

Leonardo Pereira Rodrigues dos Santos

**Desenvolvimento de serviços na área
de educação: uma aplicação de análise
conjunta nos cursos de mestrado em
administração de empresas**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Administração
de Empresas

Rio de Janeiro
Novembro de 2003



Leonardo Pereira Rodrigues dos Santos

**Desenvolvimento de serviços na área de
educação: uma aplicação de análise
conjunta nos cursos de mestrado em
administração de empresas**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-
graduação em Administração de Empresas do
Departamento de Administração da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Jorge Ferreira da Silva

Rio de Janeiro

Novembro de 2003



Leonardo Pereira Rodrigues dos Santos

**Desenvolvimento de serviços na área de
educação: uma aplicação de análise
conjunta nos cursos de mestrado em
administração de empresas**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas do Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Jorge Ferreira da Silva

Orientador

Departamento de Administração, PUC-Rio

Prof. Alexandre de Almeida Faria

Departamento de Administração, PUC-Rio

Profa. Ângela Maria Cavalcanti da Rocha

COPPEAD, UFRJ

Profa. Zélia M. de Lossio e Seiblit

Coordenadora Setorial do Centro de Ciências
Sociais da PUC-Rio

Rio de Janeiro, 08 de Julho de 2003

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Leonardo Pereira Rodrigues dos Santos

Graduou-se em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Rio de Janeiro em 1999. No âmbito profissional, atuou em diversas áreas, nas seguintes empresas: Souza Cruz, Banco Prosper, Embratel e BNDES.

Ficha Catalográfica

Santos, Leonardo Pereira Rodrigues dos

Desenvolvimento de serviços na área de educação : uma aplicação de análise conjunta nos cursos de mestrado em administração de empresas / Leonardo Pereira Rodrigues dos Santos; orientador: Jorge Ferreira da Silva. – Rio de Janeiro : PUC, Departamento de Administração, 2003.

164 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração.

Inclui referências bibliográficas.

1. Administração – Teses. 2. Desenvolvimento de serviços e produtos. 3. Mestrado em administração de empresas. 4. Marketing de serviços. 5. Análise conjunta. 6. Segmentação de mercado. I. Silva, Jorge Ferreira. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Para meus pais, Sonia e Marcos, pela educação,
amor e atenção de todas as horas.

Agradecimentos

Ao meu orientador, Prof. Jorge Ferreira da Silva, pelo estímulo e parceria na realização deste trabalho.

Aos professores que participaram da banca examinadora.

Aos professores da PUC pelos ensinamentos valiosos e pela ajuda durante o curso.

Aos funcionários do IAG, pela disposição em ajudar-me a todo o momento, em especial a Teresa e ao Leopoldo.

Aos amigos e colegas que auxiliaram na distribuição do questionário de pesquisa.

A Erica Bamberg pelo carinho, apoio e compreensão.

A todos que colaboraram, participando do preenchimento dos questionários ou do grupo de foco.

Resumo

Santos, Leonardo Pereira Rodrigues dos; Silva, Jorge Ferreira (Orientador). **Desenvolvimento de serviços na área de educação: uma aplicação de análise conjunta nos cursos de mestrado em administração de empresas.** Rio de Janeiro, 2003. 164p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O propósito deste trabalho é analisar as características relevantes dos cursos de mestrado em administração e em que grau elas são avaliadas por seus alunos e ex-alunos, com o objetivo de fornecer subsídios para as instituições acadêmicas desenvolverem ou aprimorarem tais cursos.

Nesta pesquisa, aplicou-se a teoria de análise conjunta, a fim de se apontar o conjunto de características consideradas relevantes pelos estudantes de cursos de mestrado em administração de empresas.

O desenvolvimento da dissertação foi composto de duas etapas: escolha dos atributos e níveis a serem avaliados pelos respondentes e análise dessa avaliação. Para escolher o conjunto de atributos e níveis a serem julgados, foram analisadas as informações existentes na literatura e conduzido um grupo de foco.

Em seguida, foi escolhido o conjunto de estímulos a ser submetido aos estudantes de mestrado, desenvolvido com base no projeto ortogonal calculado pelo software estatístico SPSS.

Realizou-se, então, a coleta de dados por meio de questionários, os quais foram entregues pessoalmente aos entrevistados ou enviados, em alguns casos, via correio eletrônico.

