00
Maranhão	R\$ 367,50
Alagoas	R\$ 375,00
Pernambuco	R\$ 348,95
Rio Grande do Norte	R\$ 323,50
Ceará	R\$ 308,00
Paraíba	R\$ 290,00
Piauí	R\$ 567,50
Sergipe	R\$ 274,00
Tocantins	R\$ 394,00
Amazonas	R\$ 354,80
Pará	R\$ 496,00
Amapá	R\$ 490,95
Rondônia	R\$ 517,50
Roraima	R\$ 199,00
Acre	R\$ 276,50
Distrito Federal	R\$ 476,00
Goiás	R\$ 374,61
Mato Grosso	R\$ 465,00
Mato Grosso do Sul	R\$ 460,00

Fonte: Pesquisa (2006)

4.1.2. OFERTA DE ENSINO A DISTÂNCIA

Os dados das instituições ofertantes de educação a distância foram obtidos por meio de acesso ao Portal Sesi⁷ no site do MEC. Foram identificadas 90 instituições credenciadas para a oferta de cursos de graduação na modalidade a distância. Ressalte-se que não foram considerados, neste momento, os núcleos presenciais de cada instituição provedora de EAD. Entende-se por núcleo presencial, os locais disponibilizados em cada cidade para os encontros presenciais, que devem corresponder a 20% da carga horária da graduação em questão.

A classificação acadêmica⁸ não foi considerada relevante para o objetivo da pesquisa e a população foi estratificada segundo dois critérios: Localização geográfica e Categoria Administrativa⁹, conforme já ficou dito.

Quanto à localização geográfica, as IES foram estratificadas por estados da federação brasileira uma vez que a maioria das instituições ofertantes de Educação a Distância limitam, dentro da própria região, sua área de abrangência. Quanto à categoria administrativa considerou-se apenas o fato de ser pública ou privada.

⁷ <http://www.portal.mec.gov.br/sesu>

⁸ A denominação Organização Acadêmica é determinada pelo Ministério da Educação e Cultura, que a subdivide em: universidade, centro universitário, faculdade isolada, faculdades integradas, faculdade e institutos de educação.

⁹ A denominação categoria administrativa é determinada pelo Ministério da Educação e Cultura, que a subdivide em: particular em sentido estrito, privada – filantrópica, privada - comunitária

TABELA 4: Resumo da base amostral de oferta de ensino superior a distância

Estado da Federação	Número de Instituições de ensino ofertantes de EAD públicas	Número de Instituições de ensino ofertantes de EAD privadas	Número total de Instituições de ensino ofertantes de EAD
PR	4	19	23
SC	6	13	19
RS	3	13	16
SP	8	28	36
RJ	8	36	44
ES	1	1	2
MG	8	17	25
AM	0	1	1
TO	0	1	1
PA	4	6	10
AP	0	0	0
RO	0	1	1
AC	0	0	0
BA	1	4	5
CE	2	4	6
MA	1	1	2
AL	1	0	1
PI	0	0	0
PE	1	0	1
RN	1	1	2
DF	2	12	14
GO	0	2	2
MT	2	0	2
MS	1	4	5

Fonte: MEC (2006)

Considerando-se o fato de a modalidade de EAD expandir geograficamente a atuação da Instituição de Ensino, é por meio dos núcleos presenciais¹⁰ que a IES ofertante atinge um maior número de consumidores. Desta forma, uma pesquisa futura poderá considerar, em cada região, não apenas as IES provedoras, mas também a existência de núcleos presenciais devidamente autorizados pelo Ministério da Educação e Cultura.

¹⁰ Entende-se por núcleo presencial a representação local da instituição de ensino, normalmente em parceria com escolas da própria localidade em que a educação virtual está sendo ofertada.

4.1.3.RENDA PER CAPITA

Os dados referentes à renda per capita de cada estado brasileiro foram obtidos por meio de acesso ao IBGE, e encontram-se detalhados na TAB.5:

