

**INSERÇÃO INTERNACIONAL DE UNIVERSIDADES E VALOR PERCEBIDO:
UMA ANÁLISE EM TRÊS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR****Gustavo Dalmarco***UNILASALLE***Alisson Eduardo Maehler***UFPel***Marlon Dalmoro***UFRGS***Wagner Junior Ladeira***UNISINOS***Jonas Cardona Venturini***UFRGS*

Resumo: A internacionalização de universidades (IES) brasileiras tornou-se uma prática de políticas e programas de governos, instituições e sistemas acadêmicos. Esse fenômeno, por ser recente, possui poucos estudos realizados por acadêmicos brasileiros, principalmente considerando valor percebido na internacionalização das IES. Não há certeza, até o momento, se os estudantes atribuem valor às ações de internacionalização das IES. Com isso, o objetivo deste trabalho é analisar o valor percebido pelo aluno de graduação em relação à inserção internacional da universidade. O presente estudo foi conduzido através de dois métodos: Estudo de múltiplos casos com entrevistas de profundidade com coordenadores de internacionalização de três universidades do Rio Grande do Sul; *Survey* com 378 acadêmicos do curso de administração das mesmas universidades. A análise fatorial exploratória do *survey* permitiu discriminar os fatores e confirmar, na prática, seis categorias de valor percebido, sendo elas: interação social, ganhos acadêmicos, ganhos educacionais, qualidade, reputação e benefícios. Observou-se que há um nível de valor percebido por parte dos alunos quanto às atividades de internacionalização, corroborando com as evidências destacadas na base teórica. Os dados demonstram ainda que os serviços ofertados por meio das ações de internacionalização agregam valor à oferta universitária, favorecendo esse tipo de atividade pelas IES.

Palavras-chave: internacionalização de ensino; ensino superior.

**INTERNATIONAL INSERTION OF UNIVERSITIES AND PERCEIVED VALUE:
AN ANALYSIS IN THREE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS**

Abstract: The internationalization of Brazilian higher education institutions (HEI) has become a practice of policy and programs of governments, institutions and academic systems. This phenomenon, for being recent, has few studies accomplished by Brazilian academics, especially considering perceived value in internationalization of HEIs. There is no certainty so far if the students attribute value to internationalization actions of the HEIs. Thus, the objective of this paper is to analyze the value perceived by the undergraduate student in relation to the international insertion of the university. The present study was conducted through two methods: a multiple case

study with depth interviews with coordinators of internationalization of three universities of *Rio Grande do Sul*; a survey with 378 students of the administration course of the same universities. The exploratory factor analysis of the survey allowed discriminating the factors and to confirm in practice six categories of perceived value: social interaction, academic gains, educational gains, quality, reputation and benefits. It has been observed that there is a level of perceived value on the part of the students with regard to activities of internationalization, corroborating with the evidences highlighted in the theoretical basis. The data still demonstrate that the services offered by means of the actions of internationalization add value to the university offer, favouring this type of activity by the HEIs.

Keywords: internationalization of teaching; higher education

Introdução

A partir da década de 1990, com a abertura de mercado brasileira e o processo de globalização, a internacionalização acadêmica vem crescendo no cenário brasileiro e mundial (MOROSINI, 2006; KNIGHT, 2011). Esse fenômeno, por ser recente, possui poucos estudos realizados por acadêmicos brasileiros, mas é uma temática que vem chamando a atenção, visto a evolução de estudos que o tema suscita (MOROSINI, 2011). Os poucos trabalhos nessa área estudam os objetivos e as razões da internacionalização, bem como o papel dos diferentes agentes envolvidos (SOUZA e FLEURY, 2009).

Uma vez que o debate sobre o tema é recente, não há ainda consenso estabelecido sobre o que significa, de fato, internacionalização de Instituição do Ensino Superior (IES). Adotando a definição de Wende (2001), conceitua-se tal fenômeno como qualquer esforço sistemático e sustentado, que tem por objetivo tornar o ensino superior receptivo às demandas e aos desafios relacionados à globalização das sociedades e dos mercados econômicos e de trabalho. De modo semelhante, Altbach (2004) afirma que internacionalização inclui políticas e programas específicos desenvolvidos por governos, instituições e sistemas acadêmicos, bem como instituições e departamentos individuais, para cooperar com ou explorar a globalização. Em publicação mais recente, Marrara e Rodrigues (2009) classificam as estratégias de ação do processo de internacionalização em dois grupos de atividades: atividades comuns ao processo de internacionalização e atividades específicas. As atividades comuns descritas referem-se à criação de comissões de cooperação internacional, adaptação dos recursos humanos, celebração de convênios de cooperação internacional, medidas informativas, criação de linhas de pesquisa, centros de referência e bibliotecas de alto padrão, além da utilização de idioma estrangeiro na graduação e pós. Por sua vez, as atividades específicas são descritas conforme o modelo de internacionalização adotado pela IES, seja passivo, seja ativo. Na forma ativa a IES é um centro de captação e recepção de estudantes e pesquisadores estrangeiros, adotando medidas de capacitação da sua força de trabalho e adequação da estrutura da IES para que pesquisadores e estudantes possam utilizar a infraestrutura acadêmica (MARRARA e RODRIGUES, 2009). Já a internacionalização passiva diz respeito ao envolvimento dos pesquisadores da IES em projetos de pesquisa com instituições estrangeiras. Esse processo é motivado através de apoio para participação de eventos no exterior, atividades de pós-

doutorado em instituições estrangeiras, bem como coorientações e cotutela (MARRARA e RODRIGUES, 2009).

Um aspecto comum na literatura analisada sobre internacionalização de IES e destacada por Altbach (2004) é a influência da globalização. Embora o tema pareça demasiadamente explorado, parece inegável que o mesmo tenha colaborado para isso. A preparação para o mercado de trabalho mais competitivo e global, a necessidade do estabelecimento de parcerias para o ensino e a pesquisa e as próprias relações estabelecidas por docentes, gestores e alunos vem incentivando a internacionalização das universidades brasileiras. Até no plano governamental há incentivos a esse processo, com vista a criar novos mercados e aumentar a influência internacional.

Especificamente, o Brasil em sua história, aparece mais como importador do que como exportador de modelos acadêmicos. Guerreiro Ramos (1965) observa que a nossa formação econômica, política e social sempre foi dependente e erigida sob a influência do domínio cultural e intelectual americano e europeu. Contudo, a melhoria das condições sociais e políticas, a estabilização da economia e o aumento do acesso ao ensino superior têm provocado alterações nesse cenário, fazendo com que as universidades brasileiras passassem a investir em ações internacionais.

Não obstante, não se tem certeza, até o momento, se esses investimentos em internacionalização das IES são percebidos pelo público acadêmico, em especial os estudantes, como algo que agrega valor ao que está sendo ofertado. A importância da percepção de valor tem sido destacada por Hunt (1999) que sugere que uma empresa só existe para criar valor. No caso da inserção internacional das universidades, é preciso que os diversos públicos reconheçam a proposta de valor, identificando uma vantagem nesta atividade. Embora haja esforços visíveis de internacionalização das IES, não se sabe se tais ações têm impacto na avaliação dos cursos ou das instituições por parte dos alunos.

Assim, este trabalho tem como objetivo analisar o valor percebido pelo aluno de graduação em relação à inserção internacional da universidade. Para tanto, as partes que seguem neste trabalho buscam responder esse objetivo. Inicialmente, será apresentado um referencial teórico sobre o tema em estudo, seguido dos procedimentos metodológicos. Posteriormente, são apresentados os resultados do estudo, dividido em uma análise mista,

contendo abordagens qualitativas e quantitativas. Por fim, são discutidas as considerações finais.