Na última etapa, analisaram-se, com o auxílio do software SPSS, as importâncias relativas dos atributos e utilidades dos níveis propostos na pesquisa de campo, o que propiciou que o objetivo geral de se identificarem as características relevantes para conceito de um curso de mestrado fosse alcançado.

Palavras-chave

Desenvolvimento de produtos e serviços; mestrado em administração de empresas; marketing de serviços; análise conjunta; segmentação de mercado.

Abstract

Santos, Leonardo Pereira Rodrigues dos; Silva, Jorge Ferreira (Advisor). **Development of Services in education: an application of conjoint analysis to master in business administration programs.** Rio de Janeiro, 2003. 164p. MSc. Dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The purpose of this work is to identify the main features of the Master in Business Administration programs and how these programs are evaluated by students and former students, aiming at helping academic institutions develop or improve their Master degree courses in the area.

In this research, the conjoint analysis method was used to determine the set of features considered relevant by Master in Business Administration students.

The thesis was developed in two stages: choosing the attributes and levels to be evaluated by respondents and analyzing such evaluation. The attributes and levels to be assessed were chosen only after the existing information was analyzed and a focus group was conducted.

The set of stimuli to be given to the Master in Business Administration students was then chosen based on the orthogonal project calculated by the statistical software SPSS.

The next stage involved data collection using questionnaires, which were personally delivered to the respondents or, in some cases, sent by e-mail.

Finally, the statistical software SPSS was used to analyze the relative importance of the attributes and the partial utilities of the levels proposed in the field research, achieving the general goal of identifying the relevant features for the concept of a Master's degree course.

Keywords

Services and product development; Master in Business Administration programs; services marketing; conjoint analysis; market segmentation.

Sumário

1. INTRODUÇÃO	14
1.1. Contextualização	14
1.2. O Problema	17
1.3. Objetivos	18
1.4. Delimitação do Estudo	19
1.5. Relevância do Estudo	19
2. REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.1. Marketing de Serviços	21
2.1.1. Características dos Serviços	22
2.1.2. Classificação dos Serviços	23
2.2. Desenvolvimento de Produtos	28
2.2.1. O Processo de Desenvolvimento	29
2.2.2. O Modelo <i>NewProd</i>	33
2.2.3. A Análise Conjunta	34
2.2.4. O Modelo <i>Bundopt</i>	40
2.2.5. Mapas de Percepção	41
2.3. Segmentação de Mercado	42
2.3.1. O Processo de Segmentação de Mercado	44
2.4. Indústria Universitária	48
2.4.1. Contexto	48
2.4.2. Atributo dos Cursos	49
2.4.3. Os Cursos de Mestrado no Rio de Janeiro	51
3. METODOLOGIA DE PESQUISA	55
3.1. Tipo de Pesquisa	55
3.2. Universo e Amostra	56
3.3. Coleta de Dados	58
3.4. Tratamento dos Dados	60
3.4.1. O Método Escolhido: Análise Conjunta	60
3.4.2. Processo de Tratamento de Dados	61

3.5. Limitações do Método Adotado	62
3.6. Seleção dos Atributos e Níveis	64
3.6.1. Entrevistas em Profundidade	64
3.6.2. Grupo de Foco	65
3.6.3. Escolha Inicial dos Atributos e Níveis	74
3.6.4. O Estudo Piloto (Pré-Teste)	80
3.6.5. Seleção Final dos Atributos e Níveis e Perfis do Questionário	82
3.7. A Pesquisa de Campo	86
4. RESULTADOS	89
4.1. Resultados Gerais da Amostra	90
4.1.1. Resultados Gerais sobre localização, número de cadeiras e número de ênfases oferecidas pelos cursos	100
4.2. Resultados segmentados por instituição	103
4.2.1. Resultados sobre localização, número de cadeiras e número de ênfases oferecidas	112
4.3. Resultados segmentados por tipos de curso	115
4.3.1. Resultados sobre localização, número de cadeiras e número de ênfases oferecidas	125
5. CONCLUSÃO	128
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	136
6.1. Contribuição e Utilidade da Pesquisa	136
6.2. Sugestão para Pesquisas Futuras	137
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	139
8. ANEXOS	146
8.1. Roteiro de Entrevistas em Profundidade	146
8.2. Roteiro do Grupo de Foco	147
8.3. Questionário Piloto (Pré-teste)	149
8.4. Questionário Final	155

