



**ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)  
INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA**

**Satisfação e Lealdade dos estudantes que frequentam os  
Cursos Técnicos Superiores Profissionais: o caso do  
Instituto Politécnico de Bragança**

**Inês Sofia Peixoto Ferreira**

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

**Orientada por:**

**Professora Doutora Sónia Paula da Silva Nogueira**

**Professora Doutora Paula Odete Fernandes**

Bragança, fevereiro, 2017.





**ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)  
INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA**

**Satisfação e Lealdade dos estudantes que frequentam os  
Cursos Técnicos Superiores Profissionais: o caso do  
Instituto Politécnico de Bragança**

**Inês Sofia Peixoto Ferreira**

**Orientada por:**

**Professora Doutora Sónia Paula da Silva Nogueira**

**Professora Doutora Paula Odete Fernandes**

Bragança, fevereiro, 2017.

## RESUMO

Com o aumento do número de estudantes que frequentam o ensino superior e a competitividade existente entre estas mesmas instituições, é necessário que exista por parte das instituições um conhecimento sobre a perceção dos seus clientes em relação à satisfação e à lealdade.

A presente investigação empírica tem como objetivo principal analisar a satisfação e a lealdade dos estudantes que frequentam os Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) do Instituto Politécnico de Bragança.

Este estudo adotou uma abordagem quantitativa através da aplicação de um inquérito por questionário aos estudantes dos CTeSP. Aplicaram-se inquéritos aos 370 estudantes matriculados nos referidos cursos, tendo-se assumido um erro amostral final de 3,1% e um nível de significância de 5%.

Os resultados revelaram que a localização geográfica é o fator mais importante na escolha da instituição; a principal via de informação para terem conhecimento dos CTeSP foram os colegas/amigos; revelam que estudantes se encontram bem informados no momento da candidatura; a maioria dos estudantes recomendaria o Instituto Politécnico de Bragança a um amigo e uma percentagem elevada pretende continuar o seu percurso académico no Instituto Politécnico de Bragança.

Em termos globais, verificou-se que não existem diferenças estatisticamente significativas por unidade orgânica nem por variável sociodemográfica relativamente à Satisfação Global, ou seja, não existem diferenças logo as hipóteses não são validadas. Em concreto, no que diz respeito ao local/CTeSP onde é ministrado o CTeSP existem diferenças quanto à Satisfação Global. Quanto à escolha do IPB não interessa estar informado para ter escolhido este como primeira opção, mas para a escolha do CTeSP é necessário estar informados para a escolha deste. Confirmou-se ainda a existência de uma associação positiva entre as variáveis “relação do CTeSP com o Instituto Politécnico de Bragança” e “Satisfação Global” e as variáveis “recomendaria o Instituto Politécnico de Bragança a um amigo”, “pretende continuar o seu percurso no IPB” e “Satisfação Global”, tal significa que se encontram relacionadas, uma variável depende da outra. Por último, verificou-se que não existe uma associação entre a “residência à data de candidatura no Instituto Politécnico de Bragança” e o “CTeSP que frequenta”, ou seja, não existe relação entre estas variáveis, pois os estudantes não escolhem o CTeSP que frequentam tendo em conta a residência que tinham à data de candidatura.

**Palavras-chave:** Satisfação; Lealdade; Instituto Politécnico de Bragança; Cursos Técnicos Superiores Profissionais; Estudantes.

## ABSTRACT

With the increase of the number of students attending higher education and the competitiveness existing between these same institutions, it is necessary for the Institutions to have knowledge about the perception of their clients in relation to satisfaction and loyalty.

The main objective of the present empirical research is to analyse the satisfaction and loyalty of students who attend the Professional Technical Higher Courses (CTeSP) at the Polytechnic Institute of *Bragança*.

This study adopted a quantitative approach through the application of a survey to students from CTeSP. Surveys were applied to the 370 students enrolled in these courses, with a final sample error of 3.1% and a significance level of 5%.

The results showed that the geographical location is the most important factor in the choice of the institution; the main way of information was colleagues/friends; reveal that students are well informed at the time of application; most of the students would recommend the Polytechnic Institute of *Bragança* to a friend and a high percentage intends to continue their academic course in the Polytechnic Institute of *Bragança*.

Overall, it was found that there are no statistically significant differences per school or sociodemographic variable with respect to Global satisfaction, that is, there are no differences as soon as the hypotheses are not validated. Specifically, with respect to the location/CTeSP where the CTeSP is administered there are differences regarding Global Satisfaction. Regarding the choice of the Polytechnic Institute of *Bragança* does not matter to be informed to have chosen this as the first option but for the choice of the CTeSP it is necessary to be informed for the choice of this one.

It was also confirmed the existence of a positive association between the variables "relation of the CTeSP with the Polytechnic Institute of *Bragança*" and "Global Satisfaction" and the variables "would recommend the Polytechnic Institute of *Bragança* to a friend", "intends to continue its course in the Polytechnic Institute of *Bragança*" and "Global Satisfaction", this means that they are related, one variable depends on the other. Finally, it was verified that there is no association between the "residence at the date of application in the Polytechnic Institute of *Bragança*" and the "CTeSP that attends", that is to say there is no relation between these variables, since the students do not choose the CTeSP that they attend taking into account the residence they had at the time of application.

**Keywords:** Satisfaction; Loyalty; Polytechnic Institute of *Bragança*; Technical Higher Professional Courses; Students.

## RESUMEN

Con el aumento del número de estudiantes de la enseñanza superior y la competencia existencial entre las distintas instituciones es necesario que exista por parte de dichas instituciones un conocimiento sobre la percepción de sus estudiantes con respecto a su satisfacción y lealtad.

La presente investigación empírica tiene como principal objetivo evaluar la satisfacción de los estudiantes que frecuentan los cursos técnicos superiores profesionales (CTeSP) del *Instituto Politécnico de Bragança*.

Este estudio adoptó un abordaje cuantitativo a través de la aplicación de un cuestionario a los estudiantes de los CTeSP. Se aplicaron cuestionarios a los 370 alumnos matriculados en dichos cursos, asumiéndose error de la muestra final de 3.1% y un nivel de significancia de 5%.

Los resultados demostraron que el factor geográfico es el factor más importante en la elección de la institución; la principal vía de información fueron los amigos/colegas; demuestran que los estudiantes están bien informados en el momento de la candidatura; la mayoría de los estudiantes recomendaría el *Instituto Politécnico de Bragança* a un amigo y una elevada porcentaje pretende seguir sus estudios en el *Instituto Politécnico de Bragança*.

En términos globales, se verificó que no existen diferencias estadísticamente significativas por escuela, ni por variable socio-demográfica relativamente a la satisfacción global, o sea, no existen diferencias luego las hipótesis no son válidas. En concreto en lo que dice respecto al local/CTeSP donde es ministrado el CTeSP existen diferencias cuanto a la satisfacción global. Quanto a la elección del IPB no interesa estar informado para haber elegido de primera opción, pero para la elección del CTeSP es necesario estar informado. Además se confirmó la existencia de una asociación positiva entre las variables “relación del CTeSP con el *Instituto Politécnico de Bragança*” y “satisfacción global” y las variables “recomendaría el *Instituto Politécnico de Bragança* a un amigo”; “pretende continuar sus estudios en el *Instituto Politécnico de Bragança*” y “satisfacción global”; esto significa que se encuentran relacionadas, una variable depende de la otra. Por último, se verificó que no existe una asociación entre “residencia a la data de la candidatura al *Instituto Politécnico de Bragança*” y el “CTeSP que frecuenta”, o sea no existe relación entre estas variables, pues los estudiantes no eligen el CTeSP que frecuentan teniendo en cuenta la residencia que tenían a la data de la candidatura.

**Palabras claves:** Satisfacción, Lealtad, *Instituto Politécnico de Bragança*, Cursos Técnicos Superiores Profesionales, Estudiantes.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à Professora Doutora Sónia Nogueira e à Professora Doutora Paula Odete Fernandes, pela excelente orientação, pela disponibilidade que sempre mostraram ao longo do trabalho de investigação e pelas sugestões.

Agradeço à Professora Dina Macias pela autorização concedida para aplicação do inquérito por questionário no Instituto Politécnico de Bragança, nomeadamente, na Escola Superior Agrária (ESA), Escola Superior de Educação (ESE), Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela (EsACT), Escola Superior de Saúde (ESSa) e Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTiG). Também quero agradecer a colaboração da Professora Doutora Maria João Tinoco Varanda Pereira (ESTiG), do Professor Hélder Fernandes e Professora Carina Rodrigues (ESSa), Professor Doutor Miguel Vilas Boas (ESA), Professor Ribeiro Alves (ESE) e da Professora Doutora Sónia Nogueira (EsACT) pela ajuda disponibilizada para aplicação dos inquéritos nas diferentes escolas.

Aos meus pais, irmã e avós, pelo apoio, compreensão e força que me deram.

Ao meu namorado, pelo apoio, compreensão e paciência que sempre demonstrou.

Aos meus amigos que sempre me apoiaram e a todas as pessoas que direta e indiretamente contribuíram para esta importante etapa da minha vida.

## LISTA DE SIGLAS

ACJ	Acompanhamento de Crianças e Jovens
APNOR	Associação de Politécnicos do Norte
AQB	Análises Químicas e Biológicas
AREI	Automação, Robótica e Eletrónica Industrial
BC	Bioanálises e Controlo
C	Concordo
CD	Comunicação Digital
CONT	Contabilidade
CT	Concordo Totalmente
CTeSP	Cursos Técnicos Superiores Profissionais
CV	Cuidados Veterinários
D	Discordo
DPM	Desenvolvimento de Produtos Multimédia
DSAS	Desenvolvimento de <i>Software</i> e Administração de Sistemas
DT	Discordo Totalmente
EA	Educação Ambiental
ERIE	Energias Renováveis e Instalações Elétricas
ESA	Escola Superior Agrária de Bragança
EsACT	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
ESE	Escola Superior de Educação
ESSa	Escola Superior de Saúde de Bragança
ESTiG	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Bragança
GA	Gestão Ambiental
GER	Gerontologia
GOL	Gestão Operacional e Logística
GVM	Gestão de Vendas e Marketing
IAG	Ilustração e Arte Gráfica
IEFP	Instituto de Emprego e Formação Profissional
INF	Informática
IPB	Instituto Politécnico de Bragança
KMO	<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i>
MGO	Mestrado em Gestão das Organizações
N	Neutro
PA	Produção Agrícola
PAE	Produção nas Artes do Espetáculo
PCO	Planeamento e Condução de Obra
PMC	Promoção Turística e Cultural
PMG	Prospecção Mineral e Geotécnica
SJ	Serviços Jurídicos
SL	Secretariado e Línguas
SSDC	Serviço Social e Desenvolvimento Comunitário
TA	Tecnologia Alimentar
TMV	Tecnologia Mecânica e Veículos
VE	Viticultura e Enologia

## ÍNDICE GERAL

ÍNDICE DE FIGURAS .....	vii
ÍNDICE DE TABELAS .....	viii
INTRODUÇÃO .....	1
1. REVISÃO DE LITERATURA .....	3
1.1. Conceito de Satisfação .....	3
1.2. Lealdade, Sentimento de Confiança e Compromisso.....	9
1.3. Satisfação e Lealdade nas Instituições de Ensino Superior .....	11
2. CARACTERIZAÇÃO DO INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA.....	15
2.1. Instituto Politécnico de Bragança .....	15
2.2. Unidades Orgânicas .....	19
3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO .....	21
3.1. Enquadramento da Investigação .....	21
3.2. Objetivos e Hipóteses de Investigação .....	23
3.3. Instrumento de Recolha de Dados.....	24
3.4. Tratamento de Dados.....	25
3.5. Definição da População e Amostra.....	26
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE EMPÍRICA DOS DADOS.....	29
4.1. Caraterização da Amostra.....	29
4.2. Relação dos Estudantes que Frequentam os CTeSP com o IPB.....	50
4.3. Confirmação das Hipóteses de Investigação.....	53
CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E ESTUDOS FUTUROS.....	61
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
ANEXOS.....	71

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Modelo sobre a formação da satisfação ou insatisfação. ....	5
<b>Figura 2.</b> Modelo sobre a Satisfação e a Lealdade. ....	6
<b>Figura 3.</b> Modelo sobre a satisfação na ótica do estudante. ....	6
<b>Figura 4.</b> Tipos de Lealdade. ....	9
<b>Figura 5.</b> Fases da Lealdade. ....	10
<b>Figura 6.</b> Sexo dos Estudantes que frequentam os CTeSP do IPB. ....	29
<b>Figura 7.</b> Idade dos Estudantes que frequentam os CTeSP do IPB. ....	30
<b>Figura 8.</b> Localização dos Estudantes que frequentam os CTeSP do IPB. ....	31
<b>Figura 9.</b> O CTeSP que frequenta foi a 1ª Opção. ....	33
<b>Figura 10.</b> O IPB foi a 1ª Opção de escolha para frequentar uma IES. ....	33
<b>Figura 11.</b> Fatores que influenciaram a escolha do curso/estabelecimento. ....	34
<b>Figura 12.</b> Outros fatores que influenciaram a escolha do curso/estabelecimento. ....	35
<b>Figura 13.</b> Percepção sobre a informação que o estudante tem sobre o curso/instituição, no momento da candidatura. ....	35
<b>Figura 14.</b> Principais vias de informação na perspetiva dos estudantes. ....	36
<b>Figura 15.</b> Recomendação do IPB a um amigo. ....	37
<b>Figura 16.</b> Continuação do seu Percurso Académico no IPB. ....	41
<b>Figura 17:</b> <i>Scree Plot</i> . ....	57

## ÍNDICE DE TABELAS

<b>Tabela 1.</b> Exemplos de Definições do Conceito de Satisfação. ....	4
<b>Tabela 2.</b> Licenciaturas existentes no IPB, no ano letivo 2015/2016. ....	16
<b>Tabela 3.</b> Pós-Graduações existentes no IPB. ....	17
<b>Tabela 4.</b> Mestrados existentes no IPB. ....	18
<b>Tabela 5.</b> CTeSP oferecidos no IPB (ano letivo 2015/2016). ....	22
<b>Tabela 6.</b> Fiabilidade do Instrumento de Recolha de Dados. ....	25
<b>Tabela 7.</b> Tabela de KMO. ....	26
<b>Tabela 8.</b> População versus Amostra. ....	27
<b>Tabela 9.</b> Relação do CTeSP com a Unidade Orgânica. ....	32
<b>Tabela 10.</b> Outras razões a que teve acesso. ....	37
<b>Tabela 11.</b> Razões que levam à recomendação do IPB a um amigo. ....	38
<b>Tabela 12.</b> Razões que levam à recomendação do IPB a um amigo. ....	39
<b>Tabela 13.</b> Razões que levam à não recomendação do IPB a um amigo. ....	40
<b>Tabela 14.</b> Razões que levam à não recomendação do IPB a um amigo. ....	41
<b>Tabela 15.</b> Razões para não pretender continuar o Percurso Académico no IPB. ....	42
<b>Tabela 16.</b> Razões para não continuar o percurso académico no IPB por CTeSP (continua). ....	44
<b>Tabela 17.</b> Relação entre o CTeSP e a Licenciatura (continua). ....	47
<b>Tabela 18.</b> Resultados descritivos para a Dimensão da Relação do Estudante com o IPB. ....	52
<b>Tabela 19.</b> Resultados para a Hipótese de Investigação 2. ....	53
<b>Tabela 20.</b> Correlação de <i>Pearson</i> entre as variáveis relação dos estudantes do CTeSP com o IPB com a Satisfação Global. ....	55
<b>Tabela 21.</b> Resumo dos resultados para as Hipóteses de Investigação. ....	56
<b>Tabela 22.</b> Indicadores de adequabilidade da Análise Fatorial – KMO e Teste de Bartlett. ....	57
<b>Tabela 23.</b> Determinantes da Relação dos Estudantes dos CTeSP com o IPB. ....	58
<b>Tabela 24.</b> Médias dos Fatores identificados para os atributos que medem a Satisfação. ....	59

# INTRODUÇÃO

O Ensino Superior tem sido alvo de muitas mudanças sendo os estudantes e outros *stakeholders* responsáveis pelas mesmas. Nos últimos tempos, as instituições de ensino superior têm vindo a atribuir, cada vez mais, importância às questões relacionadas com a satisfação e lealdade dos seus clientes – estudantes. A oferta formativa das instituições de ensino superior, em muitos casos, é igual exigindo, por isso, competitividade entre as instituições na procura de clientes. Se, por um lado, um estudante satisfeito tende a permanecer na instituição, a dar informações objetivas acerca desta, tanto a futuros estudantes, como a familiares ou até mesmo amigos. Por outro lado, também, é verdade, que um estudante insatisfeito pode afastar estudantes de determinada instituição.

O presente trabalho de investigação tem como objetivo principal analisar a satisfação e a lealdade dos estudantes que frequentam Cursos Técnicos Superiores Profissionais no Instituto Politécnico de Bragança. Para este estudo, aplicou-se um inquérito por questionário aos estudantes das cinco escolas do IPB onde são ministrados os CTeSP, nomeadamente a Escola Superior Agrária de Bragança (ESA), Escola Superior de Educação de Bragança (ESE), Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela (EsACT), Escola Superior de Saúde de Bragança (ESSa) e Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Bragança (ESTiG). A amostra final totaliza 370 estudantes, dos 590 matriculados, que frequentavam os cursos em análise ministrados nas cinco escolas, no ano letivo de 2015/2016.

O estudo empírico realizado adotou o paradigma positivista e seguiu uma abordagem quantitativa com o propósito de responder ao objetivo definido. Para o efeito utilizou o método do inquérito por questionário.

Este estudo assume particular relevância na medida em que permite saber qual a perceção que os estudantes detêm dos CTeSP e da instituição que frequentam, neste caso do IPB, através do estudo da satisfação e da lealdade.

Esta dissertação encontra-se estruturada em quatro pontos, após a introdução. No primeiro ponto efetua-se a revisão de literatura, no qual se apresenta a definição dos conceitos de satisfação e lealdade, sentimento de confiança e compromisso. Posteriormente, apresenta-se a relação satisfação e lealdade nas instituições de ensino superior. O segundo ponto é dedicado à caracterização do Instituto Politécnico de Bragança e às unidades orgânicas que compõem a instituição de ensino superior. No terceiro ponto descreve-se a metodologia de investigação, onde é apresentado o enquadramento da investigação, são definidos os objetivos e as hipóteses de investigação, o instrumento de recolha de dados. Neste mesmo ponto é ainda descrita a definição da população e amostra do estudo. No quarto ponto efetua-se a análise empírica dos dados, em concreto é feita a caracterização da amostra, descreve-se a relação dos estudantes que frequentam os CTeSP com o IPB e o teste das hipóteses de investigação. Esta dissertação termina com a apresentação das conclusões, as suas limitações e possíveis sugestões para investigação futura.



# 1. REVISÃO DE LITERATURA

## 1.1. Conceito de Satisfação

O estudo da satisfação do cliente teve origem nos Estados Unidos da América, no final dos anos setenta. A satisfação resulta de uma experiência única ou acumulada com um serviço, consumo ou utilização de um produto, ou seja, é necessário o cliente utilizar, consumir ou experimentar um serviço ou produto para saber qual o seu nível de satisfação.

São vários os autores que estudam as diferentes convicções sobre o conceito de satisfação. Churchill e Suprenant (1982) defendem que a satisfação está relacionada com a comparação entre as expectativas iniciais e o resultado do produto/serviço. Sendo que as expectativas do indivíduo são: a) confirmadas quando o produto/serviço é o previsto; b) contestadas quando o produto/serviço é mais fraco que o previsto; e, c) contestadas, positivamente, quando o produto/serviço tem um resultado superior do que o esperado. Thomas e Cunningham (2009) investigaram a associação entre a satisfação e as expectativas dos clientes, estudo este que decorreu no âmbito na investigação do impacto da satisfação no consumo de produtos e serviços, concluindo que as expectativas estão relacionadas com a satisfação, ou seja, os clientes têm expectativas e quando estas são superadas eles ficam satisfeitos.

Moosmayer e Siems (2012) assinalam que cada cliente tem as suas expectativas e que estas se encontram baseadas nos valores de cada um. Na perspectiva destes mesmos autores, o que leva à satisfação é a comparação que é feita entre as expectativas que o consumidor tinha do produto/serviço e o consumo.

Para Anderson, Fornell e Lehmann (1994) e Johnson, Gustafsson, Andreassen, Lervik e Cha (2001), a satisfação do cliente pode ser dividida em duas extensões, a transação específica e a percepção global ou acumulada.

Para Kotler e Armstrong (2010) quando o produto/serviço alcança e supera as expectativas leva a um sentimento de contentamento, esse sentimento é a chamada satisfação. Na perspectiva de

Blackwell, Miniard e Engel (2005) se o desempenho for negativo e as expectativas não forem atingidas leva à insatisfação.

A Tabela 1 sintetiza exemplos de definições do conceito de satisfação.

**Tabela 1.** Exemplos de Definições do Conceito de Satisfação.

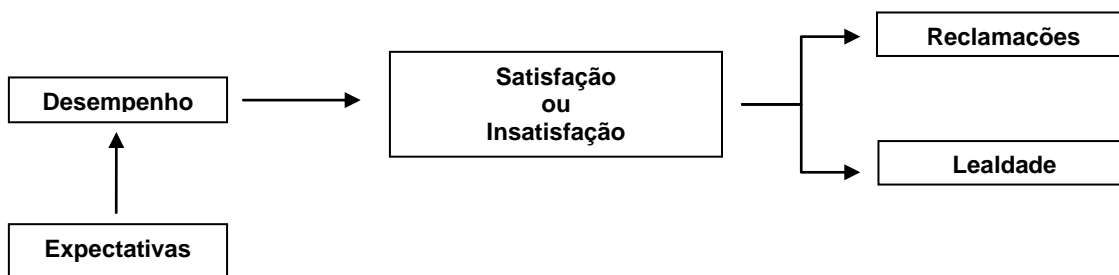
<b>Definição</b>	<b>Autor(es)/Data</b>
A satisfação resulta de uma comparação realizada entre as expectativas que o cliente tinha sobre o produto/serviço e o consumo efetivo.	Oliver (1980)
A satisfação para o cliente acontece quando as suas necessidades, objetivos e desejos são atingidos.	Oliver (1999)
A satisfação do cliente encontra-se dividida em: transação específica e a percepção global.	Andreson, Fornell e Lehmann (1994) e Johnson <i>et al.</i> (2001)
A satisfação é uma reação emocional de curto prazo ao desempenho específico de um serviço.	Lovelock e Wright (2001)
A satisfação é um estado cognitivo e emocional que resulta da experiência única ou acumulada de um serviço/produto, concluindo-se assim que um cliente satisfeito é algo positivo pois leva a crer que existe uma relação de cliente e empresa.	Sousa (2011)
A satisfação é a melhor maneira de conquistar a lealdade do cliente. Logo quanto maior for a satisfação maior será a lealdade levando a uma melhor reputação da empresa e assim melhores resultados financeiros.	Jones e Sasser (1995), Reichheld (1996) e Fornell, Johnson, Anderson, Cha e Bryant (1996)
A satisfação é um elemento importante para o sucesso de qualquer tipo de organização quando dela resulta práticas de repetição de compra, divulgação, aumento dos lucros e lealdade.	Kan, Yen e Huan (2009)

Fonte: Elaboração própria.