TABELA 5: Renda per capita dos estados brasileiros

Estado da Federação Brasileira		Renda per Capita
São Paulo	R\$	13.725,00
Rio de Janeiro	R\$	14.639,00
Espírito Santo	R\$	10.289,00
Minas Gerais	R\$	8.771,00
Paraná	R\$	10.725,00
Santa Catarina	R\$	12.159,00
Rio Grande do Sul	R\$	13.320,00
Bahia	R\$	6.350,00
Maranhão	R\$	2.748,00
Alagoas	R\$	3.877,00
Pernambuco	R\$	5.730,00
Rio Grande do Norte	R\$	5.370,00
Ceará	R\$	4.170,00
Paraíba	R\$	4.165,00
Piauí	R\$	2.892,00
Sergipe	R\$	6.782,00
Tocantins	R\$	3.776,00
Amazonas	R\$	11.434,00
Pará	R\$	4.992,00
Amapá	R\$	6.796,00
Rondônia	R\$	6.238,00
Roraima	R\$	4.881,00
Acre	R\$	5.143,00
Distrito Federal	R\$	19.071,00
Goiás	R\$	7.501,00
Mato Grosso	R\$	10.162,00
Mato Grosso do Sul	R\$	8.945,00

Fonte: IBGE, 2004

4.2. TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

A hipótese de que a entrada da modalidade de graduação a distância exerce influência positiva na composição do preço praticado pelo ensino de graduação presencial, será testada por meio do modelo de regressão múltipla, com 27 observações.

$$PP = \alpha + \beta_1 EAD_{PB} + \beta_2 EAD_{PRIV} + \beta_3 PSC_{PB} + \beta_4 PSC_{PRIV} + \beta_5 RPC + \varepsilon$$

Em que:

PP = Logaritmo da Mediana dos preços praticados pelas IES particulares de ensino presencial;

EAD_{PB} = Quantidade de instituições de Educação a Distância públicas;

EAD_{PRIV} = Quantidade de instituições de Educação a Distância privadas;

PSC_{PB} = Quantidade de instituições presenciais públicas;

PSC_{PRIV} = Quantidade de instituições presenciais privadas;

RPC = Renda per capita do estado.

O modelo apresentado para esta investigação apresenta diversas variáveis explicativas (EAD_{PB} , EAD_{PRIV} , PSC_{PB} , PSC_{PRIV} , RPC) que estabelecem relação linear com a variável dependente (PP).

TABELA 6: Variáveis da regressão

PP	PSC _{PB}	PSC _{PRIV}	EAD _{PB}	EAD _{PRIV}	RPC
R\$ 498,00	54	531	8	28	R\$ 13.725,00
R\$ 400,00	26	122	8	36	R\$ 14.639,00
R\$ 363,35	5	104	1	1	R\$ 10.289,00
R\$ 432,00	32	306	8	17	R\$ 8.771,00
R\$ 399,00	22	165	4	19	R\$ 10.725,00
R\$ 589,50	8	98	6	13	R\$ 12.159,00
R\$ 580,00	10	94	3	13	R\$ 13.320,00
R\$ 486,00	5	120	1	4	R\$ 6.350,00
R\$ 367,50	3	24	1	1	R\$ 2.748,00
R\$ 375,00	5	20	1	0	R\$ 3.877,00
R\$ 348,95	25	64	1	0	R\$ 5.730,00
R\$ 323,50	5	17	1	1	R\$ 5.370,00
R\$ 308,00	6	47	2	4	R\$ 4.170,00
R\$ 290,00	4	32	0	2	R\$ 4.165,00
R\$ 567,50	4	32	0	1	R\$ 2.892,00
R\$ 274,00	2	12	1	1	R\$ 6.782,00
R\$ 394,00	4	29	0	1	R\$ 3.776,00
R\$ 354,80	3	16	0	1	R\$ 11.434,00
R\$ 496,00	4	24	4	6	R\$ 4.992,00
R\$ 490,95	1	12	0	0	R\$ 6.796,00
R\$ 517,50	2	24	0	1	R\$ 6.238,00
R\$ 199,00	3	8	0	0	R\$ 4.881,00
R\$ 276,50	1	8	0	0	R\$ 5.143,00
R\$ 476,00	2	81	2	12	R\$ 19.071,00
R\$ 374,61	9	66	0	2	R\$ 7.501,00
R\$ 465,00	5	52	2	0	R\$ 10.162,00
R\$ 460,00	3	41	1	4	R\$ 8.945,00

Fonte: construída pelo autor

A verificação da adequabilidade do modelo resume-se em verificar o grau de multicolinearidade existente e, através de testes de hipóteses, se os resíduos são normalmente distribuídos, homocedásticos e não autocorrelacionados. Na análise dos resíduos, utilizou-se o teste de normalidade de Jarque-Bera e o teste de heterocedasticidade de White. Para verificar, ainda, se os resíduos são autocorrelacionados, utilizou-se o teste de Durbin-Watson.

