

## RESUMO

No ano de 1996, a Lei de Diretrizes e Bases, número 9394/96, flexibilizou a abertura de cursos e o credenciamento de novas Instituições de Educação Superior (IES). Isso fez com que ocorresse uma grande expansão no número de cursos, de IES, de matrículas, tornando o setor bem mais competitivo. Para lidar com esse mercado atual, as instituições têm que entender o ambiente externo e escolher um posicionamento estratégico. Por tais motivos, esta pesquisa identificou o posicionamento estratégico adotado pelos cursos de administração das IES no estado do Espírito Santo. Esta pesquisa utilizou dados secundários sobre a evolução do setor e através de dados primários obtidos a partir de um questionário aplicado aos coordenadores de cursos de graduação de administração do estado do Espírito Santo. O trabalho identificou a passagem do setor do estágio de crescimento para o estágio da maturidade no ciclo de vida. Quanto as forças competitivas, a análise mostrou que as instituições da pesquisa percebem o recrudescimento das forças competitivas e que os coordenadores antecipam grandes oportunidades do macroambiente para os dias de hoje e para os próximos cinco anos, em particular na melhoria das condições econômicas do Estado e pelo maior reconhecimento do curso de Administração pelas empresas. Com isso, querem aproveitar essas oportunidades do macroambiente para os seus cursos e pretendem crescer e tirar proveito deste momento. Quanto as estratégias futuras, pode-se verificar que os coordenadores pretendem que seu curso continue crescendo ou cresça mais agressivamente, abrindo caminho para novas aquisições, alianças e parcerias, bem como para expansão geográfica fora do território atual. Com uma concorrência intensificada, haverá maior investimento na diferenciação pela qualidade e diferenciação, através da abertura de novos programas e opções profissionalizantes na área de administração. Esses fatores externos influenciam diretamente as estratégias das empresas, pois elas precisam decidir se irão atender a maior parte da população, que é de baixa renda, oferecendo serviços de qualidade porém simples e econômicos ou se irão atender a uma menor parcela mais exigente da população com um produto de maior qualidade e com maiores preços. Doze cursos foram caracterizados como utilizando a estratégia de Liderança em custos, sete utilizando a estratégia de Diferenciação e seis no meio termo.

Palavras-chave: Estratégia, Concorrência, Planejamento Estratégico, Instituições de Educação Superior, Cursos de Administração.

## **ABSTRACT**

In the year of 1996, the law LDB, number 9394/96 was published. This law facilitated the opening of courses and institutions of high education. It caused a big expansion of numbers of courses, institutions, registrations and because of these changes the industry became more competitive. To face this new market, the institutions need to understand the external environment and choose a strategic position. Because of these events, the institutions have to understand environment and choose a strategic position. Because of these reasons, this research identified the strategic position adopted by the administration courses of the institutions of Espírito Santo. The research was realized by secondary sources about the evolution of the industry and by primary sources, obtained from the survey applied to the coordinators of the courses of Administration in the state of Espírito Santo. The research identified that the industry crossed the growing stage to the maturity stage in the cycle of life. About the competitive forces, the research showed that the institutions notice the aggravation of the competitive forces and the coordinators anticipate big opportunities of the macroenvironment to these days and to the next five years, in particular in the better quality of the economic conditions of the state and by the better knowledge of the administration courses by the companies. Because of it, the coordinators want to take advantage of these opportunities to their courses and intend to grow. About the future strategies, we can verify the coordinators have the intention that the courses keep growing or grow more aggressive, because of it, we will see new acquisitions, alliance, and associations, as well as geographic expansion. With an intensified competition, there will be more investments in differentiation and quality, by the opening of new courses and options of professionalized courses in the area of administration. These external facts influence the institutions strategies, because these companies need to decide if they will focus in the major part of the population, that is the low class population, offering services of quality but simple and economical, or will focus in a minor demanding part of the population with a better quality and more expensive services. Twelve courses were classified as using the cost leadership strategy, seven using differentiation and six in the middle.

**Keywords:** strategy, Competition, Strategic planning, Institutions of High Education, Administration Courses.