Para Huete (1998), o conceito de satisfação encontra-se dividido em duas componentes:

- *estrutural*: respeita às coisas possíveis de medir, sendo que quando o resultado for positivo existe um determinado nível de satisfação, caso contrário verifica-se a insatisfação.
- *emocional*: refere-se à personalidade da empresa, ou seja, as políticas e valores que esta tem, sendo que isto não é possível de medir.

Através da Figura 1, observa-se que os antecedentes da satisfação ou insatisfação são as expectativas, ou seja, o consumidor antes de experimentar já leva consigo uma certa expectativa. As expectativas levam ao desempenho e este pode trazer satisfação ou insatisfação por parte do cliente. O que pode acontecer quando o cliente está satisfeito é que este continua a comprar (lealdade); quando o cliente se encontra insatisfeito reclama ou deixa de comprar.



**Figura 1.** Modelo sobre a formação da satisfação ou insatisfação.

Fonte: Adaptado de Johnson, Gustafsson, Andressen, Lervik e Cha (2000, p.39).

Na opinião de Dutka (1994), a medição da satisfação pode melhorar a *performance* da empresa e o processo de tomada de decisão, pois este deve estar integrado na estrutura corporativa da empresa de modo a que se possam atingir os objetivos.

Naumann (1995) *in* Santos (2009, p.13) aponta cinco objetivos que leva à medição da satisfação do consumidor, que no seu ponto de vista serão os mais habituais:

1. Ficar mais próximo do consumidor (saber o que considera mais relevante, o que afeta a sua decisão).
2. Medir a melhoria contínua (o que o consumidor considera mais significativo é posto em modo sólido com as medições internas usadas para avaliar o processo).
3. Chegar clientes que garantem a melhoria (fazer uma base de dados que faça a monitorização das vendas e fontes de inovação).
4. Medir as forças e as fraquezas competitivas (ver quais as escolhas competitivas dos clientes, inquirindo os passados, atuais e futuros clientes).
5. Ligar os dados da medição da satisfação com os sistemas internos.

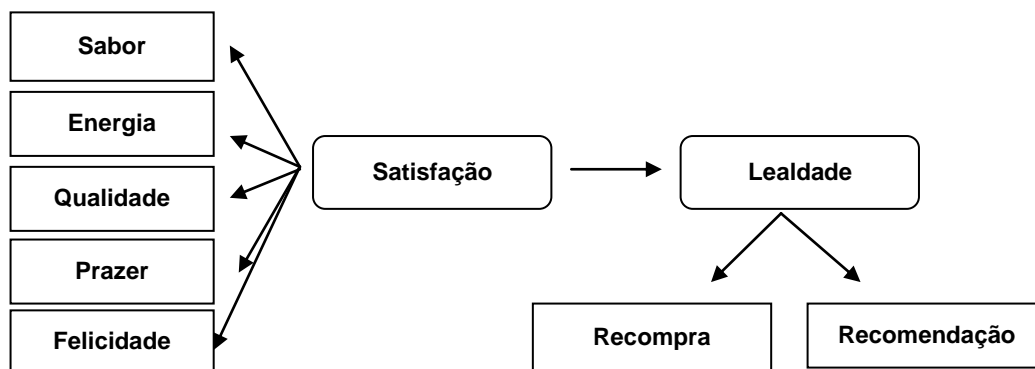
Na perspetiva de Marques (2012), a satisfação é uma comparação entre as expectativas que tinha sobre um produto/serviço para satisfazer as necessidades e o desempenho após a compra do produto/serviço. Já para Alves (2003) as expectativas são as bases de referência para a satisfação.

Giese e Cote (2000) consideram que a satisfação tem três componentes:

- a) A satisfação é uma resposta emocional ou efetiva;
- b) A satisfação tem um foco em particular, como as expectativas, produto entre outros;
- c) A satisfação ocorre num momento específico, isto é, depois do consumo, escolha e com base numa experiência.

Segundo Kotler e Keller (2006), a satisfação depende das expectativas, e quanto mais elevadas são as experiências atuais comparadas com as expectativas que já existiam, maior será a satisfação.

Como se pode observar na Figura 2, a satisfação é composta por vários fatores, entre eles, o sabor, a energia, a qualidade, o prazer e a felicidade. Quando estes fatores estão presentes podem fazer com que se verifique uma outra variável, que se chama lealdade. A lealdade é transmitida através da recomendação ou da recompra, isto é, se uma pessoa utilizou um serviço/produto e ficou satisfeito, voltando novamente a comprar.



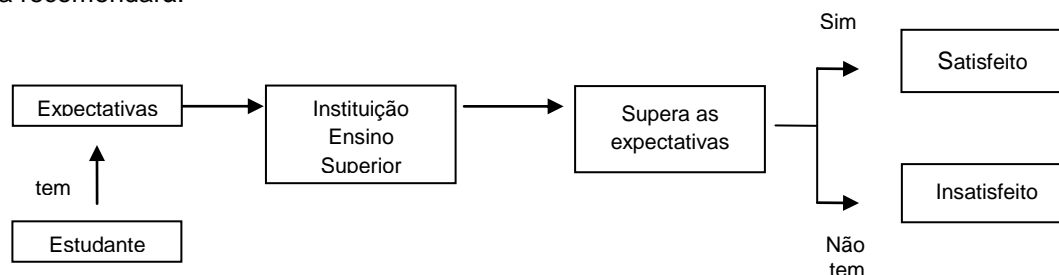
**Figura 2.** Modelo sobre a Satisfação e a Lealdade.

Fonte: Larán e Espinoza (2004, p.59).

O estudo sobre a satisfação dos estudantes nas instituições de ensino superior é cada vez mais importante, pois um estudante satisfeito tende a permanecer na instituição, a recomendá-la a amigos e familiares, entre outras razões, pelo que há necessidade de definir satisfação numa Instituição de Ensino Superior.

De acordo com Kotler e Clarke (1987), torna-se relevante para a análise da satisfação dos estudantes a ótica que estes têm sobre a experiência e a relação que existe com as expectativas, pois um estudante encontra-se muito satisfeito quando são superadas as expectativas, e muito insatisfeito quando situação contrária.

Na Figura 3 apresenta-se um modelo sobre a satisfação na ótica do estudante. Através da figura observa-se que um estudante tem expectativas sobre a instituição de ensino superior. Caso essas expectativas sejam superadas este fica satisfeito e caso contrário na não superação das expectativas. Se estiver satisfeito pode continuar na instituição académica e até recomendar esta a futuros estudantes ou amigos, caso contrário o estudante acaba por deixar a instituição e jamais a recomendará.



**Figura 3.** Modelo sobre a satisfação na ótica do estudante.

Fonte: Kotler e Clarke (1987, p.89).

Carvalho e Mota (2010) defendem que a relação que existe entre o consumidor que fornece o serviço tem um impacto na satisfação. Já na perspectiva de Elliot e Healy (2001), um aluno só se encontra satisfeito quando o desempenho que a instituição académica exerce é igual ou superior às expectativas que este tinha.

À medida que os estudantes começam a interagir com a instituição, a sua opinião e expectativas podem ser alteradas, logo, segundo Grey (2004) tem que existir um controlo constante do nível de satisfação dos estudantes para que estes se sintam uma componente fundamental da instituição. Com a competição entre instituições de ensino superior a análise da satisfação dos estudantes torna-se fundamental (Helgesen & Nettet, 2007).

Estudos realizados por Sung e Yang (2009) comprovam que é importante para a qualidade das universidades a medição das experiências dos estudantes. Já na perspectiva de Eom, Wen e Ashill (2006) concluem que a estrutura do curso, a motivação, o estilo de aprendizagem, o conhecimento e a atitude do instrutor, a interação e o *feedback* influenciam a satisfação dos estudantes.

Filho, Guerra e Moura (2004) fizeram uma pesquisa com o objetivo de medir a expectativa, valor, satisfação, inclinação à lealdade e qualidade no ensino superior, concluindo que se deve medir e gerir a satisfação dos estudantes, na medida em que esta medição se torna necessária para que se venha a obter lealdade e os seus elementos consequentes, como, por exemplo, a divulgação boca-a-boca.

Segundo Batista Alves (2003), a satisfação dos estudantes é o resultado da experiência educacional. Esta satisfação é influenciada por duas características inerentes às instituições de ensino superior:

- Intelectual (envolvimento dos estudantes com os docentes, administradores e colegas) que é proporcionado pelos docentes e outros estudantes;
- Sucesso em satisfazer as necessidades dos estudantes.

A satisfação ou insatisfação por parte dos estudantes resulta: a) da comparação que os estudantes fazem da própria situação com a dos outros estudantes em outras universidades, b) da análise do desempenho da universidade, c) da comparação do desempenho da universidade com as expectativas iniciais e, e) de um sentimento geral a respeito da universidade, por exemplo, quando as expectativas não são confirmadas.

Segundo Yu e Kim (2008) quando os estudantes se encontram satisfeitos com a sua experiência académica existe uma maior probabilidade de fazerem referências positivas acerca da instituição de ensino superior que frequentam. Já na perspectiva de Petruzzelis e Romanazzi (2010), os estudantes que estão muito satisfeitos com a instituição de ensino superior não mudam facilmente de opinião, mesmo depois de pequenas insatisfações.

A satisfação nas instituições é importante, pois um consumidor satisfeito normalmente é leal à instituição. O aumento da concorrência nas instituições de ensino superior leva a adoção de novas técnicas para cativar os estudantes à instituição.

Oliver (1999) defende que a satisfação e a lealdade encontram-se ligadas e que existe uma relação forte e assimétrica entre ambas.

Para Berry (2002) o que leva à existência de clientes leais é o relacionamento de longo prazo com os clientes fazendo com que estes sejam clientes satisfeitos. Já na perspectiva de Reichheld (1994) e Jones e Sasser (1995), um cliente satisfeito pode não ser um cliente fiel.

Espejel, Fandos e Flavián (2008) defendem que *“níveis elevados de satisfação levam a níveis também elevados de lealdade e de intenção de compra”*.

Segundo Martensen, Gronholdt, Eskildsen e Kristensen (2000) *in* Magalhães (2015, p.12), *“a lealdade entre os estudantes e a instituição acontece quando:*

- *os estudantes continuam os estudos na mesma instituição;*
- *os estudantes recomendam a instituição;*
- *os estudantes aconselham o curso;*
- *se tivessem que escolher novamente, seria a mesma instituição/curso.”*

Para Kotler e Armstrong (2003) a satisfação do cliente é a expectativa que este cria sobre a oferta e a partir dessas expectativas tomam a decisão de compra. Neste caso, pode suceder três situações:

1. Quando o desempenho fica abaixo das expectativas leva à insatisfação do cliente;
2. Quando o desempenho fica à altura das expectativas, o cliente fica satisfeito;
3. Quando o desempenho supera as expectativas faz com que o cliente fique extremamente satisfeito.

Estes autores defendem que a satisfação persiste num importante elemento de lealdade e que esta é difícil de alcançar sem que existam elevados níveis de satisfação.

Marzo-Navarro, Pedraja-Iglesias e Rivera-Torres (2005) mostram que a satisfação é fundamental para a lealdade do estudante. Colocando ainda a hipótese de a satisfação ser o antecedente da lealdade.

Segundo Douglas, McClelland e Davies (2008), quando os estudantes pretendem permanecer na instituição com intenção de obter formação em outros ciclos (2º ou 3º ciclo) na instituição, estamos perante a lealdade, pois existe uma repetição da instituição na prossecução dos estudos.

Na perspectiva de Wong (2009), a satisfação com o curso, a instituição e a empregabilidade e o prestígio social, pelo facto de frequentarem o ensino superior, são as causas da satisfação por parte dos estudantes que se encontram no ensino superior.

## 1.2. Lealdade, Sentimento de Confiança e Compromisso

A lealdade é bastante importante na medida em que esta se encontra vinculada à satisfação. Isto é, quando um consumidor se encontra satisfeito tende a ser leal. Segundo Al-Alak (2007), o relacionamento contínuo com o cliente constitui a lealdade. A lealdade faz com que, quando existam falhas de qualidade, haja uma minimização da possibilidade de os clientes abandonarem a organização. Na perspetiva de Oliver (1999), a lealdade é um compromisso em voltar a comprar um produto/serviço, levando a uma repetição futura do mesmo produto/serviço.

Bowen e Chen (2001) distinguem três abordagens referentes à lealdade: comportamental, atitudinal e composta. Na primeira abordagem - comportamental, o comportamento de compra é o indicador de lealdade. A abordagem atitudinal utiliza o sentimento de lealdade, a fidelidade e o comprometimento para mostrar a ligação psicológica emocional pertencente à lealdade. A abordagem composta é a junção entre a primeira e a segunda abordagens (Dick & Basu, 1994). Na Figura 4 apresentam-se os tipos de lealdade segundo as abordagens de Dick e Basu (1994) *in* Larán e Espinoza (2004).

		COMPORTAMENTO	
		FORTE	FRACO
ATITUDE	FORTE	LEALDADE VERDADEIRA	LEALDADE LATENTE
	FRACO	LEALDADE FALSA	SEM LEALDADE

**Figura 4.** Tipos de Lealdade.

Fonte: Adaptado de Dick e Basu (1994) *in* Larán e Espinoza (2004, p.55).

Na opinião de Larán e Espinoza (2004), a lealdade verdadeira é favorável e a recompra é sólida, o que leva a um compromisso por parte do consumidor. Na lealdade falsa, o cliente efetua a compra, mas não tem uma abordagem atitudinal, ou seja, há fatores que estão a influenciar a compra, como é o caso de quando o preço se encontra mais baixo do que o habitual. No nível de lealdade latente, o consumidor tem uma forte atitude, mas um baixo comportamento, isto é, existe alguma barreira que não o leva a comprar, como por exemplo, o preço. Neste último nível de lealdade, ou melhor sem lealdade, não existe preferência nem a compra é regular.

Para Oliver (1999) existem quatro fases da lealdade (Figura 5):

- A. Lealdade cognitiva.
- B. Lealdade afetiva.
- C. Lealdade conotativa.
- D. Lealdade de ação.



**Figura 5.** Fases da Lealdade.

Fonte: Adaptado de Oliver (1999, p.36).

**A. Lealdade cognitiva** – trata-se de um exemplo de lealdade cognitiva às várias situações de rotina, tais como, recolha de lixo (Oliver, 1999). A lealdade cognitiva, está relacionada com a informação disponível pelo consumidor, apoiando-se por vezes num conhecimento prévio. É nesta fase que o consumidor considera esta marca/produto/serviço melhor do que qualquer outra alternativa, sendo que, se este não estiver satisfeito já não haverá outra fase de lealdade.

**B. Lealdade afetiva** – surge depois do consumidor usufruir do produto/serviço, e tem uma atitude benéfica quanto à marca. Nesta fase ainda pode existir como que uma mudança, ou seja, o consumidor pode não se mostrar satisfeito.

**C. Lealdade conotativa** – sucede quando o consumidor repete a sua compra em relação a uma marca, sendo que isto pode não se realizar.

**D. Lealdade de ação** – acontece quando o consumidor já apresenta uma lealdade efetiva, pois o seu propósito de comprar transforma-se numa ação.

De acordo com Fornell (1992), um cliente leal não tem que ser necessariamente um cliente satisfeito, mas por outro lado um cliente satisfeito é leal, ou seja, o facto de querer manter um consumidor pode levar à lealdade.

Morgan e Hunt (1994) defendem que aquilo que leva à existência de lealdade num relacionamento é a confiança e o compromisso.

A relação positiva existente entre a satisfação e a lealdade foi alvo de estudos realizados por Johnston, Clark e Shulve (2012, p.15) tendo os resultados obtidos permitido aos autores concluir que “os clientes satisfeitos (...) têm maiores probabilidades de retornar (...) e recomendar a organização e os seus serviços a outros”. Já Lovelock e Wirtz (2011) defendem que a satisfação do consumidor tem como base a lealdade verdadeira.

A confiança do consumidor influencia a lealdade. Quanto maior a confiança que o cliente tem na empresa maior a relação com esta, influenciando a lealdade (Garbarino & Johnson, 1999).

Oliver (1999) defende que para se possuir a lealdade do consumidor é necessário ganhar a sua confiança, pois sem confiança não existe lealdade. Reichheld e Scheffer (2000) partilham da mesma opinião de Oliver (1999), quando afirmam que para adquirir a lealdade de um cliente é primordial ganhar a sua confiança.

Depois de várias investigações, Singh e Sirdeshmukh (2000) concluíram que a lealdade é positivamente influenciada pelas expectativas que o consumidor detém.

Reichheld e Scheffer (2000) defendem que para conquistar a lealdade dos clientes é fundamental conquistar a sua confiança. Santos e Fernandes (2007) consideram também que a lealdade pode ser influenciada positivamente pela existência de confiança do consumidor, pois a confiança leva à sequência da relação, isto é, cria sentimentos de lealdade.

Para Rodrigues (2012, p.16) *“a satisfação dos clientes tem por base um profundo conhecimento e compromisso com estes e com as suas necessidades, permitindo a antecipação de cenários e soluções que favoreçam a sua atividade, alimentando o seu conforto e confiança, ao mesmo tempo que reduz o risco de fuga do cliente”*. Segundo o mesmo autor, a satisfação dos clientes tem como suporte o conhecimento e compromisso, permitindo assim soluções para favorecerem atividade e alimentarem o seu conforto e confiança, ao mesmo tempo que se reduz o risco de fuga do cliente.

### **1.3. Satisfação e Lealdade nas Instituições de Ensino Superior**

Alves e Raposo (2007), num estudo que realizaram com o objetivo de medir a satisfação dos estudantes das instituições de ensino superior em Portugal, verificaram o relacionamento entre as variáveis: imagem institucional, expectativas do aluno, valor apercebido, qualidade apercebida, satisfação do aluno, envolvimento e lealdade do aluno. A satisfação é correlacionada apenas por quatro destas variáveis (imagem, expectativas, valor apercebido e qualidade apercebida) e é um fator de medição que influencia a lealdade e o envolvimento dos estudantes.

Do mesmo modo, Helgesen e Nettet (2007) desenvolverem um estudo onde era pretendido analisar a satisfação dos estudantes de uma universidade na Noruega. Os resultados obtidos permitiram encontrar evidências empíricas relativas à qualidade do serviço, informações institucionais e diretrizes, interações sociais dos estudantes, satisfação com as instalações e empenho dos estudantes para com a satisfação de outros estudantes. Mostraram ainda que a satisfação dos estudantes tem uma influência positiva no que diz respeito à lealdade e reputação da instituição, sendo que esta última tem um forte impacto na lealdade.

Silva (2011) realizou um estudo sobre a satisfação dos estudantes de uma instituição de ensino superior que tinha como principal objetivo avaliar a qualidade do serviço prestado, pela instituição, através da comparação das expectativas dos estudantes com as percepções que os mesmos têm sobre o desempenho da instituição. Este estudo recaiu sobre 2031 estudantes, pertencentes a 18 cursos (10 licenciaturas e oito cursos de mestrado) que frequentavam o segundo semestre do ano letivo de 2009/2010. Os resultados obtidos mostraram que os estudantes se encontram satisfeitos com o desempenho da instituição, pois esta pode oferecer aos estudantes serviços de qualidade de modo a cativar novos estudantes e a manter atuais estudantes. Os estudantes que se encontram satisfeitos contribuem para a lealdade à instituição, mantendo-se na instituição de ensino superior até terminar o curso. Os estudantes também se tornam os melhores promotores da imagem da instituição, uma vez que influenciam positivamente a percepção que a sociedade e os futuros estudantes têm a seu respeito.

Reis (2011) realizou um estudo onde foi pretendido analisar a reputação de uma marca organizacional, atribuindo especial atenção às percepções dos estudantes em diferentes fases de contacto com a mesma. Em concreto, o autor pretendeu compreender a existência de relação entre a imagem que os estudantes de licenciatura e de mestrado têm sobre a instituição de ensino superior e compará-la com a imagem que esses mesmos estudantes detêm da instituição. No estudo foi ainda pretendido averiguar quão distante se encontra a instituição de ensino da instituição considerada como ideal pelos estudantes. Foi ainda analisado o impacto da reputação, satisfação, lealdade, sentimento de confiança e compromisso dos estudantes. Relativamente à questão se existe uma relação entre a reputação da instituição e a satisfação, lealdade, sentimento de confiança e compromisso dos estudantes (de licenciatura e de mestrado), os resultados permitiram concluir que a satisfação dos estudantes está relacionada com a reputação, a lealdade com as dimensões de empreendedorismo, concordância e competência. O sentimento de confiança dos estudantes de licenciatura está relacionado com as dimensões concordância, competência e empreendedorismo; enquanto que nos estudantes de mestrado nenhuma dimensão é apresentada como possuindo uma relação com o sentimento de confiança. No que diz respeito à questão se existe uma relação entre a lealdade e o compromisso para com a instituição em estudo, o autor conclui que existe uma relação positiva. Quanto à questão se o sentimento de confiança para com a instituição está relacionado com a satisfação, a lealdade e o compromisso, os resultados evidenciaram que existe uma relação positiva entre estas variáveis.

