

IX Simpósio de Contabilidade e Finanças da UFGD

Modalidade de Ensino na Educação Superior: um estudo comparativo entre determinantes da escolha discente pelo Ensino Presencial versus EAD

Djanda Coelho de Assis
Josaias Santana dos Santos
Florisvaldo Cunha Cavalcante Junior
João Eudes de Souza Calado

RESUMO

O presente artigo objetivou pesquisar quais os determinantes na escolha da Instituição de Ensino Superior, presencial ou à distância, para cursar Ciências Contábeis em Petrolina-PE e Juazeiro-BA. Essa pesquisa quanto aos objetivos é classificada como descritiva e a abordagem é qualitativa. Foi aplicado um questionário presencialmente aos alunos que cursavam do 1º ao 3º período de Ciências Contábeis, em duas instituições da modalidade presencial e duas instituições da modalidade a distância. O questionário foi dividido em duas partes, sendo a primeira, o perfil dos alunos e a segunda, 12 variáveis determinantes, cada uma recebeu uma escala do tipo *Likert* de 5 pontos. A amostra foi de 183 alunos, portanto uma amostra representativa. O perfil dos estudantes é 52% do sexo feminino, 70% têm entre 17 e 26 anos, 84% cursaram o ensino médio em escola pública e 68% dos respondentes tem renda familiar de até 3 salários mínimos. As variáveis mais influentes para a escolha da IES na modalidade presencial são: nome da instituição no mercado, preferência própria, tempo para estudo e frequência das aulas, corpo docente e qualidade de ensino, grade curricular do curso e facilidade de ingresso na instituição, e na modalidade à distância as variáveis influentes na escolha são: preferência própria, nome da instituição no mercado, grade curricular do curso, localização da instituição, tempo para estudo e frequência das aulas e segurança.

Palavras chaves: Instituições de Ensino Superior. Curso de graduação. Ensino presencial. Ensino a distância.

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas o cenário educacional passou por inúmeras mudanças, e no universo das Instituições de Ensino Superior (IES) não seria diferente, a concorrência está cada vez mais visível e acirrada, as instituições de ensino passaram a ser vistas como prestadoras de serviços, precisando se preocupar com

diversos atributos, como profissionais mais qualificados, custos mais acessíveis e publicidade e propaganda (ALESSIO; DOMINGUES e SCARPIM, 2013).

Em complemento o mesmo cita que antes as IES não precisavam ter preocupação com a concorrência, pois a procura por curso superior era bem maior que a oferta desses cursos em Instituições de Ensino Superior, porém, ultimamente essa situação se reverteu, a quantia de alunos a procura de ensino superior está bem inferior que a quantia de vagas ofertadas de curso superior pelas mesmas (ALESSIO; DOMINGUES e SCARPIM, 2013).

Conforme o estudo de Mondini et al. (2014) o aumento das ofertas fortaleceu a concorrência, exigindo das Instituições de Ensino Superior um esforço e dedicação cada vez maior para atrair os alunos interessados em formação superior, e manter os mesmos diante da concorrência. Conforme os mesmos houve um crescimento, nos últimos anos, na quantidade de vagas de cursos superiores, sendo que uma parcela considerável deste número é devido à expansão dos cursos na modalidade à distância.

Na pesquisa de Schinaider et al. (2016), trouxe que na opinião dos alunos existem várias motivações para cursar o ensino superior, e que esses consumidores educacionais querem tanto a qualidade do ensino como o retorno profissional, devido a concorrência no mercado de trabalho.

O estudo de Alonso (2010) aponta que a escolha do curso universitário é de extrema importância, demandando uma análise profunda sobre seus desejos, esse processo ocorre na adolescência, e isso carece de apoio social, assim, essa decisão torna-se mais assertiva, com as reais possibilidades e perspectivas.

Conforme Andrade e Araujo, (2011) as Instituições de Ensino Superior devem conhecer e se preocupar com as necessidades e interesses dos consumidores educacionais, para potencializar as estratégias de *marketing* e propaganda da organização, procurar avanços tecnológicos dentro do âmbito educacional e métodos para satisfazer seus clientes.

Já existem alguns trabalhos voltados para essa linha de pesquisa no Brasil, que trazem os determinantes de escolha com relação as instituições de ensino superior e as modalidades de ensino, o estudo de Mondini et al. (2014) traz a escolha da Instituição apenas na modalidade a distância, já os estudos de Bergamo et al., (2008), Alessio; Domingues e Scarpim (2013) e Ramos; Sander e Prado (2013) trazem os determinantes de escolha da Instituição de Ensino superior de modo geral, demonstrando que a quantidade de estudos comparativos entre os determinantes de escolha das IES de ensino presencial e a distância ainda são poucos, fortalecendo a importância do estudo, e sendo esse voltado para o curso de Ciências Contábeis, um curso que teve um crescimento de quase 57% em 10 anos (SILVA e RODRIGUES, 2013)

Mesmo sendo um tema de grande relevância e importância para as instituições de Ensino Superior e interessados no meio educacional, existem poucos estudos por volta dos determinantes que influenciam a escolha pela IES para cursar Ciências Contábeis nas modalidades, presencial e a distância, tendo em vista essa relevância, a problemática é: Quais são os determinantes na escolha da Instituição de Ensino Superior, presencial ou à distância, para cursar Ciências Contábeis em Petrolina-PE e Juazeiro-BA?

Tendo como objetivo principal pesquisar os determinantes que influenciam a escolha da Instituição de Ensino Superior, presencial ou à distância, para cursar Ciências Contábeis em Petrolina-PE e Juazeiro-BA, a fim de colaborar com o conhecimento de todos envolvidos nas mesmas, lhes proporcionando informações

importantes para melhorar a gestão, conquistar novos alunos e deter os mesmos com satisfação.

Esta pesquisa justifica-se pelo fato de ser um tema pouco pesquisado e explorado, e principalmente por ser de tamanha importância e relevância para Instituições de Ensino Superior de Ciências Contábeis, pois as mesmas poderão identificar as preferências, o que mais interessam aos estudantes e identificar possíveis falhas na oferta do curso.

Segundo Alessio; Domingues e Scarpim (2013) pesquisas como essa podem auxiliar as Instituições de Ensino Superior a identificar suas carências com relação aos desejos dos estudantes, podendo priorizar e investir nos aspectos mais exigidos pelos mesmos, frisando a estrutura física e qualidade do ensino, entendendo, principalmente, o que o impulsiona no momento da escolha pela instituição responsável por sua graduação.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 OFERTA E DEMANDA DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

De acordo com Alessio; Domingues e Scarpim (2013) o aumento desenfreado na abertura de novas Instituições de Ensino Superior, principalmente na modalidade à distância, cresceu ainda mais a concorrência em ambas as modalidades de ensino e exigiu das IES mensalidades mais atraentes, maior divulgação da marca no mercado, gestores mais capacitados, melhor infraestrutura e relacionamento harmonioso entre os participantes. O estudo de Domingues et al., (2016) reforça que as instituições precisam de mais empenho e estratégias para conquistar os estudantes e posteriormente conseguir manter os mesmos.