4.3. ANÁLISE DA REGRESSÃO

Os valores obtidos do cálculo dos coeficientes de regressão mostram a relação entre cada uma das variáveis explicativas e a variável dependente, (LEVINE, p.582). No estudo em questão, os resultados da regressão indicam a relação entre a oferta de educação a distância, tanto pública como privada, na composição os preços praticados pelo ensino presencial, e cujos resultados não se mostraram significantes.

Tabela 7 : Resultados do Modelo

Variável	Coefficiente	P-valor	
EAD _{PB}	0.014564	0.4196	
EAD _{PRIV}	-0.001733	0.7327	Estatística F = 2.891362
PSC _{PB}	-0.197436	0.0364	P-valor = 0,038668
PSC _{PRIV}	0.245571	0.0090	R ² = 0,4077
RPC	-0.021120	0.8632	R ² _{ajustado} = 0,2667

Pelos valores dos *p-value* obtidos, não há evidências de que a variável EAD_{PB} esteja relacionado significativamente com a variável PP. Desta forma, nota-se que a oferta de Educação a Distância pública não interfere significativamente na composição dos preços praticados pelo ensino presencial. Situação semelhante ocorre quando a variável em análise é a oferta de EAD_{PRIV}. Na relação de PP com EAD_{PRIV} os valores do *p-value* obtidos, não permitem afirmar que a variável EAD_{PRIV} se relacione significativamente com a variável PP. Assim, a oferta de Educação a Distância privada não interfere significativamente na composição dos preços praticados pelo ensino presencial.

Uma vez que o aumento na oferta do produto educação superior na modalidade a distância não acarretou alteração no preço do produto educação superior na modalidade presencial, pode-se inferir que tais produtos não exerçam entre si relação de substituição. Desta forma, os resultados apresentados levam à rejeição da hipótese de pesquisa de que a entrada da modalidade de graduação a distância possui relação significativa na composição do preço praticado pelo ensino presencial privado.

Considerando-se a instituição de ensino superior uma firma e como tal um agente econômico dotado de estratégia competitiva caberá a ela buscar e estabelecer vantagem frente às demais IES concorrentes. Os resultados obtidos apontam que a influência sob a composição dos preços praticados pelo ensino superior privado presencial se dá de forma significativa, apenas quando a variável em questão é a oferta de ensino presencial privado.

Pelo valor do *p-value* obtido, pode-se afirmar que a variável PSC_{PB} se relaciona significativamente com a variável PP. Assim, a oferta de ensino superior público, na modalidade presencial, interfere significativamente na composição dos preços praticados pelo ensino presencial. Também os resultados obtidos por meio da relação entre as variáveis PP com PSC_{Priv} confirmam o conceito econômico de que uma alteração no preço de um bem poderá aumentar ou reduzir a demanda por outro bem, dependendo do tipo de relação que existe entre ambos, (PINDYCK & RUBBINFELD, 2002). Neste caso trata-se de produtos substitutos, uma vez que cada IES apresenta uma matriz curricular diferenciada para o curso superior de administração (tomado como parâmetro para a pesquisa).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa em questão mostrou, por meio de estudos estatísticos que educação a distância e ensino presencial ainda não podem ser considerados produtos substitutos, rejeitando-se a hipótese de que exista relação significativa dentre a oferta da modalidade de ensino a distância e a composição do preço praticado pelo ensino presencial.

Apesar do crescimento da modalidade de educação a distância no Brasil, no número de aproximadamente 84 mil alunos matriculados nos cursos de graduação a distância ainda está muito distante dos mais de três milhões de alunos inscritos no ensino presencial. Afirmar que a EAD e Ensino Presencial são produtos concorrentes ainda é um posicionamento inconsistente, uma vez que o público alcançado por cada uma das modalidades é diferenciado. Estudos realizados revelaram que a EAD tem como público principal o aluno com o seguinte perfil: faixa etária superior a 25 anos de idade, já inseridos no processo produtivo, que enfrenta problemas geográficos com relação à distância do ensino presencial e que não dispõe de tempo para frequentar a universidade presencial diariamente.

O ensino presencial, por sua vez, tem seu maior percentual de alunos matriculados nas IES com perfil diferenciado (IBGE/Pnad 2004), quais sejam, faixa etária inferior a 24 anos de idade, não inseridos no processo produtivo e que dependem economicamente dos pais.