Duarte (2012) desenvolveu um estudo com o objetivo de quantificar a satisfação e a lealdade dos estudantes de todos os ciclos de uma instituição de ensino superior público e identificar os fatores considerados de maior relevância para a satisfação dos estudantes, bem como perceber as relações existentes entre as variáveis estudadas. As conclusões permitiram evidenciar que todas as variáveis antecedentes têm impacto significativo na satisfação do estudante, sendo que a variável expectativas é a única que tem um impacto negativo, sendo que o facto deste impacto pode ser explicado pela não concretização das expectativas criadas pela instituição de ensino. A satisfação do estudante apresenta um maior impacto sobre a satisfação do estudante, enquanto que a qualidade percebida não é visualizada diretamente, mas tem que estar a atuar sobre os indicadores que se encontram associados.

Magalhães (2015) concretizou um estudo que tinha como objetivo avaliar a reputação corporativa em rede, sob o ponto de vista dos estudantes. O estudo foi aplicado aos quatro institutos politécnicos que fazem parte da Associação de Politécnicos do Norte. O autor concluiu que os estudantes têm uma relação positiva com a instituição que frequentam, isto é, encontram-se satisfeitos. Verificou ainda que existe uma correlação positiva e direta entre a satisfação com a instituição que frequenta e a escala de carácter corporativo, ou seja, à medida que a reputação aumenta o grau de satisfação também aumenta. Como forma de conclusão foram identificados determinantes que podem explicar a satisfação, esses determinantes assentam na lealdade e na comunicação.

Mais recentemente, Jorge (2016), pretendeu compreender o nível de satisfação por parte dos estudantes internacionais pela escolha de uma instituição de ensino superior portuguesa. Era ainda pretendido obter uma maior compreensão do impacto dos fatores de escolha e das fontes de informação na lealdade dos estudantes internacionais, medido pela sua satisfação com as escolhas efetuadas. Os resultados permitiram mostrar que a satisfação dos estudantes internacionais pelas escolhas efetuadas e a perceção sobre a imagem corporativa da instituição explicam 67,4% da lealdade dos estudantes medida em termos de vontade de voltar a estudar nessa instituição e, sobretudo, na intenção de a recomendar a familiares, amigos e conhecidos.



## **2. CARACTERIZAÇÃO DO INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA**

### **2.1. Instituto Politécnico de Bragança**

O Instituto Politécnico de Bragança (IPB) é uma instituição pública de ensino superior que tem como missão a criação, transmissão e difusão do conhecimento técnico-científico e do saber de natureza profissional, através da articulação do estudo, do ensino, da investigação orientada e do desenvolvimento experimental (n.º 1 do art.º 1 do Despacho Normativo n.º 62/2008, de 5 de dezembro). O IPB foi fundado em 1983 e faz parte da rede europeia de Universidade de Ciências Aplicadas (*European Network for Universities of Applied Sciences*). Do IPB fazem parte cinco escolas, quatro em Bragança e uma em Mirandela, a saber:

- Escola Superior Agrária (ESA);
- Escola Superior de Educação (ESE);
- Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela (EsACT);
- Escola Superior de Saúde (ESSa);
- Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTiG).

A atividade do IPB abrange várias áreas, tais como, as artes, comunicação e multimédia, o turismo, desporto e lazer, a educação e a formação de professores, a saúde e proteção social, as ciências empresariais e o direito, as ciências agrárias e recursos naturais e as tecnologias.

O IPB consolidou a sua dimensão em cerca de 7.000 estudantes, nomeadamente através da aposta nas formações de cursos técnicos superiores profissionais, licenciaturas e mestrados ([www.ipb.pt](http://www.ipb.pt)), no ano letivo 2015/2016.

Uma das maiores apostas do IPB consiste na internacionalização, pois pode constituir um fator de diferenciação entre as instituições de ensino superior. No ano letivo de 2015/2016 conta com mais

400 estudantes em mobilidade. Também se destaca o IPB pela oferta de cursos de língua e cultura portuguesa para estudantes estrangeiros ([www.ipb.pt](http://www.ipb.pt)).

Conforme já referido, o IPB oferece cursos de licenciatura, mestrado, pós-graduação/especialização e, no ano letivo 2015/2016, apostou numa nova tipologia de formação refletida nos CTeSP.

As tabelas seguintes sintetizam a oferta formativa disponibilizada pelo IPB durante o ano letivo 2015/2016. No que se refere à oferta formativa ao nível dos CTeSP optou-se por descrever os mesmos no ponto 3.1 que diz respeito ao enquadramento da investigação.

**Tabela 2.** Licenciaturas existentes no IPB, no ano letivo 2015/2016.

Área Científica	Curso	Escola
Artes, Comunicação e Multimédia	Animação e Produção Artística	ESE
	Arte e <i>Design</i>	ESE
	<i>Design</i> de Jogos Digitais	EsACT
	Multimédia	EsACT
	Música	ESE
	Tecnologias da Comunicação	EsACT
Ciências Agrárias e Recursos Naturais	Enfermagem Veterinária	ESA
	Engenharia Agronómica	ESA
	Engenharia Zootécnica	ESA
	Fitofarmácia e Plantas Aromáticas e Medicinais	ESA
Ciências Empresariais e Direito	Contabilidade	ESTiG
	Gestão	ESTiG
	Gestão – Pós Laboral	ESTiG
	Gestão e Negócios Internacionais	ESTiG
	Gestão e Administração Pública	EsACT
	Línguas para Relações Internacionais	ESE
	<i>Marketing</i>	EsACT
	Relações Lusófonas e Língua Portuguesa	ESE
	Solicitadoria	EsACT
Educação e Formação de Professores	Educação Ambiental	ESE
	Educação Básica	ESE
	Línguas Estrangeiras: Inglês e Espanhol	ESE
Saúde e Proteção Social	Ciências Biomédicas Laborais	ESSa
	Dietética e Nutrição	ESSa
	Educação Social	ESE
	Enfermagem	ESSa
	Enfermagem (entrada 2º semestre)	ESSa
	Farmácia	ESSa
	Gerontologia	ESSa

Fonte: Elaboração própria.

Conforme se pode observar na Tabela 2 existem 44 licenciaturas disponíveis no IPB. A escola onde existem mais licenciaturas é a ESTiG com 13 licenciaturas lecionadas nas seguintes áreas Ciências Empresariais e Direito e Tecnologia. Em seguida encontra-se a ESE com um total de 6 licenciaturas que se encontram distribuídas pelas seguintes áreas: Artes, Comunicação e Multimédia; Ciências Empresariais e Direito, Educação e Formação de Professores, Saúde e Proteção Social e Turismo, Desporto e Lazer. A escola que se segue é a EsACT com oito

licenciaturas nas seguintes áreas científicas: Artes, Comunicação e Multimédia; Ciências Empresariais e Direito; Tecnologia e Turismo, Desporto e Lazer. A ESA tem sete licenciaturas agrupadas em duas áreas científicas: Ciências Agrárias e Recursos Naturais e Tecnologia. Por fim, a ESSa ministra seis licenciaturas nas áreas da Saúde e Proteção Social.

**Tabela 2.** Licenciaturas existentes no IPB, no ano letivo 2015/2016 (continuação).

Tecnologia	Biologia e Biotecnologia	ESA
	Ciência e Tecnologia Alimentar	ESA
	Engenharia do Ambiente	ESA
	Engenharia Civil	ESTiG
	Engenharia de Energias Renováveis	ESTiG
	Engenharia Eletrotécnica e de Computadores	ESTiG
	Engenharia Informática	ESTiG
	Engenharia Mecânica	ESTiG
	Engenharia Química e Biológica	ESTiG
	Informática de Gestão	ESTiG
	Informática e Comunicações	EsACT
	Tecnologia Biomédica	ESTiG
	Tecnologia e Gestão Industrial	ESTiG
Turismo, Desporto e Lazer	Desporto	ESE
	Turismo	EsACT

Fonte: Elaboração própria.

Em relação às Pós-Graduações estas estão direcionadas para área da saúde (Tabela 3) e encontram-se todas a ser ministradas na ESSa.

**Tabela 3.** Pós-Graduações existentes no IPB.

Pós-Graduação	Escola
Pós-Graduação em Cuidados Paliativos	ESSa
Pós-Graduação em Educação Emocional	ESSa
Pós-Graduação de Gestão em Enfermagem	ESSa
Pós-Graduação em Obesidade e Controlo de Peso	ESSa
Pós-Graduação em Qualidade e Auditorias em Saúde	ESSa

Fonte: Elaboração própria.

No que diz respeito aos mestrados são muitos aqueles que se podem encontrar no IPB, primando pela qualidade do corpo docente, qualidade dos recursos pedagógicos, técnicos e laborais, sendo que todos os mestrados estão adaptados ao Processo de Bolonha. Na Tabela 4 pode ver-se que a unidade orgânica que leciona um maior número de mestrados é a ESTiG, com 11 mestrados, que se encontram em duas áreas: Ciências Empresarias e Direito e Tecnologias. A ESE ministra 10 mestrados nas áreas científicas de Ciências Empresarias e Direito; Educação e Formação de Professores e Saúde e Proteção Social. A ESA leciona oito mestrados em Ciências Agrárias e Recursos Naturais e Tecnologias. A ESSa ministra sete mestrados na área de Saúde e Proteção Social e a EsACT apenas ministra dois mestrados, na área de Ciências Empresarias e Direito e de Turismo, Desporto, Lazer.

**Tabela 4.** Mestrados existentes no IPB.

<b>Área Científica</b>	<b>Mestrado</b>	<b>Escola</b>
Ciências Agrárias e Recursos Naturais	Agricultura Tropical	ESA
	Agroecologia	ESA
	Gestão de Recursos Florestais	ESA
	Tecnologias da Ciência Alimentar	ESA
Ciências Empresarias e Direito	Administração Autárquica	EsACT
	Contabilidade e Finanças *	ESTiG
	Gestão das Organizações (Especialização em Gestão de Empresas) *	ESTiG
	Gestão das Organizações (Especialização em Gestão Pública) *	ESTiG
	Gestão das Organizações (Especialização em Gestão da Unidade de Saúde) *	ESTiG
	Logística *	ESTiG
	Tradução	ESE
Educação e Formação de Professores	Educação Ambiental	ESE
	Educação Pré-Escolar	ESE
	Educação Pré-Escolar e Ensino 1º Ciclo de Ensino Básico	ESE
	Ensino das Ciências	ESE
	Ensino de Educação Musical no Ensino Básico	ESE
	Ensino do Inglês no 1º Ciclo do Ensino Básico e de Matemática e Ciências Naturais no 2º Ciclo do Ensino Básico	ESE
	TIC na Educação e Formação	ESE
Saúde e Proteção Social	Cuidados Continuados	ESSa
	Educação Social	ESE
	Enfermagem de Reabilitação	ESSa
	Enfermagem de Saúde Familiar *	ESSa
	Enfermagem de Saúde Materna e Obstetrícia *	ESSa
	Enfermagem Comunitária	ESSa
	Enfermagem Médico-Cirúrgico	ESSa
	Exercício e Saúde	ESE
Farmácia e Química dos Produtos Naturais *	ESA/ESSa	
Tecnologias	Engenharia Biotecnológica	ESA
	Energias Renováveis e Eficiência Energética	ESTiG
	Engenharia da Construção	ESTiG
	Engenharia Industrial	ESTiG
	Engenharia Química	ESTiG
	Qualidade e Segurança Alimentar	ESA
	Sistemas de Informação	ESTiG
	Tecnologia Ambiental	ESA
	Tecnologia Biomédica	ESTiG
Turismo, Desporto, Lazer	Marketing Turístico	EsACT

Nota: \*Mestrados lecionados em rede.

Fonte: Elaboração própria.

## 2.2. Unidades Orgânicas

A ESSa foi criada no ano de 1952 através da Portaria n.º 222/71, de 30 de abril, regulamentada pela Portaria n.º 34/70, de 14 de janeiro. Situa-se entre o Centro de Saúde e o *campus* do IPB ([www.essa.ipb.pt](http://www.essa.ipb.pt)). O Decreto-Lei n.º 99/2001, de 28 de março integra a escola no Instituto Politécnico de Bragança e mais tarde a Portaria n.º 475/03, de 11 de junho, reconverte-a em Escola Superior de Saúde ([www.ipb.pt](http://www.ipb.pt)). Tem alguns colaboradores no planeamento e formação, docentes estes da Escola Superior de Tecnologias da Saúde de Lisboa e Universidade da Estremadura, nas áreas das Tecnologias da Saúde e da Gerontologia. Os campos de estágio e ensino clínico são garantidos por protocolos e acordos que a direção da escola assume com várias instituições de saúde, instituições localizadas na zona norte e também em Zamora (Espanha). Para além destes protocolos, a escola também aposta na mobilidade internacional dos estudantes e professores através do programa Erasmus. Neste âmbito tem enviado estudantes para países como França e Espanha, apesar de possuir acordos bilaterais com outros países como a Lituânia, Holanda, Itália, Polónia, Hungria. Ainda neste âmbito tem recebido estudantes provenientes, principalmente, da Polónia e de Espanha.

A ESA surgiu em 1983 tendo as atividades letivas começado no ano letivo de 1986/1987 ([www.esa.ipb.pt](http://www.esa.ipb.pt)). A ESA desenvolve a sua ação em três atividades: o ensino, a investigação, experimentação e desenvolvimento tecnológico. As formações académicas existem acerca de dez anos e estão interligadas entre vários cursos, fazendo com que a escola tenha uma identidade única por causa da interligação entre as diferentes áreas. Quanto à área da investigação e como maneira de dar resposta as suas necessidades, a ESA criou um Centro de Investigação de Montanha. Este centro de investigação multidisciplinar tem incidência nas seguintes áreas: Ecossistemas e conservação da biodiversidade; valorização de agroecossistemas e ordenamento do território e sistemas sociais. A ESA está inserida num ambicioso programa de cooperação com instituições nacionais e internacionais nos domínios de mobilidade de estudantes e docentes e apoio a instituições congéneres de países de expressão portuguesa. Nestes últimos seis anos, a ESA teve 74 projetos de investigação com financiamento externo ([www.ipb.pt](http://www.ipb.pt)).

A ESE foi criada pelo Decreto-Lei n.º 513-T/79, de 26 de dezembro tendo começado a funcionar no ano letivo 1986/1987. Esta escola forma professores do Ensino Básico (1º, 2º e 3º ciclos), profissionais em áreas como Artes, Desporto, Educação Social, Educação Ambiental e Línguas. A ESE tem cerca de 1700 estudantes conferindo graus de licenciatura e de mestrado. Atualmente (ano letivo 2015/2016), mantém um protocolo de cooperação com o Instituto Politécnico de São Tomé e Príncipe assegurando três cursos de mestrado. Quanto aos protocolos com a Universidade de Salamanca e com a Universidade de *Valladolid* permitem que os docentes dessas universidades participem nos cursos de mestrado oferecidos pela ESE. Esta escola tem vários projetos de investigação e de divulgação científica, desenvolvidos nas linhas de financiamento do Fundo de Apoio à Comunidade Científica, mas também do Programa Ciência VIVA e do Instituto de Desporto de Portugal, entre outros ([www.esa.ipb.pt](http://www.esa.ipb.pt)).

A ESTiG foi criada em 1990 e a sua principal formação é nas áreas da engenharia e das ciências empresariais. Paralelamente às atividades letivas, a ESTiG organiza inúmeras palestras temáticas, visitas de estudo, estágios curriculares, ações de intercâmbio com instituições de outros países, entre outras. A ESTiG desenvolve uma forte atividade de investigação e desenvolvimento (I&D), em consonância com a sua missão formativa, em diversas áreas da engenharia e tecnologia e das ciências empresariais. Também tem vindo a ter um forte desenvolvimento no que diz respeito a atividades de investigação e desenvolvimento traduzindo-se em inúmeras publicações científicas em revistas e conferências nacionais e internacionais, no financiamento de projetos de investigação através de programas dos sistemas científicos português e europeu e no estabelecimento de parcerias com instituições estrangeiras, incluindo indústria e outro tipo empresas ([www.estig.ipb.pt](http://www.estig.ipb.pt)). A ESTiG encontra-se envolvida em muitos projetos de investigação, nacionais e internacionais, e também prestam serviços a entidades públicas e privadas.

A EsACT é uma unidade orgânica descentralizada, localizando-se em Mirandela. Em 1995 surgiu como um polo da ESTiG. Três anos depois, com o Decreto-Lei n.º 264/99, de 14 de julho, adotou uma estrutura autónoma, passando a designar-se Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Mirandela. Em 2008, com a aprovação dos Estatutos do IPB (Despacho normativo n.º 62/2008, de 5 de dezembro), passou a constituir uma unidade orgânica designada EsACT. A EsACT desenvolve a sua missão em articulação com a sociedade, incluindo a cooperação transfronteiriça, numa perspetiva de coesão territorial e de afirmação nacional e internacional, com vista ao desenvolvimento da região, assente na inovação e na produção e transferência do conhecimento técnico-científico ([www.esact.ipb.pt](http://www.esact.ipb.pt)).

## **3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO**

### **3.1. Enquadramento da Investigação**

O CTeSP é composto por um ciclo de estudos que confere um diploma de técnico superior profissional, correspondente a uma qualificação de Nível 5 do Quadro Nacional de Qualificações.

O diploma de técnico superior profissional é caracterizado por: assegurar ao diplomado conhecimentos numa determinada área de estudo ou trabalho; dotar o diplomado de aptidões cognitivas e práticas necessárias e desenvolver no diplomado a capacidade de gestão e supervisão. Para a instituição conferir o referido diploma deve ter: um projeto educativo, científico e cultural próprio; corpo docente próprio e recursos humanos e materiais necessários para garantir o nível e a qualidade de formação (artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março).

Só se pode candidatar aos CTeSP quem tenha um curso de ensino secundário ou habilitação equivalente; quem tenha sido aprovado em provas especiais com o objetivo de avaliar a capacidade para a frequência do ensino superior dos maiores de 23 anos; quem tenha obtido aprovação em todas as disciplinas de 10.º e 11.º anos de cursos de ensino secundário ou equivalente e quem tenha um diploma de especialização tecnológica, técnico superior profissional ou de grau de ensino superior (artigo 9.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março). No que diz respeito ao ingresso e às suas condições estas podem variar de instituição para instituição, uma vez que é a instituição quem fixa, consoante a área de estudos em que se integra.

O CTeSP tem 120 créditos e uma duração de quatro semestres letivos (dois anos), é constituído por um conjunto de unidades curriculares organizadas nas componentes de: formação geral e científica, formação técnica e formação em contexto de trabalho. Para um CTeSP entrar em funcionamento carece de registo prévio na Direção Geral do Ensino Superior (artigos 12.º e 13.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março).

Os CTeSP começaram a funcionar no ano letivo de 2014/2015 inclusive, no caso concreto dos CTeSP ministrados no IPB (unidade de análise do estudo aqui desenvolvido), o funcionamento destes verificou-se somente no ano letivo de 2015/2016, com a ministração de 37 CTeSP.

Na tabela seguinte são apresentados os CTeSP lecionados no IPB no ano letivo 2015/2016, a localidade onde são ministrados e a escola a que pertencem.

**Tabela 5.** CTeSP oferecidos no IPB (ano letivo 2015/2016).

<b>Cursos</b>	<b>Siglas</b>	<b>Localidade</b>	<b>Escola</b>
Cuidados Veterinários	CV	Bragança Marco de Canaveses Santo Tirso	ESA
Gestão Ambiental	GA	Bragança	
Produção Agrícola	PA	Bragança Marco de Canaveses	
Tecnologia Alimentar	TA	Bragança Amarante	
Viticultura e Enologia	VE	Guimarães Valpaços	
Educação Ambiental	EA	Bragança	ESE
Acompanhamento de Crianças e Jovens	ACJ	Bragança	
Desenvolvimento de Produtos Multimédia	DPM	Bragança Mogadouro	
Ilustração e Arte Gráfica	IAG	Bragança	
Produção nas Artes do Espetáculo	PAE	Bragança	
Secretariado e Línguas	SL	Bragança	
Serviço Social e Desenvolvimento Comunitário	SSDC	Bragança	
Análises Químicas e Biológicas	AQB	Bragança	ESTiG
Automação, Robótica e Eletrónica Industrial	AREI	Bragança	
Contabilidade	CONT	Bragança	
Planeamento e Condução de Obra	PCO	Bragança	
Desenvolvimento de <i>Software</i> e Administração de Sistemas	DSAS	Bragança	
Energias Renováveis e Instalações Elétricas	ERIE	Bragança Chaves	
Gestão de Operações e Logística	GOL	Bragança	
Prospecção Mineral e Geotécnica	PMG	Bragança	
Tecnologia Mecânica e Veículos	TMV	Bragança	
Promoção Turística e Cultural	PTC	Mirandela	EsACT
Serviços Jurídicos	SJ	Mirandela	
Comunicação Digital	CD	Guimarães Chaves	
Informática	INF	Mirandela	
Gestão de Vendas e <i>Marketing</i>	GVM	Chaves Mirandela	
Gerontologia	GER	Bragança	ESSa
Bioanálises e Controlo	BC	Bragança	

Fonte: Elaboração própria.

### 3.2. Objetivos e Hipóteses de Investigação

O presente trabalho de investigação tem como principal objetivo analisar a satisfação e a lealdade dos estudantes que frequentam os CTeSP oferecidos no Instituto Politécnico de Bragança (IPB), no ano letivo de 2015/2016.

O objeto de estudo do trabalho de investigação foram os estudantes que frequentam o 1.º ano dos 37 CTeSP, no ano letivo 2015/2016.