Na pesquisa de Ramos; Sander e Prado (2013) devido a esse grande avanço na quantidade ofertada de IES, os estudantes passaram a sentir mais dificuldade na escolha, pois existem várias possibilidades, a tradicional e convencional modalidade presencial, está perdendo espaço para o ensino a distância, tem a administração que pode ser pública ou privada, por outro lado, existe o nome da instituição no mercado e qualificação dos professores e coordenação.

Segundo os mesmos, quando os alunos vão fazer essa escolha as opções são diversificadas, por isso precisa de mais esforço e análise para sua decisão (RAMOS; SANDER; PRADO, 2013). Nos últimos anos o número de instituições de ensino superior teve um grande avanço, só de 2001 a 2011 teve um aumento de 137% (TANEGUTI, 2013).

No estudo de Alessio; Domingues e Scarpim (2013) a rede de ensino privada necessita desenvolver novas habilidades e meios de abordagem aos alunos, com o objetivo de atrair e conquistar os mesmos, pois as instituições demoraram a evoluir diante da concorrência. Para Scharf e Scarpim (2014) um dos melhores resultados trazidos pela concorrência foi a profissionalização pela parte da gestão e dos professores, que são os principais responsáveis pela atração e permanência dos estudantes nas IES.

Tal qual Alessio; Domingues e Scarpim (2013) reforçam que as Instituições de Ensino Superior estão sendo vistas como prestadoras de serviços e os alunos como clientes, sendo a causa por maior competitividade, a exigência por um ensino de qualidade, com bons professores e estrutura organizada está cada vez maior.

Para Alessio; Domingues e Scarpim (2013) a necessidade pela escolaridade

superior, com a evolução do mercado de trabalho, causou um aumento muito grande de instituições ofertando os cursos e de estudantes interessados pelos mesmos, conseqüentemente, quando passou a existir várias instituições de ensino superior na mesma região, os alunos passaram a escolher a que se adequasse melhor ao seu objetivo pessoal, acadêmico e profissional, tornando essas instituições prestadoras de serviços e os alunos passaram a ser clientes.

No estudo de Valente; Abib e Kusnik (2006) devido ao aumento da concorrência, a busca das instituições pela conquista dos consumidores educacionais se intensificou, a demanda foi diminuindo gradativamente com o aumento de instituições que ofertam os mesmos cursos, surge então à necessidade das mesmas, dar devida importância para os fatores que atraem e conquistam mais os alunos e conhecer as motivações e determinantes da escolha por determinada instituição.

2.2 ASPECTOS QUE DETERMINAM O INGRESSO NA INSTITUIÇÃO

Ainda pouco explorada e com poucos estudos sobre os determinantes que levam os estudantes a escolher determinada Instituição de Ensino Superior para formação superior, informação preciosa para as instituições que estão concorrendo por espaço no mercado educacional (RAMOS; SANDER e PRADO, 2013).

Na pesquisa de Bossa (2014) o consumidor no momento de comprar um produto ou serviço avalia os riscos da compra e também os riscos da decisão, isso no âmbito educacional é da mesma forma, pois os estudantes avaliam o custo da formação e também o retorno financeiro.

O estudo de Reis e Lobler (2012) comprova que os seres humanos procuram trabalhar com menor número de variável possível, para assim propiciar mais tranquilidade no processo decisório. No entanto Bossa (2014) afirma que no momento que o ser humano está trabalhando no processo de decisão abre-se duas possibilidades, uma que se refere ao processo de decisão com relação a compra efetuada, e a outra é os aspectos que afetaram imediatamente na compra.

De acordo com Alessio; Domingues e Scarpim (2013) a maioria dos estudantes procura uma IES que possibilite maior crescimento profissional e rentabilidade financeira, e essa escolha pode ser influenciada pelo custo da mensalidade, o nome da instituição no mercado e a grade curricular, pois para muitos essas características são as que realmente importam para determinar o retorno desejado.

Na pesquisa de Ramos; Sander e Prado (2013) os atributos que mais influenciam na escolha de uma instituição é a qualidade de ensino e aceitação da instituição no mercado de trabalho. Para Alessio, Domingues e Scarpim (2013) as variáveis, segurança do campus, infraestrutura e instalações, localização do campus e valor da mensalidade são vistos como pontos importantes no momento da escolha, pois a maioria dos alunos são responsáveis financeiros por sua formação.

De acordo com Alessio, Domingues e Scarpim (2013) o processo decisório em relação ao mercado de trabalho destaca três itens relevantes, sendo a aprovação da instituição pelo mercado, a história da mesma e a importância dada ao meio ambiente e responsabilidade social, com relação aos motivos pessoais, seu estudo destaca dois itens, sendo: motivos pessoais generalizado e a concepção dos conhecidos em relação a instituição, já com relação ao curso o mesmo friza dois itens: o curso no geral e a percepção pessoal.

Considerado como importante por Reis e Lobler (2012) é a possibilidade de comparar as Instituições de Ensino Superior, assim o estudante pode verificar as opções existentes, escolhendo a que melhor se adequa ao seu desejo e expectativa. No entanto, Bossa (2014) destaca que todos os momentos os seres humanos fazem escolhas de todos os níveis, escolhas que demandam tempo e dedicação, e também aquelas que são tão rotineiras que se tornam automáticas, nessas nem existem a preocupação com as consequências.

A comparação entre os nomes das instituições no mercado, os valores da mensalidade e disponibilidade do serviço, principalmente a maneira de conquistar o consumidor educacional, são as principais variáveis que os consumidores educacionais levam em consideração no momento de sua decisão, segundo (SCHINAIDER et al. 2016).

Para Bossa (2014) é importante compreender o processo decisório, pois é a parte central no comportamento do consumidor educacional, principalmente o fator que mais influencia na escolha, e o quanto cada variável influencia, para assim ofertar um melhor serviço, atendendo os anseios e expectativas dos estudantes.

Na pesquisa de Scharf e Scarpin, (2014) aponta que atualmente, uma Instituição de Ensino Superior para garantir sua permanência no mercado tem que atender as expectativas e exigências dos estudantes, tendo como principal a qualidade de ensino, qualificação dos profissionais envolvidos e o valor que a instituição agrega a sua carreira no mercado de trabalho, e principalmente a satisfação dos estudantes.