5.1. LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Para este estudo foram consideradas apenas as IES brasileiras, cadastradas como provedoras de Ensino a Distância, no Ministério da Educação e Cultura, não sendo analisadas as instituições que atuam e nesta modalidade como núcleos presenciais nem instituições localizadas territorialmente fora do país. Os itens qualidade na oferta de ensino a distância e diferenciação para o ensino presencial, enquanto proposta pedagógica, não foram considerados nesta pesquisa. Uma sugestão para pesquisas futuras é de que seja inserida a variável núcleo presencial e que a análise seja feita por cidades, o que, acredita-se deverá exercer maior influência sobre os preços do ensino presencial dada a maior regionalização.

Outra sugestão para pesquisas futuras é o acompanhamento da aproximação entre as faixas etárias que compõem os públicos alvo do ensino presencial e do ensino a distância. A análise de uma série histórica poderá indicar uma projeção de que, se em algum momento, os públicos serão os mesmos e conseqüentemente a concorrência ainda mais acirrada entre as IES.

6. REFERÊNCIAS

BACK, Sergio Roberto. Ameaça Totalitária. **Revista ensino Superior**. São Paulo, Ano 7. nº 78. p. 25, Março de 2005.

BATISTA, Wagner Braga. **Educação a distância e o refinamento da exclusão social**. Revista Conecta. Disponível em: <http://www.revistaconecta.com>. Acesso em 07 de julho de 2005.

BESANKO, D. **A Economia da Estratégia**, 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

BRAGA, Ryon; MONTEIRO, Carlos. O mercado da educação superior particular no Brasil. **Revista Aprender Virtual**, São Paulo. v. 03, n. 3. p. 12-25, Maio/junho 2003.

BRASIL, Decreto nº 2.494, de 10 de fevereiro de 1998. Regulamenta o Art. 80 da LDB nº 9.394 e dispõe sobre a legislação brasileira para educação à distância. Diário Oficial da União, 11 fev. 1999, Seção 1, p. 1, Disponível: <http://www.abed.org.br/legisl/texto.htm>. Acesso em 09 de julho de 1999).

BRASIL, Decreto nº 2.561, de 27 de abril de 1998. Altera a redação dos arts. 11 e 12 do Decreto nº 2.494 de 10 de fevereiro de 1998, que regulamenta o disposto no art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Disponível: <http://www.abed.org.br/legisl/texto.htm>. Acesso em 15 de maio de 2006.

BRASIL, Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes de bases da educação nacional. Diário Oficial da União, p. 27.833-27.841, 23 dez. 1996, Seção 1 nº 248.

BRASIL, Portaria nº 301, de 7 de abril de 1998. Estabelece os procedimentos de credenciamento de instituições para oferta de cursos de graduação e educação profissional tecnológica. Diário Oficial da União, 9 abr. 1998. Disponível : <http://www.abed.org.br/legisl/texto.htm>. Acesso em 15 de maio de 2006.

BRASIL, Lei de Diretrizes e Bases 9.394/96 –; Decreto 3.860, de 9 de julho de 2001; Portaria 1.465, de 12 de julho de 2001; Parecer CNE/CES nº 0111, de 13 de março de 2002.

BRASIL. **Informativo Mec.** Brasília: Ministério da Educação, n. 2. setembro/outubro 2004

CARNEIRO. J. M.T. Tipologias de estratégias Genéricas de Porter: reflexões sobre as sutilezas por trás da simplicidade do modelo. In: XXVIII ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 2004. 1 CD-ROM (Ca 40 min.).

COSTA, B.; ALMEIDA, M. **Estratégia; perspectivas e aplicações.** São Paulo: Atlas, 2002.

DIAS FILHO, J. M. & MACHADO, L. H. B. Abordagens da Pesquisa em contabilidade. In: IUDÍCIBUS, S; LOPES, A. B. **Teoria Avançada da contabilidade.** São Paulo, Atlas, 2004.

DEMO, P. **Metodologia do Conhecimento Científico.** São Paulo: Atlas, 2000.

GHEMAWAT, P. **A Estratégia e o Cenário dos Negócios.** Porto Alegre: Bookman, 2000.

KAPLAN, R. S. **A Estratégia em Ação.** Tradução de Luiz Euclydes Trindade Frazão Filho. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

HITT, M. A. **Administração Estratégica.** Tradução de José Carlos Barbosa dos Santos e Luiz Antônio Pedroso Rafael. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. p. 49.

LEITE, L. S. **A EAD: o desafio continua.** Disponível em <http://www.pedagogia.pro.br/ead.htm>. Acesso em 15 de setembro de 2006.