Para dar resposta ao objetivo de estudo formularam-se as seguintes hipóteses de investigação:

**Hipótese de Investigação 1:** *Existem diferenças por Unidade Orgânica relativamente à Satisfação Global;*

**Hipótese de Investigação 2:** *Existem diferenças por variável sociodemográfica relativamente à Satisfação Global;*

**Hipótese de Investigação 3:** *Existem diferenças por CTeSP/Local onde é ministrado o CTeSP relativamente à Satisfação Global;*

**Hipótese de Investigação 4:** *As variáveis escolha do IPB como 1ª opção e mantém-se informado encontram-se associadas;*

**Hipóteses de Investigação 5:** *As variáveis escolha do CTeSP como 1ª opção e mantém-se informado encontram-se associadas;*

**Hipóteses de Investigação 6:** *As variáveis da relação dos estudantes do CTeSP com o IPB encontram-se direta e positivamente relacionadas com a Satisfação Global;*

**Hipóteses de Investigação 7:** *As variáveis recomendaria o IPB a um amigo e pretende continuar o seu percurso académico no IPB encontram-se associadas;*

**Hipótese de Investigação 8:** *Existe uma associação entre a residência à data da candidatura no IPB e o CTeSP que frequenta.*

### 3.3. Instrumento de Recolha de Dados

Para recolha de dados foi utilizado um inquérito por questionário já aplicado por Magalhães (2015). Posteriormente, solicitou-se autorização à Pró-Presidente dos Serviços Académicos do IPB, autorização para aplicação do inquérito por questionário, em contexto de sala de aula, nas escolas IPB (Anexo I – Carta para Pedido de Aplicação do Questionário).

A recolha de dados do presente estudo de investigação, conforme já mencionado, foi feita através de um inquérito por questionário (Anexo II – Questionário), aplicado aos 590 estudantes que frequentam o 1.º ano curricular dos CTeSP nas diferentes escolas do IPB, no ano letivo 2015/2016. A aplicação do questionário foi realizada entre os meses de fevereiro e maio de 2016. Os questionários foram aplicados em sala de aula com o apoio dos docentes e diretores dos CTeSP das cinco escolas do IPB.

O instrumento de recolha de dados encontra-se dividido em dois grupos, sendo que em cada grupo se encontram as instruções de preenchimento. O questionário inicia-se com uma pequena introdução onde é explicada a natureza do estudo e a confidencialidade dos inquiridos, bem como a importância das suas respostas.

O primeiro grupo apresenta questões de ordem sociodemográfica, tais como o sexo do inquirido, a idade, a residência à data da candidatura no IPB, o CTeSP que frequenta, se o CTeSP em que se matriculou foi a sua 1ª opção no momento de candidatura e se o IPB foi a 1ª opção no momento de candidatura. Também existem outras questões, tais como, identificar três fatores que influenciaram a escolha do CTeSP no momento da candidatura, selecionar se no momento da candidatura estava bem informado e no caso de estar informado era solicitado para escolher as três principais vias de informação a que teve acesso. Para além destas questões, no primeiro grupo, constam ainda as seguintes questões: recomendaria o IPB a um amigo e quais as razões para o recomendar ou não; pretende continuar o seu percurso no IPB e caso não pretenda indique três razões, e, por fim, qual a licenciatura que gostaria de vir a frequentar no IPB.

O segundo grupo de questões tem como objetivo conhecer qual é a relação do estudante com o IPB, isto é, a sua satisfação com a instituição. Para a medição de cada item utilizou-se a escala tipo *Likert* de cinco pontos, onde: 1-Discordo totalmente (DT), 2-Discordo (D), 3-Neutro (N), 4-Concordo (C) e 5-Concordo Totalmente (CT).

Para analisar a fiabilidade do questionário utilizou-se o *Alpha* de *Cronbach*. Este permite determinar o limite inferior da consistência interna sabendo que os itens estão correlacionados entre si (Pestana & Gageiro, 2008), variando entre 0 e 1, isto é:

- Inferior a 0,6, o grau de consistência interna é Inadmissível;
- Entre 0,6 e 0,7, o grau de consistência interna é Fraco;
- Entre 0,7 e 0,8, o grau de consistência interna é Razoável;
- Entre 0,8 e 0,9, o grau de consistência interna é Bom.
- Superior a 0,9, o grau de consistência interna é Muito Bom.

O cálculo do *Alpha de Cronbach* serviu para medir a fiabilidade do instrumento utilizado para mensurar a variável latente – relação com o IPB (Tabela 6).

**Tabela 6.** Fiabilidade do Instrumento de Recolha de Dados.

	<b>Itens</b>	<b>Alpha de Cronbach</b>	<b>Fiabilidade</b>
Relação com o IPB	10	0,920	Excelente

Fonte: Elaboração própria.

Dado que o *Alfa de Cronbach* é de 0,920 conclui-se, segundo o Pestana e Gageiro (2008), que o grau de consistência interna é Muito Bom.

### 3.4. Tratamento de Dados

Para dar resposta ao objetivo de estudo e respetivas hipóteses de investigação, utilizaram-se várias análises estatísticas:

- Análise Descritiva Exploratória (apresentação de tabelas de frequência, gráficos e medidas de localização e dispersão);
- Análise Inferencial – Testes Paramétricos e Não-Paramétricos (Teste *t-Student*, *Kruskall-Wallis*, Coeficiente de correlação de *Pearson*, Teste de Independência do Qui-Quadrado, Teste de *Fisher*, *Teste V-Cramer* e *One-Way ANOVA*).

A caracterização da amostra é realizada através da análise descritiva exploratória.

Quanto aos testes paramétricos aplicar-se-ão o *t-Student* e a *One-Way ANOVA*. O *t-Student* é um teste que permite analisar se existem diferenças entre médias para duas amostras independentes. Neste teste é necessário que as amostras independentes sejam superiores a 30 observações ou que siga uma distribuição normal, e verificar a homogeneidade das variâncias através do teste de *Levene*. No caso da *One-Way ANOVA* (que compara médias entre três ou mais amostras independentes) para a sua aplicação, as amostras independentes têm que ser superiores a 30 observações e deverão seguir uma distribuição normal, bem como garantir a homogeneidade das variâncias, através do teste de *Levene*.

Para analisar a correlação entre as variáveis produzir-se-á o coeficiente de correlação de *Pearson* e para isso a variável deve seguir a normalidade.

Os testes não paramétricos para analisar a associação entre variáveis são o teste do Qui-Quadrado, *V-Cramer* e o de *Fisher*. Os pressupostos básicos do teste do Qui-Quadrado são: aplicar-se caso 20% das células com frequência esperada inferior a cinco observações e caso todas as células tenham frequência esperada inferior a uma unidade (Laureano, 2011). Quando não se verificam os pressupostos para a aplicação do teste do Qui-Quadrado de independência recorre-se ao teste de *Fisher*, pois este tem os mesmos princípios e objetivos do teste do Qui-

Quadrado, mas há que transformar as variáveis em dicotómicas. O outro teste que se pode utilizar quando não se verificam os pressupostos para a aplicação do Qui-Quadrado é o teste *V-Cramer*, este permite comparar variáveis qualitativas. Utilizou-se ainda o teste *Kruskall-Wallis*, para comparar distribuições de três ou mais amostras independentes quando não fosse possível aplicar um teste paramétrico.

Numa fase seguinte procedeu-se a uma análise fatorial exploratória para analisar quais os determinantes que contribuem para relação dos estudantes com o IPB, começando por calcular o teste da Esfericidade de *Bartlett* (serve para verificar a aplicabilidade da análise fatorial) e o indicador de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) sendo que este compara a correlações entre as componentes (Tabela 7).

**Tabela 7.** Tabela de KMO.

Valor do KMO	Recomendação relativamente à análise fatorial
] 0.9;1.0]	Excelente
] 0.8;0.9]	Boa
] 0.7; 0.8]	Média
] 0.6;0.7]	Medíocre
] 0.5;0.6]	Mau mas ainda aceitável
Igual ou inferior a 0.5	Inaceitável

Fonte: Marôco (2011, p.477).

O nível de significância a assumir para toda a análise vai ser 5%.

### 3.5. Definição da População e Amostra

Conforme evidencia a informação constante na Tabela 8, no ano letivo de 2015/2016 estavam matriculados 590 estudantes no CTeSP nas cinco escolas do IPB, ou seja, a população do estudo é composta por 590 estudantes. Através da análise à informação apresentada na Tabela 8 conclui-se que a escola com maior população e amostra é a ESA (N=163 e n=109), aquela que apresenta uma menor população e amostra é a ESSa (N=53 e n=34). Quanto à diferença entre a população e amostra a que apresenta maior diferença é a ESTiG com uma diferença de 79 inquiridos e a que apresenta menor é a ESSa com uma diferença de 34 inquiridos. No que diz respeito à análise da percentagem por escolas, quanto à população, o curso com maior percentagem na ESA é o de Cuidados Veterinários em Santo Tirso com 17,8%, na ESE é o curso de Serviço Social e Desenvolvimento Comunitário (19,0%), na EsACT é o curso de Informática em Chaves com 23,9%, na ESTiG é o de Desenvolvimento de *Software* e Administração de Sistemas com 23,3% e na ESSa é o curso de Bioanálises e Controlo com 58,5%.

Quanto à amostra (n) os cursos que apresentam maior percentagem por escola são:

- Na ESA é o curso de Cuidados Veterinários em Bragança com uma percentagem de 21,1%;

- Na ESE são os cursos de Acompanhamento a Crianças e Jovens e Desenvolvimento de Produtos Multimédia em Bragança, ambos com 16%;
- Na EsACT é o curso de Informática em Chaves com 20,3%;
- Na ESSa é o curso de Gerontologia com 52,9%.

A ESA e ESTiG são as escolas que apresentam uma maior população já no que diz respeito à amostra as escolas, com a amostra mais elevada, são a ESA e a EsACT.

Através da análise à Tabela 8, afere-se que a diferença entre a população e a amostra na ESA é de 54 inquiridos, na ESE é de 30 inquiridos, na EsACT é de 38 inquiridos, ESTiG é de 79 inquiridos e, por fim, na ESSa é de 19 inquiridos. Através desta análise pode afirmar que a escola em que se verifica uma maior diferença entre a população e amostra é na ESTiG.

**Tabela 8.** População versus Amostra.

Escola	CTeSP	N	%	n	%	N-n	%
ESA	CV (Bragança)	26	16,0%	23	21,1%	3	5,6%
	CV (Marco de Canaveses)	16	9,8%	9	8,3%	7	12,9%
	CV (Santo Tirso)	29	17,8%	21	19,3%	8	14,8%
	GA	8	4,9%	3	2,7%	5	9,3%
	PA (Bragança)	10	6,1%	6	5,5%	4	7,4%
	PA (Marco de Canaveses)	12	7,4%	11	10%	1	1,9%
	TA	13	8,0%	9	8,3%	4	7,4%
	VE (Amarante)	16	9,8%	5	4,6%	11	20,4%
	VE (Guimarães)	8	4,9%	6	5,5%	2	3,7%
	VE (Valpaços)	25	15,3%	16	14,7%	9	16,6%
<b>Sub-Total</b>		<b>163</b>	<b>100%</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>
ESE	ACJ	14	13,3%	12	16%	2	6,7%
	DPM (Bragança)	13	12,4%	12	16%	1	3,3%
	DPM (Mogadouro)	12	11,4%	10	13,3%	2	6,7%
	EA	4	3,8%	3	4%	1	3,3%
	IAG	6	5,7%	6	8%	0	0%
	PAE	19	18,1%	11	14,7%	8	26,7%
	SL	17	16,2%	10	13,3%	7	23,3%
	SDDC	20	19,0%	11	14,7%	9	30,0%
<b>Sub-Total</b>		<b>105</b>	<b>100%</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>
EsACT	CD (Guimarães)	9	7,7%	9	11,4%	0	0
	GVM (Chaves)	18	15,4%	11	13,9%	7	18,4%
	GVM (Mirandela)	14	12,0%	10	12,7%	4	10,5%
	INF (Chaves)	28	23,9%	16	20,3%	12	31,6%
	INF (Mirandela)	18	15,4%	10	12,7%	8	21,1%
	PTC (Mirandela)	11	9,4%	8	10,1%	3	7,9%
	SJ (Mirandela)	19	16,2%	15	18,9%	4	10,5%
<b>Sub-Total</b>		<b>117</b>	<b>100%</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>
ESTiG	AQB	10	6,6%	3	4,1%	7	8,8%
	AREI	12	7,9%	6	8,2%	6	7,6%
	CONT	20	13,2%	10	13,7%	10	12,7%
	DSAS	25	16,4%	17	23,3%	8	10,1%
	ERIE (Chaves)	24	15,8%	6	8,2%	18	22,8%
	ERIE (Bragança)	16	10,5%	6	8,2%	10	12,7%
	GOL	5	3,3%	4	5,5%	1	1,3%
	PCO	3	2,0%	3	4,2%	0	0%
	PMG	14	9,2%	6	8,2%	8	10,1%
	TMV	23	15,1%	12	16,4%	11	13,9%
<b>Sub-total</b>		<b>152</b>	<b>100%</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>
ESSa	BC	31	58,5%	16	47,1%	15	78,9%
	GER	22	41,5%	18	52,9%	4	21,1%
<b>Sub-total</b>		<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>590</b>	<b>100%</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>	<b>220</b>	<b>100%</b>

Os questionários foram distribuídos e aplicados pelos 37 CTeSP nas cinco unidades orgânicas. O total de respostas ascendeu a 370 questionários, pelo que se assumiu um erro amostral de 3,1% e um nível de significância de 5%.

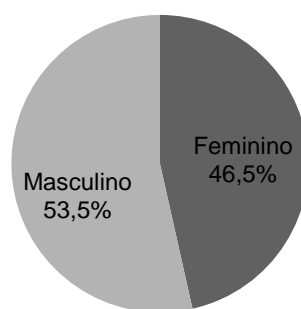
Logo a amostra final será de 370 questionários, ou seja, 370 questionários validados, o que corresponde a uma taxa de resposta de aproximadamente 63%.

## 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE EMPÍRICA DOS DADOS

### 4.1. Caraterização da Amostra

Neste ponto proceder-se à caraterização da amostra, realizada através das variáveis relativas ao primeiro grupo de questões do questionário, inerente à Caraterização do Pessoal.

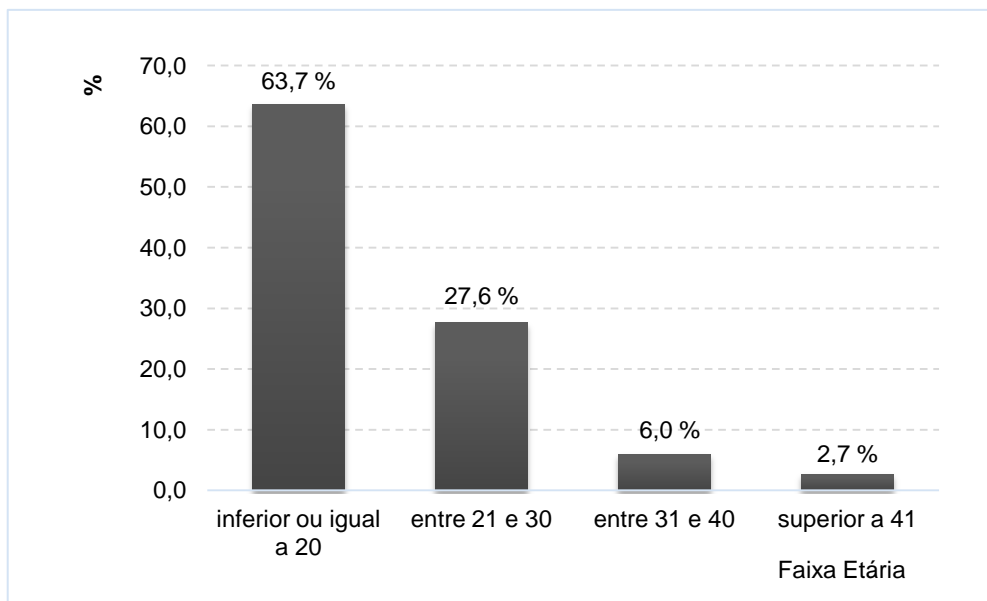
Em relação à variável Sexo (Figura 6), obtiveram-se 370 respostas, 198 são respostas dadas pelos indivíduos do sexo masculino (53,5%) e 172 são elementos do sexo feminino (46,5%). Conclui-se deste modo que a maioria dos estudantes que frequentam os CTeSP são indivíduos do sexo masculino.



**Figura 6.** Sexo dos Estudantes que frequentam os CTeSP do IPB.

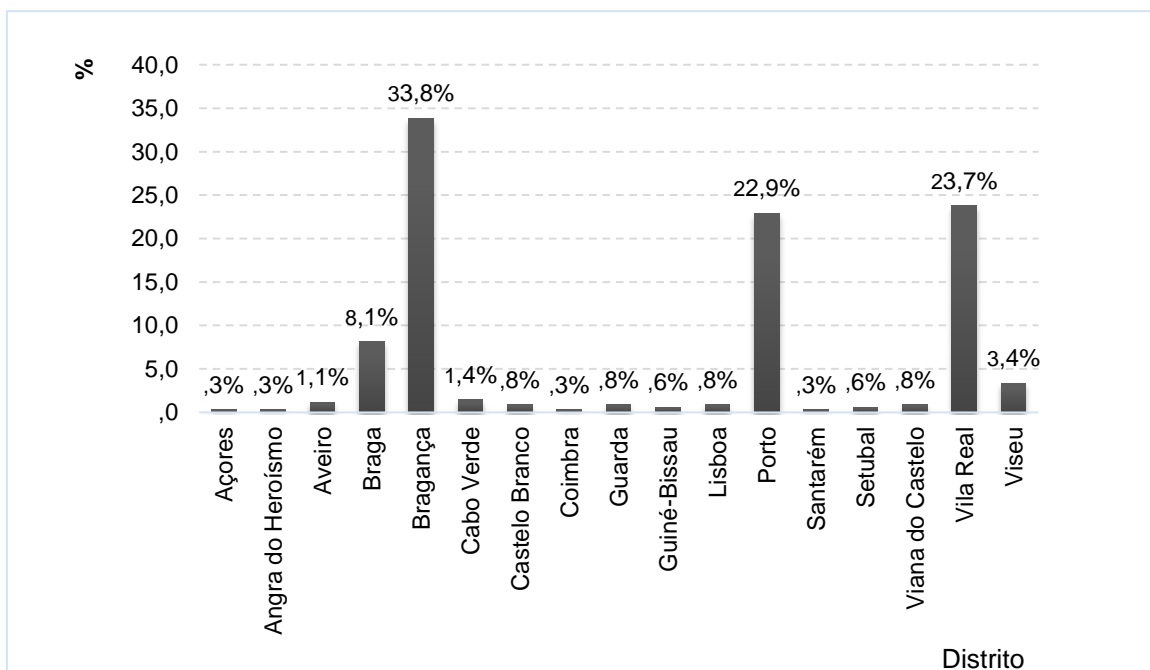
Quanto à variável Idade, através da Figura 7 observa-se que 235 estudantes têm idade inferior ou igual a 20 anos (63,7%), 102 estudantes têm entre 21 e 30 anos de idade (27,6%), 22 estudantes têm idade compreendida entre os 31 e 40 anos (6,0%) e 10 estudantes têm idade superior a 41 anos (2,7%). Através da análise feita conclui-se que a maioria dos estudantes acaba o secundário

e opta por fazer um CTeSP, pois como estes cursos dão um nível de qualificação superior ao do secundário são mais vantajosos para os estudantes.



**Figura 7.** Idade dos Estudantes que frequentam os CTeSP do IPB.

Relativamente à localização dos estudantes dos CTeSP no momento da inscrição, na Figura 8, verifica-se que a maioria reside no distrito de Bragança (cerca de 121 estudantes, 33,8%), de seguida surge o distrito de Vila Real (com 85 estudantes, 23,7%), depois o distrito do Porto (82 estudantes, 22,9%), sendo estes os distritos com percentagens mais elevadas. Depois encontram-se os distritos de Braga e Viseu, Cabo Verde e o distrito de Aveiro com percentagem inferior, percentagem que varia entre 1% e 8%. Com percentagem abaixo de 1% encontram-se os distritos de Viana do Castelo, Guarda, entre outros.



**Figura 8.** Localização dos Estudantes que frequentam os CTESP do IPB.

Através da análise à Tabela 9, verifica-se que a maioria dos inquiridos se encontra a frequentar os CTESP lecionados na ESA (109 estudantes), em seguida a escola que apresenta um maior número de estudantes inquiridos é a EsACT com 79 estudantes. Com 75 estudantes encontra-se a ESE, seguindo-se a ESTiG com 73 estudantes. O menor número de estudos inquiridos frequenta os CTESP da ESSa (34).

Na ESA, o CTESP com maior número de estudantes inquiridos é o de Cuidados Veterinários (23), seguindo-se o de Cuidados Veterinários (Santo Tirso) com 21 estudantes, o de Viticultura e Enologia (Chaves) com 16 estudantes, o de Produção Agrícola (Marco de Canaveses) com 11 estudantes, o de Cuidados Veterinários (Marco de Canaveses) e Tecnologia Alimentar com 9 estudantes, o de Produção Agrícola e Viticultura e Enologia (Guimarães) com 6 estudantes, o de Viticultura e Enologia com 5 estudantes e o de Gestão Ambiental com 3 estudantes.

Na EsACT, o CTESP com mais estudantes inquiridos é o de Informática (Chaves) com 16 estudantes, depois com 15 estudantes o CTESP em Serviços Jurídicos, a seguir o de Gestão de Vendas e *Marketing* (Chaves) com 11 estudantes, o de Informática e Gestão de Vendas e *Marketing* (10 estudantes), o de Comunicação Digital (Guimarães) com 9 estudantes e, por último, o de Produção Artística e Cultural com 8 estudantes. Na ESE, os dois cursos com mais estudantes são o de Acompanhamento de Crianças e Jovens e o de Desenvolvimento de Produtos Multimédia com 12 estudantes, seguindo-se os CTESP em Produção nas Artes do Espetáculo e em Serviço Social e Desenvolvimento Comunitário com 11 estudantes, os CTESP em Desenvolvimento de Produtos Multimédia e Secretariado e Línguas com 10 estudantes, o CTESP em Ilustração e Arte Gráfica com 6 estudantes e o CTESP em Educação Ambiental com 3 estudantes.

Na ESTiG, o CTeSP com o maior número de estudantes inquiridos é o de Desenvolvimento de *Software* e Administração de Sistemas com 17 estudantes, depois, com 12 estudantes, o CTeSP em Tecnologia Mecânica e Veículos, seguindo-se os CTeSP em Contabilidade (10 estudantes), com 6 estudantes os CTeSP em Automação, Robótica e Eletrónica Industrial, Energias Renováveis e Instalações Elétricas, Energias Renováveis e Instalações Elétricas (Chaves), Produção Mineral e Geotécnica, com 4 estudantes o CTeSP em Gestão e Operação Logística e, por último, os CTeSP em Análises Químicas e Biológicas e em Planeamento e Condução de Obra (3 estudantes).