Diferentemente das demais pesquisas relacionadas, Lacerda; Santos e Reis(2008), buscaram entender a relação entre aspectos pessoais e subjetivos com os aspectos estruturais e institucionais na escolha pela instituição. Conforme o mesmo, os fatores que determinam o ingresso e a permanência em uma instituição, são os aspectos subjetivos do estudante, como opiniões, atitudes e preferências, e também os aspectos objetivos da instituição, como estrutura, acervo bibliográfico e corpo docente.

O mesmo ressalta que além dos elementos subjetivos que despertam interesse por um determinado curso, sendo possível perceber algum favoritismo explícito que influencia na motivação e na permanência dos alunos naquele curso, como apoio a aprendizagem por parte dos envolvidos, acervo bibliográfico, estrutura física e metodologia de ensino dos professores (LACERDA; SANTOS e REIS, 2008).

Conhecer os aspectos determinantes e as circunstâncias influenciadoras é de fundamental importância para aqueles que vivem a mercaderia da concorrência, e para Bossa (2014) o processo decisório é a parte mais importante do comportamento do consumidor, sendo que compreender esse processo faz parte do esforço das organizações para que os serviços oferecidos, que é o ensino, possam atender às perspectivas e necessidades dos estudantes, para assim os consumidores educacionais sintam-se satisfeitos e compreendidos.

As organizações estão cada dia mais preocupadas com o comportamento dos consumidores, procurando entender como melhor proporcionar satisfação e conquistar fidelidade, assim, os profissionais de *marketing* são fundamentais nas novas estratégias utilizadas pelas organizações, tornando essa profissão muito importante na era da concorrência e constantes mudanças, dessa forma as empresas estão entendendo cada vez mais como funciona o processo decisório dos seus clientes (BOSSA, 2014).

Na pesquisa realizada por Mondini et al. (2014), revelou que a família, amigos e ex-alunos, influenciam na escolha dos estudantes interessados em determinada

instituição, e devem ser levados em consideração pelo plano de *marketing* das instituições, esse público é considerado decisivo nas decisões dos estudantes.

2.3 RELAÇÃO DO PROCESSO DECISÓRIO COM AS VARIÁVEIS SOCIOECONÔMICAS

De acordo com Chaves et al. (2012) a mente dos seres humanos utilizam-se de objetivos, valores e preocupações como referência no momento de fazer julgamentos e tomar decisões, esses julgamentos de valores permitem que os mesmos exponham suas preferências e desejos, tornando as decisões mais coerentes e assertivas.

Os mesmos frizam que devido a complexidade surge o apoio a decisão, sendo usado como ferramenta para ajudar aos que irão tomar as decisões, mas para isso os apoiadores terão que conhecer seus valores, objetivos e preferências para saber como aquela decisão pode impactar em sua vida (CHAVES et al., 2012).

De acordo com Brito et al. (2016) o aluno consumidor passou a analisar a educação a distância com divergência de opinião, em relação aos custos e riscos, se tratando de entendimento e aceitação dessa modalidade de ensino. O mesmo friza a importância de conhecer o consumidor e entender suas expectativas para assim prestar um serviço mais próximo possível do que o mesmo espera e deseja, diminuindo assim a possibilidade de desagradar o consumidor.

No Brasil, estudos sobre os critérios usados pelos estudantes na escolha pela Instituição de Ensino Superior ainda são principiantes, contudo esse tema tem grande relevância, principalmente para as instituições ter o conhecimento dos seus pontos fortes e pontos fracos, sabendo assim quais os melhores métodos e ações para conquistar os alunos, segundo Ramos, Sander e Prado (2013) quem oferta um serviço ou produto tem grande interesse em conhecer os determinantes no processo decisório do ser humano.

Para Bergano et al. (2008) devido ao mercado para esse tipo de organização está cada vez mais competitivo as Instituições de Ensino Superior encontram dificuldades para conquistar novos alunos, como também manter os já existentes. Segundo os autores a falta de melhoria no *marketing* das instituições causa um bombardeio de informações, que são refletidas em mais dúvidas na escolha pela IES.

Vários fatores podem influenciar esse processo decisório, como os princípios familiares, sendo criada preferência por determinadas áreas devido a cultura familiar, e também a crença religiosa e as convicções políticas, conforme JORDANI et al., (2014). Enquanto para Cricca et al. (2014) os gestores das IES privadas passaram a enfrentar mais desafios pelo fato das Instituições passarem a ser vistas como prestadoras de serviços, em meio ao aumento da concorrência.

Na pesquisa de Bossa (2014) a relação entre os aspectos utilizados no processo decisório e as variáveis socioeconômicas na escolha por uma instituição de ensino, demonstrou em estudo que famílias com maior poder aquisitivo não se preocupam com o valor da mensalidade e localização das IES, sendo que para famílias com baixa renda são características de grande relevância no momento da escolha.

Com a intenção de promover mais entendimento sobre as proporções existentes no processo decisório de um estudante, Ramos; Sander e Prado (2013) confirmou que o processo decisório do ser humano é racional, individual e relacionado a outras decisões. Os autores frizam que para alguns seres humanos

essa escolha demanda pouca análise e baixo risco de frustração, sendo que para outras essas análises é intensa, podendo causar tentativas frustradas.

2.4 MODALIDADE PRESENCIAL X MODALIDADE A DISTANCIA

A educação a distância está se expandindo cada vez mais, adquirindo importância no processo educacional e colaborando com a formação superior em diversas áreas (PORTUGAL et al., 2013).

Segundo a pesquisa de Schinaider et al. (2016) para achar um equilíbrio é preciso entender as dificuldades encontradas nos centros universitários, como a evasão, insatisfação com o ensino, falta de comprometimento dos discentes e docentes, e também o preconceito social dos cursos a distância. Os mesmos reforçam que esse preconceito social pode estar relacionado com fatores culturais, e isso pode causar insatisfação com o curso ou instituição por parte dos alunos.

Na pesquisa que Mondini et al. (2014) realizaram, apontou que o maior responsável e influenciador para a escolha do ensino a distância para cursar ensino superior foram as aulas serem apenas uma vez na semana, devido a carência de tempo para cursar o ensino presencial. De acordo com o estudo de Puerta e Amaral (2008) a modalidade presencial tem como desvantagem a falta de flexibilidade, e como vantagem a resposta rápida dos professores.

Para Nascimento et al. (2014) a modalidade a distância surgiu no Brasil para democratizar o ensino e conseguir um número maior de estudantes do ensino superior, pois era uma demanda social, já que muitas pessoas não tinham acesso a formação. Para Alonso (2010) foi necessário artifícios do poder público para aumentar o acesso ao ensino superior, sendo que esse avanço se deve principalmente a chegada da modalidade a distância, porém essa evolução do ensino a distância causa diversas discussões.

A ampliação da modalidade de ensino a distância apresenta dois pontos importantes, a democratização do acesso ao ensino superior e a precisão da formação dos profissionais da educação, isso é de extrema importância para a melhoria da qualidade da educação básica (ALONSO, 2010).