2. Referencial Teórico

Para alcançar o objetivo proposto neste trabalho, a base teórica foi segmentada em duas partes. Inicialmente, abordam-se questões referentes à inserção universitária internacional buscando explicar o contexto e os motivos da internacionalização das IES. Em seguida, referencia a temática do valor percebido, com intuito de conceituar os elementos que o compõem.

2.1 Inserção universitária internacional

Antes de abordar a internacionalização das universidades, é necessário entender um pouco sobre o processo de criação e estruturação das universidades brasileiras. Inicialmente, no século XIX, a coroa portuguesa não autorizou a criação de universidades nas colônias, obrigando a elite que queria completar os estudos iniciados em escolas jesuíticas a buscar universidades europeias (AVILA, 2007). Somente com a mudança da coroa portuguesa para o Brasil que foram criadas as primeiras faculdades, de caráter profissionalizante, voltadas para qualificar os empregados do reino (FÁVERO, 2006). Em 1920 foi criada pelo governo federal a primeira universidade, em meio a discussões sobre concepções, funções, e modelos de universidade.

Visando a qualificação dos professores universitários e a formação de pesquisadores, o governo brasileiro iniciou nos anos 70 uma série de incentivos ao intercâmbio desses profissionais (AVILA, 2007; SALERNO e KUBOTA, 2008). Já nos anos 80 foram criados os primeiros escritórios de mobilidade acadêmica nas universidades, atendendo a demanda de alunos estrangeiros que vinham ao Brasil (AVILA, 2007). Com isso, as universidades iniciaram práticas de internacionalização, seja na pós-graduação, seja na graduação (BRUNNER, 2009). Entretanto, não se pode confundir a internacionalização acadêmica com o processo de globalização. Diferenciando globalização de internacionalização, utiliza-se à definição de Knight (1999) que descreve a globalização como um fluxo de tecnologias,

pessoas, valores, agentes econômicos e ideias através das fronteiras. Esse processo afeta cada país de forma singular, norteado pela história, tradição, cultura e prioridades de cada nação. Já a internacionalização do ensino superior é uma das maneiras que o país encontra para responder ao impacto da globalização, e, ao mesmo tempo, respeitando a particularidade de cada nação.

Além disso, a internacionalização integra dimensões internacionais e interculturais nas atividades de ensino, pesquisa e serviços das instituições (KNIGHT, 2004). Dentro da inserção internacional das universidades, o processo de Bologna é o movimento que visa à padronização dos cursos de ensino superior dos países europeus. Entre os destaques está a promoção da mobilidade acadêmica, atraindo estudantes da Europa e do resto do mundo, tornando as universidades europeias internacionalmente conhecidas. Para tanto, o processo visa à definição de dois períodos de estudo para a formação profissional (algo como os atuais graduação e mestrado, mas sendo a graduação geral, e o mestrado focado na área de trabalho), seguido de um terceiro período de doutorado, além de um sistema de créditos unificados (ERICHSEN, 2007). Há iniciativas de processos similares na América Latina, que, embora possa ser facilitado pela similaridade cultural da América Latina com a Europa, esbarra nas heterogeneidades políticas, econômicas, monetárias e de conhecimento geral dos países (BRUNNER, 2009).

Mas, além da padronização curricular, o processo de internacionalização envolve outras preocupações quando a postura da universidade. Knight (1999) aponta quatro aspectos importantes no processo: (1) Atividade, que engloba questões como currículo, intercâmbio de alunos e suporte técnico; (2) Competências, que enfatiza o desenvolvimento de habilidades, conhecimento, valores e atitudes em estudantes, professores e funcionários; (3) Etnia, valorizando a criação de um ambiente multicultural, suportando a perspectivas e iniciativas de âmbito internacional; (4) Processo, que foca na integração ou infusão de uma cultura internacional nas atividades de ensino e pesquisa, através da combinação de atividades, regras e procedimentos.

A internacionalização acadêmica é um processo complexo, que envolve o desenvolvimento de diversas habilidades. Entretanto, as universidades apostam na internacionalização como um meio de estabelecer melhorias em qualidade, prestígio acadêmico e institucional, além de aumentar sua competitividade em âmbitos nacional e internacional (AVILA, 2007). Ainda segundo o autor, o processo de inserção internacional

envolve em geral: acordos interinstitucionais; mobilidade acadêmica; mobilidade e treinamento de professores e funcionários; estabelecimento de redes internacionais de ensino e pesquisa; internacionalização do currículo.

Embora façam parte da estrutura de serviços oferecida pela universidade, muitas vezes o treinamento do corpo de funcionários e professores é deixado de lado. Como aponta Dewey e Duff (2009), diferenças culturais, desorganização curricular (para não sobrecarregar os professores, disciplinas optativas dão lugar para disciplinas internacionais) e acréscimo de procedimentos burocráticos são fatores que restringem a participação do *staff* da universidade na inserção internacional.

Na verdade, as práticas de internacionalização de instituições de ensino superior englobam, além da visão institucional, a visão dos alunos. Enquanto a universidade investe em estruturas, na qualificação do corpo de professores e funcionários e na divulgação de parcerias internacionais, são necessárias estratégias para que os alunos brasileiros se interessem pela atividade de intercâmbio. Quanto aos fatores relevantes na escolha da instituição no exterior, os alunos dão atenção a fatores como: reputação internacional da instituição; interação com professores e funcionários; e a estrutura física adequada e de qualidade (PEREDA, 2007).

Em acréscimo, aspectos socioeconômicos são influentes na escolha de entrar ou não em um processo de inserção internacional. Fatores como a classe social da família e nível de formação acadêmica dos pais afetam as expectativas e desejos dos alunos (SALISBURY, 2009). Há certo consenso que a experiência internacional qualifica o currículo do aluno, tendo este certa vantagem frente a concorrentes (WATER, 2006; PYVIS e CHAPMAN, 2007).

Por fim, além dos objetivos profissionais e das restrições socioeconômicas, o intercâmbio oferece ao aluno oportunidades singulares. O contato com diferentes tradições, aspectos históricos, culturas, idiomas, comportamento social, ética profissional incrementam a capacidade do estudante como cidadão, qualificando-o para enfrentar diferentes situações em sua vida profissional e pessoal (HIPEL, 2003).

2.2 Valor percebido

A percepção é uma dimensão relevante do comportamento humano e caracteriza-se como um conceito central para os teóricos das ciências sociais em diversas áreas. Na concepção de Bennett e Kassarian (1980), a percepção é um processo pelo qual os indivíduos recebem estímulos e lhes dão sentido, baseado em memórias de aprendizados, expectativas, fantasias, crenças, atitudes e na sua personalidade. O elemento chave no processo de percepção é o indivíduo e não se limita a estímulos físicos, mas também da relação de estímulos do ambiente externo e condições interiores do indivíduo.

Numa perspectiva mais ampla, as pessoas percebem os produtos e seus atributos de acordo com suas próprias expectativas, e, assim, o seu processo decisório tende a ir ao encontro dos elementos do ambiente que são mais importantes para elas. Os atributos de um produto ou serviço são, geralmente, avaliados com base em uma gama de informações associadas a ele, estão, dessa forma, sob a égide da percepção de valor pelas pessoas (WOODALL, 2003).

Na perspectiva interacionista apresentada por Holbrook (2005), valor envolve uma interação entre algum sujeito e um objeto. Assim, o valor depende das características de algum objeto físico ou mental, mas não pode ocorrer sem a envolvente de algum sujeito que aprecia essas características. Na visão de Vargo e Lusch (2008), o valor é sempre idiossincrático, cheio de significado, contextual e empírico, ou seja, é sempre único e definido pelo beneficiário. Assim, o valor é baseado na maneira pessoal de ver, sentir e reagir à experiência de uso, resultando em uma atitude, ou um vínculo emocional.