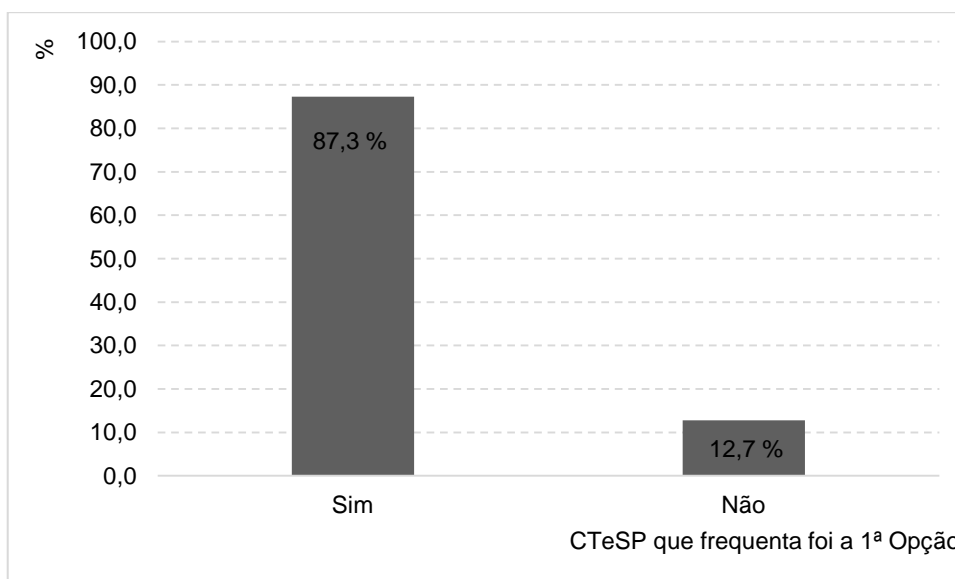
Por fim, na ESSa, no CTeSP em Gerontologia inquiriram-se 18 estudantes e no de Bioanálises e Controlo 16 estudantes.

**Tabela 9.** Relação do CTeSP com a Unidade Orgânica.

CTeSP	UNIDADE ORGÂNICA				
	ESA	ESE	EsACT	ESSa	ESTiG
ACJ		12			
AQB					3
AREI					6
BC				16	
CD (Guimarães)			9		
CONT					10
CV	23				
CV (Marco de Canaveses)	9				
CV (Santo Tirso)	21				
DPM		12			
DPM (Mogadouro)		10			
DSAS					17
EA		3			
ERIE					6
ERIE (Chaves)					6
GER				18	
GA	3				
GVM			10		
GVM (Chaves)			11		
GOL					4
IAG		6			
INF			10		
INF (Chaves)			16		
PCO					3
PA	6				
PA (Marco de Canaveses)	11				
PAE		11			
PTC			8		
PMG					6
SL		10			
SSDC		11			
SJ			15		
TA	9				
TMV					12
VE	5				
VE (Guimarães)	6				
VE (Chaves)	16				
<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>75</b>	<b>79</b>	<b>34</b>	<b>73</b>

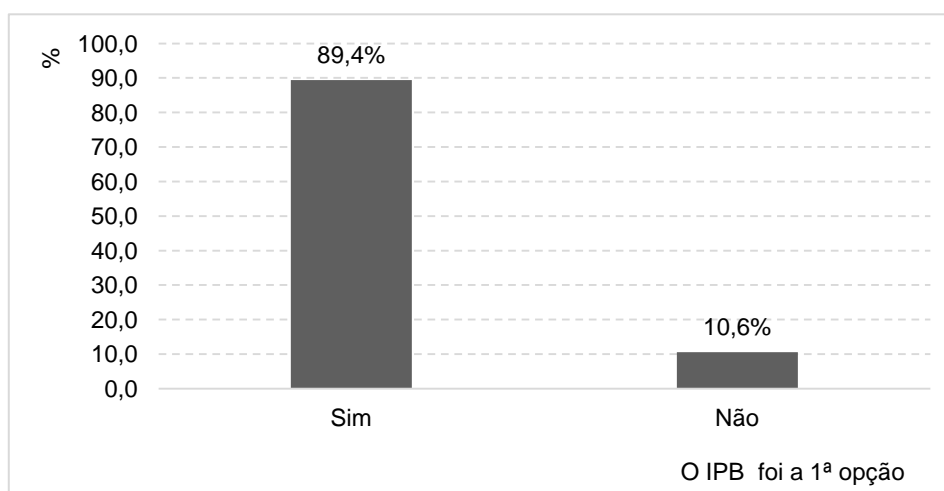
Dos inquiridos, 322 estudantes (87,3%) afirmam que o CTeSP em que está matriculado foi a sua 1ª opção e 47 estudantes (12,7%) respondem que o CTeSP em que está matriculado não foi a sua

1ª opção (Figura 9.). Dos resultados obtidos pode aferir-se que a maioria dos estudantes poderá prosseguir para uma licenciatura num dos cursos do IPB, afim ao CTeSP que está a frequentar, uma vez que aproximadamente 87% frequenta o curso escolhido como 1ª opção (Figura 9.).



**Figura 9.** O CTeSP que frequenta foi a 1ª Opção.

Como se pode visualizar na Figura 10, a maioria dos inquiridos 330 estudantes (89,4%) respondem que o IPB foi a sua 1ª opção no momento de candidatura. Já 39 estudantes (10,6%) respondem que o IPB não foi a sua 1ª opção no momento de candidatura. Através destes resultados pode-se concluir que aproximadamente 90% dos inquiridos no momento da candidatura o IPB foi a sua 1ª opção o que leva a acreditar que os estudantes continuarão no IPB. Os resultados obtidos corroboram as conclusões do estudo de Marzo-Navarro, Pedreja-Iglesias e Rivera-Torres (2005) quando estes evidenciam que a satisfação é fundamental para a lealdade do estudante. Colocando ainda a hipótese da satisfação ser o antecedente da lealdade.



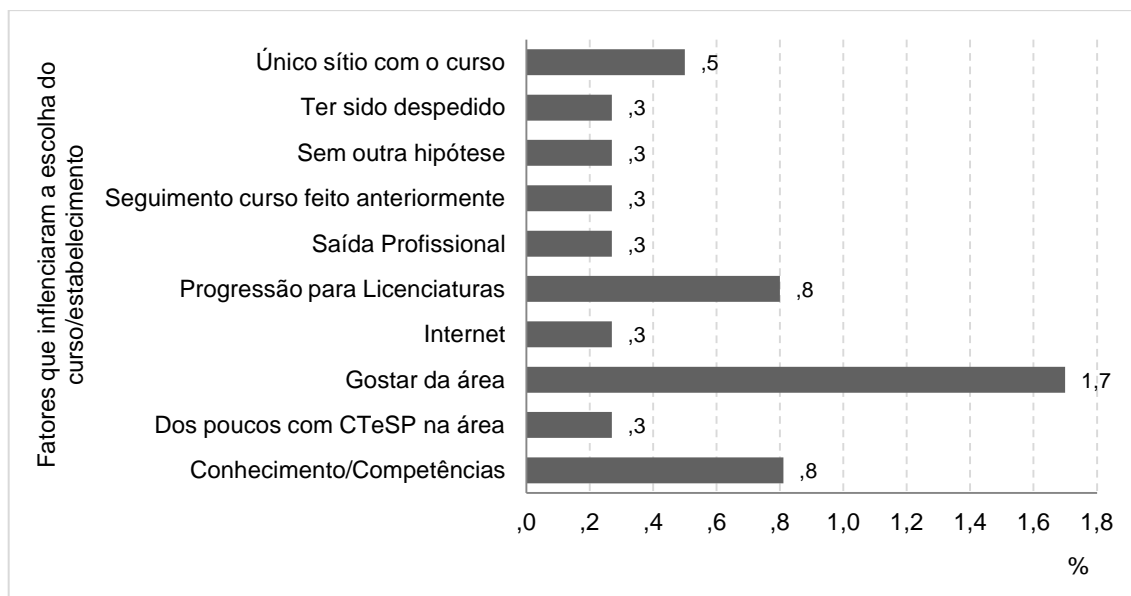
**Figura 10.** O IPB foi a 1ª Opção de escolha para frequentar uma IES.

Conforme observado na análise à Figura 11, 17,3% dos inquiridos foram influenciados pela localização geográfica na escolha do curso/estabelecimento, em seguida a minimização dos custos financeiros foi o que teve maior peso (15,7%), segue-se a reputação acadêmica da instituição de ensino (15,1%). A variedade de cursos oferecidos também obteve uma percentagem elevada (12,4%), de seguida foi o conselho de amigos ou colegas (10,6%). O conselho de professores (2,4%) foi um fator que apresentou a percentagem de valor mais baixo (2,4%).



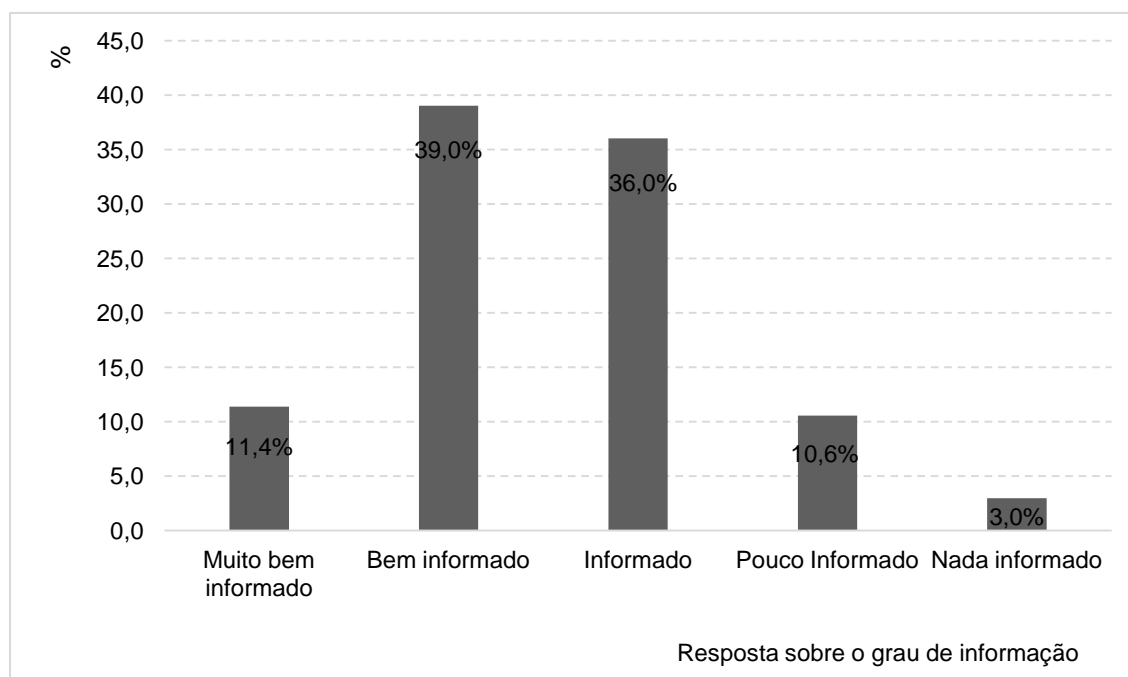
**Figura 11.** Fatores que influenciaram a escolha do curso/estabelecimento.

Da leitura da Figura 12, verifica-se que 5,6% de inquiridos para além dos fatores apontados enumeraram outros que influenciaram a sua escolha. Os outros fatores referidos foram: 1) Gostar da área (1,7%); 2) Conhecimentos/Competências (0,8%); 3) Progressão para a Licenciatura (0,8%); 4) Único Sítio com o Curso (0,5%); 5) Dos poucos CTeSP na área (0,3%); 6) *Internet* (0,3%); 7) Saídas Profissionais (0,3%); 8) Seguimento do curso anteriormente feito (0,3%); 9) Sem outra hipótese (0,3%); 10) Ter sido despedido (0,3%).



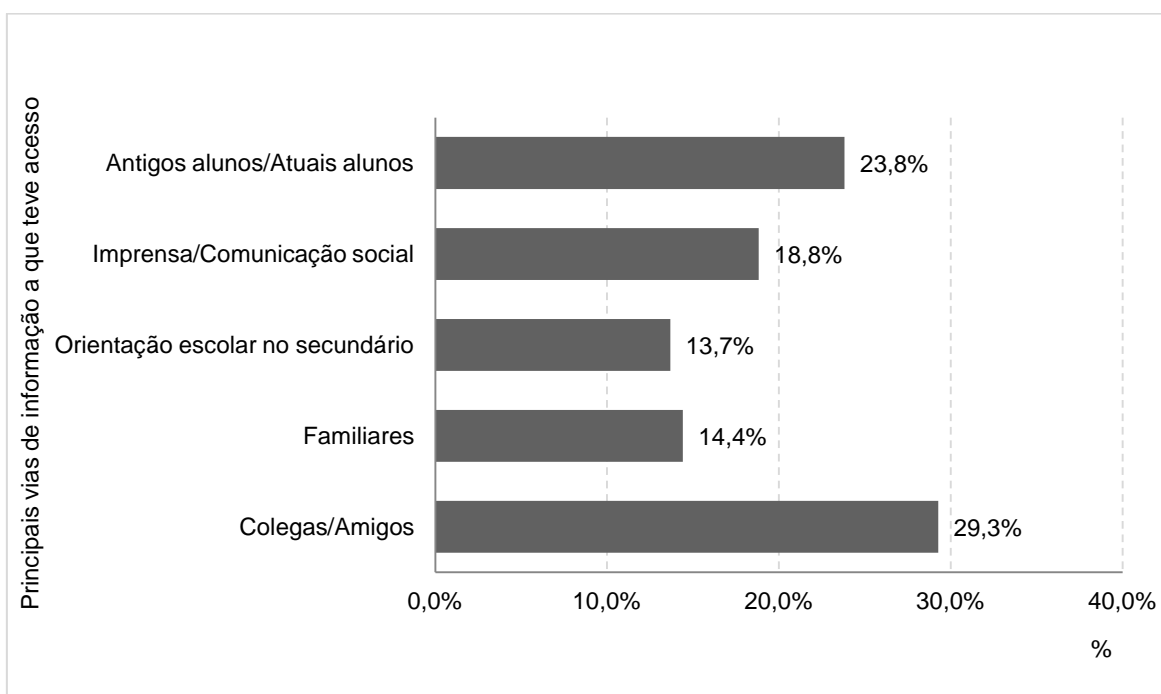
**Figura 12.** Outros fatores que influenciaram a escolha do curso/estabelecimento.

A Figura 13 mostra se os inquiridos no momento da candidatura estavam bem informados sobre o Curso/Instituição de Ensino em que acabou por vir a matricular-se. Da análise à figura, verifica-se que 144 estudantes (39,0%), isto é, a maioria encontra-se Bem Informados, de seguida 133 estudantes (36,0%) encontram-se Informados, 42 estudantes (11,4%) encontram-se Muito Bem Informados, 39 estudantes (10,6%) estavam Pouco Informados, e apenas 11 estudantes (3,0%) estavam Nada Informados.



**Figura 13.** Percepção sobre a informação que o estudante tem sobre o curso/instituição, no momento da candidatura.

Relacionado com a pergunta anterior, caso no momento da candidatura estivesse Muito Bem, Bem Informado ou Informado o inquirido teria que responder a uma questão que seria mencionar quais as três principais vias de informação a que teve acesso para estar informado. Através da análise à Figura 14, observa-se que as principais vias de informação a que teve acesso foram: os colegas/amigos (29,3%), informação por antigos/atuais estudantes (23,8%), através da imprensa/comunicação social (18,8%), através dos familiares cerca de 14,4% e, por último, a orientação escolar do ensino secundário (13,7%). Os resultados obtidos são corroborados com Filho, Guerra e Moura (2004), uma vez que através de uma pesquisa que tinha como objetivo medir a expectativa, valor satisfação, inclinação à lealdade e qualidade no ensino superior concluíram que se deve medir a satisfação dos estudantes e ao mesmo tempo gerir esta satisfação, pois esta é que leva à lealdade e outros elementos, como por exemplo a divulgação boca-a-boca da instituição.



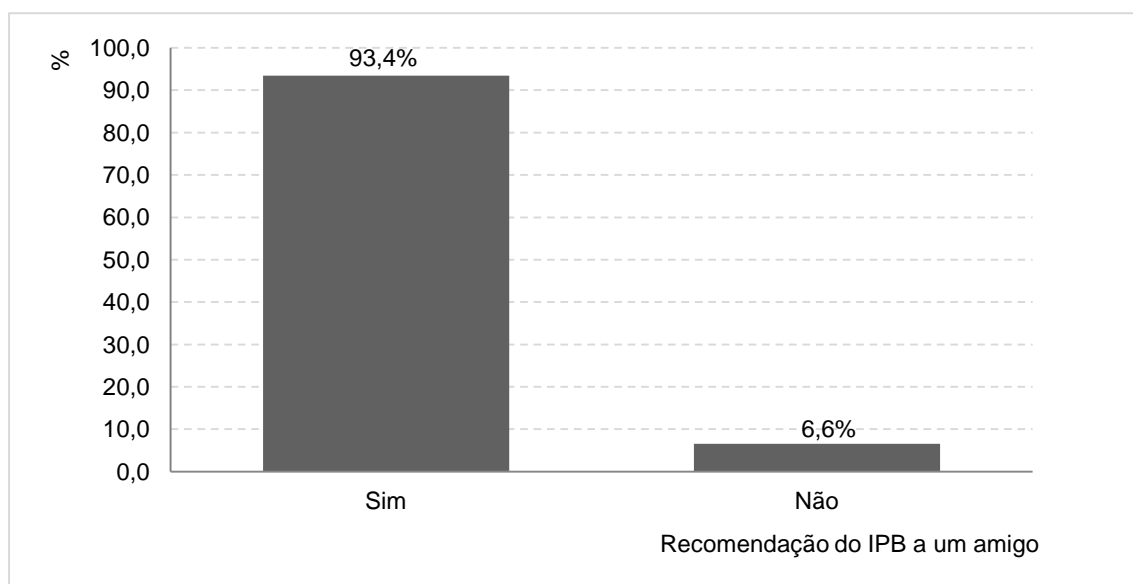
**Figura 14.** Principais vias de informação na perspetiva dos estudantes.

Alguns inquiridos responderam outra via a que teve acesso para estar informado. A Tabela 10 mostra os resultados desta questão. A maioria de quem respondeu outra via, utilizou a *internet* (50%), 36,5% dos respondentes obteve informação através do IPB e 4,5% obteve informação tendo através de pesquisa autónoma. Com igual percentagem (4,5% afirma ter obtido informação através dos professores. Apenas 2,3% dos respondentes afirma ter obtido informação através da Junta de Freguesia e do Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP).

**Tabela 10.** Outras razões a que teve acesso.

<b>Outra Via</b>	<b>Número de respostas</b>	<b>Percentagem</b>
IPB	16	36,4%
Pesquisa Autónoma	2	4,5%
<i>Internet</i>	22	50%
Professores	2	4,5%
Junta de Freguesia	1	2,3%
IEFP	1	2,3%
Total	44	100%

No que respeita à questão se recomendaria o IPB a um amigo (Figura 15), a esmagadora maioria dos respondentes (342 estudantes correspondendo a 93,4%) afirmou que recomendaria, e apenas 24 estudantes (6,6%) não recomendariam o IPB a um amigo. Tais resultados vão ao encontro das conclusões de Yu e Kim (2008), que depois de realizarem um estudo sobre os estudantes e a satisfação destes concluíram que quando os estudantes se encontram satisfeitos com a experiência académica existe uma maior probabilidade de fazerem referências positivas acerca da instituição de ensino superior que frequentam, neste caso é o facto de a recomendação do IPB a um amigo.



**Figura 15.** Recomendação do IPB a um amigo.

Os inquiridos depois de responderem se recomendavam o IPB a um amigo tinham que indicar três razões ou para recomendarem ou para não recomendarem. Na tabela que se apresenta a seguir encontram-se as razões pelas quais recomendariam o IPB a um amigo. A principal razão, ou seja, a que têm uma maior percentagem é o Ensino (31,12%), em seguida o que tem maior percentagem é o Ambiente Académico (16,69%), depois o Regime de Entradas e Propinas (13,24%), Reputação IPB (12,32%), seguindo-se o Corpo Docente com 11,66%, as Infraestruturas (7,55%), a Localização Geográfica (5,96%), com a mesma percentagem surge a Empregabilidade e a Deslocalização (0,53%) e, por último, o Alojamento (0,40%).

**Tabela 11.** Razões que levam à recomendação do IPB a um amigo.

<b>Razões</b>	<b>Frequência Relativa</b>	<b>Percentagem</b>
Ensino	235	31,12%
Ambiente Académico	126	16,69%
Regime de Entrada e Propinas	100	13,24%
Reputação IPB	93	12,32%
Corpo Docente	88	11,66%
Infraestruturas	57	7,55%
Localização Geográfica	45	5,96%
Deslocalização	4	0,53%
Empregabilidade	4	0,53%
Alojamento	3	0,40%
<b>Total</b>	<b>755</b>	<b>100%</b>

Depois de se analisar quais as razões para recomendar o IPB a um amigo e observar que a que tem maior percentagem é o Ensino e o que tem uma menor percentagem é o Alojamento, resolveu-se fazer uma tabela que relaciona as razões com o CTeSP. Através da informação apresentada na Tabela 12 verifica-se que todos os CTeSP responderam que a principal razão é o Ensino, em seguida 34 CTeSP responderam o Ambiente Académico, depois encontra-se com 33 CTeSP o Regime de Entrada e Propinas, com 32 CTeSP a Reputação IPB e com 29 CTeSP o Corpo Docente. Seguem-se a Localização Geográfica (28 CTeSP), as Infraestruturas (com 22 CTeSP), a Deslocalização e Alojamento com 3 CTeSP e a Empregabilidade (2 CTeSP).