Numa pesquisa de Portugal et al. (2013) os mesmos identificaram que na modalidade à distância, existem algumas características que os consumidores educacionais consideram importantes, como: flexibilidade, custo baixo e comodidade, pois os mesmos consideram importante aumentar a renda mudando pouco a rotina.

3. METODOLOGIA

Essa pesquisa quanto aos seus objetivos é classificada como uma pesquisa descritiva, pois a mesma é um estudo, análise e interpretação dos fatos sem interferência do pesquisador. Segundo Beuren (2006) a pesquisa descritiva caracteriza-se como um estudo interposto entre a pesquisa exploratória e a explicativa, pois não é tão iniciante como a primeira e nem tão avançada como a segunda.

É classificada como pesquisa de campo, pois tem como etapa da metodologia científica da pesquisa a observação, coleta, análise e interpretação dos fatos e fenômenos que ocorre dentro de um ambiente. Para Beuren (2006) esse tipo de pesquisa também é conhecida como estudo de caso, pois esse é concentrado em

um único caso, sendo o preferido dos pesquisadores que visam aprofundar seu conhecimento sobre determinado caso específico.

Essa pesquisa é quantitativa, pois prioriza apontar numericamente a frequência e a intensidade dos comportamentos dos indivíduos de um determinado grupo ou população. Diferentemente da pesquisa qualitativa, a pesquisa quantitativa é caracterizada pelo uso de instrumentos estatísticos, desde a coleta até o tratamento dos dados (BEUREN, 2006).

A coleta de dados foi realizada através de questionário aplicado presencialmente aos alunos que cursam entre o 1º e o 3º período, nas Instituições de Ensino Superior das modalidades presencial e a distância, de Ciências Contábeis em Petrolina-PE e Juazeiro-BA. O questionário foi dividido em duas partes, a primeira parte são perguntas sobre o perfil dos alunos, como: idade, sexo, período do curso, modalidade de ensino, categoria que cursou ensino médio, atuação profissional, renda familiar e nível de formação dos pais.

Na segunda parte estão as variáveis influenciadoras, onde os alunos irão demonstrar o quanto cada variável determinou sua escolha pela Instituição de Ensino Superior, este conjunto de variáveis resultou em 12 itens, cada um recebeu uma escala do tipo Likert de 5 pontos (discordo totalmente, discordo parcialmente, nem concordo e nem discordo, concordo parcialmente e concordo totalmente).

Segundo Silva Júnior e Costa (2014) o modelo desenvolvido por Rensis Likert, consiste em desenvolver um conjunto de afirmações relacionadas a cada variável, para as quais os respondentes darão seu grau de concordância. As variáveis influenciadoras foram elaboradas através das propostas por Ramos, Sander e Prado (2013) e Nascimento et al. (2014) em pesquisas anteriores.

Serão utilizadas como amostra alunos de duas instituições da modalidade presencial e duas instituições da modalidade à distância, nas demais instituições da região que tem o curso de Ciências Contábeis, não foi possível aplicar o questionário, devido à restrição na entrada da Instituição para esses fins e/ou impossibilidade de comunicação com a direção e coordenação.

Foi aplicado o questionário a 202 alunos nas Instituições de Ensino Superior mencionadas anteriormente, porém destes, 19 questionários foram invalidados, devido à ausência de resposta e alternativa marcada em duplicidade, assim a amostra da pesquisa ficou sendo de 183 alunos. Para Hair Júnior et al. (2009) o nível desejado de uma amostragem é de 15 a 20 respondentes para cada variável independente, pois quando esse nível é alcançado, a amostra passa a ser representativa e os resultados podem ser generalizados.

4. ANÁLISE DE DADOS

4.1. ANÁLISE DO PERFIL DOS ALUNOS NA MODALIDADE PRESENCIAL E À DISTÂNCIA

Inicialmente foi analisado o perfil dos alunos de Ciências Contábeis das modalidades, presencial e a distância, de Petrolina-PE e Juazeiro-BA, como: idade, sexo, modalidade de ensino, categoria que cursaram ensino médio, atuação profissional, renda familiar e a formação dos pais.

Tabela 1 - Perfil dos estudantes de Ciências Contábeis das modalidades presencial e à distância

Perfil	Alternativas	Respondentes	Porcentagem
Idade	De 17 a 21 anos	73	40%
	De 22 a 26 anos	55	30%
	De 27 a 31 anos	21	11%
	De 32 a 36 anos	18	10%
	Acima de 37 anos	16	9%
Sexo	Feminino	95	52%
	Masculino	88	48%
Modalidade de ensino	Presencial	113	62%
	À distância (EAD)	70	38%
Cursou ensino médio	Escola Particular	29	16%
	Escola Pública	154	84%
Atuação profissional	Não trabalho	43	23%
	Estagiário	11	6%
	Trabalho escritório contábil	17	9%
	Trabalho empresa outro ramo	95	53%
	Autônomo/Empresário	17	9%
Renda familiar	Até 3 salários mínimos	125	68%
	De 3 a 6 salários mín.	45	25%
	De 6 a 9 salários mín.	9	5%
	De 9 a 12 salários mín.	2	1%
	Acima de 12 salários mín.	2	1%
Formação dos pais	Analfabetos	12	7%
	Fundamental ou médio	126	68%
	Graduação	42	23%
	Mestrado	3	2%

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Na análise dos dados levantados na pesquisa, em que a amostra válida é de 183 alunos, temos que 70% dos alunos de Ciências Contábeis de Petrolina e Juazeiro têm entre 17 e 26 anos, onde uma pequena parte tem mais de 32 anos, apenas 19%, demonstrando, que a maioria dos alunos não demoram muito a entrar na universidade depois que concluem o ensino médio.

Com relação ao sexo, as mulheres predominam sem muita vantagem com 52%, entretanto, essa predominância se repete nas pesquisas de Britto et al., (2016), Mondini et al., (2014) e Bergamo et al., (2008).

Referente à modalidade de ensino que os estudantes cursam Ciências Contábeis na região, 62% dos discentes estão na modalidade presencial e 38% dos discentes estão na modalidade à distância, mais conhecida como EAD.

Quando se trata da categoria que cursaram o ensino médio, a grande maioria dos alunos foi em escola pública, 84% dos universitários, sendo justificado principalmente pela renda familiar, a maior parte destes, 75%, é até 3 salários mínimos. O restante dos alunos, 16%, são provenientes de escola particular, relacionando com a renda familiar destes, a maioria é superior a 3 salários mínimos, mais precisamente 66% (Tabela 2).