LEVINE D. M. et. al. **Estatística: teoria e aplicações usando o microsoft excel em português.** RJ: ed. LTC ivros, técnicos e científicos S.A., 1998.

LITTO, F.; FILATRO, A.; ANDRE, C. **Brazilian research on distance learning, 1999 - 2003: a state of the art study**. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 11. 2004, Salvador. Anais eletrônicos... Salvador: Associação Brasileira de Educação a Distância, 2004. Disponível em: <<http://www.abed.org.br/congresso2004/por/gradetc.htm>>. Acesso em: 06/2006.

MARCONI, M. A. & LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas; amostragem e técnicas de pesquisa; elaboração e análise e interpretação de dados. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MANKIW, N. Gregory. Introdução à Economia. **Princípios de micro e macroeconomia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

MONTEIRO, Paula. A Chegada das Classes C e D. **Revista Ensino Superior**, Ano 6. n. 68, p. 18-19, Maio 2004.

MORAN, J. M. **Educação a Distância no Brasil**. Disponível em: <http://www.estudefacil.com.br/biblioteca/txtintegral.html>. Acessado em 06/2006.

_____. Prefácio. In: GIUSTA, A. S.; FRANCO, I. M. (Org.). **Educação a distância**: uma articulação entre a teoria e a prática. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2003, pp. 9-11.

NUNES, Ivônio Barros. Inovações em educação a distância. **Revista Educação à distância**. n. 7/8, pp. 26-28, dez./96 – Abril/97, Brasília, Instituto Nacional de Educação à distância. Disponível em: <http://www.intelecto.net/ead/inovações.htm> Acesso em 16 de julho de 2006.

NUNES, Ivônio Barros. Modalidades educativas e novas demandas por educação. **Revista Educação à distância**. n. 7/8, pp. 29-30, dez./96 – Abril/97, Brasília, Instituto Nacional de Educação à distância. Disponível em: <http://www.intelecto.net/ead/inovações.htm> Acesso em 23 de junho de 2006.

NUNES, Ivônio Barros. Noções de educação a distância. **Revista Educação a Distância**, n. 4/5, pp. 7-25, Dez./93-Abril/94 Brasília, Instituto Nacional de

Educação a Distância,. Disponível em:
http://www.intelecto.net/ead_textos/ivonio1.html. Acesso em 22 de agosto 2006.

PINDYCK, R. S. **Microeconomia**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002

PRETI, Oreste. **Educação a Distância**: Uma Prática Educativa Mediadora e Mediatizada. Cuiabá: NEAD/IE-UFMG, 1996.

PORTER, M. **Estratégia Competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga, 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

_____. What is Strategy. **Harvard Business Review**. pp. 61-78, Nov/Dec, 1996.

_____. **Vantagem Competitiva – Criando e Sustentando um Desempenho Superior**. São Paulo: Editora Campus, 1986.

RUMBLE, Greville; KAYE, Anthony. **EAD em 2001: necessidades, notícias e custos**. Disponível em:
http://www.timaster.com.br/revista/colunistas/ler_colunas_emp.asp!cod=287&pag=2. Acesso em 21 de outubro de 2006.

TACHIZAWA. **Estratégia Empresarial**. 5. ed. São Paulo: Makron, 2000.

TIROLE, Jean. **The Theary of Industrial Organization**. Cambribge, ed. Mitpress, 2003.

VASCONCELLOS, J. E. de. **A Importância da área de treinamento dentro das empresas**. revista Rhevisão - Recursos Humanos em Revista, n. 07, Ano II, 2000 Disponível em:< <http://revistas.net/rhevisao/6/index.shtml>

APÊNDICE 01

Valores praticados, para o curso de administração, na modalidade presencial, em cada Instituição de Ensino Superior pesquisada nas Regiões Sudeste e Sul do País

