



A Reputação do Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul na Perspetiva do Estudante e o Perfil do Estudante Satisfeito

Júlia Tchitula Nambi

**Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Bragança para obtenção
do Grau de Mestre em Gestão das Organizações, Ramo de Gestão de Empresas**

Orientação: Professora Doutora Paula Odete Fernandes e Professora Doutora Alcina
Maria de Almeida Rodrigues Nunes

Bragança, dezembro de 2014.



A Reputação do Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul na Perspetiva do Estudante e o Perfil do Estudante Satisfeito

Júlia Tchitula Nambi

**Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Bragança para obtenção
do Grau de Mestre em Gestão das Organizações, Ramo de Gestão de Empresas**

Orientação: Professora Doutora Paula Odete Fernandes e Professora Doutora Alcina
Maria de Almeida Rodrigues Nunes

Bragança, dezembro de 2014.

Resumo

O Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul (ISPKS) é uma instituição de ensino integrado no subsistema de ensino superior. Tem como missão o desenvolvimento de atividades de ensino, investigação científica e prestação de serviços à comunidade através da promoção, difusão, criação e transmissão de ciência e cultura.

Neste contexto o presente estudo tem como principal objetivo analisar a reputação do ISPKS, sob o ponto de vista dos estudantes, e identificar o perfil do estudante que está globalmente satisfeito com a instituição. Para além deste, são também objetivos: a) comparar a perceção dos estudantes relativamente à reputação/personalidade do ISPKS, por áreas; b) aferir a percentagem de alunos dos cursos que prosseguem para as licenciaturas ministradas no ISPKS (compromisso); c) identificar os motivos que levam os estudantes a matricularem-se no ISPKS; d) identificar os meios de comunicação mais utilizados pelos estudantes para a escolha e seleção do curso que frequentam; e) analisar a relação com o ISPKS e a sua reputação corporativa; f) Identificar os fatores de satisfação e de compromisso com o ISPKS; g) Identificar o perfil do estudante do ISPKS que se encontra globalmente satisfeito com a instituição, face a um conjunto de características individuais e institucionais, as facetas e as dimensões do ISPKS identificadas pelos estudantes.

Para dar resposta aos objetivos referidos anteriormente aplicou-se um inquérito por questionário a 378 estudantes, matriculados no ISPKS, tendo-se assumido um erro amostral de 4,1% e um nível de significância de 5%. A investigação adotou uma abordagem quantitativa exploratória. Neste estudo foi utilizada, para a mensuração da reputação, a Escala de Carácter Corporativo desenvolvida por Davies, Chun, Silva e Roper (2004). Para identificar e quantificar as características que contribuem para a satisfação global dos estudantes, foi utilizada a metodologia *Logit*.

Os resultados obtidos permitem concluir que a reputação do ISPKS é positiva. Todas as dimensões que permitem identificar o ISPKS foram avaliadas de forma muito positiva. Quanto à identificação do perfil do estudante que está globalmente satisfeito a idade, o curso de enfermagem, a reputação e o prestígio da instituição são os fatores mais relevantes para a satisfação do estudante com a instituição.

Palavras-chave: Reputação, Imagem; Satisfação, Ensino Superior; Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul.

Abstract

The *Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul* (ISPKS) is an educational institution integrated in the subsystem of higher education. Its mission is the development of teaching activities, scientific research and provision of services to the community through the promotion, dissemination, creation and transmission of culture and science.

In this context, this study aims to analyse the ISPKS reputation, from the point of view of the students, and to identify the profile of the students' overall satisfaction with the institution. Apart from this, the objectives are also to: a) compare the perceptions of students regarding the reputation/personality of ISPKS by areas; b) measure the percentage of students following undergraduate courses taught in ISPKS (commitment); c) identify the reasons why students enrol in ISPKS; d) identify the communication channels most used by students for choosing and selecting the course attending; e) analyse the relationship with ISPKS and its corporate reputation; f) identify the factors of satisfaction and commitment to ISPKS; g) Identify the ISPKS student profile that is generally satisfied with the institution, against a set of individual and institutional characteristics, facets and ISPKS dimensions identified by the students.

In order to meet the objectives mentioned above was applied a questionnaire to 378 students enrolled in ISPKS, having assumed a sampling error of 4,1% and a significance level of 5%. The research adopted an exploratory quantitative approach. In this study was used as a reputation measure the Corporate Character Scale developed by Davies, Chun, Silva and Roper (2004). The *Logit* method was applied to identify and quantify the characteristics that contribute to the overall students' satisfaction.

The results suggest that the reputation of ISPKS is positive. All the dimensions which allow identifying the ISPKS were evaluated in a very positive way. Concerning the identification of the profile of the student that is globally satisfied, the age, the nursing degree, the reputation and the prestige of the institution are the most relevant factors to enhance the students' satisfaction regarding the institution.

Keywords: Reputation, Image; Satisfaction, Higher Education; *Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul*.

Resumen

El *Instituto Superior Politécnico de Kwanza-Sul* (ISPKS) es una institución de enseñanza integrada en el subsistema de la enseñanza superior. Tiene como misión el desarrollo de actividades de enseñanza, investigación científica y prestación de servicios a la comunidad a través de la promoción, difusión, creación y transmisión de la ciencia y cultura.

En este contexto el presente estudio tiene como principal objetivo analizar la reputación del ISPKS, según el punto de vista de los estudiantes, e identificar el perfil del estudiante que está globalmente satisfecho con la institución. Tiene también como objetivos: a) comparar la percepción en relación a la reputación/personalidad del ISPKS, por áreas; b) calcular el porcentaje de alumnos de las carreras que prosiguen para las licenciaturas ministradas en el ISPKS (compromiso); c) identificar las razones por las cuales los estudiantes se matriculan en el ISPKS; d) identificar las vías de comunicación más utilizadas por los estudiantes para la elección y selección de la carrera que frecuentan; e) analizar la relación con el ISPKS y la reputación corporativa; f) identificar los factores de satisfacción y de compromiso con el ISPKS; g) Identificar el perfil del estudiante ISPKS que es en general satisfechos con la institución, con un conjunto de características individuales e institucionales, facetas y ISPKS dimensiones identificadas por los estudiantes.

Para cumplir con los objetivos antes mencionados, se aplicó un cuestionario a 378 estudiantes matriculados en ISPKS, habiendo asumido un error muestral de 4,1% y un nivel de significación del 5%. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo exploratorio. En este estudio fue utilizada, para mensuración de la reputación, la Escala del Carácter Corporativo desarrollada por Davies, Chun, Silva, y Roper (2004). Para identificar y cuantificar las características que contribuyen para la satisfacción global de los estudiantes, se utilizó la metodología *logit*.

Los resultados obtenidos permiten concluir que la reputación del ISPKS es positiva. Todas las dimensiones que permiten identificar el ISPKS fueron evaluadas de forma muy positiva. En relación a la identificación del perfil del estudiante que está globalmente satisfecho la edad, la carrera de enfermería, la reputación y el prestigio de la institución son los factores más relevantes para la satisfacción del estudiante hacia la institución.

Palabras clave: Reputación, Imagen, Satisfacción, Enseñanza Superior, *Instituto Superior Politécnico de Kwanza-Sul*.

Não continuar a aprender é esquecer o que já se sabe.
(Desbumbert)

Agradecimentos

Não poderia iniciar esta dissertação sem reconhecer publicamente a minha gratidão a Deus pelo dom da vida e que chegou-se mais perto nos momentos difíceis.

Agradeço ao Professor Doutor Manuel Octávio Spínola, Diretor do Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul pela autorização concedida, para a realização deste trabalho, pela disponibilização dos dados solicitados, sem o qual este trabalho não seria possível.

Um agradecimento especial às professoras Paula Odete Fernandes e Alcina Nunes. Pelo incentivo, pelo apoio manifestado e orientação, pelas sugestões e críticas, pela força de coragem, bem como a disponibilidade sempre manifestada ao longo de todo este trabalho e revisões do manuscrito, a minha eterna gratidão.

À minha família, por todo apoio e compreensão pelo tempo em que estive ausente ao longo destes dois anos em que estive envolvida neste projeto.

A todos os estudantes do ISPKS, o meu muito obrigado. Estes, com amabilidade e disponibilidade responderam ao questionário sem o qual este trabalho não teria sido possível.

Agradeço aos amigos que ajudaram na distribuição, bem como os docentes que colaboraram na recolha dos questionários.

E, por último, a todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho e, especificamente, aos meus colegas do projeto de mestrado.

Índice

Lista de Figuras	ix
Lista de Tabelas	x
Introdução	1
1. Angola e o Ensino Superior	3
1.1. Ensino Superior em Angola.....	3
1.2. Estatuto Orgânico do Ministério do Ensino Superior em Angola.....	6
1.3. Linhas mestras para a melhoria da gestão do subsistema do ensino superior e elevação da sua reputação.....	8
1.4. As alterações no Ensino Superior na última “década” em Angola.....	12
2. Reputação Organizacional	15
2.1 Definição de Reputação	15
2.2. Imagem e Identidade de uma Marca.....	16
2.3. Reputação e a sua Mensuração	18
2.4. Reputação e Satisfação dos Consumidores numa Instituição Académica.....	19
2.5. Mensuração da Reputação através da Escala de Carácter Corporativo.....	20
3. Reputação do ISPKS na Perspetiva dos Estudantes	23
3.1. Objetivos do Estudo e Hipóteses de Investigação.....	23
3.1.1. Objetivos do Estudo.....	23
3.1.2. Hipóteses de Investigação Exploratórias.....	24
3.2. Contexto da Investigação.....	25
3.3. Metodologia de Investigação.....	27
3.3.1. População/Amostra	27
3.3.2. Instrumento de Recolha de Dados.....	28
3.3.3. Consistência Interna do Instrumento de Recolha de Dados.....	28
3.3.4. Tratamento dos Dados.....	29

4. Apresentação e Discussão dos Resultados.....	32
4.1. Caracterização da Amostra.....	32
4.2. A Personalidade do ISPKS	37
4.3. Relação do Estudantes com o ISPKS.....	40
4.4. Validação das Hipóteses de Investigação.	41
4.4.1. Validação das Hipóteses de Investigação para analisar a reputação do ISPKS.....	41
4.4.1.1 A reputação do ISPKS é Positiva na Perspetiva dos Estudantes.....	41
4.4.1.2. Existem diferenças significativas de reputação percecionada pelos estudantes das diferentes áreas científicas/cursos relativamente ao ISPKS, por Dimensão.....	42
4.4.1.3. Existe um sentimento de compromisso dos estudantes para com o ISPKS	44
4.4.1.4. Identificação de cinco motivos que mais influenciaram a escolha do ISPKS	45
4.4.1.5. Identificação de três vias de comunicação que auxiliaram a escolha do ISPKS.....	45
4.4.1.6 Existem uma relação positiva entre a Reputação do ISPKS e a Satisfação Global do Estudante	46
4.4.1.7. Existem uma relação positiva entre a Reputação do ISPKS as diferentes Dimensões da Escala Corporativa	47
4.4.1.8. Satisfação Global dos Estudantes com ISPKS.....	47
4.4.2. Validação das Hipóteses de Investigação para Identificação do Perfil do Estudante Satisfeito	48
4.4.2.1. Identificação das características individuais e Institucionais que Concorrem para Satisfação Global dos Alunos do ISPKS	48
4.4.2.2. As características individuais dos Estudantes explicam a Satisfação Global em Relação a Instituição.....	50
4.4.2.3. A frequência de um Curso Específico Influencia a Satisfação Global do Estudante em relação ao ISPKS.....	50

4.4.2.4 Alunos que escolhem ISPKS como primeira opção para estudar estão globalmente mais Satisfeito com a Instituição.....	51
4.4.2.5 A Satisfação Global do estudante depende da satisfação do mesmo com alguns aspeto particulares da Instituição.....	51
4.4.2.6 A forma como a Instituição se dá a conhecer ao aluno determina o seu nível de Satisfação Global.....	51
4.4.2.7 Alunos mais Satisfeitos recomendam a Instituição a outros.....	52
4.4.2.8 As Facetas que Caraterizam o ISPKS determinam o nível de Satisfação do Estudante.....	52
4.4.2.9 As Dimensões que caraterizam o ISPKS determinam o nível de Satisfação do Estudante.....	53
4.4.3. Resumo dos Resultados obtidos relativos as Hipóteses de Investigação.....	54
Conclusões e Futuras Linhas de Investigação.....	57
Referências Bibliográficas	60
Anexos.....	63
Anexo 1 - Carta de Declaração das Orientadoras Dirigidas ao ISPKS.....	64
Anexo 2 - Questionário Aplicado aos Estudantes do ISPKS.....	65

Lista de Figuras

Figura 1: As 7 Regiões académicas	13
Figura 2: A identidade de uma marca.....	17
Figura 3. Origem província.....	33
Figura 4: O ISP do K. Sul foi a sua 1. ^a opção no momento da candidatura.....	34
Figura 5: Nível de informação do inquirido.....	35
Figura 6: Qual o curso que gostaria de frequentar no ISPKS.....	36
Figura 7: Outro curso que gostaria de frequentar no ISPKS.....	36
Figura 8: Pretende continuar o seu percurso académico no ISPKS	44
Figura 9: Principais vias de informação utilizadas pelos estudantes	46

Lista de Tabelas

Tabela 1:As Instituições do Ensino Superior Público.....	14
Tabela 2: Dimensões e facetas da Escala de Caracter Corporativo.....	21
Tabela 3: O ISPKS tem vindo ministrar as seguintes ofertas.....	26
Tabela 4: População vs Amostra ano letivo 2013.....	27
Tabela 5: Análise da consistência interna do instrumento de recolha de dados.....	29
Tabela 6: Distribuição dos inquéritos por Sexo.....	32
Tabela 7: Resumo da estatística descritiva para variável idade.....	33
Tabela 8: Curso que frequenta.....	34
Tabela 9: Recomendaria o ISPKS a um amigo.....	35
Tabela 10: As dez razões mais significativas para recomendar o ISPKS a um amigo.....	35
Tabela 11: A Personalidade do ISPKS de acordo com a ECC.....	38
Tabela 12: Resumo das estatísticas - A Personalidade do ISPKS.....	39
Tabela 13: Satisfação com o ISPKS.....	40
Tabela 14: Resumo das estatísticas da componente satisfação com o ISPKS.....	41
Tabela 15:Escala de carácter corporativo vs Dimensões	42
Tabela 16: Teste <i>One-Way Anova</i> e medidas estatísticas	43
Tabela 17: Motivos que mais influenciaram a escolha do ISPKS como 1ª opção.....	45
Tabela 18: Coeficiente de correlação de <i>Pearson</i> entre a ECC e as dimensões	47
Tabela 19: Resultados da estimação de modelos univariadas para identificar quais as variáveis que influenciam a satisfação global dos alunos do ISPKS	49
Tabela 20: Resultados da estimação de modelos univariadas para identificar quais as facetas identificadas pelos alunos que influenciam a sua satisfação global com ISPKS.....	52
Tabela 21: Resultados da estimação de modelos univariadas para identificar quais as dimensões identificadas pelos alunos que influenciam a sua satisfação global com ISPKS.....	54
Tabela 22: Tabela resumo do resultado obtido para as hipoteses de investigação relativas a reputação do ISPKS.....	55
Tabela 23: Tabela resumo do resultado obtido para as hipoteses de investigação relativas ao perfil do estudante globalmente satisfeito com o ISPKS.....	56

Introdução

Segundo Barney (1991) a reputação pode ser entendida como um recurso fonte de valor ou de vantagem competitiva para as organizações (sendo um dos recursos que contribuem positiva ou negativamente para o seu desempenho). Tem as características definidoras de um recurso fonte de vantagem ou desvantagem competitiva pela corrente teórica denominada de Visão Baseada em Recursos (Barney, 2001; Schoemaker, 1993). Ou seja, é um recurso raro, de difícil imitação e transferência e está engendrado na operação da empresa que o define. A reputação é, frequentemente, associada ao desempenho organizacional. Por outro lado, a literatura sugere que a identificação dos grupos de *stakeholders* pela empresa e sua comunicação com estes grupos é relevante para explicar as diferenças de reputação entre empresas.

Desta forma, o objetivo principal deste estudo assenta em analisar a reputação do Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul, sob o ponto de vista dos estudantes. Para além deste, são também objetivos deste estudo:

- a) Comparar a perceção dos estudantes relativamente à reputação/personalidade do ISPKS, por áreas científicas (ciências agrárias, ciências empresariais e ciências de saúde);
- b) Aferir a percentagem de alunos dos Cursos que prosseguem para as licenciaturas ministradas no ISPKS (Compromisso);
- c) Identificar os motivos que levam os estudantes a matricularem-se no ISPKS;
- d) Identificar as vias de comunicação mais utilizados pelos estudantes para a escolha e seleção do curso que frequentam;
- e) Analisar a relação com o ISPKS e a reputação corporativa;
- f) Identificação dos fatores de satisfação e de compromisso com o ISPKS;
- g) Identificar o perfil do estudante do ISPKS que se encontra globalmente satisfeito com a instituição, face a um conjunto de características individuais e institucionais, as facetas e as dimensões do ISPKS identificadas pelos estudantes.

O estudo recaiu sobre os estudantes do Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul (ISPKS) a frequentar a instituição durante o ano letivo de 2013. O universo era constituído por um total de 1.146 estudantes distribuídos por cinco cursos. Para dar resposta aos objetivos referidos anteriormente aplicou-se um inquérito por questionário a 378 estudantes, matriculados no ISPKS, tendo-se assumido um erro amostral de 4,1% e um nível de significância de 5%. A metodologia é de natureza exploratória e quantitativa, recorrendo à realização de um inquérito por questionário através de uma amostragem probabilística, aos estudantes que se encontram a frequentar o ISPKS, nos diferentes cursos e anos

curriculares, bem como aos estudantes que tendo frequentado o ano anterior o Bacharelato prosseguiram para as Licenciaturas. Neste estudo foi utilizada, para a mensuração da reputação, a Escala de Carácter Corporativo desenvolvida por Davies et al. (2004). Para identificar e quantificar as características que contribuem para a satisfação global dos estudantes, foi utilizada a metodologia *logit*.

O presente trabalho encontra-se estruturado em quatro pontos.

Inicia-se com uma breve introdução onde é apresentado o enquadramento do estudo, são definidos os objetivos, a metodologia utilizada e a estrutura da dissertação.

Posteriormente, no primeiro ponto da dissertação apresenta uma breve análise do Ensino Superior em Angola referindo as alterações verificadas na última década e dando ênfase às suas linhas mestras.

O conceito da reputação, bem como a mensuração da própria reputação de forma a perceber a relação que existe entre reputação e satisfação dos consumidores numa instituição académica são apresentados no segundo ponto.

No ponto três é apresentada a metodologia utilizada para a recolha e análise dos dados, o seu objetivo de estudo, bem como a definição da população e da amostra. São ainda apresentadas as técnicas estatísticas e econométricas utilizadas para realizar o adequado tratamento da informação estatística em análise.

O quarto ponto constitui o fulcro desta dissertação. É neste que se procuram dar respostas aos objetivos da investigação. Caracteriza-se a amostra e realiza-se a análise dos resultados obtidos, com recurso aos pacotes estatísticos IBM SPSS Statistics 19©, foram utilizadas técnicas e métodos estatísticos tais como: técnicas de análise exploratória/descritiva (apresentação de tabelas de frequências, gráficos e medidas de localização e dispersão), testes paramétricos e não paramétricos (teste *t-Student*, *One-Way ANOVA*, teste *Tukey* e coeficiente de *Pearson*), Modelo *Logit*.

As técnicas estatísticas e econométricas listadas anteriormente permitem dar resposta às hipóteses de investigação do estudo e a sua correspondente validação (ou não).

Por último são apresentadas as principais conclusões deste estudo e identificadas algumas possíveis linhas de investigação futura sobre a temática em causa.

1. Angola e o Ensino Superior

1.1. Ensino Superior em Angola

Hoje, mais do que nunca, as instituições de ensino superior enfrentam um meio envolvente dinâmico e em transformação. Este desafio deve-se à globalização da economia, à rápida mudança tecnológica e às transformações demográficas. Perante restrições financeiras e exigências de eficiência crescentes assiste-se ao declínio nos recursos e a uma competição acrescida, especialmente direcionada para o reconhecimento e prestígio das instituições e Angola não foge a regra.

O Ensino Superior é o subsistema de ensino que visa a formação de quadros de alto nível para os diferentes ramos de atividade económico e social do país, assegurando-lhes uma sólida preparação técnica, científica, cultural e humana.

Sem prejuízo dos princípios gerais enunciados na Lei de Bases do Sistema de Educação (Lei n.º 13/01 de 31 de Dezembro), são princípios específicos do subsistema do ensino superior:

- a) Liberdade de aprender, ensinar, pesquisar e divulgar a cultura, o pensamento e a arte a ciência e tecnologia;
- b) Gestão democrática das instituições do ensino;
- c) Garantia do padrão de qualidade do ensino ministrado, consequentemente dos quadros formados e do trabalho de investigação realizados;
- d) Liberdade de investigação científica e tecnológica;
- e) Vinculação entre a educação e o ensino, a ciência e a tecnologia, o trabalho e as práticas.

Por outro lado, tendo por base a mesma legislação, são objetivos do ensino superior:

- a) Preparar os quadros com formação científica-técnica e cultural num ramo ou especialidade correspondente a uma determinada área do conhecimento;
- b) Realizar a formação em estreita ligação com a investigação científica orientada para a solução dos problemas postos em cada momento pelo desenvolvimento do país e inserida nos processos da ciência técnica e tecnologia;
- c) Assegurar e preparar o exercício da reflexão crítica e da participação na produção;
- d) Promover a pesquisa e a divulgação dos seus resultados para o enriquecimento e desenvolvimento do país.