Tabela 2–Modalidade de Ensino Superior x Renda Familiar

Renda familiar	Cursou ensino médio	
	Escola Pública 84%	Escola Particular 16%
Até 3 salários mínimos	75%	34%
De 3 a 6 salários mín.	24%	28%

De 6 a 9 salários mín.	1%	28%
De 9 a 12 salários mín.	0%	7%
Acima de 12 salários mín.	1%	3%

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Quanto à atuação profissional dos alunos a maioria, 53% trabalham em empresas de outros ramos, apenas 9% trabalham em escritório contábil, 23% não trabalham e o restante é estagiário ou autônomo.

Com relação à renda familiar, verifica-se que 68% dos respondentes têm renda familiar de até 3 salários mínimos, 25% ficam com a faixa de 3 a 6 salários mínimos de renda familiar, e o restante estão com a renda familiar acima de 6 salários mínimos.

Quanto à formação dos pais, destaca-se que 68% dos estudantes os pais tem apenas o ensino fundamental ou médio, entretanto uma parte considerável, 23% dos pais possuem alguma graduação, e 7% são analfabetos.

4.2 ANÁLISE DAS VARIÁVEIS DETERMINANTES NA MODALIDADE PRESENCIAL

Na segunda parte foi feito uma análise descritiva das variáveis determinantes para a escolha da Instituição de ensino Superior, separando a modalidade presencial da modalidade à distância, demonstrando, o quão cada variável influenciou a escolha dos estudantes, e também se há relação entre os fatores determinantes para escolha e as variáveis socioeconômicas.

Foram analisadas as 12 variáveis determinantes na modalidade presencial, sendo separados em grau de concordância (concordo totalmente e concordo parcialmente), nem concordo e nem discordo e grau de discordância (discordo totalmente e discordo parcialmente), sendo demonstrado em quantidade de respondentes (Tabela 3).

Tabela 3 – variáveis determinantes na escolha da IES na modalidade presencial

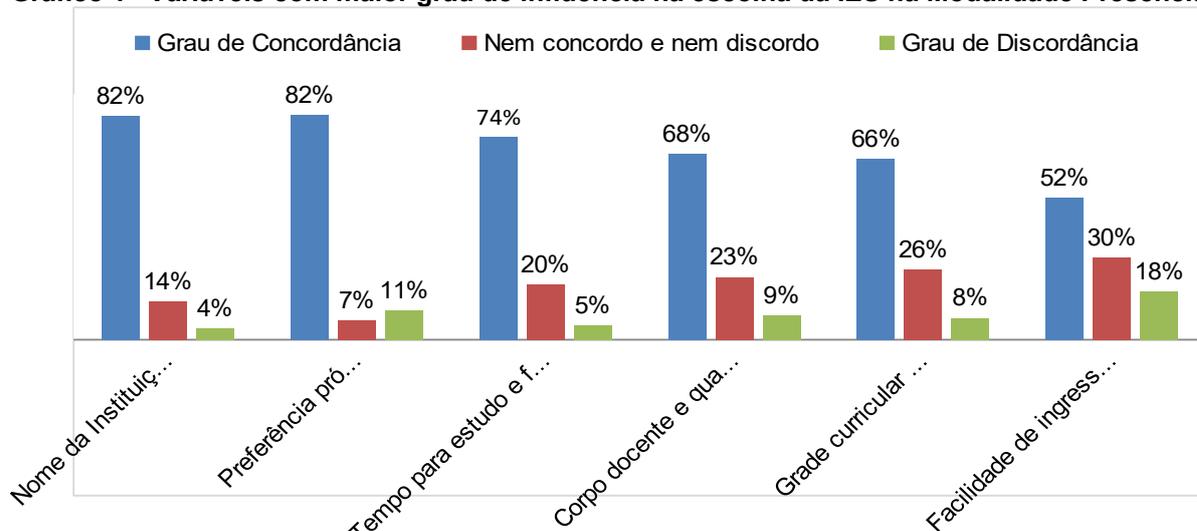
Variáveis Determinantes	Grau de Concordância	Nem concordo e nem discordo	Grau de Discordância
Preferência própria	93	8	12
Nome da Instituição no mercado	92	16	5
Tempo para estudo e frequência das aulas	84	23	6
Corpo docente e qualidade de ensino	77	26	10
Grade curricular do curso	75	29	9
Facilidade de ingresso na Instituição	59	34	20
Valor da mensalidade	59	16	38
Indicação familiar ou de amigos	58	26	29
Localização da Instituição	55	34	24
Marketing e propaganda	52	34	27
Segurança do campus	41	37	35
Indicação de facilidade das atividades avaliativas	36	38	39

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Dentre as variáveis determinantes para escolha da Instituição de Ensino Superior na modalidade presencial, para cursar Ciências Contábeis, as seis mais determinantes são: nome da instituição no mercado, preferência própria, tempo para estudo e frequência das aulas, corpo docente e qualidade de ensino, grade

curricular do curso e facilidade de ingresso na instituição (gráfico 1).

Gráfico 1– Variáveis com maior grau de influência na escolha da IES na Modalidade Presencial



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Na modalidade presencial as variáveis mais determinantes para escolha da instituição para cursar Ciências Contábeis é o nome da instituição no mercado e a preferência própria dos estudantes, com um grau de concordância de 82% cada variável. Com isso destaca como é importante as Instituições da modalidade presencial construírem um nome sólido e confiável no mercado, tendo em vista o quanto isso determina na escolha dos estudantes.

Referente à preferência própria, a maioria dos estudantes que tiveram algum grau de concordância com essa variável são independentes financeiros, 66% trabalham em alguma empresa ou são autônomo/empresários, e uma parte considerável destes, 29% não trabalham. Com relação ao restante dos alunos, uma pequena parte, 7% não concordaram e nem discordaram com essa variável, e 11% tiveram algum grau de discordância (TABELA 4).

Tabela 4 – Preferência Própria X Atuação Profissional

Atuação Profissional	Preferência própria		
	Grau de Concordância 82%	Nem concordo e nem discordo 7%	Grau de Discordância 11%
Não trabalha	29%	38%	33%
Estagiário	8%	25%	8%
Trabalha escritório contábil	13%	0%	8%
Trabalha empresa outro ramo	44%	38%	42%
Autônomo/Empresário	6%	0%	8%