Tabela 12. Razões que levam à recomendação do IPB a um amigo.

CTeSP	Razões									
	Regime de Entrada e Propinas	Ambiente Académico	Infraestruturas	Localização Geográfica	Corpo Docente	Ensino	Deslocalização	Empregabilidade	Reputação IPB	Alojamento
ACJ	√	√	√		√	√			√	
AQB	√	√				√			√	
AREI	√	√	√	√		√			√	
BC	√	√	√	√	√	√			√	
CD (Guimarães)	√	√	√	√		√			√	
CONT	√	√	√	√	√	√			√	
CV	√	√	√	√	√	√			√	
CV (Marco de Canaveses)		√			√	√			√	
CV (Santo Tirso)	√	√		√	√	√	√		√	√
DPM	√	√	√	√	√	√			√	
DPM (Mogadouro)	√	√	√	√		√			√	
DSAS	√	√	√	√	√	√			√	
EA	√			√	√	√			√	
ERIE	√	√	√		√	√			√	
ERIE (Chaves)						√	√	√	√	
GER	√	√		√	√	√			√	
GA	√	√		√		√			√	
GVM	√	√		√	√	√			√	
GVM (Chaves)	√		√	√	√	√			√	
GOL	√	√	√	√	√	√			√	
IAG	√	√	√	√	√	√			√	
INF	√		√		√	√			√	
INF (Chaves)	√	√	√	√	√	√			√	
PCO	√					√				
PA	√	√	√	√	√	√				
PA (Marco de Canaveses)	√			√	√	√			√	
PAE		√		√	√	√			√	
PTC	√	√	√	√	√	√			√	
PMG	√	√	√	√	√	√			√	
SL	√	√	√	√	√	√			√	
SSDC	√	√	√	√	√	√			√	
SJ	√	√	√	√	√	√			√	
TA	√	√	√	√	√	√		√	√	
TMV	√	√		√	√	√				√
VE				√		√				
VE (Guimarães)	√	√			√	√	√			
VE (Chaves)		√		√	√	√			√	√

Existe também quem respondeu que não recomendaria o IPB a um amigo, através da análise da Tabela 13 observa-se que a razão pela qual a maioria não recomendaria é devido à Falta de Organização (23,81%). Em seguida, com a mesma percentagem (9,53%), encontram-se o Descontentamento com os Professores, o Descontentamento com o IPB e a Falta de Informação. Com uma percentagem mais baixa (4,76%) juntam-se o Mau Atendimento aos Estudantes, o Número Reduzido de Aulas Práticas, o Mau Funcionamento do Sistema de Faltas, o Desconhecimento das Formações, o Descontentamento com a Plataforma Virtual, a Falta de Comunicação entre Santo Tirso e o IPB, a Falta de Espírito Académico, o Aumento das Propinas, o Programa Escolar Desadequado e o Descontentamento com a Plataforma dos Serviços Académicos. Através de estudos realizados por Blackwell, Miniard e Engel (2005) conclui-se que se o desempenho for negativo e as expectativas não forem atingidas leva à insatisfação, é o que acontece neste caso, pois como as expectativas não foram atingidas levará à não recomendação do IPB a um amigo.

**Tabela 13.** Razões que levam à não recomendação do IPB a um amigo.

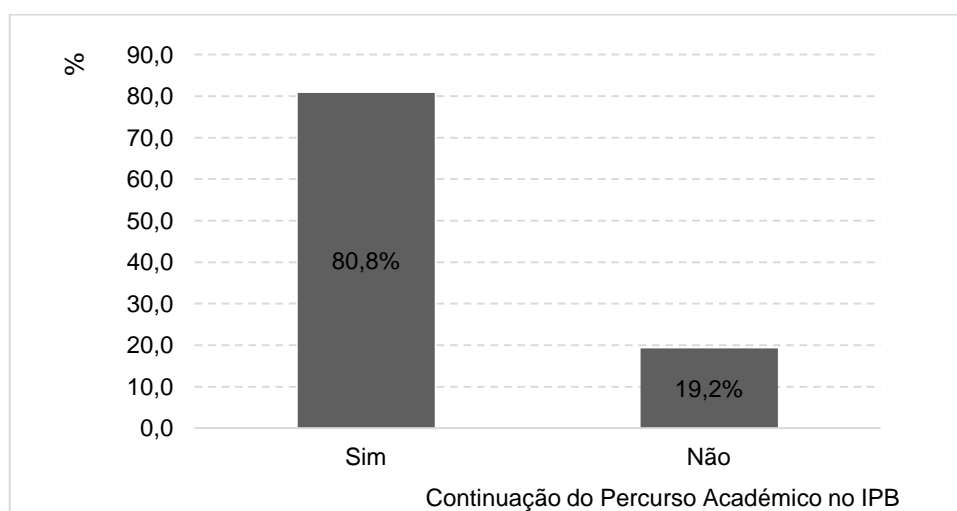
<b>Razões</b>	<b>Frequência Relativa</b>	<b>Percentagem</b>
Falta de Organização	5	23,81%
Descontentamento com os Professores	2	9,53%
Descontentamento com o IPB	2	9,53%
Falta de Informação	2	9,53%
Mau Atendimento aos Estudantes	1	4,76%
Número Reduzidos de Aulas Práticas	1	4,76%
Mau Funcionamento do Sistema de Faltas	1	4,76%
Desconhecimento de Formações	1	4,76%
Descontentamento com a Plataforma Virtual	1	4,76%
Falta de Comunicação entre Santo Tirso e o IPB	1	4,76%
Falta de Espírito Académico	1	4,76%
Aumento das Propinas	1	4,76%
Programa Escolar Desadequado	1	4,76%
Descontentamento com a Plataforma dos Serviços Académicos	1	4,76%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Através da informação que se apresenta na Tabela 14, observa-se que as razões que levam à não recomendação do IPB são apontadas pelos respondentes que frequentam os CTeSP em Acompanhamento a Crianças e Jovens, Cuidados Veterinários – Santo Tirso, Desenvolvimento de *Software* e Administração de Sistemas, Planeamento e Condução de Obra, Prospeção Mineral e Geotécnica, Secretariado e Línguas e Tecnologia Mecânica e Veículos, sendo que as principais respostas são seguintes: Descontentamento com os Professores e Descontentamento com o IPB pois existem dois CTeSP que indicaram estas duas razões para não recomendar o IPB a um amigo.

**Tabela 14.** Razões que levam à não recomendação do IPB a um amigo.

Razões	CTeSP						
	ACJ	CV (Santo Tirso)	DSAS	PCO	PMG	SL	TMV
Descontentamento com os Professores			√				√
Descontentamento com o IPB	√					√	
Falta de Organização		√					
Falta de Informação					√		
Mau Atendimento aos Estudantes				√			
Poucas Aulas Práticas		√					
Mau Funcionamento do Sistema de Faltas				√			
Desconhecimento de Formações					√		
Descontentamento com a Plataforma Virtual							√
Falta de Comunicação entre Santo Tirso e o IPB		√					
Falta de Espírito Académico	√						
Aumento das Propinas				√			
Programa Escolar Desadequado		√					
Descontentamento com a Plataforma dos Serviços Académicos							√

Através da Figura 16, conclui-se que a maioria dos estudantes pretende continuar o seu percurso académico (294 estudantes; 80,8%) e apenas 19,2% (79 estudantes) não pretende continuar o percurso académico no IPB. Através destes resultados pode-se referir que a maioria dos estudantes estão satisfeitos com a instituição (aproximadamente 81%) e esta satisfação traduz-se na lealdade, ou seja, na continuação do seu percurso no IPB. Através de estudos realizados por Martensen, Gronholdt, Eskildsen e Kristensen (2000) *in* Magalhães (2015), a lealdade entre os estudantes e a instituição acontece quando os estudantes continuam os estudos na mesma instituição. Neste caso estamos perante uma destas situações, pois os estudantes pretendem continuar o curso na mesma instituição, ou seja, demonstram lealdade perante esta.



**Figura 16.** Continuação do seu Percurso Académico no IPB.

Foi também pedido aos inquiridos que indicassem três razões para o caso de não pretender continuar o seu percurso académico no IPB. Através dos resultados apresentados na Tabela 15

podem observar-se as razões que foram mencionadas nesta resposta e as respectivas percentagens. As razões que têm uma maior percentagem são as seguintes: Localização Geográfica (Longe) com uma percentagem de 14,89%, o Facto do Curso que pretende não existir no IPB (13,83%), Motivos Financeiros (9,57%), apenas pretendem terminar o CTeSP com 6,38%, Descontentamento com os Docentes e Necessidade de Arranjar Emprego (ambos com 5,32%), Idade (4,26%), Ir para outra Universidade (4,26%), Preferência por outra Zona Geográfica (4,26%), Curso não Corresponde às Expectativas e Não Há Licenciatura em Chaves com 3,19% e Deslocação e Motivos Familiares (ambos com 2,13%). Quanto às restantes razões encontram-se todas com uma percentagem de 1,06%.

**Tabela 15.** Razões para não pretender continuar o Percurso Académico no IPB.

<b>Razões</b>	<b>Frequência Relativa</b>	<b>Percentagem</b>
Localização Geográfica (Longe)	14	14,89%
Curso não existe no IPB	13	13,83%
Motivos Financeiros	9	9,57%
Apenas pretende terminar o CTeSP	6	6,38%
Descontentamento com os Docentes	5	5,32%
Necessidade em Arranjar Emprego	5	5,32%
Idade	4	4,26%
Ir para outra Universidade	4	4,26%
Preferência por outra Zona Geográfica	4	4,26%
Curso não Corresponde às Expectativas	3	3,19%
Não há Licenciatura em Chaves	3	3,19%
Motivos Familiares	2	2,13%
Deslocação	2	2,13%
Cadeiras em Atraso	1	1,06%
Compromissos Profissionais	1	1,06%
Conhecer Novos Lugares	1	1,06%
Contrair Família	1	1,06%
Curso Difícil	1	1,06%
Ir para a cidade onde Reside	1	1,06%
Não tem continuidade do meu CTeSP	1	1,06%
Sem interesse em qualquer oferta formativa do IPB	1	1,06%
Condições	1	1,06%
Conhecer Novas Pessoas	1	1,06%
Disponibilidade	1	1,06%
Não gosto da Cidade	1	1,06%
Qualidade Ensino	1	1,06%
Baixas expectativas em relação ao futuro	1	1,06%
Curso mal estruturado	1	1,06%
Descontentamento com o IPB	1	1,06%
IPB não era a 1ª Opção	1	1,06%
Pouco Ânimo	1	1,06%
Renda de Casa	1	1,06%
Ter Licenciatura	1	1,06%
<b>Total</b>		<b>100%</b>

Também nesta questão foi feita uma relação entre os CTeSP e as razões para não pretender continuar o percurso académico no IPB. Na tabela abaixo observa-se que os CTeSP em que a resposta é "não pretender continuar o percurso académico" no IPB, são os seguintes:

- Acompanhamento de Crianças e Jovens;
- Análises Químicas e Biológicas;
- Automação, Robótica e Eletrónica Industrial;
- Bioanálises e Controlo;
- Comunicação Digital (Guimarães);
- Contabilidade;
- Cuidados Veterinários (Santo Tirso);
- Desenvolvimento de Produtos Multimédia;
- Desenvolvimento de Produtos Multimédia (Mogadouro);
- Desenvolvimento de *Software* e Administração de Sistemas;
- Energias Renováveis e Instalações Elétricas;
- Energias Renováveis e Instalações Elétricas (Chaves);
- Gestão de Vendas e *Marketing*;
- Informática;
- Informática (Chaves);
- Produção Agrícola (Marco de Canaveses);
- Produção nas Artes do Espetáculo;
- Prospeção Mineral e Geotécnica;
- Secretariado e Línguas;
- Serviço Social e Desenvolvimento Comunitário;
- Serviços Jurídicos;
- Tecnologia Mecânica e Veículos;
- Viticultura e Enologia (Amarante);
- Viticultura e Enologia (Guimarães);
- Viticultura e Enologia (Valpaços).

Quanto às razões para não continuar o percurso académico no IPB são várias, mas aquelas que são apontadas em maior número são: os motivos financeiros e localização geográfica (longe) com 8 respostas, o facto de pretender terminar o CTeSP (6 respostas), o curso não existir no IPB (6 respostas), ir para outra universidade e ter preferência por outra zona (4 respostas).

**Tabela 16.** Razões para não continuar o percurso académico no IPB por CTeSP (continua).

Razões	CTeSP												
	ACJ	AQB	AREI	BC	CD	CONT	CV (Santo Tirso)	DPM	DSAS	ERIE	ERIE (Chaves)	GVM (Chaves)	
Apenas pretendo terminar o CTeSP							√			√			
Cadeiras em atraso			√										
Compromissos profissionais					√								
Conhecer novos lugares											√		
Construir família									√				
Curso não existe no IPB		√											
Descontentamento com os docentes										√			
Idade							√						
Ir para outra universidade											√	√	
Localização geográfica (Longe)	√		√	√			√						
Motivos financeiros			√			√	√		√				
Não tem continuidade do meu CTeSP								√					
Preferência por outra zona		√										√	
Conhecer novas pessoas											√		
Necessidade em arranjar emprego							√		√				
Baixas expectativas em relação ao futuro									√				
Pouco ânimo							√						
Ter licenciatura							√						

**Tabela 17.** Razões para não continuar o percurso académico no IPB por CTeSP (continuação).

Razões	CTeSP											
	INF	INF (Chaves)	PA (Marco Canaveses)	PAE	PMG	SL	SADC	SJ	TMV	VE (Amarante)	VE (Guimarães)	VE (Valpaços)
Apenas pretende terminar o CTeSP	√				√					√		√
Unidades curriculares em atraso									√			
Curso difícil									√			
Curso não corresponde às expectativas									√			
Curso não existe no IPB		√		√		√		√				√
Descontentamento com os docentes									√			
Idade					√						√	
Ir para a cidade onde reside							√					
Ir para outra universidade	√	√										
Localização geográfica (longe)			√						√	√	√	
Motivos familiares		√										
Motivos financeiros		√	√		√					√		
Preferência por outra zona		√				√						
Sem interesse em qualquer oferta formativa do IPB										√		
Condições			√									
Deslocação			√									
Disponibilidade					√							
Não gosto da cidade				√								
Necessidade em arranjar emprego											√	
Qualidade ensino									√			
Curso mal estruturado									√			
Descontentamento com o IPB						√						
IPB não era a 1ª Opção				√								
Renda de casa			√									

Para apurar se existe uma relação entre o CTeSP que frequenta e a licenciatura que gostaria de vir a frequentar no IPB, procedeu-se à elaboração da Tabela 17 que permite observar por cada CTeSP qual ou quais as licenciaturas que dos respondentes pretende (m) vir frequentar.

Como se pode analisar a licenciatura que parece ter mais preferência pelos respondentes dado o número de resposta obtidas é a Licenciatura em Engenharia Agronómica (7 respostas), em seguida a licenciatura em Engenharia Informática (6 respostas) e as licenciaturas em Engenharia Mecânica, Enfermagem Veterinária, Gestão e *Marketing* com 4 respostas. Estes resultados evidenciam que os estudantes têm preferência de continuidade relativamente à lealdade, pois pretendem continuar na área sobre a qual está a frequentar o CTeSP, escolhe a licenciatura que tem seguimento que CTeSP que se encontra a frequentar ou um curso afim que se encontra relacionado com o CTeSP que frequenta atualmente. Uma das recomendações que se pode fazer é que os dirigentes devem ter em conta a opinião dos estudantes. Estes resultados são confirmados pelas conclusões do estudo de Douglas, McClelland e Davies (2008) visto que os estudantes pretendem obter formação na mesma instituição, mas prosseguindo os seus estudos, demonstrando, deste modo, o fator lealdade.

**Tabela 18.** Relação entre o CTeSP e a Licenciatura (continua).

Licenciatura	CTeSP											
	ACJ	AQB	AREI	BC	CD	CONT	CV	CV (Marco de Canaveses)	CV (Guimarães)	DPM	DPM (Mogadouro)	DSAS
Arte e Design										√		
Contabilidade						√						
Desporto	√										√	
Educação Básica											√	
Educação Social	√											
Enfermagem		√										
Enfermagem Veterinária							√	√	√	√		
Engenharia Agrónómica									√			
Engenharia Eletrónica e de Computadores			√									
Engenharia Informática			√								√	√
Engenharia Mecânica										√		
Engenharia Química e Biológica		√										
Farmácia				√								
Gestão						√						
Gestão de Negócios Internacionais						√						
Informática de Gestão										√	√	√
Informática e Comunicação					√							
Marketing					√							
Multimédia					√					√	√	
Tecnologia da Comunicação					√							

**Tabela 19.** Relação entre o CTeSP e a Licenciatura (continuação).

Licenciatura	CTeSP											PCO
	EA	ERIE	ERIE (Chaves)	GER	GA	GVM	GVM (Chaves)	GOL	IAG	INF	INF (Chaves)	
Arte e Design							√		√			
Biologia e Biotecnologia					√							
Desporto							√					
Educação Ambiental	√				√							
Enfermagem				√								
Engenharia Agronómica				√								
Engenharia e Energias Renováveis		√										
Engenharia Eletrónica e de Computadores		√										
Engenharia Informática							√			√	√	
Engenharia Mecânica			√									√
Gerontologia				√								
Gestão						√	√	√				
Gestão e Administração Pública						√						
Informática e Comunicação										√		
Marketing						√	√					

**Tabela 20.** Relação entre o CTeSP e a Licenciatura (continuação).

Licenciatura	CTeSP												
	PA	PA (Marco de Canaveses)	PAE	PTC	PMG	SL	SSDC	SJ	TA	TMV	VE (Amarante)	VE (Guimarães)	VE (Valpaços)
Ciência Tecnológica e Alimentar									√				
Educação Social							√						
Engenharia Agronómica	√	√									√	√	√
Engenharia Civil					√								
Engenharia Mecânica										√			
Gestão e Administração Pública								√					
Línguas e Relações Internacionais						√							
<i>Marketing</i>								√					
Música			√										
Solicitadoria								√					
Turismo				√									

## 4.2. Relação dos Estudantes que Frequentam os CTeSP com o IPB

Neste ponto pretende-se fazer uma análise descritiva exploratória do segundo grupo de questões plasmadas no questionário. Neste grupo de questões era pretendido conhecer a relação dos estudantes que frequentam os CTeSP com o IPB. Calculou-se a média e o desvio padrão para cada item em análise e para os 10 itens, no sentido de conhecer qual a relação com IPB, analisadas através da escala tipo *Likert* de 5 pontos [codificada de 1 a 5, sendo que 5 é o maior grau de concordância (Concordo Totalmente) e 1 o menor grau de concordância (Discordo Totalmente)]. Para além do cálculo da média e do desvio padrão calculou-se ainda para cada um dos 10 itens, o número de inquiridos que responderam e a respetiva frequência relativa para cada categoria do grau de concordância.

Quando os valores das médias são superiores a três pontos indicam um grau de concordância em relação à variável em estudo, já quando os valores da média são inferiores a três pontos indicam um determinado grau de discordância relativamente à variável em estudo.

Assim, tendo por base a informação apresentada na Tabela 18, pode aferir que:

- Quanto à Satisfação Global, esta indicia que existe uma relação positiva uma vez que o valor obtido encontra-se na parte da Concordância (4,01 pontos médios e um desvio padrão de 0,692). Este valor indicia que o estudante parece estar satisfeito com o IPB. Ainda, o valor obtido para o desvio padrão é baixo o que se pode dizer que as respostas obtidas se concentram na média empírica.
- No que diz respeito à análise dos 10 itens conclui-se que o item que registou um valor mais elevado foi a primeira questão “*Estou satisfeito com a minha decisão de frequentar um curso no IPB*” pois a média empírica é a mais elevada de todas as questões (4,22 pontos médios e desvio padrão de 0,785) o que demonstra uma concordância com a questão. Esta primeira abordagem significa que a maioria dos estudantes se encontra satisfeito com o IPB.
- Nas respostas à questão “*A minha escolha para me inscrever no IPB foi uma decisão acertada*” os inquiridos mostram uma tendência positiva (4,16 de média; 0,828 de desvio padrão), em que 83,9% “*Concorda*” ou “*Concorda Totalmente*”, ou seja, a sua decisão foi acertada.
- A resposta dos inquiridos para a questão “*Sinto-me feliz por frequentar um curso no IPB*” reflete uma concordância com o item por parte dos inquiridos (4,15 de média; 0,799 de desvio padrão), em que 49,5% “*Concorda*” e 35,0% “*Concorda Totalmente*”, isto é, uma percentagem de 84,5% encontra-se feliz com a sua escolha.
- Quanto à questão “*Sinto-me feliz por ter escolhido ficar no IPB*” pode observar-se que os inquiridos se encontram felizes (4,14 de média; 0,848 de desvio padrão), 36,8%

“*Concorda Totalmente*”, 45,8% “*Concorda*” e 12,8% “*Nem Concorda Nem Discorda*”, no que diz respeito ao desvio padrão este mostra que há uma unanimidade por parte dos inquiridos visto que o desvio padrão é baixo.