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Cursos de Mestrado em Administração – stricto sensu	53
Tabela 2 - Perfil dos participantes do grupo de foco	67
Tabela 3 - Classificação dos atributos segundo os participantes do grupo de foco	71
Tabela 4 - Índice de respostas do pré-teste	80
Tabela 5 - Perfis apresentados aos entrevistados	86
Tabela 6 - Índice de respostas da pesquisa de campo	88
Tabela 7 - Universidades: Graduação versus Mestrado	91
Tabela 8 - Preferência segundo os perfis apresentados	91
Tabela 9 - Resultados Gerais para a Amostra	93
Tabela 10 - Resultados Gerais – atributo “Confiabilidade”	94
Tabela 11 - Resultados Gerais – atributo “Preço e Horário”	95
Tabela 12 - Resultados Gerais – atributo “Infra-estrutura”	96
Tabela 13 - Resultados Gerais – atributo “Convênios, parcerias e projeção nas carreiras”	97
Tabela 14 - Resultados Gerais para Localização	100
Tabela 15 - Resultados Gerais para Número de cadeiras e carga horária.	101
Tabela 16 - Resultados Gerais para Número de ênfases oferecidas	102
Tabela 17 - Preferência segundo os perfis apresentados por instituição	104
Tabela 18 - Utilidades parciais segmentadas por instituição	105
Tabela 19 - Importâncias relativas segmentadas por instituição	106
Tabela 20 - Utilidades parciais segmentadas por instituição – atributo “Preço e Horário”	107
Tabela 21 - Utilidades parciais segmentadas por instituição – atributo “Convênios, parcerias e projeção nas carreiras”	109

Tabela 22 - Utilidades parciais segmentadas por instituição – atributo “Infra-estrutura”	110
Tabela 23 - Resultados para Localização – Segmentados por Instituição	112
Tabela 24 - Resultados para Número de cadeiras e carga horária – Segmentados por Instituição	113
Tabela 25 - Resultados para Número de ênfases oferecidas – Segmentados por instituição	114
Tabela 26 - Preferência segundo os perfis apresentados por tipos de curso	116
Tabela 27 - Utilidades parciais segmentadas por tipos de curso	117
Tabela 28 - Importâncias relativas segmentadas por tipos de curso	118
Tabela 29 - Utilidades parciais segmentadas por tipos de curso – atributo “Preço e Horário”	119
Tabela 30 - Utilidades parciais segmentadas por tipos de curso – atributo “Convênios, parcerias e projeção nas carreiras”	122
Tabela 31 - Utilidades parciais segmentadas por tipos de curso – atributo “Infra-estrutura”	123
Tabela 32 - Resultados para Localização – Segmentados por tipos de curso	125
Tabela 33 - Resultados para Número de cadeiras e carga horária – Segmentados por tipos de curso	126
Tabela 34 - Resultados para Número de ênfases oferecidas – Segmentados por tipos de curso	126
Tabela 35 – Tabela de Preferências: Pré-Teste	153
Tabela 36 – Tabela de Preferências: Questionário Final	161

Lista de Figuras

Figura 1 - Classificação dos Serviços	24
Figura 2 - Processo de desenvolvimento de novos serviços e produtos	30
Figura 3 - Bases de Segmentação e Variáveis	46
Figura 4 - Cartão de estímulo – Tabela de atributos	148

Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Utilidades parciais para o atributo “Confiabilidade” segmentadas por instituição	107
Gráfico 2 - Utilidades parciais para o atributo “Preço e Horário” segmentadas por instituição	108
Gráfico 3 - Utilidades parciais para o atributo “Convênios, Parcerias e Projeção nas Carreiras” segmentadas por instituição	110
Gráfico 4 - Utilidades parciais para o atributo “Infra-estrutura” segmentadas por instituição	112
Gráfico 5 - Utilidades parciais para o atributo “Confiabilidade” segmentadas por tipos de curso	119
Gráfico 6 - Utilidades parciais para o atributo “Preço e horário” segmentadas por tipos de curso	121
Gráfico 7 - Utilidades parciais para o atributo “Infra-estrutura” segmentadas por tipos de curso	124