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

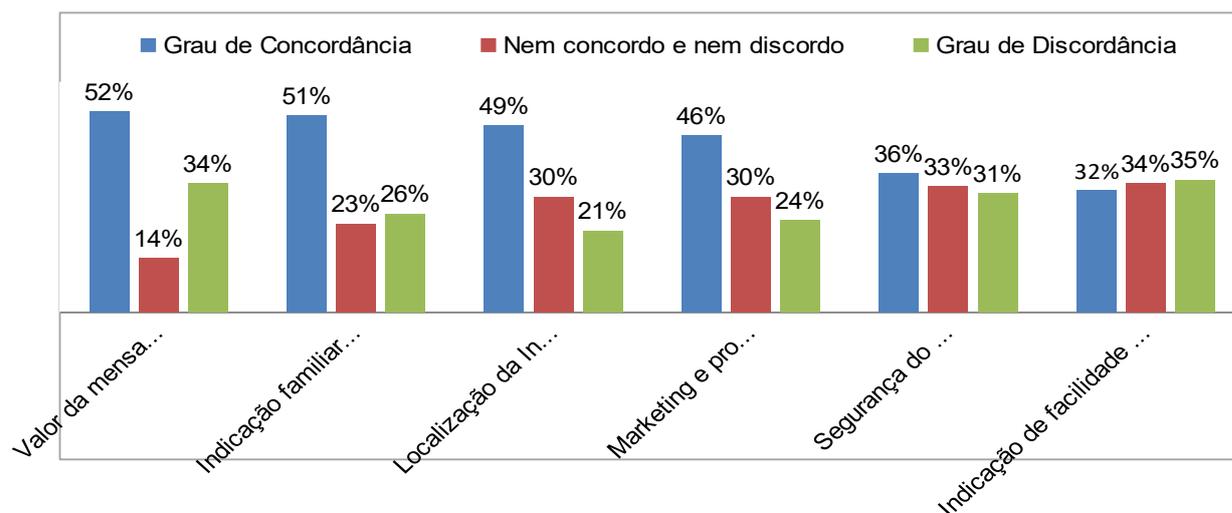
A variável, tempo para estudo e frequência das aulas, tem um grau de concordância de 75% na modalidade presencial, demonstrando que os estudantes escolhem essa modalidade pelo maior tempo de estudo e pelas aulas serem diariamente, para maior aproveitamento dos professores e conteúdo.

As variáveis: corpo docente e qualidade de ensino, grade curricular do curso e facilidade de ingresso na instituição também são determinantes na escolha dos estudantes pela modalidade presencial, com um grau de concordância de 68%, 66% e 52%, respectivamente. Destas, destaca-se a variável facilidade de ingresso na

instituição, pois demonstra que os estudantes consideram fácil ingressar nas instituições da modalidade presencial da região, e isso se torna determinante na escolha.

As seis variáveis com menor grau de influência são: valor da mensalidade, indicação familiar ou de amigos, localização da instituição, marketing e propaganda, segurança do campus e indicação de facilidade das atividades avaliativas (GRÁFICO 2).

Gráfico 2 – Variáveis com menor grau de influência na escolha da IES na Modalidade Presencial



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Das variáveis com menor grau de influência na escolha o valor da mensalidade e indicação familiar ou de amigos, tiveram um grau de concordância de 52% e 51%, sendo considerados determinantes por mais da metade dos estudantes na modalidade presencial.

Enquanto as outras variáveis: localização da instituição, marketing e propaganda, segurança do campus e indicação de facilidade das atividades avaliativas, tiveram um grau de concordância de 49%, 46%, 36% e 32%, respectivamente, sendo que quando somado o grau de discordância e o os estudantes que nem concordaram e nem discordaram, esse número ultrapassa a metade dos estudantes, principalmente as duas últimas variáveis, em que as variações entre as alternativas são mínimas.

4.2. ANÁLISE DAS VARIÁVEIS DETERMINANTES NA MODALIDADE À DISTÂNCIA

Foram analisadas as 12 variáveis determinantes na modalidade à distância, sendo separados em grau de concordância (concordo totalmente e concordo parcialmente), nem concordo e nem discordo e grau de discordância (discordo totalmente e discordo parcialmente), sendo demonstrado em quantidade de respondentes (TABELA 5).

Tabela 5 – Variáveis Determinantes na Escolha da IES na Modalidade à Distância

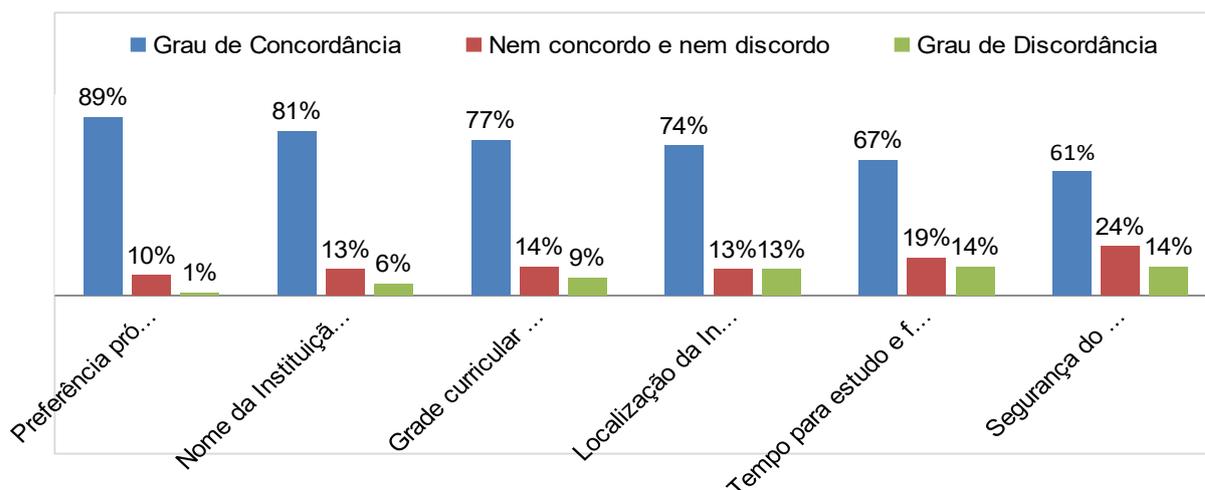
Variáveis Determinantes	Grau de Concordância	Nem concordo e nem discordo	Grau de Discordância
-------------------------	----------------------	-----------------------------	----------------------

Preferência própria	62	7	1
Nome da Instituição no mercado	57	9	4
Grade curricular do curso	54	10	6
Localização da Instituição	52	9	9
Tempo para estudo e frequência das aulas	47	13	10
Segurança do campus	43	17	10
Facilidade de ingresso na Instituição	42	17	11
Corpo docente e qualidade de ensino	40	18	12
Marketing e propaganda	38	23	9
Indicação de facilidade das atividades avaliativas	35	16	19
Indicação familiar ou de amigos	33	12	25
Valor da mensalidade	31	16	23

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Dentre as variáveis determinantes para escolha da Instituição de Ensino Superior na modalidade à distância, para cursar Ciências Contábeis, as seis mais determinantes são: preferência própria, nome da instituição no mercado, grade curricular do curso, localização da instituição, tempo para estudo e frequência das aulas e segurança do campus (GRÁFICO 3).