Para dar resposta aos objetivos que ensino Superior em Angola se propõe atingir, o mesmo compreende:

- a) Graduação
- b) Pós-graduação

De referir que graduação tem dois níveis:

- a) Bacharelato
- b) Licenciatura

O bacharelato corresponde a cursos de ciclo curto, com a duração de três anos e tem por objetivo permitir ao estudante a aquisição de conhecimentos científico fundamentais para o exercício de uma atividade prática no domínio profissional respetivo, em área a determinar, com carácter terminal.

A licenciatura corresponde a cursos de ciclo longo, com a duração de quatro a seis anos (com por exemplo o curso de Psicologia 4 anos e de Medicina 6 anos) e tem como objetivo a aquisição de conhecimentos, habilidades e práticas fundamentais dentro do ramo do conhecimento respetivo e a subsequente formação profissional ou específica.

Sendo assim a pós-graduação compreende duas categorias:

- a) Pós-graduação académica;
- b) Pós-graduação profissional.

A pós-graduação académica tem dois níveis:

- a) Mestrado
- b) Doutoramento

A pós-graduação profissional compreende a especialização. E ela corresponde a curso de duração mínima de dois anos e tem objetivo o aperfeiçoamento técnico-profissional do licenciado.

O mestrado, com a duração de dois a três anos, tem como objetivo essencial o enriquecimento da competência científico-profissional dos licenciados.

O doutoramento, com a duração de quatro a cinco anos, é um processo de formação e investigação, que visa proporcionar uma capacidade científica ampla e profunda aos candidatos diplomado, culminando com uma dissertação cujo conteúdo constitui contributo para o património científico universal.

Acesso

Têm acesso ao ensino superior os candidatos que concluíam com aproveitamento o ensino médio (geral, técnico ou normal) que no 1º ciclo que compreende as 7ª, 8ª e 9ª e no 2º as 10ª, 11ª e 12ª classes ou equivalente e façam prova de capacidade para a sua frequência, de acordo com os critérios a estabelecer pelo Ministério da tutela. A prova ou provas de capacidade, referidas anteriormente, são específicas para cada curso ou grupo de cursos e serão reguladas pelo Ministério da Educação e cultura.

Modalidade

O ensino superior é ministrado nas seguintes modalidades:

- a) Ensino presencial
- b) Ensino à distância

Investigação Científica

O Estado fomenta e apoia as iniciativas à colaboração entre as entidades públicas e privadas no sentido de estimular o desenvolvimento da ciência da técnica e da tecnologia. O Estado cria as condições necessárias para a promoção de investigação científica e para a realização de atividades de Investigação no ensino superior e nas outras instituições vocacionada para o efeito.

Graus e Diplomas

No ensino superior são conferidos os seguintes graus académicos:

- a) Bacharel
- b) Licenciado
- c) Mestre
- d) Doutor

No ensino superior podem ainda ser atribuídos diplomas e certificados para cursos de curta duração, e diplomas de estudos superiores eméritos e doutor honoris causa.

1.2. Estatuto Orgânico do Ministério do Ensino Superior em Angola

O Ministério do Ensino Superior (MES) tem por missão propor e implementar as políticas do Executivo para o desenvolvimento do Subsistema do Ensino Superior e proceder o planeamento, orientação, coordenação e o controlo da sua execução. O MES na prossecução da sua missão tem as seguintes atribuições (Decreto Presidencial n.º 233/12 de 4 de Dezembro):

- a) Propor e coordenar a implementação das políticas para o desenvolvimento do ensino superior, bem como conceber os modos de organização, funcionamento, execução e avaliação das atividades de ensino, investigação científica e extensão;
- b) Promover o desenvolvimento, modernização, qualidade, competitividade, avaliação interna e externa do subsistema de ensino superior, bem como das instituições que o integram;
- c) Estimular e apoiar a formação graduada e pós gradual e a qualidade de recursos humanos em áreas de ensino superior e da investigação científica e desenvolvimento, visando o fomento da produção científica;
- d) Estimular e desenvolver atividades no domínio do ensino superior no âmbito da agenda nacional e internacional, promovendo o desenvolvimento do ensino superior e politécnico, bem como difundir o conhecimento científico e tecnológico produzido nas instituições do ensino superior;
- e) Coordenar todas iniciativas de atribuição de bolsa de estudos com distintas fontes de financiamento de instituições públicas ou privadas e implementar a sua gestão;
- f) Promover a igualdade de oportunidade de acesso e sucesso no ensino superior e garantir uma alta qualificação profissional e científica prevendo um atendimento diferenciado aos portadores de deficiência;
- g) Promover a articulação harmoniosa entre o Subsistema de Ensino Superior e os sectores social, económico e de infraestruturas;
- h) Promover, estimular e apoiar o estabelecimento de parcerias entre instituições de ensino superior;
- i) Coordenar as ações de cooperação bilateral e multilateral, bem como assegurar os compromissos de Angola no plano regional e internacional, no domínio do ensino superior, sem prejuízo das atribuições próprias do Ministério das Relações Exteriores;
- j) Promover a observação permanente, a avaliação e a inspeção das instituições de ensino superior, nos termos da lei;
- k) Aprovar o calendário académico do Subsistema do Ensino Superior e acompanhar a sua implementação;
- m) Propor a criação de instituições de ensino superior públicas, público-privadas e privado, bem como proceder o encerramento das mesmas, de acordo com a legislação em vigor;

- n) Aprovar a criação e o encerramento de cursos nas instituições de ensino superior públicas, público-privadas e privados;
- o) Elaborar propostas perspetivando o financiamento para as instituições de ensino superior, supervisionando as regras da sua aplicação;
- p) Realizar estudos sobre a expansão e equilíbrio da rede de instituições de ensino superior;
- q) Exercer a tutela sobre todas as instituições do ensino superior;
- r) Exercer as demais atividades que lhes forem conferidas por lei e determinadas superiormente;
- s) Exercer a tutela sobre todas as instituições do ensino superior;
- t) Exercer as demais atividades que lhe forem conferidas por lei e determinadas superiormente.

A conjunção de mecanismos de credibilidade e o efeito reputação constituem o fator chave para a efetividade do padrão de coordenação ao longo da cadeia da estrutura orgânica do Ministério do Ensino Superior compreendendo órgãos centrais de direção superior, consultivo, serviços de apoio instrumental, de apoio técnico, serviços executivos centrais e órgãos tutelados. Assim sendo e seguindo o Decreto Presidencial n.º 233/12, de 4 de Dezembro, tem-se:

a) Órgãos Centrais de Direção Superior:

Ministro

Secretário de Estado do Ensino Superior para a Supervisão

Secretário de Estado para o Ensino Superior para Inovação

b) Órgãos Consultivos:

Conselho Consultivo

Conselho Diretivo

Conselho Nacional das Instituições do Ensino Superior

c) Serviços Executivos Centrais:

Direção Nacional de Formação Graduada

Direção Nacional de Formação e Investigação Científica

Direção Nacional de Acesso, Orientação Profissional e de Apoio ao Estudante

Direção Nacional de Gestão e Formação de Quadros do Ensino Superior

d) Serviços de Apoio Técnico:

Secretária-geral

Gabinete Jurídico

Gabinete de Estudo, Planeamento e Estatística

Gabinete de Intercambio e Relações Internacionais

Gabinete de Inspeção de Ensino Superior

Centro de Documentação e informação

e) Órgãos de Apoio Instrumental:

Gabinete do Ministro

Gabinete dos Secretários de Estado

f) Órgãos Tutelados:

Instituto Nacional de Gestão de Bolsa de Estudo

Instituto Nacional de Avaliação, Creditação e Reconhecimento de Estudos do Ensino Superior.

Neste contexto o MES é dirigido pelo respetivo Ministro, que exerce poderes delegados pelo Presidente da República, na qualidade de titular de poder executivo, no exercício das suas funções é coadjuvado pelos Secretários de Estado a quem subdelega competências para acompanhar, tratar e decidir sobre assuntos relativos aos serviços que lhes forem afectos e nas suas ausências e impedimentos e sempre que julgue necessário, o Ministro subdelega o exercício das suas funções num dos Secretários do Estado.

1.3. Linhas mestras para a melhoria da gestão do subsistema do ensino superior e elevação da sua reputação

As várias fases em que o ensino superior teve em Angola, para elevar a sua reputação teve por base as seguintes linhas mestras, de acordo com a Secretaria de Estado do Ensino Superior:

a) Promover uma visão de desenvolvimento do subsistema de ensino Superior assente na noção abrangente e funcional de «escola» por forma a encorajar os principais atores a todos os níveis de gestão (onde intervêm instituições de ensino Superior Direção provinciais, Ministério da Educação, Governo provinciais, Ministério da Educação e outros órgãos do Governo) a serem elaborados na promoção da qualidade nas instituições de ensino Superior;

b) Adequar o estatuto orgânico do Ministério da Educação (ver Decreto Lei n.º 7/03, de 17 de Junho) por forma a reforçar a sua ação numa visão integrada de administração do sistema de educação e habilitar tanto os serviços já existente como os novos, cuja criação se julgue pertinente, de competências legais e meios humanos e materiais qualificados;

- c) Remeter para os serviços centrais do Ministério da Educação algumas competências ministeriais até aqui exercidas pela reitoria da Universidade Agostinho Neto, nomeadamente as referentes promoções da expansão do ensino Superior no País, ao reconhecimento e à concessão de equivalência de estudos feitos no exterior;
- d) Regular a legislação específica já existente sobre o Ensino Superior (Decreto n.º 35/1, de 8 de Junho Sobre os Estatutos das Instituições de Ensino Superior privado, Decreto Lei n.º 2/01, de Junho Sobre as Normas Gerais Reguladoras do Subsistema de Ensino Superior) por forma assegurar com eficácia o papel reitor do Ministério da Educação enquanto órgão de tutela das instituições de Ensino Superior;
- e) Institucionalizar as condições para imposição de limites às greves que atentam aos direitos legalmente reconhecidos de outros intervenientes no desenvolvimento das instituições de ensino Superior, bem como aos interesses superiores do Estado;
- f) Produzir, com base no quadro teórico atrás apresentado e nas lições tirada até aqui da gestão de instituições de ensino superior público e privado, uma nova legislação que facilite o desenvolvimento sustentado do subsistema de ensino superior em harmonia com o desenvolvimento dos demais subsistema de ensino e que propicie a promoção do sucesso, da excelência, do mérito e da qualidade tendo em conta o contexto de desenvolvimento nacional;
- g) Clarificar as competências dos diferentes intervenientes na gestão do subsistema de ensino superior (como instituições de ensino superior, Direções Provinciais de Educação, Governos provinciais, estruturas centrais do Ministério da Educação e demais órgãos do Governo e parceiros) e nesta base, promover uma melhor articulação das ações no quadro de uma visão de desenvolvimento sustentado do sistema de educação no seu todo;
- h) Adaptar plataformas que visam o enquadramento das parcerias em prol do desenvolvimento do ensino superior sejam estas parcerias estabelecidas com entidades singulares ou coletivas, estatais ou privadas, nacionais ou estrangeiras, instituições de ensino ou não (por exemplo com os Ministério, os Governos provinciais, as empresas, os bancos e outras instituições);
- i) Adotar um quadro de expansão do ensino, a nível nacional que sirva para absorver toda iniciativa de abertura de novas instituições de ensino superior seja qual for a natureza (estatal ou privada) ou a origem (nacional ou estrangeiras) da mesma, sendo para tal importante considerar os instrumentos de planeamento como, por exemplo classificador nacional e profissões de Angola, já elaborado conjuntamente pelo Ministério do Planeamento e o Ministério da Administração Pública, Emprego e Segurança Social e a estratégia de desenvolvimento nacional até 2025 em elaboração pelo Governo, sob coordenação do Ministério do Planeamento, entre outros;
- j) Instituir a aprovação regular pelo Ministério da Educação do plano de desenvolvimento de cada instituição de ensino superior, sendo um a longo prazo (por um período de dois ciclos completos de

formação) quando se trata de uma instituição por criar, um outro a médio prazo (por um período de um ciclo completo de formação) quando se trata de uma instituição já em funcionamento e ainda um outro a curto prazo (por um período de dois anos) quando se trata de operacionalizar os dois primeiros planos;

k) Redimensionar a Universidade Agostinho Neto de maneira a adequar ao estipulado na Lei de Bases do sistema de Educação (Lei nº 13/01 de 31 de Dezembro), prevendo a possibilidade de progressivamente autonomizar algumas das suas unidades orgânicas como Institutos Superiores e Escolas Superiores e promover os atuais centros universitários para universidades e os atuais polos para centros universitários;

l) Definir a situação legal de cada instituição de ensino superior, bem como de cada um dos seus cursos após avaliação criteriosa do seu funcionamento e da sua pertinência tendo em cota o contexto de desenvolvimento nacional;

m) Adotar um sistema sancionatório que tenha em conta a gravidade das transgressões cometida pelo atores do subsistema de ensino superior, por forma a dissuadir os atropelos a legislação e às normas reguladoras, contemplando penalizações como admoestação registada, a multa pecuniária que pode ser de percentagens diversas dos valores arrecadados das propinas aos reembolsos integral dos mesmo a suspensão temporária e o impedimento do exercício de atividade no sector e ainda a expulsão do território nacional para os estrangeiros, em ultimo caso o encarregado da instituição de ensino;

n) Adotar um sistema criterioso de financiamento que favoreça, por um lado, o desenvolvimento das instituições de ensino superior já existentes, e por outro, a criação de novas instituição de ensino superior por forma a privilegiar as provinciais atualmente desprovidas delas, integrando em si mecanismo de prestação de contas, seja ajuntada á especificidade da situação financeira devidamente comprovada de cada caso;

o) Adotar normas curriculares e pedagógicas por forma assegurar a eficiência, a pertinência e a relevância da formação a ser oferecida por cada instituição de ensino e a promover a busca permanente do sucesso da excelência, do mérito e da qualidade;

p) Adotar o sistema de dotação do recursos materiais como bibliografia, laboratórios e outros meios de ensino e equipamentos por forma apoiar a aplicação dos currículos estabelecidos, a prática do ensino, da investigação científica e da produção de alguns serviços;

q) Adotar medidas que visam melhorar articulação entre os diferentes subsistemas de ensino, nomeadamente, nos domínios dos currículos, da organização e gestão, da investigação científica das práticas metodológicas, etc., promovendo a colaboração entre os respetivos atores educativos e parceiros;

r) Adotar medidas que visam a promoção de parcerias entre as instituições do ensino superior e o mercado do emprego e as demais instituições da sociedade ainda entre as instituições do ensino

superior e instituições estrangeiras por forma a promover a qualidade dos currículos e da prática do ensino, da investigação científica e da produção de alguns serviços;

s) Adotar medidas que visam a promoção das condições de trabalho, particularmente, da condição salarial dos docentes tendo em conta experiências nacionais e estrangeiras julgadas pertinentes os limites razoáveis que impõem tanto respeito da lei como as possibilidades que oferecem situação macroeconómica e o contexto social do país;

t) Adotar uma estratégia de fortalecimento do corpo docente para o ensino superior que, ao lado das estratégias particulares de cada instituição de ensino, visam a melhoria da qualificação pedagógica académica, a gestão da carreira, recrutamento de nacionais e estrangeiros, o aumento dos efetivos nacionais em tempo integral afetos à cada instituição de ensino, a mobilidade entre instituições de ensino e avaliação de desempenho;

u) Adotar uma estratégia de formação de especialista nos domínios da planificação da educação, da estatística da educação, da economia da educação, do desenvolvimento curricular, da medida e avaliação das aprendizagens, da avaliação de sistemas educativos, das metodologias qualitativa e quantitativa de pesquisa científica, das tecnologias educativas, da educação comparada, da educação à distância, da biblioteconomia, da administração e da gestão universitária;

v) Adotar e aplicar com rigor necessário uma estratégia de formação de quadros e técnicos no exterior que sirva prioritariamente de complemento e de reforço da capacidade nacional de formação tendo em conta as características do subsistema do ensino superior do país;

w) Adotar uma estratégia de apoio social aos estudantes visando promover a igualdade de oportunidades e de sucesso escolar, tendo como beneficiários privilegiados os mais carentes (pela sua condição socioeconómica), os mais vulneráveis (pela sua condição de portador de deficiência) e os não residentes (provenientes de localidades ou cidades diferentes daquelas onde estão as instituições de ensino que frequentam) e visando ainda promover o civismo, o patriotismo e as atividades extracurriculares tais como a animação cultural, desportiva e outras, que concorram, nomeadamente, para a realização das finalidades educativas.

x) Adotar mecanismos permanentes de monitorização e inspeção do subsistema do ensino superior assentes na recolha e tratamento de informações partir das instituições de ensino promovendo a procura permanente do sucesso da excelência, do mérito e da qualidade;

y) Adotar um sistema de avaliação (interna e externa) da qualidade das instituições de ensino superior articulada com sistemas específicos de avaliação de qualidade de cada instituição de ensino visando todos os dispositivos educativos como finalidade da instituição, os perfis de saída, os currículos e corpo docente, os recursos financeiro, os recursos materiais, os recursos humanos, o processo de ensino-aprendizagem, a investigações científica, a organização e gestão, etc.;

z) Adotar uma estratégia de apoio social aos estudantes, com vista à promoção da igualdade de oportunidades e de sucesso escolar, tendo como beneficiários privilegiados os mais carentes (pela sua condição socioeconómica), os mais vulneráveis (pela sua condição de deficiência), e os não residentes (provenientes de localidades ou cidades diferentes daquelas onde estão as instituições de ensino que frequentam) e visando ainda promover o civismo, o patriotismo e as atividades extracurriculares tais como animação cultural, desportivas e outras que ocorram, nomeadamente, para a realização das finalidades educativas;

aa) Instituir um sistema de prestação de serviço nacional obrigatório a todo diplomado do ensino superior público que seja igualmente extensivo a todo o beneficiário de uma formação superior no exterior à custa do Estado e, em alguns casos, a diplomados do ensino superior privado priorizando as regiões mais necessitadas do país.

1.4. As alterações no Ensino Superior na última “década” em Angola

O Ensino Superior em Angola foi institucionalizado com a criação dos estudos Gerais Universitários de Angola, integrados na Universidade Portuguesa, a 21 de Agosto de 1962 (Decreto-Lei n.º 44530). Em 23 de Dezembro de 1968 foi determinada a transformação dos Estudos Gerais Universitários de Angola, na Universidade de Luanda (Decreto-Lei n.º 48798/76) sendo, em 1976, logo após a proclamação da independência de Angola, transformada em Universidade de Angola, através da Portaria n.º 77ª/76, de 28 de Setembro. Em 1985, a Universidade de Angola passou a chamar-se Universidade Agostinho Neto (UAN) em memória do primeiro Presidente de Angola e primeiro Reitor da Universidade de Angola (Decreto-Lei n.º 85, de 24 de Janeiro, DR n.º 9 I série de 28 de Janeiro de 1985). Segundo dados publicados pela UAN, em 2008, esta universidade havia formado somente três angolanos até 1975 e cerca de cinco mil de 1975 a 2002, altura em que se alcançou a paz efetiva.

Em seis anos de paz, entre 2002 a 2008 o número de licenciados duplicou. Também foi notória a melhoria de qualidade do corpo docente. A percentagem de docentes com o grau científico ou académico de Mestre (MSc) e Doutor (PhD) passou de cerca de 10% em 2001 para 20% em 2008 (Decreto Presidencial n.º 201/11 de 20 de Julho).

A questão da composição do quadro docente é ainda mais preocupante com o advento do ensino superior privado, dado que a maioria destas instituições não tem corpo docente próprio significativo, evidentemente o contributo que as instituições privadas tem dado para diminuição da pressão social o acesso ao ensino superior e a formação de técnicos superiores, o recurso ao corpo docente das instituições públicas para lecionar os seus cursos, cria um problema adicional. Aos docentes que se dispersam por atividades letivas em mais que uma instituição, não resta tempo para se dedicarem à investigação e desenvolvimento, seja nas instituições públicas ou nas privadas.

A criação em 2009, pelo Conselho de Ministros (Decreto n.º5/09 de 7 de abril), de novas instituições de ensino superior distribuídas em sete regiões académicas conforme a Figura 1 veio criar novas oportunidades de formação e desenvolvimento sustentável em Angola.

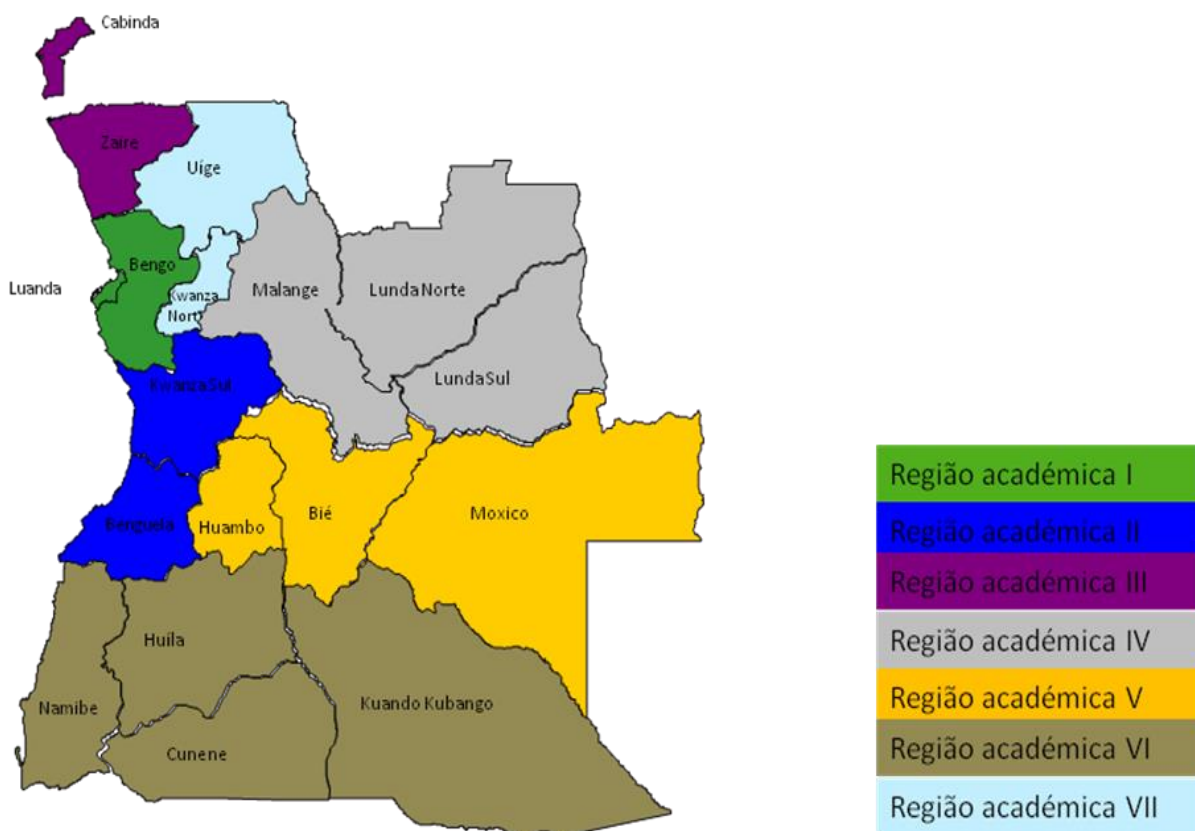


Figura 1: As 7 regiões académicas (Decreto n.º 5/09 de 7 de abril).