Para Holbrook (2005), o valor é algo percebido de maneira individual, condicional ou contextual (dependendo do indivíduo, situação, ou produto), relativo (em comparação com alternativas conhecidas ou imaginadas) e dinâmico (muda dentro dos indivíduos ao longo do tempo). Na concepção de Zeithaml (1988), valor está relacionado com a percepção, uma vez que este consiste na avaliação da utilidade de um produto ou serviço baseado nas percepções do que é oferecido e o que é recebido. A percepção de valor ocorre por meio de uma função positiva de qualidade, atributos extrínsecos (como funcionalidade) e intrínsecos (prazer, valores pessoais), em relação à função negativa dos custos, que podem ser tanto monetários quanto não monetários, como o tempo, esforço e desconfortos sensoriais (ZEITHAML, 1988).

Nesse entendimento, o valor percebido é mensurado como um construto multidimensional formativo, com a utilização dos componentes de benefício e de sacrifício (LIN, SHER e SHIH, 2005). Dentro desse contexto, existem vários trabalhos que estudam as tipologias de valor percebido. Sheth, Newman e Gross (1991) descrevem cinco tipos de valor para o cliente: valor funcional, valor social, valor emocional, o valor epistêmico e valor condicional. Petrick (2002) foca os benefícios enquanto geração de valor, especificando em termos de qualidade, resposta emocional e reputação. No caso dos serviços universitários, incluindo as atividades internacionais, os custos (sacrifícios) consistem usualmente num preço não monetário de obtenção do serviço, que inclui tempo e esforço necessário para obter o serviço e superar questões burocráticas.

Dessa forma entende-se que em termos de valor percebido, o processo de internacionalização contribui para a consolidação de uma imagem positiva acerca dos produtos ou serviços, atingindo um patamar superior em comparação a outras organizações que não possuem o atributo internacionalização. No caso das IES, a inserção internacional é uma temática que está cada vez mais presente no composto dos serviços oferecidos; contudo a percepção do valor é fundamental para que a internacionalização da IES tenha uma função dentro da organização.

3. Procedimentos metodológicos

O presente estudo teve como abordagem de pesquisa os procedimentos de métodos mistos, quais empregam a coleta de dados associada a duas formas de análise de dados: qualitativa e quantitativa (TAHKKORI e TEDDLIE, 2003, CRESWELL, 2003). A opção por essa abordagem atende a necessidade de explorar e explicar o problema de pesquisa deste trabalho, trazendo procedimentos mais explícitos e complexos, que buscam a convergência ou a confirmação de resultados em diferentes fontes de dados.

Na estratégia qualitativa, foi utilizada a abordagem de múltiplos casos, de acordo com os conceitos definidos por Yin (2001), em três universidades do estado do Rio Grande do Sul. A amostra englobou duas universidades federais, a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e a Universidade Federal de Pelotas (UFPe), e uma instituição privada, a Universidade do Vale dos Sinos (UNISINOS). Nessa fase, procurou-se investigar a

internacionalização das IES dentro do seu contexto real. Optou-se por essa abordagem exploratória inicial devido ao fato do fenômeno e do contexto não serem, *a priori*, claramente definidos. Desse modo, utilizou-se, em um primeiro momento, um estudo de natureza exploratória, com corte transversal de análise (CRESWELL, 2003).

Nessa fase realizou-se uma entrevista semiestruturada com os três secretários de relações internacionais das instituições selecionadas, visando um melhor conhecimento das atividades internacionais desenvolvidas pelas universidades, e a entrega de valor proposta por estas. Essas entrevistas ocorreram no mês de outubro de 2010 e tiveram duração de uma hora aproximadamente. O roteiro de entrevista foi elaborado com base em dados secundários extraídos: i) de pesquisa documental das IES; ii) de pesquisa bibliográfica; e, iii) da internet.

Logo após, a etapa qualitativa, precedeu-se a estratégia quantitativa, com natureza descritiva. Com relação ao instrumento de coleta de dados dessa fase, optou-se pelo questionário estruturado, conforme descrição de Hair *et al.* (2002). Esse instrumento continha 46 questões no total. Dessas questões, 12 identificavam o perfil socioeconômico dos entrevistados e 34 avaliavam a percepção de valor na internacionalização da IES. A avaliação da percepção de valor na internacionalização da IES foi feita com base na percepção dos entrevistados na fase qualitativa e a junção de vários trabalhos acadêmicos (BENNETT e KASSARJIAN, 1980; VARGO e LUSCH, 2008; WOODALL, 2003; HOLBROOK, 2005; ZEITHAML, 1988; LIN, SHER e SHIH, 2005; SHETH, NEWMAN e GROSS, 1991; PETRICK, 2002; HIPEL, 2003; PEREDA, 2007; SALISBURY, 2009; WATER, 2006; PYVIS e CHAPMAN, 2007; DEWEY 2009; AVILA, 2007; KNIGHT, 1999; BRUNNER, 2009), referenciados como dados secundários. As questões dizem respeito aos agrupamentos que foram avaliados através de uma escala tipo *likert* de 5 (cinco) pontos.

Anteriormente à aplicação dos questionários, foi realizado um pré-teste com três alunos, que comprovaram a eficiência do instrumento, a fim de que os mesmos projetassem suas próprias concepções e valores a respeito do tema proposto. Foi aplicado um total de 378 questionários junto a acadêmicos de graduação que cursavam disciplinas do curso de administração nas três instituições supracitadas. Cabe destacar que a amostra foi selecionada por conveniência de maneira não probabilística. A coleta de dados primários com questionário foi efetuada nos meses de novembro e dezembro do ano de 2009.

O tratamento dos dados quantitativos coletados se deu em seis etapas: purificação da base de dados, análise descritiva/uso do teste Kruskal-Wallis, testes de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), realização da análise fatorial (validade discriminante), realização da análise fatorial nos blocos (validade convergente) e consistência interna dos achados. Esse tratamento utilizou o ferramental de técnicas estatísticas (análise descritiva, de testes paramétricos e não paramétricos) para descrever os resultados e complementar a fase exploratória dessa pesquisa.

4. Análise dos dados

Como foi descrito na revisão bibliográfica, o valor percebido pode ser associado à inserção internacional das IES. Dentro desse contexto, o estudo em questão analisou o valor percebido pelo aluno de graduação em relação à inserção internacional da universidade. Para melhor explicitar os resultados obtidos, este capítulo foi dividido em duas partes, como segue: i) análise qualitativa e ii) análise quantitativa.

4.1 Análise qualitativa

Nesta etapa qualitativa, foi feita uma síntese da inserção internacional da IES, a partir dos comentários feitos pelos secretários de relações internacionais e uma apresentação do perfil das instituições. As três universidades pesquisadas possuem um setor de assessoria de assuntos internacionais (AII), que abrangem atividades de graduação, pós-graduação e parcerias interinstitucionais. Conforme a secretária de relações internacionais, a UFRGS possui atualmente 26.000 alunos de graduação. Dentre as atividades internacionais desenvolvidas pela universidade estão cerca de 300 acordos com instituições universitárias, dentre eles acordos de dupla titulação, mobilidade acadêmica e participação no programa Erasmus (programa de intercâmbio de estudantes). No caso da UNISINOS, segundo a entrevistada, possui cerca de 24.000 alunos de graduação. Além disso, integra uma rede de 200 instituições de ensino superior jesuítas, com um total de 2,2 milhões de alunos no mundo todo. Por fim, na UFPel, segundo a sua secretária de relações internacionais, a instituição possui atualmente 10.500 alunos de graduação. Observa-se que nesta instituição as atividades internacionais não estão tão consolidadas como na UNISINOS e na UFRGS.