Gráfico 3–Variáveis com maior Grau de Influência na escolha da IES na Modalidade à Distância



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Na modalidade à distância a variável mais determinante para escolha da instituição é preferência própria com um grau de concordância de 89%, essa variável é a mais determinante na modalidade presencial também, com grau de concordância de 82%, demonstrando que a preferência dos estudantes prevalece sobre os demais determinantes nas duas modalidades.

A segunda variável mais determinante é o nome da instituição no mercado, com um grau de concordância de 81%, demonstrando que na região não há distinção entre as duas variáveis mais determinantes na escolha entre as duas modalidades, destacando a importância de um nome sólido no mercado dentre tantas instituições a distância que surgiram nos últimos anos.

As variáveis: grade curricular do curso, localização da instituição, tempo para estudo e frequência das aulas e segurança do campus também foram consideradas determinantes para essa escolha, com 77%, 74%, 67% e 62%, respectivamente.

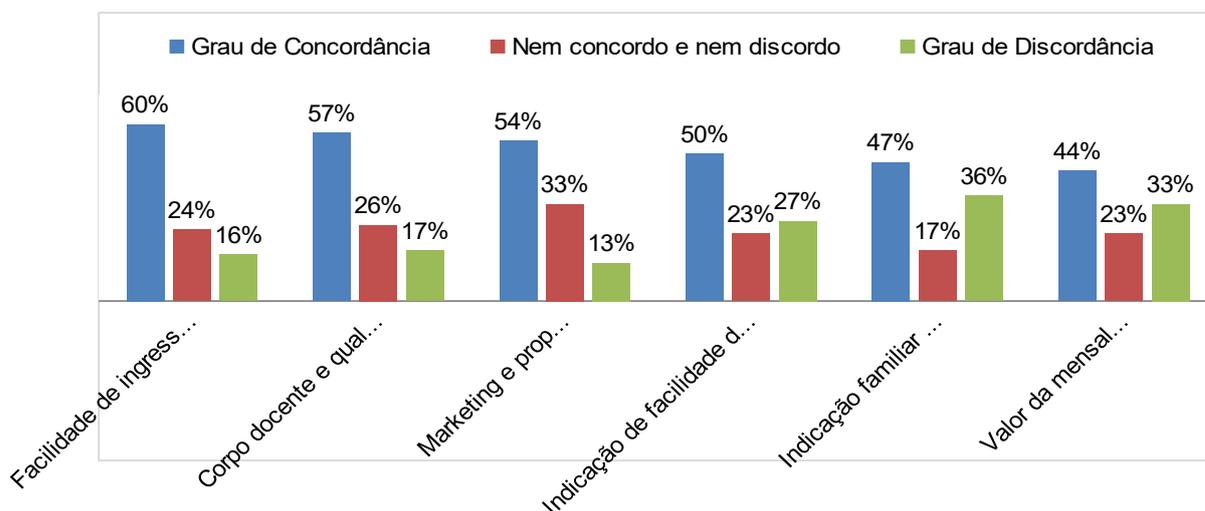
Destacando as variáveis: localização da instituição, em que na modalidade

presencial teve um grau de concordância de 49% e segurança do campus em que na modalidade presencial teve um grau de concordância de 36%, pelo fato das aulas presenciais serem apenas uma vez por semana, e mesmo assim os alunos dão importância para essas duas variáveis.

A variável, tempo de estudo e frequência das aulas é uma variável determinante na modalidade à distância, com grau de concordância de 67%, e na modalidade presencial teve um grau de concordância de 75%, demonstrando que o fato das aulas serem apenas uma vez por semana não é o maior determinante da escolha dessa modalidade, enquanto o fato do maior aproveitamento dos conteúdos e dos professores é um fator determinante na modalidade presencial.

As seis variáveis com menor grau de influência são: facilidade de ingresso na instituição, corpo docente e qualidade de ensino, marketing e propaganda, indicação de facilidade das atividades avaliativas, indicação familiar ou de amigos e valor da mensalidade (GRÁFICO 4).

Gráfico 4– Variáveis com menor grau de influência na escolha da IES na modalidade à distância



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Das variáveis que tiveram um menor grau de influência na escolha pela IES na modalidade à distância, as variáveis: facilidade de ingresso na instituição, corpo docente e qualidade de ensino, marketing e propaganda e indicação de facilidade das atividades avaliativas tiveram um grau relevante de concordância, 60%, 57%, 54% e 50%, respectivamente.

Destaca a variável indicação de facilidade das atividades avaliativas que teve um grau de concordância de 50%, e na modalidade presencial essa variável teve o menor grau de concordância, 32%, constatando que essa indicação de facilidade é um influenciador para escolha da modalidade à distância. As variáveis: facilidade de ingresso na instituição e corpo docente e qualidade de ensino tiveram mais ou menos o mesmo grau de influência, porém facilidade de ingresso na instituição destaca mais na modalidade à distância e corpo docente e qualidade de ensino se destaca mais na modalidade presencial.

Enquanto as outras variáveis: indicação familiar ou de amigos e valor da mensalidade, tiveram um grau de concordância de 47% e 44%, respectivamente, sendo que quando somado o grau de discordância e o os estudantes que nem concordaram e nem discordaram, esse número ultrapassa 50% dos respondentes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atendendo ao objetivo da pesquisa, conclui-se que na modalidade presencial as variáveis determinantes para a escolha da IES são: nome da instituição no mercado, preferência própria, tempo para estudo e frequência das aulas, corpo docente e qualidade de ensino, grade curricular do curso e facilidade de ingresso na instituição.

E na modalidade à distância as variáveis determinantes na escolha são: preferência própria, nome da instituição no mercado, grade curricular do curso, localização da instituição, tempo para estudo e frequência das aulas e segurança do campus.

Nesse sentido a principal contribuição do estudo, foi proporcionar às instituições locais as variáveis que mais influenciam na escolha dos estudantes, variando em relação ao perfil dos mesmos, possibilitando que as instituições possam investir nas características mais relevantes e buscar atender as expectativas dos estudantes.

Sugere-se um investimento maior em *marketing* e propaganda, onde demonstraria para o público alvo as vantagens daquela instituição, um site com todas as informações relevante, voltadas para conquistar novos alunos e um foco para os alunos que estão concluindo o ensino médio, onde poderia ser feito um trabalho de apresentação das instituições para os mesmos.

A principal limitação desse estudo foi as Instituições de Ensino Superior que não permitiram a aplicação do questionário, sendo que limitou muito a amostra, tendo em vista que existem mais uma instituição da modalidade presencial, e mais umas dez da modalidade a distância nas cidades de Petrolina-PE e Juazeiro-BA, podendo usar uma diversidade maior de variáveis se a amostra continuar sendo significativa.