Dados de 2009, de acordo com o Decreto n.º5/09 de 7 de abril, apresentados na Tabela 1, indicam que as 7 universidades públicas e as 10 privadas (como por exemplo: Universidade Independente de Angola, Universidade Jean Piaget de Angola, Instituto Superior João Paulo II, Universidade Lusíada de Angola, Universidade Metodista de Angola, localizadas em Luanda) existentes comportavam cerca de 80 mil estudantes, dos quais quase 52 mil estavam matriculados em Instituições Públicas de Ensino Superior.

Sendo assim apresenta-se a distribuição por IES e as suas unidades orgânicas.

Tabela 1: As Instituições do Ensino Superior Público.

Região Académica	Instituição do Ensino Superior	Unidades Orgânicas
Região Académica I	Universidade Agostinho Neto (UAN)	ISCED e a Escola Superior Pedagógica do Bengo
Região Académica II	Universidade Katiavala Bwila (UKB)	Faculdades de Direito, Medicina e Economia, ISPKS
Região Académica III	Universidade 11 de Novembro	Quatro zonas de ensino e investigação, sede virada para as ciências da saúde, politécnicos
Região Académica IV	Universidade Lueji A'Nkonda	Faculdade de Direito, Faculdade de Economia, Escola Superior Politécnica, Escola Superior Pedagógica, Faculdades de Agronomia, de Medicina, e de Medicina Veterinária
Região Académica V	Universidade José Eduardo dos Santos (UJES)	Faculdades de Ciências Agrárias, Economia, Direito, Medicina, Medicina Veterinária; Institutos e Escolas Superiores Politécnico do Huambo, Politécnica do Bié, Politécnica do Moxico
Região Académica VI	Universidade Mandume Ya Ndemofayo	Escola superior pedagógica do Namibe; Escola Superior Politécnica de Menongue, da Huila, Ondjiva, Namibe; faculdade de Medicina Economia, Direito
Região Académica VII	Universidade Kimpa Vita	Faculdade de Direito, Economia, Escola Superior Politécnica do Uíge, Escola Superior do Kwanza Norte

De referir que o surgimento em Angola de várias instituições de ensino superior também contribuiu para diminuir a pressão para formação a no exterior. Em 2009 o Governo de Angola suportava a formação superior de 1500 estudantes angolanos no exterior do País.

Contudo, espera-se que o crescimento da oferta de ensino superior se faça acompanhar de melhorias significativas em termos de qualidade de ensino, tanto nos níveis de bacharelato e licenciaturas, como nos cursos de pós-graduação. Por isso, torna-se importante que o ensino superior em Angola esteja cada vez mais associado à investigação científica, que é a impulsionadora da qualidade de ensino e bastião do desenvolvimento sustentável de qualquer país.

Apesar destes desenvolvimentos, existe ainda uma acentuada falta de quadros altamente qualificados (ao nível de doutoramento), com incidência para as áreas de ciências básicas (Matemática, Física, Biologia, e Português), entre outras.

2. Reputação organizacional

2.1. Definição de reputação

De acordo com a empresa de consultadoria *Lift Consulting* (2014), reputação é o conjunto agregado de percepções que as pessoas têm de indivíduos ou organizações, que são formadas através das experiências pessoais, das mensagens retidas, bem como das conversas de terceiros a que estão expostas. No que diz respeito às organizações, a reputação resulta de percepções e interpretações dos *stakeholders* em relação às ações passadas e futuras dessas empresas. Por essa razão, os *stakeholders* tendem a apoiar mais ou menos uma empresa, consoante as percepções que têm desta: estão mais aptos a comprar produtos/serviços de empresas em quem confiam, a trabalhar para empresas que respeitam e a recomendar empresas de quem gostam. Ainda de acordo com a mesma consultora, em geral, a reputação de uma empresa é influenciada pela experiência pessoal dos *stakeholders* no contacto com a comunicação e iniciativas de relações públicas da empresa, pela imagem transmitida pelos órgãos de comunicação social, assim como pela estrutura e estratégia internas da empresa. Na verdade, todas as faces da empresa são possíveis emissores de mensagens e todas elas capazes de provocar diferentes percepções e interpretações que, com maior ou menor impacto, estão diariamente a construir a reputação da empresa.

Se considerarmos que a marca é a promessa da empresa, então a reputação será construída através de uma resposta eficaz no cumprimento da promessa. Nesse sentido, podemos dizer que a empresa detém uma marca, mas que a reputação é detida pelos *stakeholders*. A reputação pode ser entendida como um crédito de confiança adquirido pela organização, estando esse crédito associado a um bom nome, familiaridade, boa vontade, credibilidade e reconhecimento (Lift Consulting, 2014).

Uma reputação negativa pode significar crédito limitado ou até mesmo nenhum crédito na linha dos *stakeholders* e, mais do que uma ameaça, pode representar uma real rotura entre empresa e ambiente

(Thomaz, 2010). Uma reputação favorável aumenta a distinção da organização, agregando-lhe vantagem competitiva, por não ser facilmente copiada (Balmer & Greyser, 2003). Por outro lado, é um recurso frágil, que não pode ser comprado e pode facilmente sofrer sérios impactos, necessitando de uma gerência adequada.

De acordo com Post e Griffin (1997, p. 165) a reputação “está diretamente ligada às políticas e práticas corporativas enquanto percebidas pelos seus *stakeholders*”. Os mesmos autores referem que a mesma é alimentada pelo desenvolvimento da identidade e da imagem, e pela coordenação de atividades que reforcem mensagens para o público acerca da empresa; contudo, está sujeita à exposição a fatores desfavoráveis, que podem debilitá-la. A reputação “indica um juízo de valor acerca dos atributos da empresa” (Gray & Balmer, 1998, p. 697). Geralmente, “evolui ao longo do tempo, em resultado de uma performance consistente, reforçada por uma comunicação efetiva” (Gray & Balmer, 1998, p. 697). “Ela é um indicador do mérito ou valor de uma empresa” (Bromley, 2000, p. 240).

O valor da reputação é, cada vez mais, reconhecido unanimemente, tanto a nível académico como a nível empresarial (Gray & Balmer, 1998; Fombrun, 2000). Hall (1993) defende que a reputação deveria receber atenção constante por parte dos gestores, uma vez que representa um recurso frágil, que “demora tempo a ser criado, não pode ser comprado e pode ser facilmente danificado” (p. 616). Uma boa reputação pode proporcionar inúmeras vantagens, como melhorar a performance de uma empresa, criar barreiras à entrada de novos concorrentes (Deephouse, 2000), aumentar a retenção de colaboradores e a satisfação e lealdade de clientes (Chun, 2005) e até mesmo assegurar a sobrevivência de uma empresa (Gray & Balmer, 1998), atraindo diversos *stakeholders* e constituindo uma vantagem competitiva sustentada (Walker, 2010).

2.2. Imagem e Identidade de uma marca

Segundo Kapferer (2004) por marca pode entender-se o nome, termo, sinal, símbolo, desenho ou uma combinação destes elementos que pretenda identificar os produtos ou serviços e diferenciá-los da concorrência. Ao procurarem ser um fator diferenciador importante para os consumidores, as marcas devem ser estrategicamente geridas, de modo a criarem um reconhecimento e uma identificação que as tornem individualizáveis ou únicas no espírito do consumidor.

De referir que ela é mais que um mero nome ou símbolo, a marca deve ser uma síntese de todas as ações mercadológicas que procuram satisfazer os desejos e necessidades do consumidor. Para os distribuidores, a imagem das marcas comercializadas deve estar em consonância com a imagem pretendida para a posição de procura. E, na medida em que elas identificam produtos, permitindo comparar qualidades e preços, quando conhecidas garantem a satisfação dos consumidores e a repetição da compra (Kapferer, 2004).

As marcas identificam, garantem, estruturam e estabilizam a oferta. A sua notoriedade facilita a sua integração, na medida em que são uma espécie de linguagem universal que reduz a incerteza e o risco de quem adquire os produtos. As marcas são fundamentais em termos de estratégia de diferenciação dos produtos, como fonte de informação e de valores, estabelecendo com os seus consumidores uma plataforma de relação afetiva, emocional e por vezes até pouco racional. As marcas protegem o fator inovação através da exclusividade, protegendo também os produtos das imitações. As marcas atribuem aos produtos significados e símbolos, pois possuem programas genéticos e estabelecem com os seus consumidores um compromisso de fidedignidade e de expectativas que as podem tornar verdadeiras memórias vivas ao longo do tempo. Todas estas afirmações tiveram por base opiniões apresentadas por (Kapferer, 2009).

No fundo, as marcas estabelecem com os mercados contratos de responsabilidade nos quais assumem: 1) a monitorização das suas necessidades e expectativas; 2) uma existência tecnologicamente pró-ativa; 3) o controlo de volumes e qualidade; e 4) a atribuição de significado e conteúdo a uma identidade.

Por outro lado a identidade da marca é um conceito relativamente recente, tal como as normas da sua identidade visual, ou seja, da sua imagem, sendo o conceito de identidade formado basicamente por três qualidades: a durabilidade, a coerência e o realismo. Kapferer (2009) representou a identidade da marca através de um prisma de seis faces das quais três estão voltadas para a externalização (a física ou racional, a do relacionamento e a da reflexão do cliente) e as restantes para a internalização (a personalidade, a cultura e a auto imagem), conforme a Figura 2.

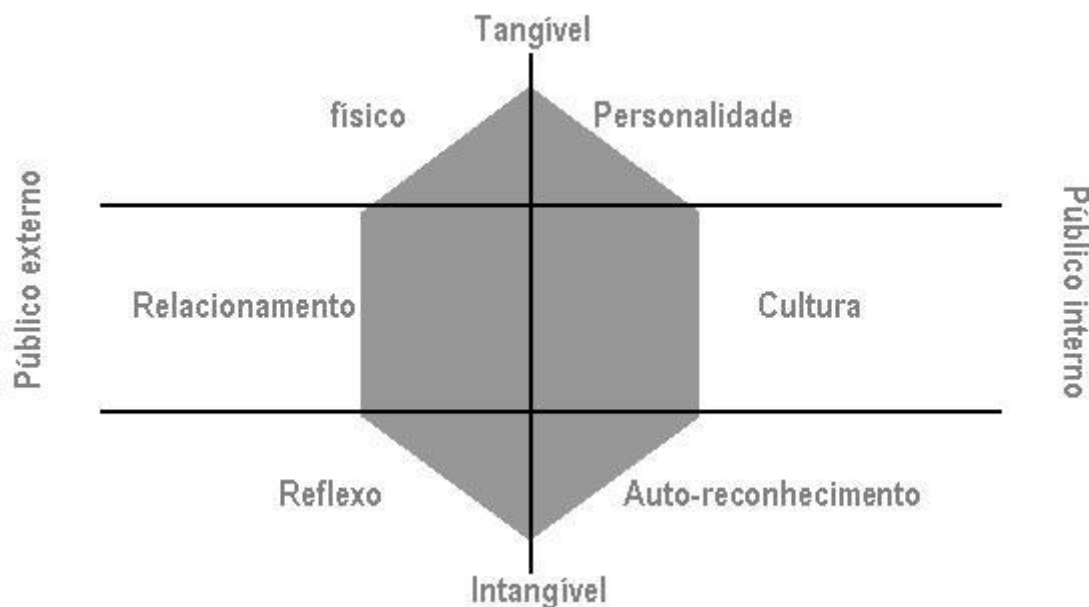


Figura 2: A identidade de uma marca (Kapferer, 2009).

Este prisma de identidade permite examinar a marca de forma a detetar as suas forças e fraquezas e a elaborar um diagnóstico de avaliação.

Kapferer (2009) argumenta que as fontes de identidade de uma marca decorrem dos ideais e valores que ela pretende transmitir e dos atributos que a podem tornar única através dos seus produtos, estes são, assim, a sua primeira fonte de identidade, à qual se segue o nome, que procura corresponder às suas intenções e promessas e que é, sem dúvida, a mais poderosa das suas fontes de identidade. “O nome diz tudo”. Por outro lado, a identidade da marca deve possuir um significado, não podendo ser apenas uma palavra ou um conceito e devendo criar um território de comunicação através da conjugação das linguagens oral e visual.

As marcas não são os produtos. Os produtos podem ser copiados, as marcas não. E se são as fábricas dos produtores que fazem os produtos, é a mente dos consumidores que faz as marcas. Logo, o valor de uma marca é medido pela notoriedade que ela possui, ou seja, pelo número de pessoas no mundo que a conhecem só pelo nome e sabem o que significa e representa. E a notoriedade depende do posicionamento que a marca possui.

2.3. Reputação e a sua Mensuração

Partindo do pressuposto de que a reputação organizacional é caracterizada por um certo nível de familiaridade com a organização, pelas crenças sobre o que se pode esperar dela ou dos seus produtos no futuro e das impressões da aparência organizacional como um todo, isso remete que a avaliação da reputação está intrinsecamente ligada a informações que os avaliadores sabem sobre a organização.

Neste contexto, Aaker (1997) desenvolveu a escala da personalidade da marca - recorrendo ao uso da metáfora da personificação ao propor uma escala de mensuração da personalidade da marca. Este conceito é definido como “um conjunto de características humanas associadas a uma marca” (p. 348). A escala de Aaker é composta por 42 itens agrupados em cinco fatores: sinceridade, excitação, competência, sofisticação, e rudeza. Desta forma, outras escalas foram surgindo sendo que Davies, Chun, Silva e Roper (2001) referem que as inter-relações entre as perspetivas externa e interna da reputação corporativa foram exploradas, mas nenhum estudo conseguiu medir ambas as perspetivas em simultâneo com o mesmo instrumento de medida.

Assim sendo, Davies, Chun, Silva e Roper (2004) desenvolveram a Escala de Caracter Corporativo (ECC), onde os autores propõem uma escala tendo por base a metáfora da personificação, que permite mensurar, em simultâneo, a imagem (perspetiva dos *stakeholders* externo e a identidade (perspetiva dos colaboradores), permitindo verificar se existem discrepâncias entre ambas. Este instrumento será explicado, em mais detalhe, no ponto 2.5.

2.4. Reputação e Satisfação dos Consumidores numa Instituição Académica

A satisfação dos clientes é uma questão de sobrevivência para toda e qualquer organização, não simplesmente uma questão de opção.

Muito tem sido realizado por parte das organizações no sentido de colocar o cliente como foco central de suas estratégias, visando o objetivo comum de todas as empresas: atender às necessidades de seus clientes para maximizar a satisfação dos mesmos, objetivando com isto uma maior fidelidade por parte dos clientes, validando, assim uma das conclusões a que chegou Fornell (1992), em estudos nesta área: “clientes fiéis não são necessariamente satisfeitos, mas os clientes satisfeitos tendem a ser fiéis”.

Segundo Oliver (1997), a satisfação do consumidor “é resposta de realização, onde ele é que julga quão bem as características de uma oferta (bem e/ou serviço) proporcionou, ou está proporcionando, um nível prazeroso da realização relacionada ao consumo”. A satisfação do consumidor é vista produzindo consequências positivas e negativas que podem determinar o sucesso ou fracasso das organizações de mercado, tanto imediatas, como queixas e elogios, quanto de longo prazo, como a lealdade do consumidor e o lucro (Oliver, 1992). A lealdade do consumidor consiste em uma intenção de comportamento relativo ao produto (ou serviço) ou à empresa fornecedora, incluindo diversas possibilidades de ação do consumidor.

Criar uma clientela fiel mediante as exigências e mudanças de um mercado consumidor atual é, cada vez mais, um desafio para todo tipo de organização que se preocupa, não somente com a competitividade, mas com a permanência no mercado. A fidelidade é afetada por vários fatores tais como experiências vividas, emoções, sentimento, expectativas, percepções e outros. Mediante a complexidade em explicar o constructo fidelidade pode-se identificar quatro principais grupos de fatores que afeta a relação dos clientes com o produto; (1) características e qualidades próprias percebidas do produto; (2) experiência pessoal do cliente; (3) qualidade do atendimento, na venda ou pós-venda, e os serviços agregados ao produto; (4) imagem da empresa e atributos associados à marca que garante o produto.

Por estas razões, a satisfação do consumidor é vista como elemento crucial para o sucesso de uma organização, sobretudo por ter efeito direto sobre a lealdade à marca, repetição de compras, comunicação boca a boca positiva, lucratividade e participação de mercado (Oliver, 1992).

2.5. Mensuração da Reputação através da Escala de Carácter Corporativo

O instrumento de medição utilizado, mais frequentemente pela maioria dos investigadores/organizações, foi o desenvolvido por Aaker no seu trabalho de investigação de 1997, com o título "Dimensões da personalidade de marca". A autora construiu um quadro dimensional para descrever e medir a "personalidade" de uma determinada marca, onde cada dimensão era dividida em conjunto de facetas.

Com objetivo de melhorar a escala de Aaker (1997), Davies et al. (2004) desenvolveram a Escala de Carácter Corporativo, também seguindo uma linha de pesquisa que mede a personalidade através da metáfora da personificação. Os autores acreditam que as metáforas podem ajudar a compreender uma ideia complexa como o conceito da marca, podem estimular as associações entre ideias novas e convidam o consumidor a ligar duas ideias. Nesta escala os consumidores são convidados a imaginar que a empresa/marca, ganha vida como se fosse uma pessoa e descrevê-la, manifestando a sua concordância ou discordância através de uma escala de cinco pontos de *Likert*, utilizando os 49 itens propostos pelos autores.

A escala final, conforme apresentada na Tabela 2, é composta por 49 itens organizadas em 14 facetas, distribuídas em sete dimensões sendo estas: 'Concordância', 'Empreendedorismo', 'Competência', 'Elegância', 'Severidade', 'Informalidade' e 'Machismo'. Isto significa que as empresas tendem a ser vistas tanto como competentes e concordantes, machistas, severas, elegantes, empreendedoras e informais.

Segundo os autores, se uma marca é considerada como uma pessoa, implica que uma marca pode ter emoções e traços de personalidade, pode ser distinta dos seus concorrentes e pode inspirar relacionamentos. Para Chun (2005), uma vantagem da escala de carácter corporativo é o facto de esta ser válida para medir não só a imagem bem como a identidade da marca. Davies e Chun (2006) defendem que, a cadeia da reputação liga a identidade da empresa à satisfação e lealdade dos seus colaboradores e a imagem da empresa à satisfação e lealdade dos clientes, permitindo verificar discrepâncias existentes entre ambas.

Na tabela seguinte apresentam-se as dimensões, facetas e respetivos itens que deram origem à construção da Escala de Carácter Corporativo (ECC).

Tabela 2: Dimensões e Facetas da Escala de Caráter Corporativo.

Dimensão	Faceta	Itens
Concordância	Calorosa	Amigável, Direta, Aberta, Agradável
	Empática	Tranquilizadora, Disponível para ajudar, Concordante, Interessada
	Íntegra	Honesta, Sincera, De confiança, Socialmente Responsável
Empreendedorismo	Moderna	Na moda, Fixe, Jovem
	Aventureira	Excitante, Imaginativa, Atual, Inovadora
	Ousada	Ousada, Extrovertida
Competência	Responsável	Fiável, Trabalhadora, Segura
	Líder	Orientada para o sucesso, Ambiciosa, Dominante
	Tecnocrata	Técnica, Empresarial
Elegância	Elegante	Charmosa, Com estilo, Elegante
	Prestigiada	Exclusiva, Refinada, Com prestígio
	<i>Snob</i>	<i>Snob</i> , Elitista
Severidade	Egoísta	Egoísta, Arrogante, Agressiva
	Dominadora	Autoritária, Controladora, Centrada nela própria
Informalidade	-	Casual, Simples, Fácil de lidar
Machismo	-	Masculina, Dura, Agreste

Fonte: Adaptado de Davies et al. (2004, p. 136).

Tendo por base a informação apresentada na tabela anterior, seguidamente apresenta-se a explicação da construção da ECC.

Quanto às dimensões da ECC, como as organizações são compostas de pessoas, os autores deduziram que as dimensões da personalidade poderia ser uma fonte de medidas de caráter. A personalidade humana pode ser descrito usando as dimensões do 'Big 5', rotulados como: socialização, extroversão, abertura à experiência, consciência e neuroticismo. Socialização reflete "Confiança" (Costa & McCrae, 1995), uma construção que é frequentemente usado para avaliar a reputação interna e externa das empresas.