Em âmbito geral, há um consenso entre as universidades pesquisadas sobre a importância da inserção internacional segundo os entrevistados. Todas possuem planos de ação que visam maior divulgação das políticas de internacionalização, ampliação da rede de universidades conveniadas, aproveitamento de créditos etc. Por outro lado, todas declararam que o processo como um todo é muito centralizado em professores. Embora haja ações que busquem agrupar o processo na assessoria de assuntos internacionais da instituição, muitos alunos vêm e vão através de contatos informais entre professores, impossibilitando que a AII tenha ciência da quantidade de intercâmbios que realmente ocorrem. Como afirma a secretária de relações internacionais da UFPel:

“(...) não sabemos quantos programas de mobilidade acadêmica porque são ações pontuais. Nós só tomamos conhecimentos às vezes. Tem pouca mobilidade no nosso departamento (AII), mas os alunos fazem nos departamentos (de graduação). Às vezes, a gente pede bolsa para os estrangeiros e descobre um monte de aluno que eu nem to sabendo” (Secretária de AII da UFPel).

Da mesma forma, a secretária de AII da UFRGS aborda o tema, afirmando que as ações começam por professores que possuem parcerias externas, não formalizando estas via AII. Dessa forma, as relações algumas vezes ficam no âmbito da relação informal professor/professor, sem o registro nem mesmo nos departamentos.

Em se tratando das instituições públicas, há incidência do fator político referente às trocas de cargos dentro das universidades, dificultando a continuidade das ações internacionais desenvolvidas pela secretaria. Quando há a troca de reitor, normalmente os cargos de direção também são afetados, inclusive a AII.

As entrevistadas enfatizam a interação social proporcionada a partir das ações internacionais desenvolvidas por suas instituições. Assim, os ganhos culturais promovidos especialmente pelos intercâmbios de alunos são os principais fatores de motivação e estímulo às atividades internacionais. Nesse sentido, a secretária da AII da UNISINOS comenta a diferença entre alunos que realizam com os que não realizam o intercâmbio, fruto da ampliação de horizontes e novas experiências proporcionadas pelos intercâmbios.

Em complemento, a entrevistada da UFRGS também destaca os ganhos acadêmicos, sociais e educacionais da inserção internacional, fruto especialmente do ganho de experiência por parte dos alunos. Para ela, isso resulta em crescimento pessoal e profissional:

“(...) viver no exterior é viver aquela experiência cultural que lá se tem. Viver num outro país, o *modus operandi*, como as pessoas trabalham, ensinam, aprendem, o acesso às bibliotecas, modos de agir e de pensar, a cultura mesmo, este é o grande patrimônio da mobilidade” (Secretária de AII da UFRGS).

Contribuindo com o processo de inserção internacional, políticas de bolsas de estudo são fundamentais para viabilizar as principais ações internacionais, como mobilidades acadêmicas e intercâmbio de professores, visto que reduzem os custos por parte dos participantes. Por fim, os entrevistados ressaltam que além da mobilidade acadêmica, as ações internacionais visam divulgar a instituição no exterior, bem como formar parcerias interinstitucionais. Agora, para isso, é necessário desenvolver uma estrutura física e humana de suporte. Nesse quesito, percebem-se algumas diferenças em termos de estrutura. Enquanto a instituição privada analisada possui uma estrutura formal única para todas as unidades acadêmicas, nas instituições públicas, algumas unidades acadêmicas estão à frente, desenvolvendo atividades paralelas a AII ou mesmo de maneira informal, sem o trâmite via secretaria. Essa questão confere uma complexidade ao trabalho da secretaria, especialmente na tangente da divulgação das ações perante a comunidade acadêmica.

4.2 Análise quantitativa

Uma vez coletados os questionários, foi realizada a digitação dos dados para o *software* estatístico SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*), sendo o mesmo utilizado para a análise nos procedimentos de estatística descritiva e multivariada. Os dados foram submetidos aos seguintes testes estatísticos, a fim de se realizar a validação de construto e confiabilidade do instrumento: (a) Purificação da Base de Dados, excluindo da amostra questionários mal preenchidos e possíveis *outliers*; (b) Análise descritiva e o uso do teste Kruskal-Wallis para reconhecimento da amostra; (c) Testes de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) a fim de identificar a adequação das amostras e o teste de esfericidade de Bartlett que indica se as variáveis do instrumento estão correlacionadas, possibilitando a realização da análise fatorial; (d) Realização da análise fatorial de construção de blocos (validade discriminante) que busca verificar a interdependência entre os indicadores dispostos em um questionário, com o intuito de gerar uma compreensão da estrutura fundamental das perguntas e combiná-

las em novos fatores (HAIR *et al.*, 2002); (e) Realização da análise fatorial nos blocos (validade convergente) a fim de verificar se as práticas constituintes dos fatores estavam fortemente associadas entre si e se representavam um conceito único, garantindo unidimensionalidade (HAIR *et al.*, 2002); e (f) Consistência Interna (*Alfa de Cronbach*) a fim de estimar a confiabilidade das medições empíricas.

4.2.1 Purificação da Base

A fim de se prepararem os dados para as análises subsequentes, buscou-se primeiramente purificar a base de dados, eliminando questionários de respondentes considerados *outliers* (aqueles que deixaram um grande número de questões em branco ou que utilizaram apenas um ou dois pontos da escala intervalar). Executou-se primeiramente a análise de frequência para todas as questões (práticas) do questionário a fim de verificar a existência de um grande número de não respostas (*missing*) nas questões. Essa é uma forma de identificar questões que não foram bem compreendidas pelos respondentes. Nenhum respondente foi eliminado neste estágio, pois nenhuma apresentou um número expressivo (maior que cinco) de não respondentes.

Num segundo momento, foram analisados os questionários respondidos, sendo eliminados aqueles cujos respondentes tinham utilizado apenas um ou dois pontos da escala *Likert* em todas as respostas, o que totalizou cinco questionários eliminados. O uso de apenas dois pontos caracteriza uma resposta dicotômica e não intervalar, o que interfere na interpretação dos testes estatísticos de validação. Em um terceiro momento, foram eliminados da base de dados os questionários cujos respondentes não haviam respondido mais do que 10% das questões. Assim, como o questionário possuía 46 questões, foram eliminados os questionários que apresentaram pelo menos quatro questões não respondidas, totalizando cinco questionários. O processo de purificação da base de dados acabou por retirar da base de dados um total de dez questionários, restando um total de 368 observações.

4.2.2 Análise Descritiva e o uso do teste Kruskal-Wallis

Esta etapa consiste em caracterizar a amostra coletada na pesquisa de campo, para que depois se possa fazer análises mais apuradas em outras etapas. Optou-se, nesse momento, pela descrição através das frequências e medidas de tendência central e dispersão. Com relação ao sexo dos 368 entrevistados, 48,2% são masculinos e, o restante, 51,8% femininos. Destes, 59 (que correspondem a 16% da amostra) responderam que já participaram de intercâmbio internacional. Destes 166 (45,1%) estudam na UFRGS; 88 (23,9%) na UFPel e 114 (31%) UNISINOS. Os dados com relação à idade (média e desvio-padrão), renda familiar em salários (média e desvio padrão), instituição que cursou o ensino médio e se trabalha, das três universidades estudadas encontram-se na tabela 1.