- Na questão “*Penso que fiz a escolha acertada em escolher o IPB*” as respostas foram claramente positivas (4,12 de média; 0,823 de desvio padrão) com 49,0% dos inquiridos a dizer que “*Concorda*” e 34,1% “*Concorda Totalmente*”, o que traduz que os inquiridos consideram ter feito uma escolha acertada em escolher o IPB.
- Os inquiridos responderam com uma atitude positiva à questão “*Se tivesse a oportunidade de fazer tudo de novo, continuaria a matricular-me, novamente, no IPB*” (4,02 de média; 0,998 de desvio padrão), pois leva a crer que caso se pudessem matricular novamente tomavam a mesma opção 77,1% respondeu “*Concordo*” ou “*Concordo Totalmente*” e 15,0% “*Neutro*”.
- As respostas dos inquiridos, para a questão “*Eu gosto de ajudar futuros estudantes dando-lhes informação sobre o IPB e os seus cursos*” reflete uma atitude positiva (9,95 de média de 3,95; 0,886 de desvio padrão), quanto às respostas a maioria concorda (45,8%), 28,0% “*Concorda Totalmente*” (28,0%) e apenas 21,5% “*Nem Concorda Nem Discorda*”.
- Nas quatro últimas questões, os valores da média desceram, encontrando-se próximos de 4, mas em comparação com as questões anteriores diminuíram. Em relação à questão “*Eu gosto de falar sobre o IPB aos amigos*” a média ainda é elevada (3,93 de média; 0,942 de desvio padrão) o que parece demonstrar uma concordância com a questão, em que 19,6% é neutro, 45,0% “*Concorda*” e 28,6% “*Concorda totalmente*”, o que leva a acreditar que os inquiridos gostam de falar do IPB aos seus amigos.
- Na pergunta “*O IPB corresponde às minhas expectativas*”, 47,6% “*Concorda*” e 28,5% “*Concorda totalmente*” (3,93 de média; 0,957 de desvio padrão), o que indicia que o IPB corresponde às expectativas criadas pelos inquiridos.
- A pergunta se as “*Pessoas pedem informação sobre os cursos do IPB*” é a que apresenta uma média mais baixa (3,47 pontos, desvio padrão de 1,073). Pode assinalar que sendo a média superior a três pontos existe uma concordância por parte dos inquiridos relativamente à questão em análise, 39,5 % “*Concorda*”, 30,4% “*Neutro*” e 15,1% “*Concorda totalmente*”,

Com estes dados afere-se que globalmente a relação dos estudantes que frequentam os CTeSP com o IPB é positiva e satisfatória. Uma vez que esta relação se encontra associada à satisfação optou-se por considerar o cômputo destes 10 itens a Satisfação Global do estudante.

**Tabela 21.** Resultados descritivos para a Dimensão da Relação do Estudante com o IPB.

Item	DT (1)	D (2)	N (2)	C (4)	CT (5)	Média	Desvio Padrão
Estou satisfeito com a minha decisão de frequentar um curso no IPB (n=367)	4 1,1%	7 1,9%	36 9,8%	176 48%	144 39,2%	4,22	0,785
Se tivesse oportunidade de fazer tudo de novo, matricularia-me de novo no IPB (n=367)	12 3,3%	17 4,6%	55 15,0%	149 40,6%	134 36,5%	4,02	0,998
A minha escolha de me inscrever no IPB foi uma decisão acertada (n=366)	4 1,1%	11 3,0%	44 12,0%	172 47,0%	135 36,9%	4,16	0,828
Sinto-me feliz por ter escolhido ficar no IPB (n=367)	4 1,1%	13 3,5%	47 12,8%	168 45,8%	135 36,8%	4,14	0,848
Eu penso que fiz a escolha certa quando decidi matricular-me no IPB (n=367)	3 0,8%	14 3,8%	45 12,3%	180 49,0%	125 34,1%	4,12	0,823
Eu estou feliz por frequentar um curso no IPB (n=366)	4 1,1%	8 2,2%	45 12,3%	181 49,5%	128 35%	4,15	0,799
Gosto de falar sobre o IPB aos meus amigos (n=367)	10 2,7%	15 4,1%	72 19,6%	165 45,0%	105 28,6%	3,93	0,942
Gosto ajudar futuros estudantes dando-lhes informação sobre o IPB e os cursos (n=368)	7 1,9%	11 3,0%	79 21,5%	168 45,7%	103 28,0%	3,95	0,886
Pessoas pedem informação sobre cursos oferecidos no IPB (n=365)	27 7,4%	28 7,7%	111 30,4%	144 39,5%	55 15,1%	3,47	1,073
IPB corresponde às minhas expectativas (n=368)	11 3,0%	19 5,2%	58 15,8%	175 47,6%	105 28,5%	3,93	0,957
<b>Relação Global</b>						<b>4,01</b>	<b>0,692</b>

### 4.3. Confirmação das Hipóteses de Investigação

Em seguida pretende-se dar resposta às Hipóteses de Investigação fixadas anteriormente e que sustentam o principal objetivo de estudo. De salientar, tal como referido, que se optou por considerar a variável latente Relação Global a Satisfação Global, uma vez que o conjunto de questões permitem analisar a relação do estudante com o IPB e essa relação encontra-se associada a um grau de satisfação.

Para dar resposta à primeira hipótese de investigação “*Existem diferenças por Unidade Orgânica relativamente à Satisfação Global*”, recorreu-se ao teste da *One-Way ANOVA*, pois pretendia-se testar se existiam diferenças por unidades orgânicas (que eram mais de três amostras independentes) relativamente à satisfação global, após se ter verificado a não violação dos pressupostos. Quanto ao teste da *One-Way ANOVA* conclui-se que como o *p-value* é de 0,354, superior ao nível de significância assumido (0,05), a hipótese não foi validada podendo afirmar-se que não existem evidências estatísticas suficientes para afirmar a existência de diferenças por unidade orgânica relativamente à Satisfação Global.

Através da análise aos valores apresentados na Tabela 19 é possível responder à segunda hipótese de investigação “*Existem diferenças por variável sociodemográfica relativamente à Satisfação Global*”, podendo observar-se que quer para a variável Sexo quer para a variável Faixa etária não existem diferenças estatisticamente significativas relativamente à Satisfação Global, pois os *p-values* são de 0,387 e de 0,352, respetivamente (ou seja, superior a 5%). Tendo por base estes resultados a segunda hipótese de investigação não se confirma.

**Tabela 22.** Resultados para a Hipótese de Investigação 2.

Variáveis	Teste	<i>p-value</i>
Sexo	<i>t-Student</i>	0,387
Faixa Etária	<i>Kruskal-Wallis</i>	0,352

No que toca à Hipótese de Investigação 3: “*Existem diferenças por CTeSP/Local onde é ministrado o CTeSP relativamente à Satisfação Global*”, e porque se violou o pressuposto da normalidade recorreu-se ao teste *Kruskal-Wallis*. Assim, obteve-se, para um nível de significância de 5%, um valor de prova inferior a 0,001. Conclui-se assim que existem diferenças, estatisticamente significativas, por CTeSP/Local onde é ministrado o CTeSP relativamente à Satisfação Global, validando-se assim a hipótese de investigação. Para comprovar os resultados, organizou-se a tabela em *Campus* (que seriam todos os CTeSP que pertencem a Bragança, ou seja, os ministrados nas cinco unidades orgânicas) e deslocalizados (todos os que se encontram fora das escolas), e assim converteu-se a amostra em duas amostras independentes. Posteriormente, aplicou-se o teste *t-Student* (uma vez que a dimensão por amostra independente é superior a 30 observações e garantiu-se a homogeneidade das variâncias) e chegou-se à conclusão que as médias por amostra independente são diferentes e estatisticamente significativas, pelo que se valida a hipótese de investigação em análise.

Para testar a Hipótese de Investigação 4: “*As variáveis escolha do IPB como 1ª opção e mantém-se informado encontram-se associadas*”, utilizou-se o teste do Qui-Quadrado, sendo que este também foi violado pois como o valor das células era superior 20% com frequência esperada inferior a cinco observações. Para testar esta hipótese houve a necessidade de converter a variável “mantém-se informado” em os mais informados e os menos informados, onde se entrou em linha de conta o cálculo da mediana, e assim utilizar o teste de *Fisher*. Neste sentido conclui-se que não existe associação entre as duas variáveis, pois o valor de prova é superior a 0,05 ( $p\text{-value}=0,401$ ). Logo a hipótese de investigação não foi corroborada.

Para analisar a associação entre as variáveis escolha do CTeSP como 1ª opção e mantém-se informado, ou seja, dar resposta à quinta hipótese de investigação “*As variáveis escolha do CTeSP como 1ª opção e mantém-se informado encontram-se associadas*”, aplicou-se o teste de independência Qui-Quadrado e obteve-se um  $p\text{-value}$  de 0,031, inferior ao nível de significância de 5%. Com isto afirma-se que existe uma associação entre as duas variáveis, pelo que a hipótese de investigação é validada.

Relativamente à Hipótese de Investigação 6: “*As variáveis da relação dos estudantes do CTeSP com o IPB encontram-se direta e positivamente relacionadas com a Satisfação Global*”, recorreu-se à utilização do coeficiente de *Pearson* uma vez que se verificou a não violação do pressuposto da normalidade. Mediante os resultados obtidos apresentados na Tabela 20, pode dizer-se que para um nível de significância de 5%, existem evidências estatísticas para se afirmar que as variáveis de relação dos estudantes do CTeSP com o IPB e a Satisfação Global estão correlacionadas ( $p\text{-value} < 0,001$ ). As variáveis que têm maior peso na Satisfação Global são “Estou feliz por ter escolhido o IPB” ( $r=0,875$ ), “Penso que fiz a escolha certa por escolher o IPB” ( $r=0,860$ ), a “Estou feliz por ter escolhido um curso no IPB” ( $r=0,840$ ) e a “Decisão Acertada em Matricular-se no IPB” ( $r=0,812$ ). Verifica-se uma associação muito forte entre as “Estou feliz por ter escolhido o IPB”, “Penso que fiz a escolha certa por escolher o IPB”, “Estou feliz por ter escolhido um curso no IPB”, “Decisão Acertada em Matricular-se no IPB” e a variável Satisfação Global (coeficiente de correlação varia entre 0,812 e 0,875), concluindo assim que os estudantes que se encontram felizes com o IPB, os que pensam ter escolhido o curso (CTeSP) certo no IPB, os que se encontram felizes por escolher um curso no IPB e os que tomaram uma decisão acertada em se terem matriculado no IPB encontram-se muitos satisfeitos. Existe uma associação forte entre as variáveis “Satisfação com o IPB”, “Matricular-se novamente no IPB”, “Gosto de falar do IPB aos meus amigos”, “IPB corresponde às expectativas”, pois o coeficiente de correlação varia entre 0,724 e 0,797, o que leva a acreditar que estes estudantes se encontram satisfeitos com o IPB. Por fim, verifica-se uma correlação moderada entre as variáveis “Gosto de ajudar futuros estudantes dando-lhes informação sobre o IPB” ( $r=0,653$ ) e “As pessoas pedem-me informação sobre cursos oferecidos pelo IPB” ( $r=0,618$ ). Os resultados foram bastante positivos, pois as correlações variaram entre muito fortes e moderadas. A hipótese de investigação em análise foi validada, pois as variáveis da relação dos estudantes do CTeSP com o IPB encontram-se direta e positivamente relacionadas com a Satisfação Global.

**Tabela 23.** Correlação de *Pearson* entre as variáveis relação dos estudantes do CTeSP com o IPB com a Satisfação Global.

	SatIPB	MatNOvIPB	DecAcertMAIPB	FelizEscIPB	PenEscCertEscIPB	FelizEscCurIPB	FalIPBAm	AjFutAlunInfIPB	PesInfCurOfIPB	IPBExp	SatGlob
<b>Sat IPB</b>	1										
<b>MatNOvIPB</b>	0,645 (<0,001)	1									
<b>DecAcertMAIPB</b>	0,686 (<0,001)	0,719 (<0,001)	1								
<b>FelizEscIPB</b>	0,693 (<0,001)	0,713 (<0,001)	0,713 (<0,001)	1							
<b>PenEscCertEscIPB</b>	0,689 (<0,001)	0,735 (<0,001)	0,818 (<0,001)	0,815 (<0,001)	1						
<b>FelizEscCurIPB</b>	0,719 (<0,001)	0,636 (<0,001)	0,687 (<0,001)	0,768 (<0,001)	0,738 (<0,001)	1					
<b>FalIPBAm</b>	0,489 (<0,001)	0,443 (<0,001)	0,460 (<0,001)	0,579 (<0,001)	0,492 (<0,001)	0,576 (<0,001)	1				
<b>AjFutAlunInfIPB</b>	0,405 (<0,001)	0,378 (<0,001)	0,376 (<0,001)	0,413 (<0,001)	0,405 (<0,001)	0,443 (<0,001)	0,546 (<0,001)	1			
<b>AjFutAlunInfIPB</b>	0,358 (<0,001)	0,305 (<0,001)	0,291 (<0,001)	0,432 (<0,001)	0,382 (<0,001)	0,380 (<0,001)	0,452 (<0,001)	0,546 (<0,001)	1		
<b>IPBExp</b>	0,589 (<0,001)	0,565 (<0,001)	0,582 (<0,001)	0,643 (<0,001)	0,651 (<0,001)	0,626 (<0,001)	0,519 (<0,001)	0,478 (<0,001)	0,464 (<0,001)	1	
<b>SatGlob</b>	0,797 (<0,001)	0,793 (<0,001)	0,812 (<0,001)	0,875 (<0,001)	0,860 (<0,001)	0,840 (<0,001)	0,724 (<0,001)	0,653 (<0,001)	0,618 (<0,001)	0,792 (<0,001)	1

**Nota:** Satisfação com o IPB (SatIPB); Matricular-se novamente no IPB (MatNOvIPB); Decisão Acertada em Matricular-se no IPB (DecAcertMAIPB); Está feliz por escolher o IPB (FelizEscIPB); Penso que fiz a escolha certa por escolher o IPB (PenEscCertEscIPB); Estou feliz por ter escolhido um curso no IPB (FelizEscCurIPB); Gosto de falar do IPB aos meus amigos (FalIPBAm); Gosto de ajudar futuros estudantes dando-lhes informação sobre o IPB (AjFutAlunInfIPB); As pessoas pedem-me informação sobre os cursos oferecidos pelo IPB (PesInfCurOfIPB); O IPB corresponde às expectativas (IPBExp); Satisfação Global (SatGlob).

Todos os valores obtidos são estatisticamente significativos a 5%.

Para testar a Hipótese de Investigação 7 “*As variáveis recomendaria o IPB a um amigo e pretende continuar o seu percurso académico no IPB encontram-se associada*”, utilizou-se o teste do Qui-Quadrado, sendo que foi violado, pelo facto de o valor das células ser superior a 20% com frequência esperada inferior a cinco observações. Por fim, utilizou-se o teste de Fisher, chegando à conclusão que existe associação pois o valor de prova é de 0,006 (inferior ao nível de significância assumido), concluindo-se assim que a hipótese foi validada. Esta hipótese vai ao encontro do estudo realizado por Petruzzelis e Romanazzi (2010) na medida em que os estudantes quando satisfeitos com a instituição de ensino superior têm uma opinião e quando se encontram insatisfeitos com pequenas situações a sua opinião permanece igual, mas quando os estudantes se encontram verdadeiramente satisfeitos, ou mesmo extasiados com o serviço prestado pela instituição é que recomendam através da comunicação interpessoal.

Para responder à oitava hipótese de investigação “*Existe uma associação entre a residência à data da candidatura no IPB e o CTeSP que frequenta*” foi necessário converter os distritos em norte, centro e outro. A conversão dos distritos por localização geográfica deve-se a um melhor agrupamento da residência dos estudantes do CTeSP, para simplificação da compreensão do estudo. No norte estão todos os distritos que fazem parte deste, no centro os que pertencem ao centro e outro estão incluídos os distritos que fazem parte do sul, ilhas e outros países. Em seguida aplicou-se o teste de independência Qui-Quadrado, como este violou o valor das células ser superior a 20% com frequência esperada inferior a cinco observações, utilizou-se o teste não paramétrico *V-Cramer*, que permite afirmar que as duas variáveis se encontram associadas moderadamente ( $r=0,473$ ), ( $p\text{-value} < 0,001$ , inferior ao nível de significância de 5%). Os resultados obtidos permitem confirmar a hipótese de investigação em análise.

Na tabela seguinte apresenta-se de uma forma resumida a informação sobre a decisão das hipóteses de investigação formuladas. Assim, a primeira, a segunda e a quarta hipóteses de investigação não foram validadas e as restantes foram todas validadas.

**Tabela 24.** Resumo dos resultados para as Hipóteses de Investigação.

	<b>Hipótese de Investigação</b>	<b>Resultados</b>
<b>HI<sub>1</sub></b>	<i>Existem diferenças por Unidade Orgânica relativamente à Satisfação Global</i>	Não Validada
<b>HI<sub>2</sub></b>	<i>Existem diferenças por variável sociodemográfica relativamente à Satisfação Global</i>	Não Validada
<b>HI<sub>3</sub></b>	<i>Existem diferenças por CTeSP/Local onde é ministrado o CTeSP relativamente à Satisfação Global</i>	Validada
<b>HI<sub>4</sub></b>	<i>As variáveis escolha do IPB como 1ª opção e mantém-se informado encontram-se associadas</i>	Não Validada
<b>HI<sub>5</sub></b>	<i>As variáveis escolha do CTeSP como 1ª opção e mantém-se informado encontram-se associadas</i>	Validada
<b>HI<sub>6</sub></b>	<i>As variáveis da relação dos estudantes do CTeSP com o IPB encontram-se direta e positivamente relacionadas com a Satisfação Global</i>	Validada
<b>HI<sub>7</sub></b>	<i>As variáveis recomendaria o IPB a um amigo e pretende continuar o seu percurso académico no IPB encontram-se associadas</i>	Validada
<b>HI<sub>8</sub></b>	<i>Existe uma associação entre a residência à data da candidatura no IPB e o CTeSP que frequenta</i>	Validada

#### 4.4. Determinantes da Relação dos Estudantes dos CTeSP com o IPB

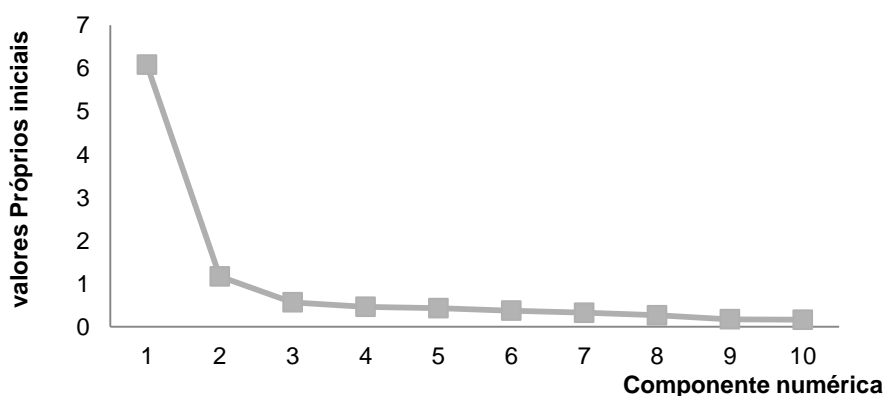
Para concluir a análise e complementar o estudo pretendeu-se identificar os determinantes da satisfação, permitindo reconhecer as variáveis que têm mais em comum com cada um dos fatores. Para tal, vai aplicar-se a Análise Fatorial Exploratória. Começou por se analisar a aplicabilidade da Análise Fatorial Exploratória, através da análise do indicador *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) e do teste de Esfericidade de *Bartlett* (Tabela 22). Segundo a análise destes indicadores e uma vez que ambos validam os pressupostos, KMO igual a 0,933 e o teste de esfericidade de *Bartlett* com valor inferior a 0,001 conclui-se que a Análise Fatorial Exploratória pode ser realizada.

**Tabela 25.** Indicadores de adequabilidade da Análise Fatorial – KMO e Teste de Bartlett.

	KMO	0,933
Teste de Esfericidade de <i>Bartlett</i>	Aproximação de $\chi^2$	2563,837
	Graus de Liberdade	45
	Valor de Prova	<0,001

Em seguida, prosseguiu-se à análise da medida de adequação amostral e da análise das comunalidades, e como todas têm valores com peso superior a 0,5 não existe necessidade de eliminar qualquer variável do questionário.

Posteriormente recorreu-se à escolha do método das componentes principais para extração dos fatores e o método *Varimax* para a rotação dos fatores. Para identificar o número de fatores utilizou-se o critério de *Pearson* extraíndo-se dois fatores com uma variância acumulada de 72,49% da variância total e de seguida recorreu-se ao método do *ScreePlot* para confirmar a resposta anterior. Na análise fatorial utilizou-se o método das componentes principais para extraírem fatores. Através desta análise chegou-se à conclusão que se devem reter dois fatores, por apresentarem valores próprios superiores a um. Estes dois fatores explicam no conjunto 72,485% da variância total e fatores adicionais não melhoram significativamente o nível da variância explicada.



**Figura 17:** *Scree Plot*

Na Tabela 23, apresentam-se os resultados mais importantes para a Análise Fatorial Exploratória.

O fator 1 explica 60,852% da estrutura dos dados, sendo este o fator mais importante. O fator 2 com 11,633% da variância total tem menor importância em resumir as variáveis originais.

Em seguida calculou-se o coeficiente de *Alpha* de *Cronbach*, para os dois fatores, como medida de fiabilidade do agrupamento de variáveis. Como se pode ver na Tabela 23 o Fator 1 apresenta um nível de consistência interna Muito Bom (0,937) e o Fator 2 apresenta um nível de consistência interna razoável (0,754).

**Tabela 26.** Determinantes da Relação dos Estudantes dos CTeSP com o IPB.

	<b>Pesos</b>	<b>% Variância Explicada</b>	<b>Valores Próprios</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Comunalidades</b>
<b>Componente 1: Fator Expectativas</b>		<b>60,852</b>	<b>6,085</b>	<b>0,937</b>	-
Estou satisfeito com a minha decisão em frequentar um curso no IPB	0,784				0,694
Se tivesse oportunidade de fazer tudo de novo, matriculava-me de novo no IPB	0,827				0,716
A minha escolha de me inscrever no IPB foi uma decisão acertada	0,884				0,809
Sinto-me feliz por ter escolhido ficar no IPB	0,859				0,822
Eu penso que fiz a escolha certa quando decidi matricular-me no IPB	0,878				0,838
Eu estou feliz por frequentar um curso no IPB	0,791				0,745
IPB corresponde às minhas expectativas	0,634				0,622
<b>Componente 2: Fator Informação</b>		<b>11,633</b>	<b>1,166</b>	<b>0,754</b>	-
Gosto de falar sobre IPB aos meus amigos	0,646				0,587
Gosto de ajudar futuros estudantes dando informação sobre o IPB e os cursos	0,820				0,719
Pessoas pedem informação sobre os cursos oferecidos no IPB	0,823				0,699

Quanto às variáveis que levam à construção dos determinantes da relação com o IPB, conclui-se que:

- O Fator 1, de forma inequívoca, encontra-se relacionado com a afetividade e satisfação com o IPB, designando-se assim por Fator Expectativas;
- No Fator 2, relaciona-se a informação com a relação com o IPB. Assim, identificou-se por Fator Informação.