A dimensão também tem sido rotulado como simpatia, cordialidade, conformidade social, ou amor e está negativamente associado com 'agressividade e arrogância' (Barrick & Mount, 1993). Extroversão é frequentemente associada com ser 'sociável, gregário, assertivo, falante e ativo' (Barrick & Mount, 1991). Hogan (1986) interpreta como extroversão, incluindo dois componentes, a ambição (iniciativa, ambição e impetuosa) e sociabilidade (sociável, exibicionistas e expressivos).

Alguns traços que são normalmente associados com a dimensão são: ser criativo, culto, curioso, original, de mente aberta, inteligente e artisticamente sensível (Barrick & Mount, 1991) e uma necessidade de variedade e valores não convencionais (McCrae & John, 1992).

Alguns pesquisadores afirmam que a consciência reflete principalmente confiabilidade e, como tal, ser 'cuidadoso, meticuloso, responsável e organizada' (Barrick & Monte, 1991). Digman (1990) também fornece evidências sugerindo que além disso a esses traços, consciência envolve variáveis volitivas, como 'dura de trabalho, orientada realização e perseverante'. Neuroticismo tem sido chamado de estabilidade emocional com traços associados de estar "ansioso, deprimido, irritado, envergonhado, preocupado e inseguro" (Barrick & Mount, 1991). Com a exceção de neuroticismo, muitos dos itens associados às dimensões da personalidade humana parecem relevantes como descrições das organizações.

3. Reputação do ISPKS na Perspetiva dos Estudantes

3.1. Objetivos do Estudo e Hipóteses de Investigação

3.1.1 Objetivos do estudo

O presente estudo tem como principal objetivo mensurar a reputação do Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul, sob o ponto de vista dos estudantes.

Para além deste, são também objetivos específicos deste estudo:

- a) Comparar a perceção dos estudantes relativamente à reputação/personalidade do ISPKS, por áreas científicas (ciências agrárias, ciências empresariais e ciências de saúde);
- b) Aferir a percentagem de alunos dos Cursos que prosseguem para as licenciaturas ministradas no ISPKS (Compromisso);
- c) Identificar os motivos que levam os estudantes a matricularem-se no ISPKS;
- d) Identificar os meios de comunicação mais utilizados pelos estudantes para a escolha e seleção do curso que frequentam;
- e) Analisar a relação com o ISPKS e a reputação corporativa;
- f) Identificação dos fatores de satisfação e de compromisso com o ISPKS;
- g) Identificar o perfil do estudante do ISPKS que se encontra satisfeito com a instituição, face a um conjunto de características individuais e institucionais, as facetas e as dimensões do ISPKS identificadas pelos estudantes.

3.1.2 Hipóteses de investigação exploratórias

A. Hipóteses de investigação para analisar a reputação do ISPKS

Assim, tendo em conta a natureza exploratória do estudo e no sentido de dar resposta aos seis primeiros objetivos referidos anteriormente estabeleceram-se as seguintes hipóteses de investigação:

Hipótese de Investigação 1: A reputação do ISPKS é positiva na perspetiva dos estudantes;

Hipótese de Investigação 2: Existem diferenças estatísticas de reputação percebida pelos estudantes das diferentes áreas científicas/cursos relativamente ao ISPKS, por dimensão;

Hipótese de Investigação 3: Existe um sentimento de compromisso dos estudantes para com o ISPKS;

Hipótese de Investigação 4: Identificação de cinco motivos que mais influenciaram a escolha do ISPKS;

Hipótese de Investigação 5: Identificação dos meios de comunicação que auxiliaram a escolha do ISPKS;

Hipótese de Investigação 6: Existem uma relação positiva entre a Reputação do ISPKS e a Satisfação Global do estudante;

Hipótese de Investigação 7: Existem uma relação positiva entre a Reputação do ISPKS e as diferentes dimensões da escala corporativa;

Hipótese de Investigação 8: Os estudantes encontram-se globalmente satisfeitos com o ISPKS.

B. Hipóteses de investigação para identificação do perfil do estudante satisfeito

Relativamente ao objetivo de identificar o perfil do estudante do ISPKS que se encontra globalmente satisfeito com a instituição - face a um conjunto de características individuais e institucionais, as facetas e as dimensões do ISPKS identificadas pelos estudantes - estabeleceram-se as seguintes hipóteses de investigação:

Hipótese de Investigação 9: As características individuais dos estudantes explicam a satisfação global em relação à instituição;

Hipótese de Investigação 10: A frequência de um curso específico influencia a satisfação global do estudante em relação ao ISPKS;

Hipótese de Investigação 11: Alunos que escolhem ISPKS como primeira opção para estudar estão globalmente mais satisfeitos com a instituição;

Hipótese de Investigação 12: A satisfação global do estudante depende da satisfação do mesmo com alguns aspetos particulares que identifica na instituição;

Hipótese de Investigação 13: A forma como a instituição se dá a conhecer ao aluno determina o seu nível de satisfação global;

Hipótese de Investigação 14: Alunos mais satisfeitos recomendam a instituição a outros;

Hipótese de Investigação 15: As facetas que caracterizam o ISPKS determinam o nível de satisfação do estudante;

Hipótese de Investigação 16: As dimensões que caracterizam o ISPKS determinam o nível de satisfação do estudante.

3.2. Contexto da Investigação

O Instituto Superior do Politécnico do Kwanza Sul, abreviado por ISPKS, criado pelo Decreto n.º 7/09 de 12 de Maio, é nos termos da lei. Uma pessoa coletiva de direito público com estatuto de instituto público e goza de autonomia científica, pedagógica, administrativa, financeira, disciplinar e patrimonial.

O ISPKS é de âmbito provincial e desenvolve as suas atividades académicas e pedagógicas na Província do Kwanza Sul, onde tem a sua sede.

O ISPKS é uma instituição de ensino integrado no subsistema de ensino superior, que tem como missão o desenvolvimento das atividades de ensino, investigação científica e prestação de serviço à comunidade através da promoção, difusão, criação, transmissão da ciência e cultura, bem como a promoção e realização de investigação em três áreas de conhecimento.

O ISPKS é uma Instituição de Ensino Superior público, vocacionado para a promoção do ensino e investigação científica, bem como para a criação, transmissão e difusão da cultura, da ciência e da tecnologia, em prol da sociedade angolana, em particular da comunidade em que está inserida.

Na prossecução dos objetivos a que se propõe, o ISPKS tem as seguintes atribuições (Decreto n.º 7/09 de 12 de Maio):

1. Assegurar a formação humana, cultura, artística, profissional, científica, moral e social de qualidade e de excelência;
2. Oferecer cursos de graduação e de pós-graduação integrados em três áreas de conhecimento;
3. Conferir grau académico de Bacharel, Licenciatura, Mestrado e Doutoramento;
4. Organizar cursos de pós-graduação académica e profissional;
5. Atribuir diplomas e certificados para os cursos de curta duração e diplomas de estudos superiores especializados;

6. Promover a concessão de bolsa de estudo aos docentes, discentes e trabalhadores da instituição;
7. Desenvolver atividades de investigação científica e tecnológica;
8. Conservar e valorizar o seu património científico, cultural, artístico e natural;
9. Promover o intercâmbio cultural, científico e técnico com instituições congéneres nacionais e estrangeiras, bem como as demais instituições vocacionadas para o desenvolvimento da ciência e tecnologia;
10. Garantir a liberdade académica, de criação científica, cultural, artística, tecnológica e de inovação.

Verificou-se um forte crescimento desta Instituição, uma vez que iniciou a sua atividade com apenas três cursos de Bacharelato e atualmente conta com cinco cursos em funcionamento já com grau de licenciatura conforme a Tabela 3.

Tabela 3: O ISPKS tem vindo a ministrar as seguintes ofertas.

Cursos	Grau	Objetivo Geral	Duração
Agronomia	Bacharel Licenciado	Formar um Engenheiro Agrónomo capaz de dar respostas às necessidades de produção agrícola com uso de tecnologias avançadas, integradas e sustentáveis	3 + 2 Anos Bietápico
Enfermagem	Licenciado	Formar licenciados em Enfermagem, preparado para dedicar atenção integral visando a prevenção, recuperação, reabilitação e de proteção do meio ambiente na aplicação dos cuidados às pessoas sãs ou doentes, às famílias e à comunidade.	5 Anos
Zootecnia	Bacharel Licenciado	Formar integralmente um profissional com um horizonte ético e cultural válido, dotado de conhecimentos mais avançados e comprometido com o desenvolvimento da zootecnia no país	3+2 Anos Bietápico
Contabilidade e Gestão	Licenciado	Visa a formação de profissionais devidamente habilitados para o exercício de funções do mais alto nível, podendo atuar na área de contabilidade em Instituições públicas na direção administrativa e financeira	5 Anos
Gestão Agrária	Bacharel Licenciado	Visa a formação de profissionais devidamente habilitados para o exercício de funções do mais alto nível, podendo atuar na área de Direção e Gestão em Empresas agrárias, comerciais e de serviços, Instituições publicas relacionadas com agricultura	3+2 Anos Bietápico

3.3. Metodologia de Investigação

O presente estudo é de natureza exploratória e quantitativa. Para a recolha da informação aplicou-se um inquérito por questionário, após autorização do Diretor Geral do ISPKS (Anexo 1), aos estudantes que se encontram a frequentar o ISPKS, nos diferentes cursos e anos curriculares, bem como aos estudantes que tendo frequentado o ano anterior o Bacharelato prosseguiram para as Licenciaturas.

3.3.1. População/Amostra

Tendo esta investigação como objetivo principal analisar a reputação do Instituto Superior Politécnico do Kwanza Sul; definiu-se como população a estudar os estudantes que se encontravam a frequentar o ISPKS, bem como aqueles que tendo frequentado no ano anterior prosseguiram para as Licenciaturas, totalizando um universo de 1.146 estudantes (Tabela 4).

Tabela 4: População vs Amostra no ano letivo 2013.

	População		Amostra Inicial	Amostra Final	
	Frequência	%	Frequência	Frequência	%
Agronomia	152	13,3	59	56	15,0
Zootecnia	149	13,0	59	51	13,7
Gestão Agraria	151	13,2	59	55	14,7
Enfermagem	206	18,0	81	77	20,6
Contabilidade e Gestão	488	42,6	192	134	35,9
Total	1.146	100%	450	373	100%

Na tabela anterior pode observar-se que o universo é constituído por um total de 1.146 estudantes matriculados e distribuídos pelos diferentes cursos, tal como referido anteriormente.

Os questionários foram distribuídos, com a ajuda de alguns docentes, na sala de aulas, após as provas de avaliação, de cada unidade curricular, que decorriam no mês de Dezembro (final do ano letivo). De referir que os questionários foram distribuídos pelos cursos de acordo com a proporção de estudantes matriculados em cada curso, pelo que todos os indivíduos pertencentes ao universo tinham igual oportunidade de integrar a amostra e participar, assim, no presente estudo.

A proposta de trabalho tinha por objetivo a realização de um estudo empírico, através da aplicação de um inquérito por questionário a 450 estudantes, que frequentam o ISPKS, assumindo um erro amostral inicial para o cálculo da amostra de 3,6%, para um nível de significância de 5%.

Porém, como alguns estudantes já tinham aprovado à unidade curricular durante o semestre não se encontravam a realizar as provas de avaliação, pelo que a amostra do presente estudo totalizou 378 estudantes. Uma vez que apenas foram rececionados 378 questionários o erro amostral final foi de

4,13%, assumindo um intervalo de confiança de 95%. Ainda, de salientar que tendo sido rececionados 378 questionários, cinco não responderam à questão qual o curso que frequentavam, pelo que na tabela anterior apenas estão registadas 373 respostas.

3.3.2. Instrumento de Recolha de Dados

Das várias técnicas de pesquisa existentes e de acordo com o estudo pretendido considerou-se que o inquérito por questionário seria o instrumento de pesquisa mais adequado. A elaboração dos questionários assenta nos objetivos e questões de investigação previamente apresentados.

O instrumento de recolha de dados utilizado encontra-se estruturado em três secções distintas (ver Anexo 2). No início de cada secção são facultadas instruções de preenchimento. O questionário engloba uma breve introdução, que explica a natureza do estudo, a importância da colaboração dos respondentes, a confidencialidade e o anonimato dos inquiridos. Na primeira secção, são solicitados o perfil demográfico dos estudantes e informação complementar, de forma a caracterizar os estudantes que responderam aos questionários, bem como o curso que se encontram a frequentar.

A segunda secção visa aferir a personalidade da instituição, em termos de reputação. Para o efeito, foi sugerido aos inquiridos que imaginem que o ISPKS se materializa numa pessoa e que a classificassem, através dos 49 itens da Escala de Carácter Corporativo (Davies et al., 2004), a personalidade do ISPKS. Pretende-se, deste modo, mensurar a reputação da instituição, na perspetiva dos estudantes.

Na terceira secção, pediu-se aos participantes que forneçam informação sobre a sua satisfação quanto à instituição escolhida.

Na segunda e terceira secções recorreu-se a escalas de *Likert* de 5 pontos, em que o valor 1 refere-se à situação mais desfavorável/baixa e o valor 5 à situação mais favorável/alta.

Para o efeito, os questionários foram administrados pessoalmente e distribuídos por 4 pessoas entre os dias 02 à 04 de Dezembro de 2013, no ISPKS.

3.3.3. Consistência Interna do Instrumento de Recolha de Dados

A análise de consistência interna permite estudar as propriedades de escalas de medida e as questões que as compõem. O procedimento utilizado calcula medidas de consistência interna da escala e também fornece informação sobre as relações entre itens individuais numa escala.

O *Alfa de Cronbach* é um indicador de consistência interna, que se baseia na correlação inter-item, sendo o modelo mais utilizado nas ciências sociais para verificação de consistência interna e validade de escalas (Cronbach, 1951). Este indicador mede a fidelidade ou consistência interna de respostas para um conjunto de variáveis correlacionadas entre si, ou seja, como um conjunto de variáveis

representam uma determinada dimensão. Quando os dados tiverem uma estrutura multidimensional, o *Alfa de Cronbach* será baixo. Se as correlações inter-variáveis forem altas, então há evidência que as variáveis medem a mesma dimensão (Cronbach, 1951).

Note-se que um coeficiente de consistência interna, na maioria das aplicações de Ciências Sociais, superior a 0.90 é considerado 'muito boa', entre 0.80 e 0.90 é considerada como 'boa' e um coeficiente de consistência interna entre 0,70 e 0.80 é considerado como aceitável. Em alguns estudos admitem-se valores de consistência interna de 0,60 a 0,70, o que segundo a literatura é 'fraca', (Cronbach, 1951).

Tabela 5: Análise da Consistência Interna do Instrumento de Recolha de Dados.

N.º de Itens/Facetadas/Dimensões	<i>Alfa de Cronbach</i>	Consistência
49 Itens (ECC)	0,951	Muito Boa
14 Facetas (ECC)	0,923	Muito Boa
7 Dimensões (ECC)	0,887	Boa
10 Itens (Relação com o ISPKS)	0,900	Boa

Nota: ECC - Escala de Carácter Corporativo.

Pelos resultados obtidos pode dizer-se que se atingiu uma Boa e Muito Boa consistência interna, para cada uma das situações em análise e apresentadas na tabela anterior.

3.3.4. Tratamento dos Dados

Para dar resposta aos objetivos e hipóteses de investigação definidas e já apresentadas, foram utilizadas técnicas e métodos estatísticos tais como: técnicas de análise exploratória/descritiva (apresentação de tabelas de frequências, gráficos e medidas de localização e dispersão), testes paramétricos e não paramétricos (teste *t-Student*, *One-Way ANOVA*, teste *Tukey* e coeficiente de *Pearson*), Modelo *Logit*.

De seguida apresenta-se de uma forma sumária cada uma das técnicas referidas e que vão servir de suporte ao tratamento dos dados recolhidos. A saber:

A - Estatística Descritiva Exploratória e Análise Inferencial

A análise descritiva exploratória vai permitir fazer uma caracterização da amostra do estudo.

Na análise descritiva e inferencial do presente estudo pretende-se dar resposta à 1.^a, 2.^a, 6.^a, 7.^a e 8.^a hipóteses de investigação. Para tal, tendo por base sempre a não violação de pressupostos vai aplicar-se testes paramétricos; nomeadamente o *t-Student* no sentido de analisar se existem diferenças entre médias para uma amostra independente, *One-Way Anova*, para comparar médias entre três ou mais amostras independentes, o teste de *Tukey* para fazer análises comparativas múltiplas e o coeficiente de *Pearson* para analisar a relação existentes entre variáveis.

Para a aplicação dos testes paramétricos os pressupostos inerentes aos mesmos, para três ou mais amostras independentes, existe a necessidade da dimensão da amostra, por amostra independente, ser superior ou igual a 30 elementos, verificar se segue a distribuição normal, recorrendo-se ao teste de *Kolmogorov-Smirnov* e verificar se as variâncias eram homogéneas para amostras independentes, utilizando o teste *Levene*. Para a obtenção do coeficiente de *Pearson* existe a necessidade de testar a normalidade (Maroco, 2011).

B - Modelação econométrica: Modelo *Logit*

A regressão logística é uma técnica estatística que tem como objetivo produzir, a partir de um conjunto de observações, um modelo que permita a previsão da probabilidade de ocorrência de valores assumidos por uma variável categórica, frequentemente binária, a partir de uma série de variáveis explicativas contínuas e/ou binárias (Agresti, 1996).

Esta técnica, também conhecida como regressão logística, tem vindo a ser cada vez mais aplicada para descrever a relação entre um conjunto de variáveis explicativa e uma variável que se pretende perceber e que pode assumir dois resultados possíveis (Hosmer & Lemeshow, 2000). Um resultado que assume o valor zero (0), quando não ocorre o evento que se pretende estudar, e assume o valor um (1) quando se constate a ocorrência do evento. No caso concreto deste trabalho o evento que se pretende explicar é a satisfação dos alunos que frequentam o ISPKS.

Para explicar o evento serão analisados variáveis relativas ao conjunto de indicadores sócio institucionais que caracterizam os alunos e a sua relação com a instituição, as facetas do ISPKS identificadas pelos alunos assim como as dimensões do ISPKS também identificadas por eles – estas são as variáveis explicativas da satisfação do aluno em relação à instituição. A relação entre cada uma das variáveis explicativas e a satisfação demonstrada pelos alunos será analisada individualmente tendo em conta o seguinte modelo *logit* univariado geral:

$$Y = \text{logit}(p) = \ln \frac{p}{1-p} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \varepsilon \quad (1)$$

Sendo que $P = Prob(Y = 1)$ e $p/1-p$, o rácio da probabilidade, ou *odd-ratio*, como conhecido na literatura internacional. Tendo em conta o modelo, a probabilidade é estimada pelas expressões que se seguem:

$$p = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X_1}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X_1}} = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X_1)}} \quad (2)$$

Onde β_0 e β_1 são os coeficientes estimados pelo modelo de regressão logística. Os coeficientes estimados pelo *logit* não possuem interpretação económica direta. Para obter o significado económico do coeficiente é necessário exponenciar o coeficiente estimado de forma a obter o designado rácio de probabilidades (*odd-ratio*) - e^β . Este rácio indica o número de vezes em que a probabilidade de ocorrer o evento é superior à probabilidade de ocorrência do evento de referência (Hosmer & Lemeshow, 2000). Neste caso concreto, indicará o número de vezes em que a probabilidade de o aluno estar satisfeito, considerando uma determinada variável explicativa, é superior à probabilidade da satisfação, para o mesmo aluno, caso a característica não se verifique. Um valor de *odd-ratio* superior a um indica que variável explicativa condiciona positivamente a satisfação do aluno e um valor inferior a um indica exatamente o oposto.

A metodologia permite identificar quais as variáveis que influenciam a satisfação dos estudantes do ISPKS e quantificar o impacto de cada uma destas características na probabilidade do estudante estar satisfeito.

4. Apresentação e Discussão dos Resultados

4.1. Caracterização da Amostra

Como já foi referido anteriormente a amostra do presente estudo totalizou 378 estudantes que frequentam o ISPKS, no ano letivo de 2013.

Na tabela seguinte pode observar-se que participaram no estudo 57% estudantes do sexo masculino e os restantes 43% do sexo feminino.

Tabela de 6: Distribuição dos inquiridos por sexo.

	Frequência	%
Feminino	163	43,1
Masculino	215	56,9
Total	378	100,0

Relativamente à idade, tabela seguinte, pode dizer-se que a amostra apresenta um valor médio de 25,8 anos e um desvio padrão de 5,77. Os valores mínimos e máximo são, respetivamente, 19 e 50 anos. Tendo em conta que os estudantes que prosseguem estudos no ensino superior ingressam no mesmo com 17 anos, isto para quem nunca reprova a nenhum ano desde o ensino primário até ao ensino secundário de 2.º ciclo, dos resultados obtidos e apresentados na tabela seguinte pode ver-se que a idade mínima sendo de 19 anos poderá ter ocorrido uma das seguintes situações ou os estudantes ingressam mais tarde no ensino superior, por várias razões, ou reprovam já dentro do sistema do ensino superior.

Tabela 7: Resumo da estatística descritiva para variável idade.

	n	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
Idade	377	25,8	5,77	19	50

Quanto à variável origem (Figura 3), esta amostra caracteriza-se por 60% (220) dos estudantes serem oriundos da província de Kwanza Sul, 14% são de Luanda (53 estudantes), seguindo-se 5,4% (20 estudantes) de Benguela e 3,3% (12 estudantes) do Uíge e também do Huambo, verificando-se ainda todas as restantes províncias listadas com valores inferiores, não tendo uma expressão significativa.