	Idade		Renda		Instituição de ensino médio			Trabalha	
	Média	Desvio-padrão	Média	Desvio-padrão	Pública	Privada	Outras	Sim	Não
UFRGS	24,1	4,3	9,7	6,4	53,3%	42,5%	4,2%	72,4%	27,6%
UFPEL	26,7	11,5	6,4	4,1	72,4%	26,4%	1,2%	30,2%	59,1%
UNISINOS	24,3	4,4	10,5	6,3	49,1%	49,1%	0,8%	85,8%	14,2%

Tabela 1- Análises descritivas

A amostra da tabela 1 foi coletada em disciplinas do curso de administração, no entanto, existiam alunos matriculados de outros campos do conhecimento como: computação, economia, comércio exterior, química, engenharia, farmácia, entre outros. No que tange a posição geográfica da coleta de dados, essa foi coletada nas próprias universidades que se encontram nas cidades de Pelotas, Porto Alegre e São Leopoldo, ambas localizadas no estado do Rio Grande do Sul. Os alunos pesquisados eram dessas cidades ou de localidades próximas. Como foram coletadas amostras em três lugares diferentes, faz-se necessário um teste para ver se as coletas provêm de populações diferentes. Para análise da comparação dos dados coletados, foi utilizado o teste Kruskal-Wallis. A análise de variância de um fator de Kruskal-Wallis é um teste extremamente útil quando as populações não são provenientes de populações normais e pode ser aplicado quando as variâncias das k populações são heterogêneas (SIEGEL e CASTELLAN JR, 2006). Observou-se, através da análise da

curtose, que não se tratava de uma distribuição normal. Assim, foi feito o teste para a variável “de maneira geral a inserção internacional da minha universidade é importante”, pois esta expressa a ideia central deste trabalho.

No teste, a hipótese nula da variável afirma que as pessoas entrevistadas nas três universidades têm a mesma percepção ($H_0: \mu_1 = \mu_2$). A hipótese alternativa afirma que os grupos diferentes têm percepções diferentes com relação a variável que está sendo testada ($H_1: \mu_1 > \mu_2$ ou $\mu_1 < \mu_2$). Os resultados demonstram que o *Chi-Square* foi de 1,087, com significância de 0,143, tendo o *Mean Rank* de 182,37 (N=165) para UFRGS; 178,41 (N=111) para UNISINOS e 177,74 (N=86) para UFPel. Pode-se observar que o teste demonstra que não há evidências suficientes para concluir que as médias sejam diferentes, logo se conclui que os questionados da UFRGS, UNISINOS e UFPel tem a mesma percepção sobre o tema.

Do total dos entrevistados das três universidades, 106 mencionaram ter experiência internacional, totalizando 28,8%. Comparando os dados dos entrevistados que fizeram intercâmbio e dos que tem experiência no exterior, observa-se que 47 tiveram experiência no exterior que não ocorreram através de intercâmbios.

Nível/Língua	Inglês	Espanhol	Francês	Italiano	Outros
Básico	120 (36,7%)	187 (64,7%)	12 (52,2%)	20 (80%)	17 (63%)
Intermediário	91 (27,8%)	82 (28,4%)	10 (43,5%)	4 (16%)	8 (29,6%)
Avançado	116 (35,5%)	20 (6,9%)	1 (4,3%)	1 (4%)	2 (7,4%)
Total	327 (100%)	289 (100%)	23 (100%)	25 (100%)	27 (100%)

Tabela 2 – Nível de conhecimento de línguas estrangeiras

Na tabela 2, encontram-se os domínios das línguas questionadas divididas em três itens: básico, intermediário e avançado. O inglês é o que obteve maior número de respondentes (327), seguido do espanhol (289). Já o Francês é língua menos falada pelos entrevistados (23). O conhecimento de outra língua bem como experiência internacional por parte dos respondentes proporciona aos acadêmicos uma maior percepção das ações relacionadas à temática internacional, e, por consequência, maior valor percebido sobre a inserção internacional.

4.2.3. Teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

Antes de se proceder ao processo de validação dos constructos, foram realizados os testes de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de adequação das amostras e o teste de esfericidade de Bartlett que indica se as variáveis encontram-se correlacionadas, possibilitando a utilização da técnica de análise fatorial. No caso do teste KMO, obteve-se como resultado 0,928 representando uma adequação muito boa dos dados à análise fatorial (HAIR *et al.*, 2002) e no teste de Bartlett obteve-se o nível de significância igual a 0,000 que é considerado muito bom. Os 36 itens foram avaliados por 368 respondentes, o que dá uma média de dez respondentes por questão, acima do limite mínimo de cinco observações para cada questão avaliada a fim de evitar que os fatores extraídos pela análise fatorial sejam específicos da amostra, sem possibilidade de generalização (HAIR *et al.*, 2002). Diante das características dos processos de generalização conter muitas fragilidades no campo das ciências sociais, apontadas por Cherques (2009), opta-se por considerar este estudo como não generalizável. Verifica-se, então, a adequação da amostra para a realização da análise fatorial exploratória.

4.2.4. Análise Fatorial Exploratória de Construção Blocos (Validade Discriminante)

A realização da análise fatorial buscou verificar a interdependência entre os indicadores dispostos no questionário com o intuito de gerar uma compreensão da estrutura fundamental das perguntas e combiná-las em novos fatores (HAIR *et al.*, 2002). Essa técnica é principalmente útil nos primeiros estágios de análise de um estudo exploratório, quando não se tem uma forte teoria. Permite determinar variáveis não observáveis diretamente fazendo uso de um conjunto de práticas fortemente correlacionadas, além de explicar a variação de um número relativamente grande de variáveis (itens) usando poucos fatores recém-criados. Agrupam-se os indicadores em fatores, apontando aqueles atributos redundantes, que estão medindo a mesma variável. Essa etapa é caracterizada pela realização da análise fatorial exploratória entre blocos ao invés de realizar a mesma no bloco. Isso se deve ao fato de que a primeira possibilita identificar mais facilmente grupos de questões fortemente correlacionadas, além do fato de se obter a validade discriminante. A mesma é inferida quando medidas de cada fator convergem em seus respectivos escores, que são únicos em relação aos escores dos outros fatores (CHURCHILL, 1979).

Para a realização da análise fatorial, partiu-se dos conceitos desenvolvidos e modelos referenciais ao qual a pesquisa se baseia (SHETH, NEWMAN e GROSS, 1991; HOLBROOK, 1996; PETRICK, 2002; LIN, SHER e SHIH, 2005). Assim, definiu-se como forma de extração o número de fatores igual a 6, mesmo número de categorias de recursos proposto para esta pesquisa. Extraíram-se os componentes principais (através do método de extração ACP – Análise de Componentes Principais) a partir dos 36 itens, aplicando-se a rotação ortogonal Varimax para discriminar melhor a pertença das variáveis aos componentes identificados (HAIR *et al.*, 2002). A formação dos fatores obedeceu a dois critérios: o grau de associação entre as variáveis, encontrada através das cargas fatoriais, e o grau de subjetividade (AAKER e DAY, 1989).

Foram eliminados os itens “Conhecimento e Informações” e “Melhora na inserção no ambiente global” que apresentaram baixa variância comum (menor que 0,5) (LEWIS e BYRD, 2003), respectivamente: 0,480 e 0,478. A realização da análise fatorial exploratória permitiu discriminar os fatores e confirmar na prática seis categorias identificadas a partir da literatura, sendo elas: interação social, ganhos acadêmicos, ganhos educacionais, qualidade, reputação e benefícios. Os fatores extraídos, explicações das variâncias parciais e total, práticas constituintes, cargas fatoriais das práticas (correlações simples entre as variáveis e os fatores) bem como suas comunalidades, porção da variância que uma variável compartilha com todas as outras variáveis consideradas sendo também a proporção de variância explicada pelos fatores comuns (MALHOTRA, 2002), podem ser vistas na tabela 3. Em complemento, são apresentadas as médias e os respectivos desvios-padrão de cada variável e do construto.