Instituição de Ensino Superior Pesquisada	Estado de São Paulo	Estado do Rio de Janeiro	Estado do Espírito Santo	Estado de Minas Gerais	Estado do Paraná	Estado de Santa Catarina	Estado do Rio Grande do Sul	Estado da Bahia
							R\$	
1	R\$ 470,00	R\$ 170,00	R\$ 365,70	R\$ 545,00	R\$ 378,00	R\$ 684,00	1.183,00	R\$ 548,00
2	R\$ 375,00	R\$ 1.188,81	R\$ 395,00	R\$ 430,00	R\$ 368,00	R\$ 549,00	R\$ 377,00	R\$ 797,35
3	R\$ 657,20	R\$ 404,42	R\$ 355,00	R\$ 443,00	R\$ 432,22	R\$ 610,00	R\$ 145,37	R\$ 438,00
4	R\$ 499,00	R\$ 708,00	R\$ 292,00	R\$ 699,00	R\$ 490,00	R\$ 702,00	R\$ 781,00	R\$ 477,00
5	R\$ 575,00	R\$ 395,55	R\$ 400,00	R\$ 440,00	R\$ 332,56	R\$ 439,00	R\$ 450,00	R\$ 550,80
6	R\$ 547,00	R\$ 561,00	R\$ 372,50	R\$ 400,00	R\$ 280,00	R\$ 450,00	R\$ 325,00	R\$ 475,00
7	R\$ 496,00	R\$ 376,00	R\$ 326,60	R\$ 424,70	R\$ 314,00	R\$ 572,00	R\$ 175,89	R\$ 388,00
8	R\$ 570,00	R\$ 400,00	R\$ 391,13	R\$ 505,63	R\$ 546,19	R\$ 687,00	R\$ 631,00	R\$ 371,71
9	R\$ 376,00	R\$ 299,75	R\$ 365,70	R\$ 380,00	R\$ 420,00	R\$ 800,00	R\$ 717,60	R\$ 486,00
10	R\$ 515,00	R\$ 1.760,00	R\$ 320,00	R\$ 460,00	R\$ 330,00	R\$ 762,00	R\$ 877,23	R\$ 285,00
11	R\$ 441,00	R\$ 378,00	R\$ 361,00	R\$ 570,00	R\$ 499,00	R\$ 582,00	R\$ 142,00	R\$ 370,00
12	R\$ 379,00	R\$ 315,00	R\$ 435,00	R\$ 450,00	R\$ 462,00	R\$ 537,00	R\$ 201,00	R\$ 630,00
13	R\$ 699,00	R\$ 429,00	R\$ 353,00	R\$ 477,31	R\$ 650,00	R\$ 493,00	R\$ 774,00	R\$ 438,50
14	R\$ 524,21	R\$ 361,00	R\$ 398,00	R\$ 591,00	R\$ 639,00	R\$ 487,00	R\$ 580,00	R\$ 540,00
15	R\$ 720,00	R\$ 413,18	R\$ 315,00	R\$ 998,00	R\$ 325,00	R\$ 631,00	R\$ 526,00	R\$ 530,00
16	R\$ 560,00	R\$ 355,00	R\$ 340,00	R\$ 626,60	R\$ 297,31	R\$ 348,00	R\$ 640,20	R\$ 795,00
17	R\$ 515,00	R\$ 588,00	R\$ 378,00	R\$ 359,00	-	R\$ 831,00	R\$ 501,12	R\$ 610,00
18	R\$ 465,00	R\$ 345,00	R\$ 266,00	R\$ 365,00	-	R\$ 597,00	R\$ 603,33	R\$ 482,00
19	R\$ 260,00	R\$ 980,86	R\$ 275,00	R\$ 385,00	-	R\$ 795,00	R\$ 810,00	R\$ 654,08
20	R\$ 654,00	-	R\$ 295,00	R\$ 432,00	-	R\$ 678,00	R\$ 629,67	
21	R\$ 589,00	-	R\$ 367,50	R\$ 475,28	-	R\$ 304,00	R\$ 669,05	
22	R\$ 457,00	-	R\$ 330,00	R\$ 404,18	-	R\$ 846,00	R\$ 615,32	
23	R\$ 586,21	-	R\$ 385,00	R\$ 480,00	-	R\$ 678,00	R\$ 255,60	
24	R\$ 392,00	-	R\$ 314,00	R\$ 350,00	-	R\$ 814,00	R\$ 426,97	
25	R\$ 494,00	-	R\$ 366,70	R\$ 494,00	-	R\$ 671,00	R\$ 580,00	
26	R\$ 522,00	-	R\$ 389,50	R\$ 616,00	-	R\$ 428,00	R\$ 532,54	
27	R\$ 283,50	-	-	R\$ 424,17	-	R\$ 439,00	R\$ 600,00	
28	R\$ 430,00	-	-	R\$ 419,00	-	R\$ 487,00	R\$ 508,00	
29	R\$ 288,00	-	-	R\$ 408,00	-	R\$ 462,00	-	
30	R\$ 456,00	-	-	R\$ 454,00	-	R\$ 503,00	-	
31	R\$ 681,00	-	-	R\$ 448,00				
32	R\$ 617,00	-	-	R\$ 402,00				
33	R\$ 603,00	-	-	R\$ 501,00				
34	R\$ 441,00	-	-	R\$ 250,00				
35	R\$ 525,10	-	-	R\$ 450,00				
36	R\$ 598,17	-	-	R\$ 277,00				
37	R\$ 550,00	-	-	R\$ 473,62				
38	R\$ 533,00	-	-	R\$ 359,00				
39	R\$ 544,00	-	-	R\$ 408,00				
40	R\$ 540,00	-	-	R\$ 377,00				
41	R\$ 395,00	-	-	R\$ 591,00				
42	R\$ 450,00	-	-	R\$ 699,00				
43	R\$ 393,00	-	-	R\$ 353,00				
44	R\$ 499,00	-	-	R\$ 699,00				
45	R\$ 607,00	-	-	R\$ 659,00				
46	R\$ 476,93	-	-	R\$ 470,00				
47	R\$ 582,00	-	-	R\$ 480,00				
48	R\$ 397,00	-	-	R\$ 396,49				
49	R\$ 590,00	-	-	R\$ 377,00				
50	R\$ 501,00	-	-	R\$ 245,00				