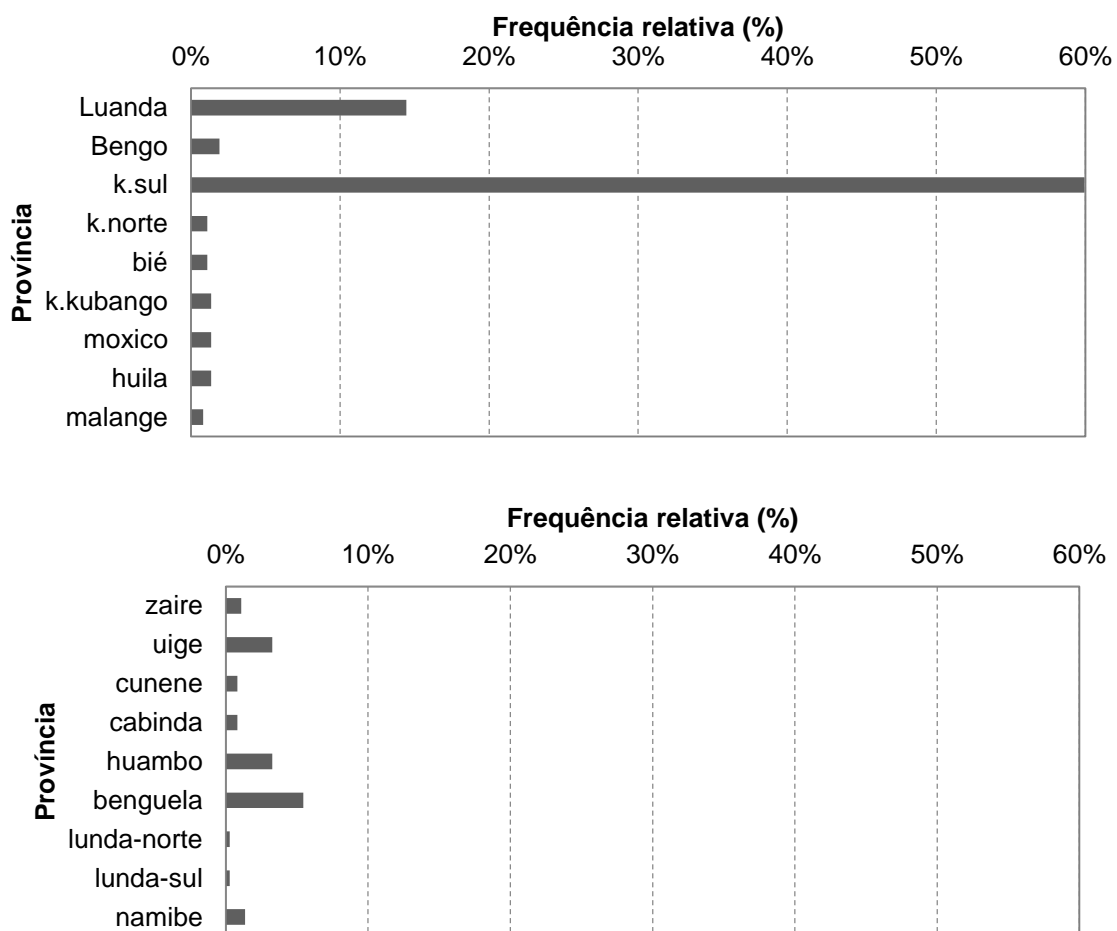


Figura 3: Origem Província.

Tendo por base a Tabela 8, pode dizer-se que aproximadamente 36%, 134 estudantes frequentam o curso de Contabilidade e Gestão, 20% (77 estudantes) o curso de Enfermagem, 15% o curso de

Agronomia, também 15% o curso de Gestão Agrária e 14% (56 estudantes) o curso de Zootecnia. De referir que se verificaram 5 (1,2% da amostra) não respostas a esta questão.

Tabela 8: Curso que frequenta.

	Frequência	%
Agronomia	56	15,0
Zootecnia	51	13,7
Gestão Agraria	55	14,7
Enfermagem	77	20,6
Contabilidade e Gestão	134	35,9
Total	373	100,0

No sentido de se pretender analisar se os estudantes no momento da sua candidatura escolheram o ISPKS como 1.^a opção, pode ver-se que na figura seguinte que 59% (218 estudantes) responderam que sim contra 41% que responderam que não. Este valor registado pode constituir um fator favorável para a reputação do ISPKS. Porém, ainda prevalece uma percentagem elevada dos que responderam que não, pelo que se sugere ao ISPKS que talvez uma das políticas de intervenção pode ser ao nível do aumento da oferta formativa diversificada.

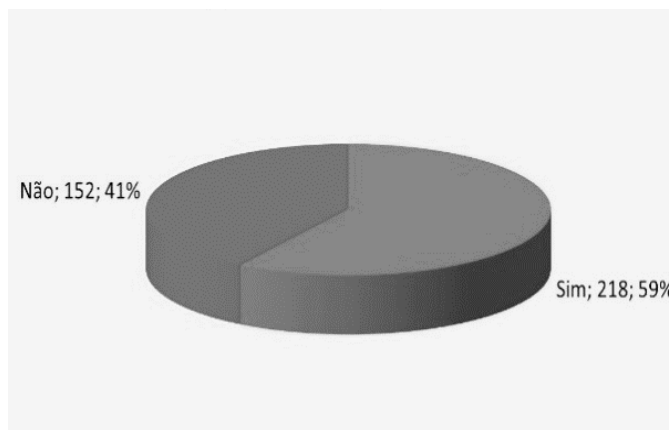


Figura 4: O ISP do K. Sul foi a sua 1.^a opção no momento da candidatura.

Quanto ao nível de informação dos inquiridos, no momento da sua candidatura ao ISPKS, verificou-se que 23% dos estudantes estavam “muito bem informado”, 22% assinalam “bem informado”, 30% referem “informado”, 22% respondem “pouco informado” e apenas 3% indicam “nada informado”, portanto, as respostas estão muito divididas entre quatro das opções.

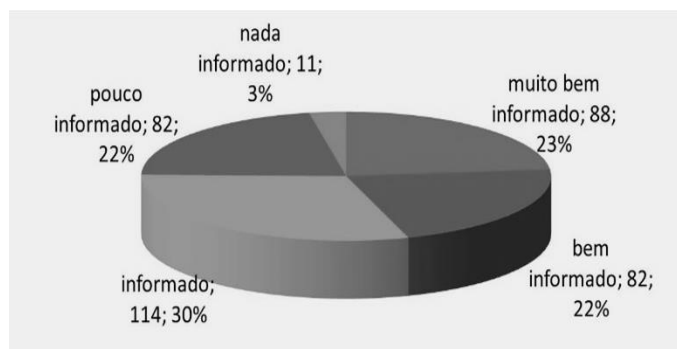


Figura 5: Nível de informação do inquirido.

Foi, também, propósito do presente estudo analisar se os estudantes recomendariam a o ISPKS a um amigo. Pois, na opinião das autoras deste estudo, caso a resposta fosse positiva poderia ser um indício de satisfação com a Instituição e de fidelização à mesma. Assim, pelos resultados a esmagadora maioria 77%, dos estudantes recomendaria o ISPKS a um amigo e 23% não o faria (Tabela 10).

Tabela 9: Recomendaria o ISPKS a um amigo.

	Frequência	%
Sim	291	77,0
Não	87	23,0
Total	378	100,0

A tabela seguinte apresenta as principais razões referidas pelos estudantes para recomendar o ISPKS, os quais se centram em vários aspetos tais como: “Variedade de cursos” e “Qualidade de ensino” por cerca de 15% cada, depois “Localização geográfica” e “Bons professores” por perto de 7% cada, seguindo-se “Boa estrutura”, “Por ser único”, “Prestígio” e “Minimização dos custos” por perto de 4% cada, verificando-se ainda as restantes respostas listadas. De referir que apenas 187 estudantes responderam a esta questão.

Tabela 10: As 10 Razões mais significativas para recomendar o ISPKS a um amigo.

	n	%
1º Variedade de cursos	45	24,0%
2º Qualidade de ensino	44	23,5%
3º Localização geográfica	20	10,7%
4º Bons professores	18	9,6%
5º Boa estrutura	13	7,0%
6º Por ser único	12	6,4%
7º Prestígio	12	6,4%
8º Minimização dos custos	11	5,9%
9º Reputação	8	4,3%
10º Por bolsa	4	2,2%
Total	187	100%

Na figura seguinte pode ver-se que cerca de 61% frequentam o curso que realmente gostariam de frequentar, deduzindo-se aqui que não gostaria de fazer mudança de curso. Ainda, 10% gostariam de frequentar o curso de Contabilidade e Gestão e 5,5% gostariam de frequentar Enfermagem.

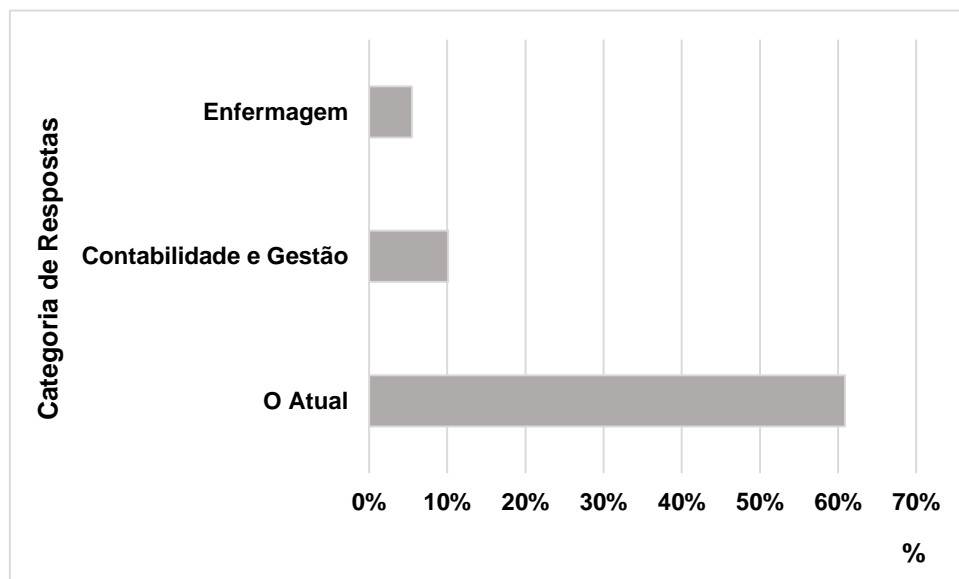


Figura 6: Qual o curso que gostaria frequentar no ISPKS.

Pelos valores apresentados na figura seguinte pode observar-se a panóplia de cursos que o ISPKS não oferece mas poderiam ser escolhidos pelos estudantes. O curso de medicina e engenharia eletrotécnica são os que apresentaram valores mais elevados.

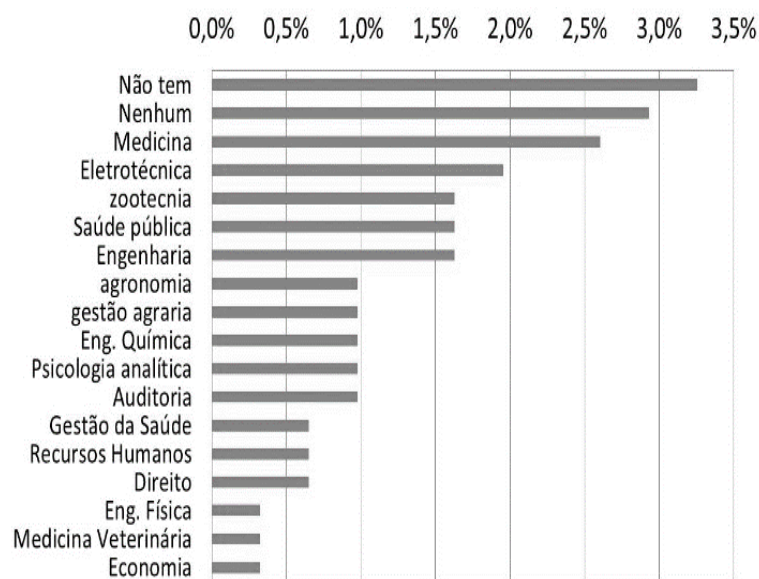


Figura 7: Outro curso que gostaria frequentar no ISPKS.

4.2. A Personalidade do ISPKS

A reputação do ISPKS foi medida através da Escala de Carácter Corporativo de Davies et al. (2003; 2004), tal como já foi referido nos pontos anteriores, tendo em consideração a opinião dos alunos de diferentes anos e cursos. Aos alunos foi pedido para descreverem a personalidade do ISPKS como se a instituição de ensino de uma pessoa se tratasse.

Na tabela seguinte pode observar-se as frequências absolutas e relativas obtidas para cada item que integra a Escala de Carácter Corporativo. Assim, de uma forma geral pode dizer-se que para cada item verifica-se um peso, por vezes significativo, na concentração das respostas na categoria de Concordo e Concordo Totalmente, à exceção do item 26 Imaginativa, onde se verifica uma concentração e dispersão dos resultados, pois há uma evidente concentração nas categorias Discordo Totalmente e no Concordo.

Tabela 11: A Personalidade do ISPKS de acordo com a Escala de Caráter Corporativo.

	DT		D		N		C		CT	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1. Amigável	92	24,3%	32	8,5%	40	10,6%	144	38,1%	70	18,5%
2. Ousada	83	22,0%	64	17,0%	50	13,3%	117	31,0%	63	16,7%
3. Fiável	50	13,4%	58	15,6%	78	21,0%	117	31,5%	69	18,5%
4. Snobe	24	6,6%	57	15,7%	107	29,6%	99	27,3%	75	20,7%
5. Honesta	39	10,6%	36	9,8%	66	17,9%	139	37,7%	89	24,1%
6. Na moda	38	10,4%	55	15,0%	65	17,7%	127	34,6%	82	22,3%
7. Trabalhadora	26	7,0%	39	10,4%	42	11,2%	175	46,8%	92	24,6%
8. Masculina	41	11,1%	32	8,6%	84	22,6%	127	34,2%	87	23,5%
9. Egoísta	56	15,1%	78	21,0%	54	14,5%	97	26,1%	87	23,4%
10. Casual	36	9,7%	58	15,6%	93	25,1%	101	27,2%	83	22,4%
11. Excitante	46	12,3%	56	14,9%	78	20,8%	107	28,5%	88	23,5%
12. Segura	29	7,7%	45	11,9%	51	13,5%	170	45,1%	82	21,8%
13. Autoritária	29	7,9%	70	19,0%	53	14,4%	113	30,7%	103	28,0%
14. Simples	30	8,1%	41	11,0%	53	14,2%	161	43,3%	87	23,4%
15. Charmosa	47	12,6%	52	14,0%	67	18,0%	118	31,7%	88	23,7%
16. Dura	26	7,0%	51	13,7%	74	19,9%	123	33,2%	97	26,1%
17. Sincera	44	11,9%	43	11,7%	61	16,5%	123	33,3%	98	26,6%
18. Fixe	40	10,8%	43	11,6%	43	11,6%	156	42,2%	88	23,8%
19. Técnica	31	8,4%	46	12,5%	49	13,3%	134	36,4%	108	29,3%
20. Agreste	30	8,0%	50	13,3%	103	27,5%	99	26,4%	93	24,8%
21. Controladora	26	7,0%	48	12,8%	61	16,3%	136	36,4%	103	27,5%
22. Jovem	20	5,3%	32	8,5%	47	12,5%	172	45,9%	104	27,7%
23. Empresarial	29	7,7%	39	10,3%	47	12,4%	133	35,2%	130	34,4%
24. Arrogante	42	11,2%	58	15,5%	49	13,1%	91	24,3%	135	36,0%
25. Extrovertida	31	8,4%	46	12,4%	36	9,7%	95	25,7%	162	43,8%
26. Imaginativa	103	27,3%	54	14,3%	45	11,9%	117	31,0%	58	15,4%
27. Centrada nela própria	81	21,4%	63	16,7%	65	17,2%	100	26,5%	69	18,3%
28. Direta	52	13,9%	71	18,9%	56	14,9%	133	35,5%	63	16,8%
29. Exclusiva	41	11,2%	70	19,2%	75	20,5%	105	28,8%	74	20,3%
30. Agressiva	43	11,7%	80	21,9%	73	19,9%	100	27,3%	70	19,1%
31. Aberta	40	10,7%	52	13,9%	58	15,5%	146	38,9%	79	21,1%
32. Atual	26	7,0%	52	14,0%	54	14,5%	148	39,8%	92	24,7%
33. Refinada	39	10,6%	60	16,3%	63	17,1%	125	34,0%	81	22,0%
34. Fácil de lidar	30	8,1%	46	12,4%	54	14,6%	137	37,0%	103	27,8%
35. Elitista	30	8,0%	51	13,6%	94	25,1%	114	30,5%	85	22,7%
36. Orientada para o sucesso	32	8,5%	44	11,7%	55	14,6%	133	35,3%	113	30,0%
37. Ambiciosa	26	7,0%	54	14,4%	58	15,5%	140	37,4%	96	25,7%
38. Com estilo	31	8,5%	51	13,9%	73	19,9%	121	33,1%	90	24,6%
39. Dominante	32	8,6%	47	12,6%	75	20,1%	134	35,8%	86	23,0%
40. Com prestígio	25	6,7%	49	13,1%	55	14,7%	145	38,9%	99	26,5%
41. Agradável	33	8,8%	45	12,1%	41	11,0%	154	41,3%	100	26,8%
42. Elegante	35	9,5%	54	14,6%	69	18,7%	113	30,6%	98	26,6%
43. De confiança	27	7,2%	59	15,8%	40	10,7%	149	39,9%	98	26,3%
44. Tranquilizadora	33	8,8%	47	12,6%	56	15,0%	132	35,4%	105	28,2%
45. Disponível para ajudar	27	7,1%	50	13,2%	43	11,4%	138	36,5%	120	31,7%
46. Concordante	31	8,4%	49	13,2%	63	17,0%	119	32,1%	109	29,4%
47. Interessada	32	8,6%	35	9,4%	44	11,8%	131	35,1%	131	35,1%
48. Socialmente Responsável	27	7,1%	33	8,7%	33	8,7%	131	34,7%	154	40,7%
49. Inovadora	33	8,8%	33	8,8%	24	6,4%	115	30,6%	171	45,5%

Nota: 1- DT (Discordo Totalmente); 2- D (Discordo); 3- N (Neutro); 4- C (Concordo); 5- CT (Concordo Totalmente).

Para a próxima tabela a análise é análoga ao explicado para os valores apresentados na tabela anterior, quando a soma das frequências observadas é inferior à dimensão do grupo, significa que existem *missing values* (não respostas), que se podem observar no valor de *n* para o cálculo das estatísticas.

Assim, na tabela seguinte pode observar-se a média dos pontos e desvios-padrão de cada item da Escala de Carácter Corporativo onde permite identificar as principais associações realizadas pelos estudantes sobre o ISPKS, tendo por base a média global da ECC que é de 3,514 (correspondendo um desvio padrão de 0,675).

Tabela 12: Resumo das Estatísticas - A Personalidade do ISPKS.

Item	n	Média	Desvio Padrão	Item	n	Média	Desvio Padrão
1. Amigável	378	3,18	1,47	26. Imaginativa	377	2,93	1,47
2. Ousada	377	3,03	1,43	27. Centrada nela própria	378	3,03	1,42
3. Fiável	372	3,26	1,30	28. Direta	375	3,22	1,31
4. Snobe	362	3,40	1,17	29. Exclusiva	365	3,28	1,29
5. Honesta	369	3,55	1,25	30. Agressiva	366	3,20	1,30
6. Na moda	367	3,44	1,27	31. Aberta	375	3,46	1,26
7. Trabalhadora	374	3,72	1,15	32. Atual	372	3,61	1,20
8. Masculina	371	3,50	1,25	33. Refinada	368	3,40	1,28
9. Egoísta	372	3,22	1,40	34. Fácil de lidar	370	3,64	1,24
10. Casual	371	3,37	1,26	35. Elitista	374	3,46	1,21
11. Excitante	375	3,36	1,32	36. Orientada para o sucesso	377	3,67	1,25
12. Segura	377	3,61	1,17	37. Ambiciosa	374	3,60	1,21
13. Autoritária	368	3,52	1,29	38. Com estilo	366	3,51	1,24
14. Simples	372	3,63	1,19	39. Dominante	374	3,52	1,22
15. Charmosa	372	3,40	1,32	40. Com prestígio	373	3,65	1,19
16. Dura	371	3,58	1,21	41. Agradável	373	3,65	1,24
17. Sincera	369	3,51	1,32	42. Elegante	369	3,50	1,28
18. Fixe	370	3,56	1,27	43. De confiança	373	3,62	1,23
19. Técnica	368	3,66	1,25	44. Tranquilizadora	373	3,61	1,26
20. Agreste	375	3,47	1,22	45. Disponível para ajudar	378	3,72	1,24
21. Controladora	374	3,65	1,21	46. Concordante	371	3,61	1,26
22. Jovem	375	3,82	1,09	47. Interessada	373	3,79	1,26
23. Empresarial	378	3,78	1,24	48. Socialmente Responsável	378	3,93	1,22
24. Arrogante	375	3,58	1,40	49. Inovadora	376	3,95	1,29
25. Extrovertida	370	3,84	1,33				

Ainda, de acordo com a informação apresentada na tabela anterior e tendo por base os valores registados com valores elevados (TOP 10) e a média global registada para a ECC, de uma forma global, os estudantes descrevem o ISPKS como sendo uma instituição de ensino:

- Inovadora; Socialmente Responsável; Extrovertida; Jovem; Interessada; Empresarial; Disponível para Ajudar; Trabalhadora; Orientada para o Sucesso e Com Prestígio.

De referir que o item Imaginativa foi o que registou um valor médio mais baixo e inferior à média global, indo de encontro ao que já foi referido anteriormente.

4.3. Relação dos Estudantes com o ISPKS

Na tabela seguinte apresentam-se os valores obtidos para o grupo de questões onde se pretendia analisar a relação dos estudantes com o ISPKS.