Blocos/Fatores e Itens do Questionário	Média	Desvio-padrão	Estrutura Fatorial (carga fatorial/ comunalidades)
Fator 1: Interação Social	3,87	0,70	
Contatos com alunos que vem de outros países.	4,03	1,00	(0,912 / 0,660)
Participar de projetos de trabalho intercultural.	3,85	0,98	(0,942 / 0,675)
Tolerância às diferentes culturas.	3,89	0,96	(0,914 / 0,634)
O reconhecimento das pessoas do convívio.	3,57	0,91	(0,926 / 0,677)
Conhecer pessoas de culturas diferentes.	4,10	0,92	(0,921 / 0,692)
Eventos internacionais na minha universidade.	3,68	1,03	(0,888 / 0,560)

Proporciona ganhos sociais.	3,96	0,87	(0,926 / 0,626)
Fator 2: Ganhos Acadêmicos	3,86	0,67	
Conhecimento acerca de outros idiomas.	3,81	1,01	(0,897 / 0,547)
Realizar estágios internacionais.	3,90	1,07	(0,914 / 0,667)
Inserção no contexto internacional de sua área de estudo.	3,99	0,84	(0,943 / 0,537)
Viabilizar a formação de uma rede de contatos.	3,91	0,93	(0,944 / 0,587)
Confiança nas práticas educacionais.	3,64	0,92	(0,919 / 0,551)
Conferências e seminários internacionais.	3,92	0,93	(0,918 / 0,549)
Fator 3: Ganhos educacionais	3,68	0,68	
Atividades do curso desenvolvidas.	3,32	0,94	(0,917 / 0,511)
Professores sejam mais qualificados.	3,64	1,00	(0,933 / 0,538)
Melhoras na infraestrutura do meu curso.	3,45	1,02	(0,887 / 0,611)
Melhorar a formação acadêmica/profissional.	4,08	0,81	(0,942 / 0,536)
Inserção internacional e confiança.	3,92	0,84	(0,937 / 0,590)
Fator 4: Qualidade	3,86	0,72	
Inserir no mercado de trabalho mais qualificado.	3,91	0,91	(0,945 / 0,632)
Melhorar no processo de ensino-aprendizagem.	3,71	0,87	(0,915 / 0,757)
Melhora na qualidade dos meus estudos.	3,67	0,97	(0,935 / 0,690)
Qualidade no contexto global.	4,02	0,90	(0,909 / 0,615)
Internacional e qualidade.	4,00	0,88	(0,929 / 0,615)
Fator 5: Reputação	4,07	0,63	
Visibilidade no mercado de trabalho.	4,07	0,82	(0,917 / 0,616)
O envolvimento com questões internacionais.	3,86	0,84	(0,945 / 0,556)
Melhorar a reputação da universidade.	4,15	0,83	(0,887 / 0,717)
Curso tenha uma boa imagem no mercado.	4,11	0,87	(0,914 / 0,671)
A inserção internacional e reputação.	4,19	0,82	(0,887 / 0,687)
Fator 6: Benefícios	3,92	0,63	

A produção e disseminação do conhecimento.	3,84	0,80	(0,937 / 0,531)
Pesquisas internacionais.	3,95	0,93	(0,942 / 0,719)
Mais benefícios para minha universidade.	4,00	0,76	(0,960 / 0,610)
Novas práticas de ensino e aprendizagem.	3,97	0,81	(0,951 / 0,527)
Movimento de trocas internacionais.	4,09	0,93	(0,954 / 0,638)
Relação custo/benefícios.	3,68	0,90	(0,933 / 0,503)

Tabela 3 – Média, desvio-padrão e Estrutura Fatorial dos itens do instrumento após rotação Varimax

O conjunto de fatores extraídos explica 60,53% da variância total, o que é muito bom se tratando de pesquisas sociais, onde a informação é frequentemente menos precisa (HAIR *et al.*, 2002).

4.2.5. Análise Fatorial Intra-Bloco (Unidimensionalidade)

Após a confirmação dos fatores, procedeu-se a uma Análise Fatorial Exploratória (AFE) nos blocos para observar a unidimensionalidade dentro do conjunto de práticas em cada fator. Koufteros (1999) afirma que poucos pesquisadores têm feito uso da AFE nos blocos e que o resultado da aplicação dessa metodologia revela se uma prática está presente em outro fator, comprometendo a confiabilidade do mesmo.

Discriminados os seis fatores, procedeu-se a comparação da base teórica com o conteúdo de cada fator. Observando-se que todos os fatores extraídos estavam de acordo com a literatura, procedeu-se à verificação de suas unidimensionalidades (convergências) a fim de verificar se as práticas constituintes dos fatores estavam fortemente associadas entre si e se representavam um conceito único (HAIR *et al.*, 2002). Partiu-se para a realização de análise fatorial intrabloco a fim de se determinar à adequação e avaliação de unidimensionalidade. Uma condição que deve ser satisfeita para se rodar a análise fatorial no bloco é que cada bloco (construto) possua pelo menos três indicadores a fim de que a AFE no bloco tenha graus de liberdade disponíveis para testar a hipótese de unidimensionalidade (HAIR *et al.*, 2002).

Itens do Questionários	Blocos/Fatores					
	1	2	3	4	5	6
Eventos internacionais na minha universidade.	0,519					
Contatos com alunos que vêm de outros países.	0,702					
Participar de projetos de trabalho intercultural.	0,636					
Tolerância às diferentes culturas.	0,734					
O reconhecimento das pessoas do convívio.	0,690					
Conhecer pessoas que culturas diferentes	0,738					
Proporciona ganhos sociais.	0,712					
Conhecimento acerca de outros idiomas.		0,656				
Realizar estágios internacionais.		0,759				
Contexto internacional de sua área de estudo.		0,564				
Viabilizar a formação de uma rede de contatos.		0,617				
Confiança nas práticas educacionais.		0,678				
Conferências e seminários internacionais.		0,612				
Atividades do curso desenvolvidas.			0,631			
Professores sejam mais qualificados.			0,600			
Melhoras na infraestrutura do meu curso.			0,756			
Melhorar a formação acadêmica/profissional.			0,493			
Inserção internacional e confiança.			0,562			
Inserir no mercado de trabalho mais qualificado.				0,632		
Melhorar no processo de ensino-aprendizagem.				0,807		
Melhora na qualidade dos meus estudos.				0,755		
Qualidade no contexto global.				0,519		
Internacional e qualidade.				0,463		
Visibilidade no mercado de trabalho.					0,694	
O envolvimento com questões internacionais.					0,416	

Melhorar a reputação da universidade.					0,778	
Curso tenha uma boa imagem no mercado.					0,748	
A inserção internacional e reputação.					0,737	
A produção e disseminação.						0,482
Pesquisas internacionais.						0,605
Mais benefícios para minha universidade.						0,525
Novas práticas de ensino e aprendizagem.						0,555
Movimento de trocas internacionais.						0,508
Relação custo/benefícios.						0,501

Tabela 4 – Cargas dos itens nos fatores / Teste de Unidimensionalidade

Para a verificação das unidimensionalidades, pegou-se cada conjunto de itens que representavam um fator e executou-se novamente a AFE para esse fator, a fim de verificar se os itens continuavam formando um bloco único. Repetiu-se esse processo até que todos os fatores fossem avaliados, sendo a unidimensionalidade confirmada para todos os fatores. A Tabela 4 apresenta as cargas resultantes dessa análise. Pode se verificar que a carga fatorial mais baixa foi a de 0,463, sendo 0,45 o valor mínimo sugerido para manutenção de uma prática nesse tipo de análise (LEWIS e BYRD, 2003).