51	R\$ 748,00	-	-	R\$ 395,00
52	R\$ 439,00	-	-	R\$ 425,01
53	R\$ 365,00	-	-	R\$ 248,00
54	R\$ 344,00	-	-	R\$ 400,00
55	R\$ 389,00	-	-	R\$ 340,00
56	R\$ 502,66	-	-	R\$ 335,00
57	R\$ 2.130,00	-	-	R\$ 444,00
58	R\$ 424,00	-	-	-
59	R\$ 554,61	-	-	-
60	R\$ 549,00	-	-	-
61	R\$ 495,00	-	-	-
62	R\$ 346,00	-	-	-
63	R\$ 750,93	-	-	-
64	R\$ 420,00	-	-	-
65	R\$ 715,00	-	-	-
66	R\$ 850,00	-	-	-
67	R\$ 440,00	-	-	-
68	R\$ 900,00	-	-	-
69	R\$ 471,63	-	-	-
70	R\$ 625,00	-	-	-
71	R\$ 450,00	-	-	-
72	R\$ 472,00	-	-	-
73	R\$ 589,60	-	-	-
74	R\$ 384,80	-	-	-
75	R\$ 380,00	-	-	-
76	R\$ 985,00	-	-	-
77	R\$ 498,00	-	-	-
78	R\$ 317,00	-	-	-
79	R\$ 425,00	-	-	-
80	R\$ 450,00	-	-	-
81	R\$ 350,00	-	-	-
82	R\$ 400,00	-	-	-
83	R\$ 319,00	-	-	-
84	R\$ 311,00	-	-	-
85	R\$ 603,00	-	-	-
86	R\$ 510,00	-	-	-
87	R\$ 396,00	-	-	-
88	R\$ 440,00	-	-	-
89	R\$ 522,00	-	-	-
90	R\$ 376,00	-	-	-
91	R\$ 1.089,00	-	-	-

APÊNDICE 02

Valores praticados, para o curso de administração, na modalidade presencial, em cada Instituição de Ensino Superior pesquisada nas Regiões Nordeste do País