Assim sendo, conclui-se que os determinantes de relação com o IPB assentam no Fator Expectativas e no Fator Informação.

A Tabela 24 apresenta valores médios de cada fator, sendo que o Fator 1 – Fator Expectativas apresenta uma média de 4,10 e desvio padrão de 0,863 e o Fator 2 – Fator Informação apresenta uma média de 3,78 e um desvio padrão de 0,967. Conclui-se assim que a média global é de 3,94 e o desvio-padrão global é de 0,915 que significa que os estudantes se encontram satisfeitos.

**Tabela 27.** Médias dos Fatores identificados para os atributos que medem a Satisfação.

<b>Fatores</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio-Padrão</b>
F1- Fator Expectativas	4,10	0,863
F2- Fator Informação	3,78	0,967
<b>Satisfação Global</b>	<b>3,94</b>	<b>0,915</b>



## CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E ESTUDOS FUTUROS

Com as mudanças que têm vindo a acontecer no ensino superior cada vez mais as instituições têm que se preocupar com os estudantes e com a sua satisfação, pois estes vêm com bastantes expectativas, quando estas expectativas são superadas temos estudantes satisfeitos. As instituições de ensino superior só têm a ganhar com estes estudantes, pois eles vão falar da instituição e são eles os principais intervenientes na vinda dos novos estudantes. Os estudantes satisfeitos tornam-se leais.

O objetivo deste trabalho consistiu na análise da satisfação e análise da lealdade dos estudantes que frequentam os CTeSP no IPB. Para tal procedeu-se à aplicação de um inquérito por questionário.

Tendo por base a investigação desenvolvida constatou-se que os fatores que mais influenciaram a escolha do curso/estabelecimento são: a localização geográfica (17,3%), a minimização dos custos financeiros (15,7%) e a reputação académica da instituição de ensino (15,1%). Também foi possível saber que os estudantes estavam bem informados (39%) sobre o curso/instituição em que acabaram por se matricular e que obtiveram a informação maioritariamente através de colega/amigos e antigos/atuais estudantes. Maioritariamente recomendariam o IPB a um amigo (93,4%) sendo que a principal razão era o ensino, uma pequena percentagem não recomenda o IPB a um amigo e a principal razão é a falta de organização. A maioria pretende continuar o percurso académico no IPB (80,8%) e a licenciatura em que existe um maior número de respostas é a de Engenharia Agronómica.

Em relação à Satisfação Global indicia uma relação positiva uma vez que o valor obtido se encontra na parte da Concordância (4,01 pontos médios e um desvio padrão de 0,692). O valor da média obtido sugere que o estudante se encontra satisfeito com o IPB. Já o valor obtido para o desvio padrão é baixo o que se pode dizer que as respostas obtidas se concentram na média empírica.

Relativamente às hipóteses de investigação fixadas para dar resposta ao objetivo do estudo concluiu-se que:

- A primeira hipótese de investigação *“Existem diferenças por Unidade Orgânica relativamente à Satisfação Global”* não foi validada, evidenciando que não existem diferenças por unidade orgânica relativamente à Satisfação Global;
- A hipótese de investigação dois *“Existem diferenças por variável sociodemográfica relativamente à Satisfação Global”* não se confirma, pois foi visível que não existem diferenças para ambas as variáveis Sexo e Faixa Etária, pois os *p-value* são superiores a 5%;
- A terceira hipótese de investigação *“Existem diferenças por CTeSP/Local onde é ministrado o CTeSP relativamente à Satisfação Global”* foi confirmada, demonstrando que existem diferenças por CTeSP/Local onde é ministrado o CTeSP relativamente à Satisfação Global, uma vez que as médias por amostra independente são diferentes;

- Quanto à hipótese de investigação quatro “As *variáveis* escolha do IPB como 1ª opção e mantém-se informado encontram-se associadas”, não foi validada, não existindo associação entre as *variáveis* escolha do IPB como 1ª opção e mantém-se informado, pois o valor de prova é superior a 5%. Conclui-se que não é necessário estar informado para ter escolhido como o IPB 1ª opção;
- A hipótese de investigação cinco “As *variáveis* escolha do CTeSP como 1ª opção e mantém-se informado encontram-se associadas” foi validada, pois existe uma associação entre as *variáveis* escolha do CTeSP como primeira opção e mantém-se informado uma vez que o *p-value* é de 0,031, inferior ao nível de significância de 5%. Chegou-se à conclusão que as pessoas se encontram informadas para a escolha do CTeSP;
- A sexta hipótese de investigação “As *variáveis* da relação dos estudantes do CTeSP com o IPB encontram-se direta e positivamente relacionadas com a Satisfação Global” foi validada evidenciando que as *variáveis* da relação dos estudantes do CTeSP com o IPB encontram-se direta e positivamente relacionadas com a Satisfação Global;
- A hipótese de investigação sete foi validada, pois como o *p-value* é de 0,025, ou seja, inferior a 0,05, conclui-se que existe associação entre as *variáveis* recomendaria o IPB a um amigo e pretende continuar o seu percurso académico no IPB;
- Quanto à oitava hipótese de investigação “Existe uma associação entre a residência à data da candidatura no IPB e o CTeSP que frequenta” através dos resultados obtidos pode afirma-se que as duas *variáveis* se encontram associadas (*p-value* <0,001, inferior ao nível de significância de 5%), logo a hipótese de investigação foi confirmada.

Também o estudo tinha como propósito identificar e sugerir os determinantes de satisfação na perspetiva dos estudantes que frequentam os CTeSP ministrados no IPB. Segundo os resultados obtidos conclui-se que existem dois determinantes que podem explicar a relação dos estudantes com o IPB: o Fator Expectativas e o Fator Informação. O fator Expectativas agrupa as *variáveis* relacionadas com a satisfação dos inquiridos com a instituição, bem como se as escolhas e expectativas estão corretas. Observou-se o agrupamento de três questões relacionadas com a informação que se pretende fornecer aos futuros estudantes sobre os cursos e o IPB, pelo que este fator foi denominado de Fator Informação.

Um dos contributos deste trabalho de investigação foi o de poder influenciar as estratégias dos dirigentes do IPB, pois os resultados obtidos podem constituir uma mais-valia para os órgãos de gestão do IPB na tomada de decisão.

No que diz respeito ao trabalho de investigação, recomenda-se aos dirigentes estarem mais atentos aos estudantes dos CTeSP no que diz respeito à satisfação, aplicando-se questionários para saber a sua satisfação com a instituição. Também se aconselha a estender estes questionários às licenciaturas e mestrados.

No que diz respeito às limitações existentes uma delas é o facto deste trabalho de investigação ter apenas em conta os dados dos estudantes dos CTeSP, obtidos pela aplicação da metodologia quantitativa.

Tendo em conta toda a análise realizada apontam-se algumas linhas de investigação para trabalhos futuros, como por exemplo, a realização de entrevistas aos estudantes, a replicação do estudo a outras instituições de ensino superior, o alargamento do estudo ao corpo docente. A realização de entrevista seria importante porque existem sempre opiniões que, por vezes, não são explicadas da melhor maneira num questionário. Quanto à replicação do estudo em outras instituições de ensino superior seria interessante de forma a poder estabelecer-se comparações entre entidades, permitindo o confronto de resultados. O estudo aplicado aos docentes permitiria compreender, do lado dos docentes, o facto de os estudantes poderem estar mais ou menos satisfeitos.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Al-Alak, B. (2007). The impact of marketing actions on relationship quality in the higher education sector in Jordan. *Journal of Marketing for Higher Education*, 16(2), 1-23.

Alves, C. (2003). *Satisfação do consumidor*. Lisboa: Escolar Editora.

Alves, H., & Raposo, M. (2007). Conceptual model of student satisfaction in higher education. *Total Quality Management & Business Excellence*, 18(5), 571-588.

Andreson, E., Fornell, C., & Lehmann, D. (1994). Customer satisfaction, market Share and profitability: findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58, 53-66.

Batista Alves, H. (2003). *Uma abordagem de marketing à satisfação do aluno no ensino universitário público: índice, antecedentes e consequência*. Dissertação de Doutorado em Gestão. Universidade da Beira Interior. Covilhã, Portugal.

Berry, L. (2002). Relationship marketing of services: perspectives from 1983 and 2000. *Journal of Relationship Marketing*, 1, 1.

Blackwell, R., Miniard, P., & Engel, J. (2005). *Comportamento do consumidor (Tradução)*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.

Bowen, J., & Chen, S. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 13(4-5), 213-217.

Carvalho, S., & Mota, M. (2010). The role of trust in creating value and student loyalty in relational exchanges between higher education institutions and their students. *Journal of Marketing for Higher Education*, 20(1), 146-165.

Churchill, G., & Suprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 491-504.

Dick, A., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.

Douglas, J., McClelland, R., & Davies, J. (2008). The development of a conceptual model of student satisfaction with their experience in higher education. *Quality Assurance in Education*, 16(1), 19-35.

Duarte, A. (2014). *A satisfação dos estudantes do Ensino Superior: o caso do ISEGI NOVA*. Dissertação de Mestrado em Estatística e Gestão de Informação. Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação, Lisboa.

Dutka, A. (1994). *AMA handbook for customer satisfaction*. AMA, NTC Business Books: Chicago.

- Elliott, K., & Healy, M. (2001). Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10(4), 1-11.
- Eom, S., Wen, H., & Ashill, N. (2006). The determinants of students' perceived learning outcomes and satisfaction in university online education: an empirical investigation. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 4(2), 215-235.
- Espejel, J., Fandos, C., & Flavián, C. (2008). Consumer satisfaction - A key factor of consumer loyalty and buying intention of a PDO food product. *British Food Journal*, 110(9), 865-881.
- Filho, C., Guerra, R., & Moura, A. (2004). Mensuração de Satisfação, Qualidade, Lealdade, Valor e Expectativa em Instituições de Ensino Superior: um estudo do modelo ACSI através de Equações Estruturais. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 2(1).
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: the Swedisk experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
- Fornell, C., Johnson, E., Anderson, E., Cha, J., & Bryant, B. (1996). The american customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing*, 60(4), 7-18.
- Garbarino, E., & Johnson, M. (1999). The different roles of satisfaction, trust and commitment for relational and transactional consumers. *Journal of Marketing*, 63, 70-87.
- Giese, J., & Cote J. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, (1), 1-27.
- Grey, C. (2004). Reinventing business schools: The contribution of critical management education. *Academy of Management Learning and Education*, 3(2), 178-186.
- Helgesen, Ø., & Nettet, E. (2007). What accounts for students' loyalty? Some field study evidence. *International Journal of Educational Management*, 21(2), 126-143.
- Huete, L. (1998). *Serviços & lucro*. Lisboa: Edições AESE.
- Johnson, M., Gustafsson, A., Andreassen, T., Lervik, L., & Cha, J. (2000). The evolution and future of national customer satisfaction index models. *Journal of Economic Psychology*, 1-43.
- Johnson, M., Gustafsson, A., Andreassen, T., Lervik, L., & Cha, J. (2001). The evaluation and future of national customer satisfaction index models. *Journal of Economic Psychology*, 22, 217-245.
- Johnston, R., Clark, G., & Shulver, M. (2012). *Service Operations Management: Improving Service Delivery*. 4th ed. Essex: Pearson Education.
- Jones, T., & Sasser, J. (1995). Why satisfied customers defect. *Harvard Business Review*, 73(6), 88-99.
- Jorge, D. (2016). *O impacto dos fatores de escolha na lealdade dos estudantes internacionais mediado pela satisfação: o caso da Politécnico de Leiria*. Dissertação de Mestrado em Marketing Relacional. Instituto Politécnico de Leiria, Leiria.

- Kan, T., Yen, T., & Huan, C. (2009). Managing quality to influence loyalty. *Anatolia: Na International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20 (1), 75-85.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Princípios de marketing*. 9ª edição. São Paulo: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. 30<sup>th</sup> edition, London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Clarke, R. (1987). *Marketing for health care organizations*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing Management*. 12<sup>th</sup> edition, New Jersey: Upper Saddle River.
- Láran, J. & Espinoza, F. (2004). Consumidores Satisfeitos, e Então? Analisando a Satisfação como Antecedente da Lealdade. *pof*, 8 (2), 51-70.
- Laureano, R. (2011). *Testes de hipóteses com o SPSS*, 1ª edição. Lisboa: Edições Sílabo.
- Lovelock, C., & Wirtz, J., (2011). *Services marketing: people, technology, strategy*. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall.
- Magalhães, M. (2015). *Reputação corporativa em rede: o caso APNOR*. Dissertação de Mestrado Gestão das Organizações. Instituto Politécnico de Bragança, Bragança.
- Marôco, J. (2011). *Análise estatística com o SPSS Statistics*. 5.ª edição. Edições Sílabo: Lisboa.
- Marques, A. (2012). *Marketing Relacional – como transformar a fidelização de clientes numa vantagem competitiva*. 1ª edição. Lisboa: Edições Sílabo.
- Marzo-Navarro, M., Pedraja-Iglesias, M., & Rivera-Torres, P. (2005). A new management element for universities: satisfaction with the offered courses. *International Journal of Educational Management*, 19(6), 505-526.
- Moosmayer, D., & Siems, F. (2012). Values education and student satisfaction: German business students' satisfaction perceptions of universities' value influences. *Journal of Marketing for Higher Education*, 22(2), 257-272.
- Morgan, R., & Hunt, S. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Oliver, R. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Consumer Research*, 16, 372-383.
- Oliver, R. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of Marketing*, 63(4), 33-44.
- Pestana, M., & Gageiro, J. (2008). *Análise de dados para ciências sociais. A complementaridade do SPSS*, 5ª edição revista e corrigida. Lisboa: Edições Sílabo.
- Petruzzellis, L., & Romanazzi, S. (2010). Educational value: how students choose university. *International Journal of Educational Management*, 24(2), 139-158.

Reichheld, F. (1994). Loyalty and the renaissance of marketing. *Marketing Management*, 2(4), 10-17.

Reichheld, F., & Scheffer, P. (2000). E-loyalty: your secret weapon on the web. *Harvard Business Review*, 78(4), 105-113.

Reis, Y. (2011). Reputação nas Instituições Académicas e a sua relação com a satisfação e lealdade dos estudantes: a marca ISEG. Dissertação de Mestrado em Marketing. Instituto Superior de Economia e Gestão, Lisboa.

Rodrigues, P. (2012). *Influência da experiência da marca na satisfação e na lealdade de clientes*. Dissertação Mestrado em Gestão de Marketing. IPAM Porto.

Santos, C., & Fernandes, D. (2007). A recuperação de serviços e seu efeito na confiança e lealdade do cliente. *RAC-e*, 1 (3), 35-51.

Santos, M. (2009). *A satisfação do consumidor e as intenções de comportamento*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, Ramo de Marketing e Publicidade, Universidade Fernando Pessoa, Porto.

Silva, F. (2011). *Satisfação dos estudantes da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Bragança: uma perspetiva integradora*. Dissertação de Mestrado em Gestão das Organizações. Instituto Politécnico de Bragança, Bragança.

Singh, S., Sirdeshmukh, D. (2000): Agency and trust mechanisms in consumer satisfaction and loyalty judgments. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 150- 167.

Sousa, F. (2011). *Satisfação de clientes – O caso de uma empresa industrial*. Dissertação de Mestrado em Marketing, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Portugal.

Sung, M., & Yang, S. (2009). Student-university relationships and reputation: a study of the links between key factors fostering students' supportive behavioral intentions towards their university. *High Education*, 57(6), 787-811.

Thomas, J., & Cunningham, B. (2009). Clients' satisfaction with monopolistic services and commitment to the organization: a university context. *Journal of Marketing for Higher Education*, 19 (2), 179-190.

Yu, G., & Kim, J. (2008). Testing the mediating effect of the quality of college life in the student satisfaction and student loyalty relationship. *Applied Research Quality Life*, 3(1), 1-21.

### **Webgrafia:**

Instituto Politécnico de Bragança (2016). Guiaects. <http://portal3.ipb.pt/index.php/pt/guiaects/instituto-politecnico-de-braganca>, acedido em julho 15, 2016.

Instituto Politécnico de Bragança (2016). Portal do Candidato/início. <http://portal3.ipb.pt/index.php/pt/portalcandidato/inicio>, acedido em 20 de julho de 2016.

Instituto Politécnico de Bragança (2016). Quem somos/escolas. <http://portal3.ipb.pt/index.php/pt/ipb/quem-somos/escolas>, acessado em julho 21, 2016.

Wong, B. (2009). “Estudantes satisfeitos com os cursos e instituições do ensino superior mas com medo do futuro”, Jornal “Público”. <https://www.publico.pt/portugal/jornal/estudantes-satisfeitos-com-os-cursos-e-instituicoes-do-ensino-superior-mas-com-medo-do-futuro-290817>, acessado em novembro 22, 2016.

### **Legislação:**

Decreto-Lei n.º 264/99, de 14 de julho (Decreto de Alteração do nome da ESTGM).

Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março (Diploma dos CTeSP).

Decreto-lei n.º 513-T/79, de 26 de dezembro (Criação da ESE).

Decreto-Lei n.º 99/2001, de 28 de Março (Integração da ESSa no IPB).

Despacho normativo n.º 62/2008, de 5 de dezembro (Estatutos do Instituto Politécnico de Bragança).

Portaria n.º 475/03, de 11 de junho (Reconverte a em Escola Superior de Saúde).

Portaria n.º 34/70, de 14 de janeiro (Criação da ESSa).

Portaria n.º 222/71, de 30 de abril regulamentada pela portaria n.º 34/70 (Criação da ESSa).



## **ANEXOS**

**Anexo I - Pedido de Autorização para aplicação dos inquéritos**

Exma. Senhora  
Professora Diña Macias  
Responsável pelos Serviços Académicos do IPB  
Campus de Santa Apolónia  
5300-253BRAGANÇA

Assunto: Pedido de autorização para aplicação de inquéritos por questionário nas 5 escolas do IPB.

Inês Sofia Peixoto Ferreira, aluna do Mestrado de Gestão das Organizações - Ramo Gestão de Empresas, ministrado pela Associação dos Politécnicos do Norte (APNOR), no Instituto Politécnico de Bragança, vem por este meio solicitar a V.ª Excelência se digne autorizar a aplicação de um inquérito por questionário em sala de aula, a todos os alunos que frequentam os Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) do Instituto Politécnico de Bragança (IPB). Este inquérito, o qual anexo, faz parte da realização de um trabalho de investigação no âmbito da Dissertação de Mestrado com o tema "*Reputação dos Cursos de Técnicos Superiores Profissionais do IPB, na Perspetiva dos estudantes*" sob a orientação das Professoras Doutoras Sónia Paula da Silva Nogueira (ESACT) e Paula Odete Fernandes (ESTIG). Solicita-se ainda que lhes seja facultada a informação relativa ao n.º de alunos que frequentam os CTeSP do IPB, por escola e por curso/localidade.

Desde já agradeço a vossa atenção,

Com os melhores cumprimentos,

*Inês Sofia Peixoto Ferreira*  
Inês Ferreira (Aluna n.º 26692)

*Autorizado.*

*08.03.2016*



*Solicitar ao Zé Lopes  
esta informação para  
enviar à Professora Sónia  
da ESACT - Ricandela.*

*08.03.2016*



## **Anexo II – Questionário**

**ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)**

**INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA**

**Mestrado em Gestão das Organizações**

**Ramo de Gestão de Empresas**

**QUESTIONÁRIO**

Inês Sofia Peixoto Ferreira, aluna do Mestrado em Gestão das Organizações – Ramo de Empresas 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 satisfação e analisar a lealdade dos estudantes que frequentam os Cursos Técnicos Superiores Profissionais do IPB.**

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. **Residência à data da candidatura no IPB:** Distrito/Concelho \_\_\_\_\_
4. **CTeSP que frequenta:** \_\_\_\_\_
5. **O CTeSP em que está matriculado foi a sua 1.ª opção no momento da candidatura?**  
 Sim  Não
6. **O Instituto Politécnico de Bragança foi a sua 1.ª opção no momento da candidatura?**  
 Sim  Não
7. **Indique três fatores que no momento da sua candidatura ao CTeSP, mais influenciaram a sua escolha do curso/estabelecimento que indicou como 1.ª preferência na sua candidatura:**

<input type="checkbox"/> Reputação académica da Instituição de Ensino	<input type="checkbox"/> Conselho de familiares
<input type="checkbox"/> Prestígio do curso	<input type="checkbox"/> Localização geográfica
<input type="checkbox"/> Qualidade do ensino ministrado	<input type="checkbox"/> Possibilidade de alojamento na Residência de Estudantes
<input type="checkbox"/> Variedade de cursos oferecida	<input type="checkbox"/> Minimizar os custos financeiros
<input type="checkbox"/> Conselho de professores	<input type="checkbox"/> Outros: _____
<input type="checkbox"/> Conselho de amigos ou colegas	
8. **Considera que no momento da sua candidatura ao CTeSP estava bem informado sobre o Curso/Instituição de Ensino em que acabou por vir a matricular-se?**  
 Muito bem informado  Bem informado  Informado  Pouco informado  Nada informado
9. **Se estava Muito bem, Bem informado ou Informado, quais foram as três principais vias de informação a que teve acesso?**

<input type="checkbox"/> Colegas/amigos
<input type="checkbox"/> Familiares
<input type="checkbox"/> Orientação escolar no secundário
<input type="checkbox"/> Imprensa/Comunicação social
<input type="checkbox"/> Antigos estudantes/Atuais estudantes
<input type="checkbox"/> Outra via. Qual? _____
10. **Recomendaria o IPB a um amigo?**  Sim  Não  
Porquê? Indique três razões:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
11. **Pretende continuar o seu percurso académico no IPB?**  Sim  Não  
Se respondeu **Não**, indique três razões:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
12. **Qual a licenciatura que gostaria vir a frequentar no IPB?** \_\_\_\_\_

## II – RELAÇÃO COM O IPB

### Instruções:

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

- 1 - Discordo Totalmente (DT)
- 2 – Discordo (D)
- 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) (N)
- 4 – Concordo (C)
- 5 – Concordo Totalmente (CT)

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

Por favor verifique se respondeu a todas as questões.