Proponho para trabalhos futuros, um estudo com as Instituições de Ensino superior das modalidades, presencial e a distância, existentes na região do Vale do São Francisco, onde pode obter uma amostra mais significativa e com resultados mais sólidos, assim podendo usar mais variáveis determinantes, tornando o estudo mais abrangente com relação a características das instituições.

REFERÊNCIAS

ALESSIO, S. C.; DOMINGUES, M. J. CA. DE S.; SCARPIM, J. E. Fatores determinantes na escolha por uma Instituição de Ensino Superior do Sul do Brasil. **SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, v. VII, p. 01-14, 2013.

ALONSO, K. M. A expansão do ensino superior no Brasil e a EaD: dinâmicas e lugares. **Educação & Sociedade**, v. 31, n. 113, p. 1319–1335, 2010.

ANDRADE, P. R. DE; ARAUJO, H. C. R. Análise do perfil dos estudantes de uma IES : o marketing como ferramenta para as instituições de ensino superior. **Brazilian Business Review**, v. 8, n. 1, p. 61–73, 2011.

BERGAMO, F. V. D. M. et al. De Prospect a Aluno: Fatores Influenciadores da Escolha de uma Instituição de Ensino Superior. **Encontro de Marketing da ANPAD - Ema**, v. III, p. 1–15, 2008.

BEUREN, I. M. **Como elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. 3° ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

BORGES, G. D. R. et al. Instituições de Ensino Superior a Distância: Análise dos motivos de escolha. **Meta: Avaliacao**, v. 6, n. 16, p. 71–84, 2014.

BOSSA, A. G. Comportamento Do Consumidor Educacional : Atributos Utilizados No Processo Decisório De Compra De Serviços Educacionais Na Cidade De Maringá. **Revista Eletrônica Do Mestrado Profissional Em Administração Da Unp**, v. 6, n. 2, p. 9–21, 2014.

BRITTO, L. C. et al. Motivos da Escolha da Educação a Distância: O Aluno como Consumidor. **Revista de Administração IMED**, v. 6, n. 2, p. 206–220, 2016.

CHAVES, L. C. et al. Gestão do processo decisório: Mapeamento ao tema conforme as delimitações postas pelos pesquisadores. **Revista Estratégia & Negócios**, v. 5, n. 1, p. 03-27, 2012.

CRICCA, S. et al. A escolha de um curso superior de tecnologia da area de gestao e negocios: Um estudo sobre a decisao de compra e o comportamento do consumidor. **Gestao and Regionalidade**, v. 30, n. 89, p. 116–127, 2014.

DOMINGUES, M. J. C. DE S. et al. A Relação entre o Perfil dos Alunos que Cursam EAD e os Motivos de Escolha desta Modalidade. **Revista de Administração da Unimep**, v. 14, n. 3, p. 80–101, 2016.

HAIR, J. F. et al. Análise multivariada de dados. **Bookman Companhia Editora**, v. Seção II, n. Capítulo 4, p. 01-682, 2009.

JORDANI, P. S. et al. Fatores determinantes na escolha profissional: um estudo com alunos concluintes do ensino médio da região Oeste de Santa Catarina. **Revista ADMpg Gestão Estratégica**, v. 7, n. 2, p. 25–32, 2014.

SILVA, Raiana Simões da; RODRIGUES, José Carlos. O ensino da contabilidade no brasil – características e tendências. **5° ECOSUL - Encontro Científico Sul Mineiro de Administração, Contabilidade e Economia**. 21 e 22 out/2013.

SILVA JUNIOR, D. DA S.; COSTA, F. J. Mensuração e Escalas de Verificação: uma Análise Comparativa das Escalas de Likert e Phrase Completion. **Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia**, v. 15, p. 1–16, 2014.

VALENTE, N. T. Z.; ABIB, D. B.; KUSNIK, L. F. Análise dos Estilos de Aprendizagem dos Alunos e Professores do Curso de Graduação em Ciências Contábeis de uma Universidade Pública do Estado do Paraná com a Aplicação do Inventário de David Kolb. **Contabilidade Vista & Revista**, v. 18, n. 01, p. 51–74, 2006.

LACERDA, J. R.; REIS, S. M. DOS; SANTOS, N. DE A. Os fatores extrínsecos e intrínsecos que motivam os alunos na escolha e na permanência no curso de ciências contábeis: um estudo da percepção dos discentes numa universidade pública. **Enfoque: Reflexão Contábil**, v. 27, n. 1, p. 67–81, 2008.

MONDINI, V. E. D. et al. Análise dos fatores determinantes da escolha pela modalidade de ensino superior a distância em uma ies no sul do Brasil. **SemeAd Seminários em Administração**, v. XVII, p. 01-16, 2014.

NASCIMENTO, E. M. et al. Variáveis que Influenciam a Escolha dos Estudantes por Cursos de Pós-Graduação Lato Sensu a Distância na Área de Negócios. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 8, n. 1, p. 73–95, 2014.

PORTUGAL, N. DOS S. et al. Educação a distância – valores que norteiam a escolha. **Revista Gestão Organizacional**, v. 6, n. 1, p. 93–104, 2013.

PUERTA, A. A.; AMARAL, R. M. Comparação da educação presencial com a educação à distância através de uma pesquisa aplicada. **Seminário de Bibliotecas Universitárias-São paulo**, v. XV, p. 01-14, 2008.

RAMOS, S. C.; SANDER, J. A.; PRADO, P. H. M. Processo Decisório para Escolha de uma Instituição de Ensino Superior: Dimensões da Decisão e Fatores Relevantes. **Encontro da ANPAD - EnANPAD**, v. XXXVII, p. 1–14, 2013.

REIS, E. DOS; LOBLER, M. L. O processo decisório descrito pelo indivíduo e representado nos sistemas de apoio à decisão. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 16, n. 3, p. 397–417, 2012.

SCHARF, E. R.; SCARPIN, M. R. S. A importância da marca da instituição de ensino superior na escolha de um curso de pós-graduação lato sensu. **Revista Cesumar Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**, v. 19, n. 2, p. 241–260, 2014.

SCHINAIDER, A. D. et al. Comportamento do consumidor educacional: seu perfil e o processo de tomada de decisão. **Future Studies Research Journal**, v. 8, n. 2, p. 149–170, 2016.

SCHMIDT, P. et al. Perfil dos alunos do curso de ciências contábeis de instituições de ensino do sul do Brasil. **Revista ConTexto**, v. 12, n. 21, p. 87–104, 2012.

TANEGUTI, L. Y. Relatório técnico contendo estudo sobre a atual relação oferta/demanda de cursos de graduação no Brasil, como subsídio ao Conselho Nacional de Educação para a formulação de políticas públicas que possibilitem a melhor distribuição da oferta de vagas no en. **Ministério da Educação, Projeto CNE/Unesco**, v. 04, p. 01-48, 2008.