<i>Estado da Bahia</i>	<i>Estado do Maranhão</i>	<i>Estado do Alagoas</i>	<i>Estado de Pernambuco</i>	<i>Estado do Rio Grande do Norte</i>	<i>Estado do Ceará</i>	<i>Estado da Paraíba</i>	<i>Estado do Piauí</i>	<i>ESTADO DE Sergipe</i>
R\$ 548,00	R\$ 402,00	R\$ 370,00	R\$ 499,86	R\$ 357,00	R\$ 290,00	R\$ 270,00	R\$ 359,00	R\$ 248,00
R\$ 797,35	R\$ 502,00	R\$ 380,00	R\$ 290,00	R\$ 290,00	R\$ 318,00	R\$ 310,00	R\$ 588,00	R\$ 274,00
R\$ 438,00	R\$ 473,00	R\$ 330,00	R\$ 348,95	R\$ 394,12	R\$ 212,00	R\$ 354,00	R\$ 420,00	R\$ 344,00
R\$ 477,00	R\$ 302,00	R\$ 381,00	R\$ 330,00	R\$ 290,00	R\$ 159,00	R\$ 269,00	R\$ 555,00	R\$ 199,00
R\$ 550,80	R\$ 215,00	R\$ 403,00	R\$ 399,00	-	R\$ 440,00	R\$ 201,00	R\$ 639,00	R\$ 450,00
R\$ 475,00	R\$ 324,94	R\$ 335,00	R\$ 535,09	-	R\$ 387,00	R\$ 568,00	R\$ 493,00	
R\$ 388,00	R\$ 333,00	-	R\$ 348,95	-	R\$ 180,00	R\$ 379,00	R\$ 700,00	
R\$ 371,71	R\$ 460,00	-	R\$ 190,00	-	R\$ 220,00	R\$ 413,00	R\$ 580,00	
R\$ 486,00	-	-	R\$ 365,00	-	R\$ 333,00	R\$ 189,00	R\$ 475,00	
R\$ 285,00	-	-	R\$ 348,95	-	R\$ 580,00	R\$ 168,00	R\$ 638,76	
R\$ 370,00	-	-	R\$ 540,00	-	R\$ 270,00		R\$ 700,00	
R\$ 630,00	-	-	R\$ 335,00	-	R\$ 455,00		R\$ 608,00	
R\$ 438,50	-	-	-	-	R\$ 298,00		R\$ 427,00	
R\$ 540,00	-	-	-	-	R\$ 377,00		R\$ 405,00	
R\$ 530,00	-	-	-	-			R\$ 501,00	
R\$ 795,00	-	-	-	-			R\$ 315,00	
R\$ 610,00	-	-	-	-			R\$ 695,00	
R\$ 482,00	-	-	-	-			R\$ 780,00	
R\$ 654,08	-	-	-	-				

APÊNDICE 03

Valores praticados, para o curso de administração, na modalidade presencial, em cada Instituição de Ensino Superior pesquisada nas Regiões Norte do País

<i>Estado do Tocantins</i>	<i>Estado do Amazonas</i>	<i>Estado do Pará</i>	<i>Estado do Amapá</i>	<i>Estado de Rondônia</i>	<i>Estado de Roraima</i>	<i>Estado do Acre</i>
R\$ 393,75	R\$ 410,00	R\$ 516,00	R\$ 560,00	R\$ 610,00	R\$ 350,00	R\$ 315,00
R\$ 380,00	R\$ 387,60	R\$ 502,00	R\$ 420,00	R\$ 560,00	R\$ 129,00	R\$ 238,00
R\$ 391,00	R\$ 217,00	R\$ 485,00	R\$ 478,90	R\$ 479,80	R\$ 188,00	R\$ 319,00
R\$ 453,88	R\$ 322,00	R\$ 496,00	R\$ 503,00	R\$ 533,00	R\$ 210,00	R\$ 124,00
R\$ 361,00	-	R\$ 563,94	-	R\$ 600,00		
R\$ 422,00	-	R\$ 490,00	-	R\$ 370,00		
R\$ 394,00	-	R\$ 475,00	-	R\$ 468,00		
R\$ 450,00	-	-	-	R\$ 502,00		
R\$ 397,70	-	-	-	-		

APÊNDICE 04

Valores praticados, para o curso de administração, na modalidade presencial, em cada Instituição de Ensino Superior pesquisada nas Regiões Centro-oeste do País

<i>Distrito Federal</i>	<i>Estado de Goiás</i>	<i>Estado do Mato Grosso</i>	<i>Estado do Mato Grosso do Sul</i>
R\$ 428,00	R\$ 410,00	R\$ 333,00	R\$ 430,00
R\$ 550,00	R\$ 475,00	R\$ 227,00	R\$ 560,00
R\$ 624,00	R\$ 350,00	R\$ 319,00	R\$ 490,00
R\$ 440,00	R\$ 530,00	R\$ 508,00	R\$ 600,00
R\$ 581,00	R\$ 392,00	R\$ 475,00	R\$ 303,70
R\$ 570,00	R\$ 300,00	R\$ 430,00	R\$ 597,00
R\$ 369,99	R\$ 374,61	R\$ 489,00	R\$ 600,00
R\$ 455,80	R\$ 320,00	R\$ 395,00	R\$ 260,00
R\$ 610,00	R\$ 351,00	R\$ 404,00	R\$ 330,00
R\$ 450,00	R\$ 405,00	R\$ 399,00	R\$ 398,70
R\$ 476,00	R\$ 297,50	R\$ 530,00	R\$ 422,00
		R\$ 465,00	R\$ 502,60
		R\$ 530,00	
		R\$ 502,00	
		R\$ 522,76	