Tabela 13: Satisfação com o ISPKS.

	DT		D		N		C		CT	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1. Estou satisfeito com a minha decisão de frequentar o ISPKS.	45	11,9%	50	13,3%	49	13,0%	166	44,0%	67	17,8%
2. Se tivesse a oportunidade de fazer tudo de novo, continuaria a matricular-me, novamente, no ISPKS.	45	12,0%	59	15,7%	62	16,5%	138	36,7%	72	19,1%
3. A minha escolha para me inscrever no ISPKS foi uma decisão acertada.	33	8,8%	38	10,1%	51	13,6%	164	43,7%	89	23,7%
4. Sinto-me feliz por ter escolhido ficar no ISPKS.	26	6,9%	40	10,6%	41	10,9%	156	41,5%	113	30,1%
5. Eu penso que fiz a escolha certa quando decidi matricular-me no ISPKS.	25	6,6%	50	13,3%	34	9,0%	167	44,4%	100	26,6%
6. Eu estou feliz por frequentar o ISPKS.	24	6,4%	42	11,2%	47	12,5%	137	36,5%	125	33,3%
7. Eu gosto de falar sobre o ISPKS aos meus amigos	24	6,4%	37	9,9%	33	8,8%	160	42,8%	120	32,1%
8. Eu gosto de ajudar futuros alunos dando-lhes informação sobre o ISPKS e os seus cursos.	17	4,5%	30	8,0%	35	9,3%	163	43,4%	131	34,8%
9. As pessoas pedem-me informação sobre os cursos oferecidos no ISPKS.	22	5,9%	24	6,4%	23	6,1%	143	38,1%	163	43,5%
10. O ISPKS corresponde às minhas expetativas.	36	9,6%	34	9,1%	41	10,9%	99	26,4%	165	44,0%

Nota: 1- DT (Discordo totalmente); 2- D (Discordo); 3- N (Neutro); 4- C (Concordo); 5- CT (Concordo totalmente).

Tendo por base a informação apresentada na tabela anterior e na tabela seguinte pode dizer-se que todos os itens apresentam valor médio superior à média global de 3,739 (correspondendo ao desvio padrão de 0,871), sendo os valores superiores para os itens:

- “9. As pessoas pedem-me informação sobre os cursos oferecidos no ISPKS”;
- “8. Eu gosto de ajudar futuros alunos dando-lhes informação sobre o ISPKS e os seus cursos”;
- “10. O ISPKS corresponde às minhas expetativas”;
- “7. Eu gosto de falar sobre o ISPKS aos meus amigos”;
- “6. Eu estou feliz por frequentar o ISPKS”;
- “4. Sinto-me feliz por ter escolhido ficar no ISPKS”.

Tabela 14: Resumo das Estatísticas da Componente Satisfação com o ISPKS.

	n	Média	Desvio Padrão
1. Estou satisfeito com a minha decisão de frequentar o ISPKS.	377	3,42	1,26
2. Se tivesse a oportunidade de fazer tudo de novo, continuaria a matricular-me, novamente, no ISPKS.	376	3,35	1,28
3. A minha escolha para me inscrever no ISPKS foi uma decisão acertada.	375	3,63	1,20
4. Sinto-me feliz por ter escolhido ficar no ISPKS.	376	3,77	1,19
5. Eu penso que fiz a escolha certa quando decidi matricular-me no ISPKS.	376	3,71	1,19
6. Eu estou feliz por frequentar o ISPKS.	375	3,79	1,20
7. Eu gosto de falar sobre o ISPKS aos meus amigos	374	3,84	1,17
8. Eu gosto de ajudar futuros alunos dando-lhes informação sobre o ISPKS e os seus cursos.	376	3,96	1,08
9. As pessoas pedem-me informação sobre os cursos oferecidos no ISPKS.	375	4,07	1,13
10. O ISPKS corresponde às minhas expectativas.	375	3,86	1,33

4.4. Validação das Hipóteses de Investigação

O presente ponto visa dar resposta às hipóteses de investigação fixadas anteriormente e que pretendem dar resposta aos objetivos principais do presente estudo.

4.4.1. Validação Hipóteses de investigação para analisar a reputação do ISPKS

4.4.1.1. A reputação do ISPKS é positiva na perspetiva dos estudantes

Relembrando a “1.ª hipótese de investigação: A reputação do ISPKS é positiva na perspetiva dos estudantes”, na tabela apresenta-se a informação para dar resposta à mesma.

Assim, pode observar-se que todas as dimensões apresentam uma apreciação positiva, superior à média teórica da escala de medida, sendo a apreciação superior para as Dimensões “1. Concordância”, “2. Empreendedorismo”, “3. Competência”, e “4. Elegância”, “5 Severidade”, seguidas de “6. Informalidade”, e “7. Machismo”, embora estes dois últimos apresentam valores mais baixos o que é satisfatório.

Ainda, tendo por base os resultados apresentados na tabela seguinte, a pontuação global para a Escala de Caráter Corporativo para a média empírica é de 169,714 (desvio padrão de 33,129) superior ao valor previsto para a média teórica que é de 147, logo os valores obtidos dão sentido de resposta à de que a reputação do ISPKS é positiva na perspetiva dos estudantes. Por outro lado e com a aplicação do teste *t-Student* obteve-se um resultado de 13,330 ($p\text{-value}<0,001$) e 377 graus de liberdade, o que permitiu inferir que existem evidências estatísticas suficientes para afirmar que os estudantes têm uma opinião positiva no que respeita à reputação do ISPKS.

Tabela 15: Escala de Carácter Corporativo vs Dimensões.

	Mínimo	Máximo Empírico	Máximo Possível	Média Teórica	Média Empírica	Desvio Padrão
1. Concordância	11	60	60	36	42,381	9,978
2. Empreendedorismo	10	45	45	27	31,143	6,723
3. Competência	7	40	35	24	28,539	5,985
4. Elegância	8	40	40	24	26,928	5,670
5. Severidade	6	30	30	18	19,891	5,162
6. Informalidade	2	15	10	9	10,441	2,653
7. Machismo	2	15	10	9	10,416	2,829
Escala de Carácter Corporativo	50	245	245	147	169,714	33,129

Pela análise efetuada aos resultados obtidos, os mesmos permitem corroborar a 1.^a hipótese de investigação.

4.4.1.2. Existem diferenças estatísticas de reputação percecionada pelos estudantes das diferentes áreas científicas/cursos relativamente ao ISPKS, por Dimensão

Para dar resposta à “2.^a hipótese de investigação: existem diferenças significativas de reputação percecionada pelos estudantes das diferentes áreas científicas/cursos relativamente ao ISPKS, por Dimensão”, houve necessidade de recorrer à comparação de médias, para mais do que três amostras independentes, através a *One-Way ANOVA*. De referir que se entrou em linha de conta com os pressupostos que permitem prosseguir com a referida análise, tal como já foi referido no ponto da metodologia, tendo-se verificado a não violação de todos os pressupostos para a aplicação do teste. A análise foi completada com as comparações múltiplas através do teste de *Tukey*.

Tabela 16: Teste *One-Way ANOVA* e medidas estatísticas.

		n	Média	Desvio padrão	F _{368,4} (ANOVA)	p-value
1. Concordância	Agronomia	56	3,42	,934	3,815	* 0,005
	Zootecnia	51	3,66	,809		
	Gestão Agraria	55	3,55	,844		
	Enfermagem	77	3,86	,437		
	Contabilidade e Gestão	134	3,44	,921		
2. Empreendedorismo	Agronomia	56	3,42	,758	2,669	* 0,032
	Zootecnia	51	3,49	,796		
	Gestão Agraria	55	3,50	,745		
	Enfermagem	77	3,74	,534		
	Contabilidade e Gestão	134	3,42	,801		
3. Competência	Agronomia	56	3,50	,709	1,501	0,201
	Zootecnia	51	3,64	,687		
	Gestão Agraria	55	3,72	,705		
	Enfermagem	77	3,71	,606		
	Contabilidade e Gestão	134	3,52	,852		
4. Elegância	Agronomia	56	3,32	,773	1,394	0,235
	Zootecnia	51	3,44	,861		
	Gestão Agraria	55	3,48	,733		
	Enfermagem	77	3,63	,662		
	Contabilidade e Gestão	134	3,40	,912		
5. Severidade	Agronomia	56	3,20	,853	2,757	* 0,028
	Zootecnia	51	3,37	,873		
	Gestão Agraria	55	3,11	,873		
	Enfermagem	77	3,45	,913		
	Contabilidade e Gestão	134	3,50	,821		
6. Informalidade	Agronomia	56	3,40	,889	1,542	0,189
	Zootecnia	51	3,37	,913		
	Gestão Agraria	55	3,55	,927		
	Enfermagem	77	3,60	,762		
	Contabilidade e Gestão	134	3,65	,839		
7. Machismo	Agronomia	56	3,27	,981	1,616	0,169
	Zootecnia	51	3,65	,895		
	Gestão Agraria	54	3,40	1,103		
	Enfermagem	77	3,51	,903		
	Contabilidade e Gestão	134	3,59	,830		

Nota: * Significância a 5%.

Tendo por base os resultados obtidos e apresentados na tabela anterior, pode observar-se que:

- O valor de prova é inferior a 5% para as dimensões “1. Concordância”, “2. Empreendedorismo” e “5. Severidade”, pelo que se rejeita-se a hipótese da sua média ser igual para todos os cursos, verificando-se assim diferenças estatisticamente significativas.
- O valor de prova é superior a 5% para as dimensões “3. Competência”, “4. Elegância”, “6. Informalidade” e “7. Machismo”, não se rejeita a hipótese da sua média ser igual para todos os cursos: não se verificam diferenças estatisticamente significativas;
- O valor médio da dimensão “1. Concordância” é superior para Enfermagem e inferior para Agronomia e Contabilidade e Gestão, sendo as diferenças observadas estatisticamente

significativas entre Enfermagem e Agronomia (teste de *Tukey*, $p\text{-value}=0,021$) e entre Enfermagem e Contabilidade e Gestão (teste de *Tukey*, $p\text{-value}=0,004$);

- O valor médio da dimensão “2. Empreendedorismo” é superior para Enfermagem e inferior para Agronomia e Contabilidade e Gestão, sendo as diferenças observadas estatisticamente significativas entre Enfermagem e Contabilidade e Gestão (teste de *Tukey*, $p\text{-value}=0,019$).

- O valor médio da dimensão “5. Severidade” é superior para Contabilidade e Gestão e Enfermagem e inferior para Gestão Agrária e Agronomia, sendo as diferenças observadas estatisticamente significativas entre Contabilidade e Gestão e Gestão Agrária (teste de *Tukey*, $p\text{-value}=0,040$).

- Na amostra, o valor médio da dimensão “3. Competência” é superior para Gestão Agrária e Enfermagem e inferior para Agronomia e Contabilidade e Gestão, o valor médio da dimensão “4. Elegância” é superior para Enfermagem e inferior para Agronomia, o valor médio da dimensão “6. Informalidade” é superior para Contabilidade e Gestão e Enfermagem e inferior para Zootecnia e Agronomia, o valor médio da dimensão “7. Machismo” é superior para Zootecnia e Contabilidade e Gestão Regular e inferior para Agronomia, no entanto, as diferenças observadas não são estatisticamente significativas.

Assim, por toda a análise pode inferir-se que a 2.^a hipótese de investigação foi parcialmente comprovada.

4.4.1.3. Existe um sentimento de compromisso dos estudantes para com o ISPKS

A 3.^a hipótese de investigação pretende verificar se “Existe um sentimento de compromisso dos estudantes para com o ISPKS”, pelo que da informação recolhida através da questão 11 onde os inquiridos eram questionados se pretendiam continuar o percurso académico no ISPKS. Pelos valores registados e apresentados na figura seguinte, pode dizer-se que a esmagadora maioria dos estudantes, 88%, pretende continuar o seu percurso académico no ISPKS, conforme a Figura 8.

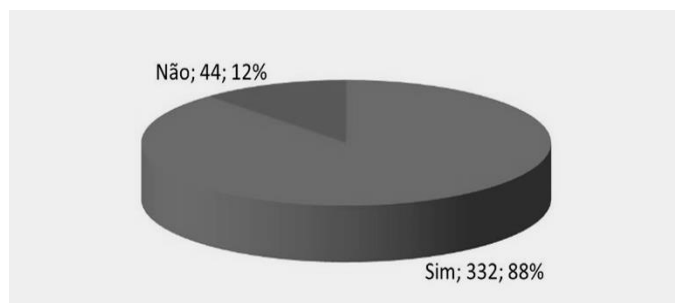


Figura 8: Pretende continuar o seu percurso académico no ISPKS.

Pela informação recolhida, pode dizer-se que a 3.^a hipótese de investigação foi confirmada.

4.4.1.4. Identificação de cinco motivos que mais influenciaram a escolha do ISPKS

De forma a dar resposta “4.ª hipótese de investigação: Identificação de cinco motivos que mais influenciaram a escolha do ISPKS” os estudantes foram inquiridos sobre os motivos que mais influenciaram a escolha do ISPKS como sua 1.ª opção.

De acordo com os dados apresentados na tabela seguinte e pelo número de vezes que um motivo foi mencionado, verificou-se que os cinco fatores que, no momento da sua candidatura, mais influenciaram a escolha do estabelecimento indicado como 1.ª preferência, foram:

- “Qualidade do ensino ministrado”, com 15,9%;
- “Reputação académica da Instituição de Ensino”, com 15,3%;
- “Minimizar os custos financeiros”, com 12,9%;
- “Localização geográfica”, com 10,8%;
- Conselho de familiares”, com 10,5%.

Tabela 17: Motivos que mais influenciaram a escolha do ISPKS, como 1.ª opção.

	N.º de respostas	%
Qualidade do ensino ministrado	176	15,9%
Reputação académica da Instituição de Ensino	169	15,3%
Minimizar os custos financeiros	143	12,9%
Localização geográfica	119	10,8%
Conselho de familiares	116	10,5%
Conselho de amigos ou colegas	95	8,6%
Conselho de professores	90	8,1%
Prestígio do ISPKS	72	6,5%
Variedade de ISPKS oferecida	69	6,2%
Possibilidade de alojamento na Instituição de Ensino - Residência de Estudantes	57	5,2%
Total	1106	100,0%

4.4.1.5. Identificação de três vias de comunicação que auxiliaram a escolha do ISPKS

Os estudantes do ISPKS quando questionados sobre quais as fontes através das quais tiveram conhecimento sobre a ISPKS, os mesmos referiram como principais fontes de informação as constantes na Figura 9 Assim, pretende-se dar resposta à “5.ª hipótese de investigação: Identificação de três vias de comunicação que auxiliaram a escolha do ISPKS”.

Assim, as três principais vias de informação que o estudante utilizou, foram:

- “Alunos que frequentaram o ISPKS no ano anterior”, com 74% das respostas;
- “Colegas/amigos”, com 71%;
- “Familiars”, com 69%.

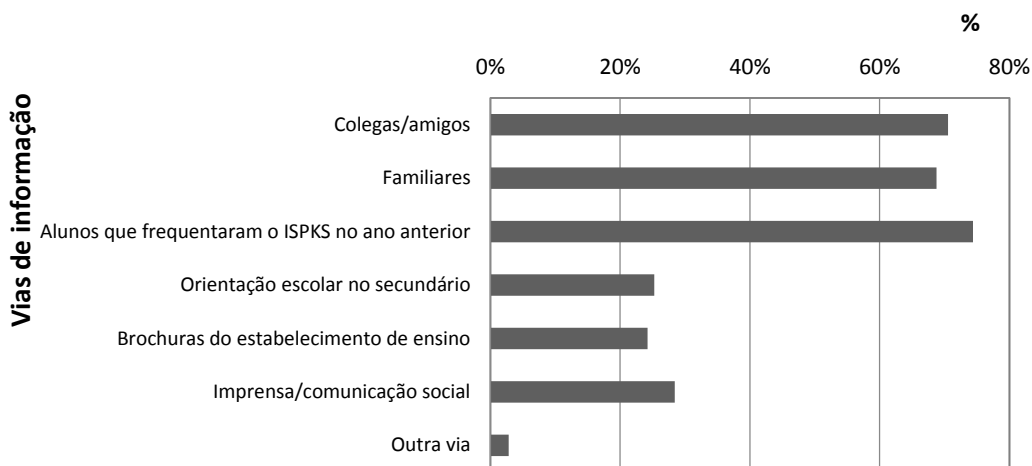


Figura 9: Principais vias de informação utilizadas pelos estudantes.

Uma vez que as respostas para as fontes de informação Brochuras/Imprensa/Comunicação Social, registaram valores baixos, talvez seria interessante que o ISPKS aposte na sua promoção, nomeadamente através da publicação de brochuras, feiras, eventos para conseguir atingir público-alvo de outras províncias de Angola, e assim obter um efeito positivo na promoção que faz.

4.4.1.6. Existem uma relação positiva entre a Reputação do ISPKS e a Satisfação Global do estudante

A “6.^a hipótese de investigação: Existem uma relação positiva entre a Reputação do ISPKS e a Satisfação Global do estudante”, foi testada recorrendo à utilização do coeficiente de correlação de *Pearson*, uma vez que não se violava o pressuposto da normalidade. Assim, obteve-se um coeficiente de correlação de 0,577 ($p\text{-value} < 0,001$) o que permite referir que existem evidências estatísticas suficientes para afirmar a existência de uma relação positiva direta, moderada, entre a Reputação do ISPKS e a Satisfação Global do estudante, assumindo um nível de significância de 5%. Esta análise permite ainda dizer que a opinião positiva que o estudante tem sobre o ISPKS (Reputação) pode vir a ser influenciada pela satisfação do mesmo para com o ISPKS.

A 6.^a hipótese de investigação foi corroborada.

4.4.1.7. Existem uma relação positiva entre a Reputação do ISPKS e as diferentes dimensões da escala corporativa

À semelhança do que se realizou para a testar a 6.^a hipótese de investigação, também para a “7.^a hipótese de investigação: Existem uma relação positiva entre a Reputação do ISPKS e as diferentes dimensões da escala corporativa”, recorreu-se ao coeficiente de correlação de *Pearson*.

Pelos valores apresentados na tabela seguinte pode afirmar-se, assumindo um nível de significância de 5%, que existem evidências estatísticas suficientes para corroborar a 7.^a hipótese de investigação, ou seja, verifica-se uma relação positiva direta entre a Reputação do ISPKS e as diferentes dimensões da Escala de Caráter Corporativo. Ainda, é evidente que as dimensões empreendedorismo, elegância, competência e concordância, na perceção dos estudantes são as dimensões que maior peso têm quando se analisa a Reputação do ISPKS.

Tabela 18: Coeficiente de Correlação de *Pearson* entre a ECC e as Dimensões.

	Coeficiente de Correlação
1. Concordância	0,866
2. Empreendedorismo	0,903
3. Elegância	0,871
4. Competência	0,868
5. Severidade	0,692
6. Informalidade	0,698
7. Machismo	0,680

Como já referido a confirmou-se a 7.^a hipótese de investigação.

4.4.1.8. Satisfação Global dos Estudantes com o ISPKS

Após toda a análise efetuada anteriormente interessa agora verificar e observar se os estudantes se encontram satisfeitos com a instituição que frequentam. Desta forma pretende-se dar resposta à “8.^a hipótese de investigação: Os estudantes encontram-se globalmente satisfeitos com o ISPKS”. Embora no ponto 4.3. Relação dos Estudantes com o ISPKS, já se tinha verificado o registo de valores positivos, interessa agora corroborar a hipótese recorrendo para tal ao teste paramétrico de comparação de médias *t-Student* para uma amostra.

Pelos valores obtidos e tendo por base a média teórica de 3 pontos, para o teste *t-Student* obteve-se um resultado de 16,468 (*p-value* < 0,001) e 376 graus de liberdade, o que permitiu inferir que existem evidências estatísticas suficientes para afirmar que os estudantes encontram-se globalmente satisfeitos com o ISPKS, ou seja, existe uma relação positiva entre os intervenientes. Desta forma corroborou-se a 8.^a hipótese de investigação.

4.4.2 Validação das Hipóteses de investigação para identificação do perfil do estudante satisfeito

Nesta secção vão apresentar-se os resultados da estimação de modelos logit univariados, cuja fórmula geral se apresentou na secção anterior, de forma a identificar a forma como cada uma das variáveis em análise explicam o nível de satisfação global com o ISPKS. Serão apresentadas três tabelas (Tabela 19, Tabela 20 e Tabela 21) com os resultados da influência de cada uma das variáveis na satisfação dos alunos. Para cada um dos modelos apresentados, a variável que se pretende explicar é a variável que designamos de satisfação global. Esta variável assume o valor 1 quando, em média, o aluno indicou valores acima de 3 para as questões relativas à satisfação. Sempre que o aluno, em média, indicou valores iguais ou abaixo de 3, a variável assume o valor zero considerando-se que o aluno não está globalmente satisfeito. Vários fatores podem influenciar tal satisfação. Fatores individuais, o curso frequentado, a perceção do curso em diferentes aspetos ou a forma como se tomou conhecimento da instituição (Tabela 19). Podem ainda concorrer para a satisfação global do aluno com a instituição um conjunto de facetas percebidas e identificadas pelo aluno (Tabela 20). Por fim, a agregação de um conjunto de facetas permitiu identificar diversas dimensões que os estudantes consideram que caracterizam o ISPKS, sendo que as dimensões também concorrem para o nível de satisfação global do aluno (Tabela 21)

Nas tabelas, é possível identificar quais as variáveis explicativas que estão em causa (coluna das variáveis), o coeficiente estimado do modelo logit univariado (β), que não tendo significado económico deve ser transformado no que se designa de rácio de probabilidades, e^β ou $\exp(\beta)$, que mede a probabilidade de ocorrer o evento – neste caso o aluno estar globalmente satisfeito com a instituição – face à probabilidade de não ocorrer o evento, na presença da variável que se analisa. Para verificar se o resultado é estatisticamente significativo apresentam-se duas colunas – uma com o valor de prova e outra com o nível de significância estatística do coeficiente estimado para cada uma das variáveis incluídas nos modelos. Note-se que nas tabelas que apresentam os resultados das análises univariadas, * indica um nível de significância estatística de 10%, ** indica um nível de significância estatística de 5% e *** indica um nível de significância estatística de 1%, para o estimador.