4.2.6. Confiabilidade e Consistência Interna

Após a confirmação da unidimensionalidade dos seis fatores extraídos, pode-se avançar para a última etapa do processo que é avaliar a consistência interna dos fatores. A estimação da confiabilidade é deixada por último porque, na ausência de um construto válido, a confiabilidade é quase irrelevante (KOUFTEROS, 1999). Dessa forma, utilizou-se o coeficiente alfa de Cronbach, que é a estatística mais utilizada para verificar a coerência interna de um conjunto de itens, determinando a confiabilidade de uma medida.

Gerbing e Anderson *apud* Straub (1989) sugerem que para a computação do coeficiente do alfa de Cronbach, deve-se assumir que (1) as práticas já formam um conjunto unidimensional e (2) as práticas têm iguais confiabilidades (NUNNALLY, 1978). Quanto mais

alto for o valor do alfa, que varia de 0 a 1, maior é a consistência interna da medida. Para estudos exploratórios sugerem-se valores acima de 0,60 e para pesquisas confirmatórias 0,70 (HAIR *et al.*, 2002).

Nessa pesquisa, os coeficientes de coerência interna dos fatores obtidos mostraram-se satisfatórios para a característica exploratória da mesma. Os valores de *alfa de Cronbach* para cada fator e para o instrumento como um todo podem ser vistos na tabela 5.

Crítérios/Fatores	Alfa de Cronbach	Números de casos
Interação Social	0,843	7
Ganhos Acadêmicos	0,800	6
Ganhos Educacionais	0,789	5
Qualidade	0,854	5
Reputação	0,814	5
Benefícios	0,865	6
Total	0,943	34

Tabela 5 – Consistência interna dos fatores

5. Discussão dos resultados

Como mencionado na base teórica do trabalho, o processo de inserção internacional das universidades brasileiras é recente e não plenamente compreendido (MOROSINI, 2006; SOUZA e FLEURY, 2009). Dessa forma, na etapa qualitativa, buscou-se compreender as ações internacionais e os objetivos das IES pesquisadas. A análise qualitativa destaca que a inserção internacional é vista pelas instituições entrevistadas como um mecanismo para divulgação no exterior e mobilidade acadêmica de alunos e professores (corroborando BRUNNER, 2009). Nas três instituições, existem ações internacionais formalizadas, secretarias de relações internacionais operantes e uma atenção especial ao assunto em termos de administração superior (reitoria). As principais atividades internacionais desenvolvidas pelas universidades são tratadas como oferta acadêmica, ou seja, um serviço da instituição oferecido aos alunos. Relacionando as entrevistas com os secretários de relações

internacionais das IES com as categorias descritas por Marrara e Rodrigues (2009), além das atividades comuns ao processo de internacionalização, as universidades possuem estratégias ativas e passivas, criando um ambiente propício ao recebimento dos alunos estrangeiros e estimulando alunos e professores a participarem de atividades com IES estrangeiras. Esse entendimento é importante para permitir a análise da percepção de valor em relação à inserção internacional por parte dos alunos.

Na etapa quantitativa, buscou-se identificar os fatores inerentes à percepção de valor por parte dos respondentes. Foram confirmados seis fatores, sendo eles: interação social, ganhos acadêmicos, ganhos educacionais, qualidade, reputação e benefícios. O fator interação social obteve uma média de 3,87, em uma escala de 1 a 5, sendo que a variável com maior valor percebido por parte dos respondentes trata-se da inserção internacional como forma para conhecer pessoas de culturas diferentes. Já a variável de menor valor percebido é o reconhecimento das pessoas de convívio. O segundo fator, denominado de ganhos acadêmicos teve uma média de 3,86 e a variável de maior valor percebido trata-se da inserção no contexto internacional de sua área de estudo. Por outro lado, a variável de menor valor percebido consiste na confiança nas práticas educacionais.

O fator 3 tratou dos ganhos educacionais. A média desse fator foi de 3,68 e a variável de maior valor percebido trata-se da melhora na formação acadêmica/profissional, com média de 4,08. Por outro lado, os respondentes reconhecem poucos ganhos nas atividades desenvolvidas pelo curso. Quanto a ganhos de qualidade (Fator 4), a média ficou 3,86, tendo como a qualidade no contexto global a maior percepção de valor por parte dos respondentes (4,08). Por outro lado, os respondentes não acreditam que a inserção internacional melhora a qualidade dos estudos do próprio respondente.

O elemento reputação (fator 5) obteve o maior reconhecimento de valor dentre os seis fatores identificados, com uma média de 4,07. A variável que relaciona inserção internacional e a melhora da reputação da instituição obteve a maior média entre as variáveis, com uma média de 4,19. Esse resultado vai ao encontro da percepção dos gestores das relações internacionais das instituições. Observa-se, assim, que inserção internacional promove a reputação das instituições tanto na percepção dos gestores como na percepção dos acadêmicos entrevistados.

O fator 6 agrupou variáveis acerca dos benefícios da inserção internacional e obteve uma média de 3,92. As trocas internacionais promovidas pela inserção internacional obtiveram as maiores médias na tangente dos benefícios. Já a relação custo benefício da inserção internacional obteve a menor média.

Observa-se que, em termos gerais, há um nível de valor percebido por parte dos alunos quanto às atividades internacionais desenvolvidas pelas universidades, corroborando com as evidências destacadas na base teórica. Fenômeno este percebido de maneira similar nas universidades públicas (capital e interior do estado) e na instituição privada, não havendo diferença significativa de valor percebido entre as universidades analisadas. Desse modo, através dos achados das pesquisas qualitativas e quantitativas, considera-se que os serviços ofertados por meio das ações de internacionalização nas universidades analisadas agregam valor à oferta universitária.

6. Considerações finais

O presente artigo fornece, no âmbito teórico e prático, um estudo aplicado com fatores que interferem na percepção de valor da inserção internacional das IES, unificando, dessa forma, o entendimento do tema em torno dos seis fatores identificados. Essa perspectiva proporcionou uma nova ótica na análise das ações internacionais das IES, focando na percepção do aluno. Aliado a esse fato, acredita-se que uma de suas maiores contribuições encontra-se na proposta de junção dos fatores encontrados presentes isoladamente em vários trabalhos acadêmicos. De acordo com os achados deste trabalho, entende-se que a percepção de valor por parte dos alunos pesquisados quanto à inserção internacional das IES, objeto da pesquisa, está relacionada com os seis fatores apresentados: interação social, ganhos acadêmicos, ganhos educacionais, qualidade, reputação e benefícios.

Diante dos achados do estudo, destaca-se a existência de limitantes, especialmente quanto às limitações metodológicas. O fato de a pesquisa focar em três instituições, bem como utilizar uma amostra não probabilística, limitam os resultados às instituições analisadas, não permitindo extrapolação dos resultados. A formulação do instrumento de coleta de dados se deu a partir de um referencial teórico heterogêneo, e que tomou por base variáveis oriundas de estudos com propósitos distintos. Dessa forma, variáveis relevantes na percepção de valor

na internacionalização universitária especificamente podem ter ficado de fora. Diante dessas limitações, os achados não devem ser vistos como conclusivos.

As limitações deste estudo podem ser superadas com novos estudos nessa temática, reaplicando e refinando a escala utilizada. A análise em outras universidades, e especialmente junto a alunos de cursos diversos, proporcionará um entendimento mais consistente. O fenômeno da internacionalização universitária é expoente, e o seu entendimento se caracteriza como uma demanda constante por parte da academia.