4.4.2.1 Identificação das características individuais e institucionais que concorrem para satisfação global dos alunos do ISPKS

Face ao exposto, primeiramente vai analisar-se os resultados da Tabela 19 que apresenta os modelos univariados que incluem as características individuais, o curso frequentado, a perceção do curso em diferentes aspetos ou a forma como se tomou conhecimento da instituição.

Tabela 19: Resultados da estimação de modelos univariadas para identificar quais as variáveis que influenciam a satisfação global dos alunos do ISPKS.

Conjunto de indicadores	Modelos	Variáveis	Coefficiente (β)	Valor Prova	Significância Estatística	Rácio de Probabilidades $exp(\beta)$
Caraterísticas individuais	M1	Constante	0,836	0,000	***	2,307
		Mulher	0,128	0,578		1,136
	M2	Constante	-0,906	1,146		0,404
		Idade	0,071	0,004	***	1,073
Curso	M3	Constante	0,894	0,000	***	2,445
		Agronomia	-0,063	0,840		0,938
	M4	Constante	0,886	0,000	***	2,425
		Zootecnia	-0,01	0,975		0,990
	M5	Constante	0,914	0,000	***	2,495
		Gestão	-0,019	0,537		0,824
	M6	Constante	0,75	0,000	***	2,115
Enfermagem		0,755	0,019	**	2,126	
M7	Constante	0,1	0,000	***	2,734	
ISPKS como 1ª opção	M8	Constante	0,313	0,050	**	1,367
		1ª opção	1,085	0,000	***	2,960
Satisfação com itens diversos	M9	Constante	0,622	0,000	***	1,863
		Reputação	0,65	0,006	***	1,914
	M10	Constante	0,634	0,000	***	1,885
		Qualidade	0,59	0,011	**	1,803
	M11	Constante	0,788	0,000	***	2,200
		Professor	0,464	0,102		1,590
	M12	Constante	1,108	0,000	***	3,030
		C.Familiar	-0,652	0,006	***	0,520
	M13	Constante	0,866	0,000	***	2,378
		Alojamento	0,162	0,616		1,176
	M14	Constante	1,115	0,000	***	3,051
		Custos	-0,556	0,016	**	0,573
	M15	Constante	0,752	0,000	***	2,122
		Prestígio	0,856	0,012	**	2,356
	M16	Constante	0,873	0,000	***	2,395
V. de cursos		0,093	0,752		1,098	
M17	Constante	0,931	0,000	***	2,537	
	C.Amigos	-0,157	0,540		0,853	
M18	Constante	1,177	0,000	***	3,245	
	Localização	-0,82	0,001	***	0,440	
M19	Constante	0,918	0,000	***	2,505	
	Outros	-0,32	0,416		0,725	
M20	Constante	1,229	0,000	***	3,421	
	C/Amigos	-0,228	0,455		0,795	
M21	Constante	1,054	0,000	***	2,870	
	Familiares	0,017	0,953		1,017	
M22	Constante	1,270	0,000	***	3,562	
	Alunos	-0,270	0,403		0,763	
M23	Constante	0,982	0,000	***	2,672	
	Secundário	0,352	0,285		1,421	
M24	Constante	1,148	0,000	***	3,153	
	Brochura	-0,321	0,294		0,724	
M25	Constante	0,996	0,000	***	2,710	
	Imprensa	0,256	0,410		1,291	
M26	Constante	1,065	0,000	***	2,901	
	Outros	0,033	0,968		1,033	
Recomendação do ISPKS	M27	Constante	0,115	0,593		1,121
		Recomendação	1,053	0,000	***	2,867

Para o caso das variáveis género, curso de Agronomia, curso de Zootecnia, curso de Gestão e Curso de Contabilidade e Gestão, importância dada aos professores, ao alojamento e ao V. cursos e ainda a forma de tomar conhecimento do ISPKS através de colegas ou amigos, familiares, alunos, informação do secundário, brochuras, imprensa ou outros, não foi obtida significância estatística, nada se podendo inferir sobre o impacto destas variáveis na satisfação global dos alunos que frequentam o ISPKS. Para as restantes variáveis verificou-se a ocorrência de significância estatística, logo serão analisadas com mais cuidado porque permitem validar (ou não) as hipóteses de investigação que permitem atingir o objetivo de identificar o perfil do estudante globalmente satisfeito com o ISPKS.

4.4.2.2 As características individuais dos estudantes explicam a satisfação global em relação à instituição

Relativamente à hipótese 9, que relaciona as características individuais dos estudantes com a satisfação global, apenas a idade é fator influenciador da satisfação global. Relativamente ao género parecem não existir diferenças em termos de satisfação global com a instituição.

Verifica-se, pelos resultados da tabela 19, que a idade é, de facto, um fator explicativo importante para a satisfação global dos alunos. Por cada ano no acréscimo da idade verifica-se o aumento da satisfação dos alunos em 7,3% (verificar valor do rácio de probabilidades). Este resultado é estatisticamente significativo para um nível de significância de 1%. Este resultado poderá indicar que a maturidade dos alunos é um fator importante para explicar os níveis de satisfação global dos alunos – alunos mais velhos mais provavelmente se encontram satisfeitos com o ISPKS.

4.4.2.3 A frequência de um curso específico influencia a satisfação global do estudante em relação ao ISPKS

De todos os cursos analisados, apenas para o curso de Enfermagem se encontrou significância estatística. Assim, pode concluir-se, com um nível de confiança de 95%, que os alunos que frequentam este curso estão cerca de 2,13 vezes mais satisfeitos globalmente com a instituição do que alunos que não frequentam o curso. Face ao exposto é importante perceber quais as características do curso, seus docentes e dos seus estudantes, que levam estes últimos a estar mais satisfeitos com a frequência deste curso do que com a frequência de outros cursos lecionados na instituição.

4.4.2.4 Alunos que escolhem o ISPKS como primeira opção para estudar estão globalmente mais satisfeito com a instituição

Outro resultado significativo, não só em termos estatísticos mas, também, em termos da estratégia de atração de alunos seguida pela instituição, é aquele que mostra que alunos que escolherem o ISPKS como primeira opção de instituição de ensino superior estão cerca de 3 vezes mais satisfeitos globalmente com a instituição do que aqueles para os quais o ISPKS não era a primeira opção de escolha em termos de instituição de ensino superior. Esta hipótese é validada.

4.4.2.5 A satisfação global do estudante depende da satisfação do mesmo com alguns aspeto particulares da instituição

Por sua vez, quando os alunos foram questionados sobre os itens que os levam a ficar satisfeitos com a instituição cada um deles escolheu um item como 1ª opção. Aqueles que escolheram a reputação e o prestígio como o item que mais os leva a ficar satisfeitos com a instituição, possuem uma probabilidade de estarem satisfeitos cerca de 2 vezes superior à probabilidade de satisfação de alunos que indicaram outros itens como preferenciais. A qualidade da instituição e os docentes são também itens que influenciam muito positivamente a probabilidade de satisfação global dos estudantes. Pelo contrário, a localização e os custos conduzem a uma diminuição da probabilidade global de satisfação manifestada pelo utente. Conclui-se, desta constatação, que existem, efetivamente, aspetos particulares relacionados com a instituição que influenciam positiva ou negativamente a satisfação global dos estudantes.

4.4.2.6 A forma como a instituição se dá a conhecer ao aluno determina o seu nível de satisfação global

Dados os resultados constantes na Tabela 19 permite dizer que esta hipótese não é validada. Nenhuma das formas utilizadas para o estudante conhecer a instituição apresenta significância estatística. Estes resultados mostram que a satisfação global do aluno não depende da forma como ele/ela conheceu a instituição mas dependerá muito mais da forma como o ISPKS trata e lida com o estudante ao longo do seu percurso letivo. As características da instituição, a oferta de serviços e de recursos humanos e físicos de qualidade e com prestígio são fundamentais para que os estudantes estejam globalmente satisfeitos.

4.4.2.7 Alunos mais satisfeitos recomendam a instituição a outros

Salienta-se que os alunos que indicam que recomendariam a instituição a outros potenciais alunos, se encontram cerca de 3 vezes mais satisfeitos globalmente com a instituição do que aqueles que não a recomendariam: Este resultado demonstra que a boa imagem transmitida pela instituição e que se transforma em satisfação dos alunos é um fator essencial para o sucesso do ISPKS na atração de novos estudantes.

4.4.2.8 As facetas que caracterizam o ISPKS determinam o nível de satisfação do estudante

Para analisar esta hipótese e poder perceber se a mesma deve (ou não) ser validada, recorre-se a os resultados do modelos logit univariados para relação entre a reputação do ISPKS e a satisfação dos alunos por facetas que pretendem explicar a probabilidade de um aluno se encontrar globalmente satisfeito com o ISPKS tendo em conta um conjunto de 14 facetas identificadas pelos alunos em relação à instituição (Tabela 20).

Tabela 20: Resultados da estimação de modelos univariados para identificar quais as facetas identificadas pelos alunos que influenciam a sua satisfação global com ISPKS.

Conjunto de facetas	Modelos	Variáveis	Coefficiente (β)	Valor Prova	Significância Estatística	Rácio de Probabilidades $exp(\beta)$
Facetas do ISPKS identificadas pelos alunos	M1	Constante	1,076	0,293		2,933
		Calorosa	-2,64	0,000	***	0,768
	M2	Constante	0,231	0,141		1,260
		Empática	1,328	0,000	***	3,774
	M3	Constante	-0,472	0,015	**	0,623
		Íntegra	2,175	0,000	***	8,806
	M4	Constante	0,154	0,359		1,166
		Moderna	1,313	0,000	***	3,720
	M5	Constante	0,295	0,074	*	1,343
		Aventureira	1,080	0,000	***	2,944
	M6	Constante	0,463	0,005	***	1,590
		Ousada	0,786	0,001	***	2,194
	M7	Constante	0,467	0,004	***	1,596
		Responsável	0,790	0,001	***	2,204
M8	Constante	0,291	0,069	*	1,338	
	Líder	1,147	0,000	***	3,149	
M9	Constante	-0,223	0,231		0,800	
	Tecnocrata	1,791	0,000	***	0,600	
M10	Constante	0,123	0,433		1,131	
	Elegante	1,554	0,000	***	4,730	
M11	Constante	0,345	0,022	**	1,413	
	Prestígio	1,186	0,000	***	3,274	
M12	Constante	0,443	0,007	***	1,557	
	Snob	0,818	0,000	***	2,267	
M13	Constante	0,451	0,003	***	1,571	
	Egoísta	0,921	0,000	***	2,513	
M14	Constante	0,584	0,000	***	1,794	
	Dominadora	0,724	0,002	***	2,063	

Da análise da tabela apresentada em cima verifica-se que todas as facetas do ISPKS, identificadas pelos estudantes, são estatisticamente significativas para um nível de significância de 10% o que mostra que todas as facetas identificadas são importantes para explicar a probabilidade de satisfação global dos estudantes. Ou seja, é possível validar a hipótese 15.

Em termos relativos, destaca-se a faceta da integridade. Os estudantes que identificam esta faceta no ISPKS encontram-se cerca de 9 vezes mais satisfeitos que estudantes que identificam, essencialmente, outras facetas. A instituição deve dar especial realce a esta faceta que se encontra destacada nos resultados apresentados. Neste contexto pode inferir-se que a instituição, ao ser percebida pelos seus estudantes como tendo qualidade, sendo honesta e incorruptível, ganha a sua confiança e, conseqüentemente, garante níveis elevados de satisfação daqueles a quem presta serviços.

A segunda faceta mais destacada é a faceta da elegância - os estudantes que caracterizariam o ISPKS como elegante, ou seja, consideram que a instituição está bem estruturada em termos físicos, apresentam-se cerca de 5 vezes mais satisfeitos do que aqueles que não caracterizam a instituição desta forma.

De seguida, realça-se a faceta empática - que indica que é possível ao aluno criar uma relação de empatia com a instituição, em geral, e com docentes e discentes, em particular - e a faceta moderna - que mostra que os estudantes identificam a instituição como atual, inovadora e tecnologicamente avançada. Os estudantes que indicam estas facetas como as mais importantes na instituição estão cerca de 4 vezes mais satisfeitos, em termos globais, do que estudantes que indicam outras facetas do ISPKS como importantes.

A rumar na direção oposta, encontram-se a faceta tecnocrata. Alunos que caracterizam o ISPKS desta forma estão cerca de 40% menos satisfeitos que os seus colegas. Este deverá ser, portanto, uma faceta a que a instituição deve dar, também, particular atenção no sentido de melhorar aspetos técnicos e burocráticos através de resoluções técnicas e/ou lógicas que permitam solucionar dificuldades encontradas na instituição.

4.4.2.9 As dimensões que caracterizam o ISPKS determinam o nível de satisfação do estudante

Como o conjunto de facetas - empática, íntegra, moderna, aventureira, ousada, responsável, líder, tecnocrata, elegante, prestígio, snob, egoísta, dominadora, informal e machista - permitiu identificar um conjunto mais restrito de dimensões, a tabela seguinte (Tabela 21) apresenta os resultados dos modelos logit univariados para 7 dimensões distintas do ISPKS identificadas pelos estudantes. Recorde-se que as sete dimensões identificadas são: concordância, empreendedorismo, competência, elegância, severidade, informalidade e machismo. Com os resultados da tabela é possível analisar a hipótese 16 para poder perceber se a mesma deve (ou não) ser validada.

Tabela 21: Resultados da estimação de modelos univariadas para identificar quais as dimensões identificadas pelos alunos que influenciam a sua satisfação global com ISPKS.

Conjunto das Dimensões	Modelos	Variáveis	Coefficiente (β)	Valor Prova	Significância Estatística	Rácio de Probabilidades $exp(\beta)$
Dimensões do ISPKS identificadas pelos alunos	M1	Constante	-0,255	0,155		0,775
		Concordância	1,953	0,000	***	7,050
	M2	Constante	0,234	0,138		1,264
		Empreendedorismo	1,304	0,000	***	3,685
	M3	Constante	0,234	0,138		1,264
		Competência	1,304	0,000	***	3,685
	M4	Constante	0,234	0,138		1,264
		Elegância	1,304	0,000	***	3,685
	M5	Constante	0,234	0,138		1,264
		Severidade	1,304	0,000	***	3,685
	M6	Constante	0,361	0,021		1,435
		Informalidade	1,055	0,000	***	2,873
	M7	Constante	0,405	0,010		1,500
		Machismo	0,969	0,000	***	2,635

Da análise da tabela anterior verifica-se que todas as dimensões do ISPKS, identificadas pelos estudantes a partir das facetas selecionadas, são estatisticamente significativas para um nível de significância de 1% o que mostra que todas as dimensões identificadas são importantes para explicar a probabilidade de satisfação global dos estudantes, validando a hipótese 16. Em termos relativos, destaca-se a dimensão da concordância. Os estudantes que identificam esta dimensão no ISPKS encontram-se cerca de 7 vezes mais satisfeitos que estudantes que identificam, essencialmente, outras dimensões. A instituição deve dar especial realce a esta dimensão que se encontra destacada nos resultados apresentados porque a perceção dos estudantes se encontra em conformidade com o que a instituição, efetivamente, apresenta.

Os alunos que identificam as dimensões relacionados com o empreendedorismo, competência, elegância e severidade apresentam níveis de satisfação relativamente semelhantes. Por fim, refira-se a dimensão machista. Apesar de os alunos que identificam esta dimensão se encontrarem 2,6 vezes mais satisfeitos do que colegas que identificam outras dimensões, são os que apresentam um menor nível de satisfação global em relação aos restantes. Ou seja, esta dimensão parece ser importante para alguns estudantes mas não determina os níveis mais elevados de satisfação global.

4.4.3 Resumo dos resultados obtidos relativos às hipóteses de investigação

Nesta subsecção apresentam-se os resultados obtidos na análise a cada uma das hipóteses de investigação contidas neste estudo. Na Tabela 22, apresenta-se o resumo do resultado obtido para as hipóteses de investigação relativas à reputação do ISPKS. Na Tabela 23 resumem-se os resultados

obtidos para as hipóteses de investigação relativas ao perfil do estudante globalmente satisfeito com a instituição.

Tabela 22: Tabela resumo do resultado obtido para as hipóteses de investigação relativas à reputação do ISPKS.

Hipóteses de investigação	Definição da hipótese	Confirmação da hipótese
Hipótese 1	A reputação do ISPKS é positiva na perspetiva dos estudantes	É positiva. Média empírica é de 169,714 (desvio padrão de 33,129) superior ao valor da média teórica que é de 147. Confirmada pela aplicação do <i>t-Student</i> .
Hipótese 2	Existem diferenças estatísticas de reputação percecionada pelos estudantes das diferentes áreas científicas/cursos relativamente ao ISPKS, por dimensão	Hipótese parcialmente comprovada porque o valor de prova é inferior a 5% para as dimensões “1. Concordância”, “2. Empreendedorismo” e “5. Severidade”. - O valor de prova é superior a 5% para as dimensões “3. Competência”, “4. Elegância”, “6. Informalidade” e “7. Machismo”.
Hipótese 3	Existe um sentimento de compromisso dos estudantes para com o ISPKS	Sim. De facto, 88% dos estudantes dizem que sim e 12% que não.
Hipótese 4	Identificação de cinco motivos que mais influenciaram a escolha do ISPKS;	Qualidade do ensino ministrado; Reputação académica da Instituição de Ensino; Minimizar os custos financeiros; Localização geográfica; Conselho de familiares.
Hipótese 5	Identificação de três vias de comunicação que auxiliaram a escolha do ISPKS	Alunos que frequentaram o ISPKS no ano anterior; Colegas/amigos; Familiares.
Hipótese 6	Existem uma relação positiva entre a Reputação do ISPKS e a Satisfação Global do estudante	Coefficiente de correlação de 0,577 ($p\text{-value}<0,001$) o que permite inferir que existem evidências estatísticas suficientes para afirmar a existência de uma relação positiva direta.
Hipótese 7	Existem uma relação positiva entre a Reputação do ISPKS as diferentes dimensões da escala corporativa	Verifica-se uma relação positiva direta entre a Reputação do ISPKS e as diferentes dimensões da Escala de Carácter Corporativo.
Hipótese 8	Os estudantes encontram-se globalmente satisfeitos com o ISPKS	Obteve-se um resultado para o teste <i>t-Student</i> de 16,468 ($p\text{-value}<0,001$) e 376 graus de liberdade, o que permitiu inferir que existem evidências estatísticas suficientes para afirmar que os estudantes encontram-se globalmente satisfeitos com o ISPKS.

Tabela 23: Tabela resumo do resultado obtido para as hipóteses de investigação relativas ao perfil do estudante globalmente satisfeito com o ISPKS.

Hipóteses de investigação	Definição da hipótese	Confirmação da hipótese
Hipótese 9	As características individuais dos estudantes explicam a satisfação global em relação à instituição	Apenas a idade é fator influenciador da satisfação global.
Hipótese 10	A frequência de um curso específico influencia a satisfação global do estudante em relação ao ISPKS	Apenas para o curso de Enfermagem se encontrou significância estatística que os alunos que frequentam este curso estão cerca de 2,13 vezes mais satisfeitos globalmente com a instituição.
Hipótese 11	Alunos que escolhem ISPKS como primeira opção para estudar estão globalmente mais satisfeitos com a instituição	Alunos que escolherem o ISPKS como primeira opção de instituição de ensino superior estão cerca de 3 vezes mais satisfeitos globalmente com a instituição.
Hipótese 12	A satisfação global do estudante depende da satisfação do mesmo com alguns aspetos particulares que identifica na instituição	Aqueles que escolheram a reputação e o prestígio como o item que mais os leva a ficar satisfeitos com a instituição, possuem uma probabilidade de estarem satisfeitos cerca de 2 vezes superior à probabilidade de satisfação de alunos que indicaram outros itens como preferenciais.
Hipótese 13	A forma como a instituição se dá a conhecer ao aluno determina o seu nível de satisfação global	Esta hipótese não é validada. Nenhuma das formas utilizadas para o estudante conhecer a instituição apresenta significância estatística.
Hipótese 14	Alunos mais satisfeitos recomendam a instituição a outros	Os alunos que indicam que recomendariam a instituição a outros potenciais alunos, se encontram cerca de 3 vezes mais satisfeitos globalmente com a instituição.
Hipótese 15	As facetas que caracterizam o ISPKS determinam o nível de satisfação do estudante	Todas as facetas do ISPKS, identificadas pelos estudantes, são estatisticamente significativas para um nível de significância de 10%. Os estudantes que identificam a faceta integridade no ISPKS encontram-se cerca de 9 vezes mais satisfeitos com relação aos outros.
Hipótese 16	As dimensões que caracterizam o ISPKS determinam o nível de satisfação do estudante	Todas as dimensões identificadas pelos estudantes são estatisticamente significativas para um nível de significância de 10%. Os estudantes que identificam dimensão concordância no ISPKS encontram-se cerca de 7 vezes mais satisfeitos com relação aos outros.

Conclusões e Futuras Linhas de Investigação

Este estudo procura avaliar a reputação do Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul pelos seus alunos. A mensuração da reputação do ISPKS foi obtida através da Escala de Carácter Corporativo de Davies et al. (2004) e a identificação do perfil do estudante que está globalmente satisfeito com a instituição foi obtida através da aplicação do modelo *logit*.

Para isso, a amostra contempla 378 estudantes que representam 32,5% da população estudantil no ano letivo de 2013. Dos estudantes que compõem a amostra, 43% são do sexo feminino e 57% do sexo masculino. A idade dos estudantes inquiridos encontra-se compreendida entre os 19 anos e os 50 anos. Maioritariamente, os estudantes (60%) são oriundos da província do Kwanza-Sul sendo os restantes provenientes de toda a parte do país. Quanto aos cursos, 36% frequentam Contabilidade e Gestão, 20% frequentam o curso de Enfermagem, 30% os cursos de Gestão Agrária e de Agronomia (cada um com uma frequência de 15% dos alunos). Os restantes alunos questionados frequentam o curso de Zootecnia (cerca de 14%). Verificou-se, ainda, que 59% dos estudantes inquiridos escolheram o Instituto Superior Politécnico do Kwanza-sul como primeira opção no momento da candidatura ao Ensino Superior.

Quanto ao nível de informação dos inquiridos, no momento da sua candidatura à Instituição de ensino, verificou-se que cerca de um quarto dos estudantes (23%) estava muito bem informada sobre a instituição, 22% apenas se considerou bem informado e 30% admitiram estar informados sobre o ISPKS. Concluiu-se, também, os estudantes têm, cada vez mais, um maior nível de informação quando se candidatam ao ensino superior. Cerca de 50% consideram estar informados acima da média relativamente à instituição antes de se candidatarem. Realizam, por isso, uma candidatura informada.

Pelos resultados obtidos, concluiu-se que a esmagadora maioria (77%) dos estudantes recomenda o ISPKS a um amigo, pelo que se poderá afirmar que, de uma forma geral, os estudantes estão satisfeitos com a Instituição de Ensino que frequentam, sendo estes resultados de elevada satisfação para os órgãos de gestão e para os recursos humanos que laboram na Instituição. Os motivos pelos quais os estudantes inquiridos recomendam o ISPKS são: variedade dos cursos, a qualidade de ensino, a localização geográfica, disponibilidade de bons professores, boa estrutura, a unicidade da instituição, o prestígio da mesma e o facto de a frequência da instituição possibilitar a minimização de custos. Quanto ao curso que gostariam de frequentar no ISPKS, 61% indicaram pretender continuar no atual curso, 10% gostariam de frequentar o curso de Contabilidade e Gestão e 5,5% desejariam frequentar o curso de Enfermagem.

No que diz respeito à análise das hipóteses de investigação para analisar a reputação do ISPKS podemos dizer que o saldo é bastante satisfatório. Todas as dimensões que permitem identificar o

ISPKS foram avaliadas de forma muito positiva. Verifica-se, também, que existem diferenças estatísticas de reputação percebida pelos estudantes das diferentes áreas científicas/cursos relativamente ao ISPKS, por dimensão identificada embora se tenha identificado um sentimento de compromisso dos estudantes para com o ISPKS - a esmagadora maioria dos estudantes (88%) pretende continuar o seu percurso académico no ISPKS. Foi ainda possível identificar os cinco motivos que mais influenciam a escolha do ISPKS: qualidade de ensino ministrado, a reputação académica da Instituição de Ensino e a minimização dos custos financeiros, localização geográfica e o conselho de familiares. Quanto à identificação das três vias de comunicação que auxiliaram na escolha do ISPKS, os alunos inquiridos referiram, como principais fontes de informação: os alunos que frequentaram o ISPKS no ano anterior (74% das respostas), colegas/amigos (71%) e familiares (69%). Relativamente à relação entre a Reputação do ISPKS e a Satisfação Global do estudante é de referir que existem evidências estatísticas suficientes para afirmar a existência de uma relação positiva direta. Existem, ainda, evidências estatísticas suficientes para corroborar a existência da relação positiva entre a Reputação do ISPKS e as diferentes dimensões da escala corporativa sendo evidente que as dimensões empreendedorismo, elegância, competência e concordância são, na percepção dos estudantes, as dimensões que maior peso têm quando se analisa a reputação do ISPKS. De facto, os estudantes encontram-se globalmente satisfeitos com o ISPKS existindo evidências estatísticas suficientes para afirmar existe uma relação positiva entre os intervenientes (alunos e instituição).

Quando se tenta identificar o perfil do estudante satisfeito verifica-se, pelos resultados obtidos com a regressão logística, que a idade é um fator explicativo importante para a satisfação global dos alunos - por cada ano no acréscimo da idade verifica-se o aumento da satisfação dos alunos em 7,3%. De todos os cursos analisados, apenas para o curso de Enfermagem se encontrou significância estatística - os alunos que frequentam este curso estão cerca de 2,13 vezes mais satisfeitos globalmente com a instituição do que alunos que não frequentam o curso. Outro resultado significativo, não só em termos estatísticos mas, também, em termos da estratégia de atração de alunos seguida pela instituição, é aquele que mostra que alunos que escolherem o IPSKS como primeira opção de instituição de ensino superior estão cerca de 3 vezes mais satisfeitos globalmente com a instituição do que aqueles para os quais o IPSKS não era a primeira opção. E aos alunos que escolheram a reputação e prestígio como 1ª preferência estão duas vezes satisfeito com relação aos outros. Assumiu-se a hipótese de a forma como a instituição se dá a conhecer ao aluno determinar o seu nível de satisfação global. No entanto, nenhuma das formas utilizadas para o estudante conhecer a instituição apresenta significância estatística. Estes resultados mostram que a satisfação global do aluno não depende da forma como ele/ela conheceu a instituição mas dependerá muito mais da forma como o ISPKS trata e lida com o estudante ao longo do seu percurso letivo. Face a este resultado recomenda-se ao ISPKS a aposta numa maior divulgação da própria instituição utilizando alguns documentos promocionais tais como: brochuras da instituição, desdobráveis, panfletos, entre outros de forma a garantir a continuidade da sua existência no mercado.

Verifica-se que todas as facetas do ISPKS, identificadas pelos estudantes, são estatisticamente significativas para um nível de significância de 10% o que mostra que todas as facetas identificadas são importantes para explicar a probabilidade de satisfação global dos estudantes. Em termos relativos, destaca-se a faceta da integridade. Os estudantes que identificam esta faceta no ISPKS encontram-se cerca de 9 vezes mais satisfeitos que estudantes que identificam, essencialmente, outras facetas.

Quanto as dimensões do ISPKS, identificadas pelos estudantes a partir das facetas selecionadas, são estatisticamente significativas para um nível de significância de 10% o que mostra que todas as dimensões identificadas são importantes para explicar a probabilidade de satisfação global dos estudantes. Em termos relativos, destaca-se a dimensão da concordância. Os estudantes que identificam esta dimensão no ISPKS encontram-se cerca de 7 vezes mais satisfeitos que estudantes que identificam, essencialmente, outras dimensões.

Como linhas de investigação futura considera-se que um estudo deste tipo não deve ser uma tarefa estática, mas deve ser algo continuado para que a reputação e o perfil dos estudantes satisfeitos seja conhecida pela instituição em qualquer momento do tempo. Assim, um estudo futuro poderá passar pela ampliação da amostra de forma a tornar o estudo mais conclusivo ao apresentar resultados mais robustos e pela implementação do mesmo questionário pelo ISPKS, como só existe há 5 anos, dentro de mais 2 ou 3 anos. A comparação de resultados é não só importante dentro da instituição, em diferentes períodos de tempo, mas é, também, importante quando se quer analisar instituições similares. Na província do Kwanza-Sul existem dois Institutos de Ensino Superior logo seria importante realizar um estudo comparativo da reputação das mesmas.

Referências Bibliográficas

- Aaker, J. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34, 348-355.
- Agresti, A. (1996). *Uma Introdução à Análise de Dados Categóricos*. Nova Iorque: Wiley.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17 (1), 99-120.
- Barney, J. (2001). Teorias Baseadas em Recursos de Vantagem Competitiva: Uma Retrospectiva de dez anos Sobre a Visão Baseada em Recursos. *Jornal de Gestão*, 27 (6), 643-650.
- Barrick, M. & Mount, M. (1991). The big five Personality Dimensions and Job Performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44 (1), 1-26.
- Barrick, M. & Mount, M. (1993). Autonomy as a Moderator of the Relationships Between the big five Personality Dimensions and Job Performance. *Journal of Applied Psychology*, 78 (1), 111-118.
- Bromley, D. (2000). Psychological Aspects of Corporate Identity, Image and Reputation. *Corporate Reputation Review*, 3 (3), 240-252.
- Chun, R. (2005). Corporate Reputation: Meaning and Measurement. *International Journal of Management Reviews*, 7 (2), 91-109.
- Costa, P. & McCrae, R. (1995). Domains and facets: Hierarchical personality assessment using the revised neo personality inventory'. *Journal of Personality Assessment*, 64 (1), 21-50.
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the Internal Structure of Tests. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Davies, G. & Chun, R. (2006). The Influence of Corporate Character on Customers and Employees Exploring Similarities and Differences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34 (2) 139-145.
- Davies, G., Chun, R., Silva, R. & Roper, S. (2004). A Corporate Scale to Assess Employee and Customer Views of Organization Reputation. *Corporate Reputation Review*, 7 (2), 125-145.
- Davies, G., Chun, R., Silva, R., & Roper, S. (2001). The Personification Metaphor as a Measurement Approach for Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review*, 4 (2), 114-125.
- Decreto n.º 35/1, de 8 de Junho Sobre os Estatutos das Instituições de Ensino Superior privado.
- Decreto n.º 7/09 de 12 de Maio. Diário da República n.º 120 I série de 25 de Junho de 2012.
- Decreto n.º 5/09 de 7 de abril, Diário da República n.º 130 I série.
- Decreto Presidencial n.º 201/ 11 de 20 de Julho, Diário da República n.º 137 I série.
- Decreto Presidencial n.º 233/12 de 4 de Dezembro, Diário da República n.º 231 I série.

- Decreto-lei n.º 2/01, de Junho Sobre as Normas Gerais Reguladoras do Subsistema de Ensino Superior. Diário da República n.º 120 I série de 11 de Julho de 2011.
- Decreto-Lei n.º 44530 de 21 de Agosto de 1962, Diário da República n.º 9 I série de 28 de Janeiro de 1985.
- Decreto-Lei n.º 48798/76, Diário da República n.º 9 I série de 28 de Janeiro de 1985.
- Decreto-lei n.º 7/03, de 17 de Junho, Diário da República n.º 137 I série
- Decreto-Lei n.º 85, de 24 de Janeiro, Diário da República n.º 9 I série de 28 de Janeiro de 1985.
- Deephouse, D. (2000). Media Reputation as a Strategic Resource: An Integration of Mass Communication and Resource-Based Theories. *Journal of Management*, 26 (6), 1091-1112.
- Digman, J. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology*, 41 (1), 417-441.
- Fombrun, C. (2000). The Reputation Quotient: A Multi- Stakeholder Measure of Corporate Reputation. *Journal of Brand Management*, 7 (4), 241-255.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56 (1), 6-20.
- Gray, E. & Balmer, J. (1998). Managing Corporate Image and Corporate Reputation. *Long Range Planning*, 31 (5), 695-702.
- Balmer, J. & Greyser, S. (2003). *Revealing the corporation*. Londres: Routledge.
- Hall, R. (1993). A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 14 (8), 607-618.
- Hogan, R. (1986). Manual for the Hogan Personality Inventory. National Computer Systems, Minneapolis, MN. *Journal of Business and Psychology*, 7 (4), 459-473.
- Hosmer, D. & Lemeshow, S. (2000). *Applied Logit Regression* (2nd ED). USA: John Wiley & Sons.
- Kapferer, J. (2004). *Marcas a Prova de Prática: Aprendendo com os Erros*. Porto Alegre: Bookman.
- Kapferer, J. (2009). *As Marcas*. (3ª Ed). Bookman
- Lei n.º13/01 de 31 de Dezembro, Diário da República n.º 65 I Série. Disponível em: planipolis.iiep.unesco.org/.../Angola_Linhas_mestras_Subsistema_Ensino_Superior.pdf
- Lift Consulting (2014). *Lift consulting*. Consultado em (31) de (Julho) de 2014 em <http://www.lift.com.pt/>.
- Maroco, J. (2011). *Análise Estatística com o SPSS Statistics*. 5.ª Edição. Edições Sílabo: Lisboa.

- Oliver, P. (1992). An Introduction to the Five-factor Model and its Applications. *Journal of Personality*, 60 (2), 175-215.
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: a Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: Irwin/ McGraw-Hill.
- Post, J. & Griffin, J. (1997). Corporate Reputation and External Affairs Management. *Corporate Reputation Review*, 1 (1-2), 165-171.
- Schoemaker, P. (1993). Strategic Assets and Organizational Rent. *Strategic Management Journal*, 14 (1), 33-46.
- Thomaz, J. (2010). Reputação corporativa: constructos formativos e implicações para a gestão. *Revista de Administração contemporânea*, 14, 229-232.
- Walker, K. (2010). A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory. *Corporate Reputation Review*, 12 (4), 357-387.

Anexos

Anexo 1- Carta de declaração das orientadoras dirigidas ao ISPKS



Declaração das Orientadoras

Paula Odete Fernandes e Alcina Maria Nunes, professoras do Instituto Politécnico de Bragança, declaram para os devidos efeitos, na qualidade de orientadoras, que vão supervisionar/orientar o trabalho intitulado “A Reputação do Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul na Perspetiva do Estudante”, a desenvolver pela estudante, do Mestrado em Gestão das Organizações, Júlia Tchitula Nambi, durante o próximo ano letivo 2013/2014.

Mais informam que o presente projeto, validado pelas orientadoras, tem como principal objetivo avaliar a reputação do Instituto Superior Politécnico do Kwanza-Sul, sob a perspetiva do estudante. Para tal, vai haver a necessidade de aplicar questionário junto dos estudantes, onde se utilizará uma escala desenvolvida por Davies, Chun, Silva e Roper, em 2003. Deste modo, pede-se a colaboração da vossa instituição, e respetiva autorização para a aplicação do questionário, para assim conseguir dar-se resposta ao objetivo do estudo.

Bragança, 4 de novembro de 2013

As orientadoras,

Professora Doutora Paula Odete Fernandes
Professora Coordenadora do Instituto Politécnico de Bragança.

Professora Doutora Alcina Maria Nunes
Professora Coordenadora do Instituto Politécnico de Bragança.

Anexo 2- Questionário aplicado aos estudantes do ISPKS



ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)

INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

Mestrado em Gestão das Organizações

Ramo de Gestão de Empresas

QUESTIONÁRIO

Júlia Tchitula Nambi, aluna do Mestrado em Gestão das Organizações - Ramo de gestão de empresa ministrado pela Associação dos Politécnicos do Norte (APNOR), no Instituto Politécnico de Bragança (IPB), no âmbito da preparação da Dissertação de Mestrado, na qual o objetivo fulcral deste trabalho de investigação científica **é mensurar a reputação dos do Instituto Superior Politécnico do Kwanza-sul (ISPKS), na perspetiva dos estudantes.**

O seu testemunho é fundamental para a realização deste trabalho de investigação, uma vez que a reputação da instituição pode influenciar o modo como os “clientes se comportam perante a instituição, às quais se coloca o desafio de identificar os “valores” que os clientes mais valorizam nas suas escolhas, de forma a ganharem vantagem competitiva em relação às restantes instituições.

Agradeço desde já a sua colaboração.

Este questionário é de **natureza confidencial**, respeitando o seu **anonimato**.

INSTRUÇÕES PARA O PREENCHIMENTO DO QUESTIONÁRIO:

1. Leia por favor todas as questões antes de responder;
2. Responda a todas as questões com o máximo de sinceridade;
3. Não deixe nenhuma questão por responder, pois deixará de ter interesse para o estudo.

Muito obrigada pela sua colaboração.

I - CARACTERIZAÇÃO PESSOAL

1. **Sexo:** Feminino Masculino

2. **Idade:** _____ anos

3. **Origem:** Província _____

4. **Curso que frequenta:** _____

5. **O Instituto Superior Politécnico do K.Sul foi a sua 1.ª opção no momento da candidatura?**

Sim Não

6. **Numere três fatores que no momento da sua candidatura, mais influenciaram a sua escolha do estabelecimento que indicou como 1.ª preferência na sua candidatura:**

Reputação académica da Instituição de Ensino

Prestígio do ISPKS

Qualidade do ensino ministrado

Variedade de ISPKS oferecida

Conselho de professores

Conselho de amigos ou colegas

Conselho de familiares

Localização geográfica

Possibilidade de alojamento na Instituição de Ensino – Residência de Estudantes

Minimizar os custos financeiros

Outros: _____

7. **Considera que no momento da sua candidatura estava bem informado sobre o Instituição de Ensino em que acabou por vir a matricular-se?**

Muito bem informado Bem informado Informado Pouco informado Nada informado

8. **Se estava muito bem, bem informado ou informado, quais foram as três principais vias de informação a que teve acesso?**

Colegas/amigos

Familiares

Alunos que frequentaram o ISPKS no ano anterior

Orientação escolar no secundário

Brochuras do estabelecimento de ensino

Imprensa/comunicação social

Outra via. Qual? _____

9. **Recomendaria o ISPKS a um amigo?** Sim Não

Porquê? Indique 3 razões: _____

10. **Pretende continuar o seu percurso académico no ISPKS?**

Sim

Não

Se respondeu Não, indique 3 razões: _____

11. **Qual o curso que gostaria frequentar no ISPKS?** _____

II - A “PERSONALIDADE” DO ISPKS

Instruções:

Para cada adjetivo faça um círculo no número que corresponde à resposta que melhor representa a sua opinião.

- 1 - Discordo Totalmente
- 2 - Discordo
- 3 - Neutro (se neutro face à afirmação, se não conseguir decidir, se a afirmação for tanto falsa como verdadeira, ou se não entender o significado da palavra)
- 4 - Concordo
- 5 - Concordo Totalmente

Marque APENAS UMA resposta para cada questão. Por favor, responda a TODAS as questões.

Questão: “Se o ISPKS que frequenta fosse uma pessoa, como seria a sua personalidade?”

		DT	D	N	C	CT			DT	D	N	C	CT
1	Amigável	1	2	3	4	5	26	Imaginativa	1	2	3	4	5
2	Ousada	1	2	3	4	5	27	Centrada nela própria	1	2	3	4	5
3	Fiável	1	2	3	4	5	28	Direta	1	2	3	4	5
4	Snobe	1	2	3	4	5	29	Exclusiva	1	2	3	4	5
5	Honesta	1	2	3	4	5	30	Agressiva	1	2	3	4	5
6	Na moda	1	2	3	4	5	31	Aberta	1	2	3	4	5
7	Trabalhadora	1	2	3	4	5	32	Atual	1	2	3	4	5
8	Masculina	1	2	3	4	5	33	Refinada	1	2	3	4	5
9	Egoísta	1	2	3	4	5	34	Fácil de lidar	1	2	3	4	5
10	Casual	1	2	3	4	5	35	Elitista	1	2	3	4	5
11	Excitante	1	2	3	4	5	36	Orientada para o sucesso	1	2	3	4	5
12	Segura	1	2	3	4	5	37	Ambiciosa	1	2	3	4	5
13	Autoritária	1	2	3	4	5	38	Com estilo	1	2	3	4	5
14	Simples	1	2	3	4	5	39	Dominante	1	2	3	4	5
15	Charmosa	1	2	3	4	5	40	Com prestígio	1	2	3	4	5
16	Dura	1	2	3	4	5	41	Agradável	1	2	3	4	5
17	Sincera	1	2	3	4	5	42	Elegante	1	2	3	4	5
18	Fixe	1	2	3	4	5	43	De confiança	1	2	3	4	5
19	Técnica	1	2	3	4	5	44	Tranquilizadora	1	2	3	4	5
20	Agreste	1	2	3	4	5	45	Disponível para ajudar	1	2	3	4	5
21	Controladora	1	2	3	4	5	46	Concordante	1	2	3	4	5
22	Jovem	1	2	3	4	5	47	Interessada	1	2	3	4	5
23	Empresarial	1	2	3	4	5	48	Socialmente Responsável	1	2	3	4	5
24	Arrogante	1	2	3	4	5	49	Inovadora	1	2	3	4	5
25	Extrovertida	1	2	3	4	5							

Por favor verifique se respondeu a todas as questões.

III – RELAÇÃO COM ISPKS

Instruções:

Para cada afirmação faça um círculo no número que corresponde à resposta que melhor representa a sua opinião.

- 1 - Discordo Totalmente
- 2 - Discordo
- 3 - Neutro (se neutro face à afirmação, se não conseguir decidir, se a afirmação for tanto falsa como verdadeira, ou se não entender o significado da palavra)
- 4 - Concordo
- 5 - Concordo Totalmente

Marque APENAS UMA resposta para cada questão. Por favor, responda a TODAS as questões.

	DT	D	N	C	CT
1 Estou satisfeito com a minha decisão de frequentar o ISPKS.	1	2	3	4	5
2 Se tivesse a oportunidade de fazer tudo de novo, continuaria a matricular-me, novamente, no ISPKS.	1	2	3	4	5
3 A minha escolha para me inscrever no ISPKS foi uma decisão acertada.	1	2	3	4	5
4 Sinto-me feliz por ter escolhido ficar no ISPKS.	1	2	3	4	5
5 Eu penso que fiz a escolha certa quando decidi matricular-me no ISPKS .	1	2	3	4	5
6 Eu estou feliz por frequentar o ISPKS .	1	2	3	4	5
7 Eu gosto de falar sobre o ISPKS aos meus amigos	1	2	3	4	5
8 Eu gosto de ajudar futuros alunos dando-lhes informação sobre o ISPKS e os seus cursos.	1	2	3	4	5
9 As pessoas pedem-me informação sobre os cursos oferecidos no ISPKS .	1	2	3	4	5
10 O ISPKS corresponde às minhas expetativas.	1	2	3	4	5

Por favor verifique se respondeu a todas as questões.