Assim, constata-se neste trabalho que a inserção internacional das IES trata-se de um tema evidente, especialmente pelas complexas relações existentes na percepção de valor pelos alunos nelas inseridos. Um melhor entendimento da percepção da internacionalização das universidades e seus efeitos podem subsidiar políticas públicas na área, bem como direcionar ações dentro do contexto acadêmico.

REFERÊNCIAS

- AAKER, D. e DAY, G. **Investigación de mercados**. 3 ed. Cidade do México, México: McGraw-Hill, 1989.
- ALTBACH, P. G. Globalization and the university: myths and realities in an unequal world. **Tertiary Education and Management**. v. 10, n. 1, p. 3-25, 2004.
- AVILA, J.G. The Process of Internationalization of Latin American Higher Education. **Journal of Studies in International Education**. v.11, n.3/4, p.400-409, 2007.
- BENNETT, P. D. e KASSARJIAN, H. H. **O comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 1980.
- BRUNNER, J.J. The Bologna Process from a Latin American Perspective. **Journal of Studies in International Education**, v.13, n.4, p.417-438, 2009.
- CHERQUES, H. R. T. A validade da generalização. **Cadernos EBAPE.BR** (FGV), v. 7, n.4, p. 622-628, 2009.
- CHURCHILL, G.A. A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. **Journal of Marketing Research**. v. 16, fevereiro, p. 64-73, 1979.
- CRESWELL, John W. **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. California: Sage Publications, 2003.
- DEWEY, P. e DUFF, S. Reason before passion: faculty views on internationalization in higher education. **Higher Education**. v.58, n.4, p.491-504, 2009.
- ERICHSEN, H-U. Tendências européias na graduação e na garantia da qualidade. **Sociologias**, v.9, n.17, p.22-49, 2007.
- estrangeiros nos programas de pós-graduação brasileiros. **Revista Brasileira de Pós-Graduação**, v.6, n.11, p. 121-143, 2009.
- FAVERO, M.L.A. A Universidade no Brasil: das origens à Reforma Universitária de 1968. **Educar**, n.28, p.17-36, 2006.
- GUERREIRO RAMOS, A. **A Redução Sociológica: introdução ao estudo da razão sociológica**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1965.
- HAIR, Joseph F.; ANDERSON, Rolph E.; TATHAM, Ronald L. e BLACK, Willian C. **Multivariate Data Analysis**. 5ed. New Jersey: Prentice Hall, 2002.
- HIPEL, K.W. The Internationalization of Engineering Education: A Tale of Two Countries. **IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics - Part C: Applications and Reviews**. v.33, n.2, p.137-148, 2003.

HOLBROOK, M. B. Customer Value and Autoethnography: Subjective Personal Introspection and the Meanings of a Photograph Collection. **Journal of Business Research**. v. 58, n. 1, p. 45–61, 2005.

HUNT, S. D. The Strategic Imperative and Sustainable Competitive Advantage: Public Policy Implications of Resource-Advantage Theory. **Journal of the Academy of Marketing Science**. v. 27, n. 1, p. 144-159, 1999.

KNIGHT, J. Five Myths about Internationalization. **International Higher Education**, n.62, 14-15, 2011.

KNIGHT, J. Internationalisation of Higher Education. In: OECD. **Quality and Internationalisation in Higher Education**. Paris: OECD Publishing, 1999.

KNIGHT, J. Internationalization Remodeled: Definition, Approaches, and Rationales. **Journal of Studies in International Education**, v.8, n.1, p.5-31, 2004.

KOUFTEROS, X. Testing a model of pull production: a paradigm for manufacturing research using structural equation modeling. **Journal of Operations Management**. v. 17, n. 4, p.467-488, 1999.

LEWIS, Bruce R. e BYRD, Terry A. Development of a measure for the information technology infrastructure construct. **European Journal of Information Systems**. v.12, n. 2, p. 93–109, 2003.

LIN, C.; SHER, P. J. e SHIH, H. Past progress and future directions in conceptualizing customer perceived value. **International Journal of Service Industry Management**. v. 16, n. 4, p. 318-336, 2005.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

MARRARA, T., RODRIGUES, J.A. Medidas de internacionalização e o uso de idiomas estrangeiros nos programas de pós-graduação brasileiros. **Revista Brasileira de Pós-Graduação**, v.6, n.11, p. 121-143, 2009.

MOROSINI, M.C. Internacionalização na Produção de Conhecimento em IES Brasileiras: Cooperação Internacional Tradicional e Cooperação Internacional Horizontal. **Educação em Revista**, v.27, n.01, p.93-112, 2011.

MOROSINI, M.C. Estado do conhecimento sobre internacionalização da educação superior: Conceitos e práticas. **Educar em Revista**, v. 28, p. 107-124, 2006.

NUNNALLY, J.C. **Psychometric Theory**, 2nd edn. New York, N.Y.: McGraw-Hill Book, 1978.

PEREDA, M.; AIREY, D. e BENNETT, M. Service Quality in Higher Education: The Experience of Overseas Students. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education**, v.6, n.2, p.55-67, 2007.

PETRICK, J. F. Development of a multi-dimensional scale for measuring the perceived value of a service. **Journal of Leisure Research**. v. 34, n. 2, p. 119-134, 2002.

PYVIS, D. e CHAPMAN, C. Why university students choose an international education: A case study in Malaysia. **International Journal of Educational Development**. v.27, n.2, p.235-246, 2006.

SALERNO, M.S.; KUBOTA, L.C. Estado e Inovação. In: DE NEGRI, J.A.; KUBOTA, L.C. (Orgs). **Políticas de Incentivo à Inovação Tecnológica**. Brasília: IPEA, 2008.

SALISBURY, M.H.; UMBACH, P.D.; PAULSEN, M.B. e PASCARELLA, E.T. Going Global: Understanding the Choice Process of the Intent to Study Abroad. **Research in Higher Education**, v.50, n.2, p.119-143, 2009.

SHETH, J. N.; NEWMANAN, B. e GROSS, B. Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. **Journal of Business Research**, v. 22, n. 2, p.159–170. 1991.

SIEGEL, Sidney e CASTELLAN JR, John. **Estatística não paramétrica para ciências do comportamento**. 2ed. Porto Alegre: Artimed, 2006.

SOUZA, E. P. e FLEURY, M. T. L. Estratégias e Competências para a Internacionalização de Instituições de Ensino Superior do Brasil. In: XXXIII Encontro da ANPAD 2009, 2009, São Paulo. **Anais do...**, 2009.

STRAUB, D.W. Validating Instruments in MIS Research. **MIS Quarterly**. v. 13, n. 2, p. 147-169, 1989.

TASHAKKORI, A. e TEDDLIE, C. **Handbook of mixed methods in the social and behavioral sciences**. Sage: Thousand Oaks, 2003.

VARGO, S. L. e LUSCH, R. F. Service-Dominant Logic: Continuing the Evolution. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 36, n. 1, p. 1-10, 2008.

WATER, J.L. Emergent Geographies of International Education and Social Exclusion. **Antipode**, v.38, n.5, p.1046-1068, 2006.

WENDE, M. van der. Internationalization policies: about new trends and contrasting paradigms. **Higher Education Policy**. v. 14, s.n., p. 249-259, 2001.

WOODALL, T. Conceptualising ‘value for the customer’: An attributional, structural and dispositional analysis. **Academy of Marketing Science Review**. v. 12, n.1, p.1-42, 2003.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZEITHAML, V. A. Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. **Journal of Marketing**, v. 52, n. 3, p. 2–22, 1988.