

## MESTRADOS EM PORTUGAL: RELAÇÕES ENTRE AS PROPINAS E ATRAÇÃO DE ALUNOS NO ENSINO POLITÉCNICO

Henrique Marques<sup>1</sup>  
Carlos Canelas<sup>2</sup>  
Oliva Martins<sup>3</sup>

**RESUMO:** A elevada busca por qualificação e a competitividade entre as Instituições de Ensino Superior (IES), desencadeia a necessidade de compreender as influências percebidas pelos estudantes aquando da escolha por uma IES. Dada a baixa taxa de ocupação dos mestrados nas instituições localizadas no interior do país, esta investigação pretende identificar as relações entre o valor das propinas e a atração de alunos na escolha da IES para um mestrado, na perspectiva dos estudantes de licenciatura. Para isso, foi desenvolvido um estudo de metodologia quantitativa com os alunos de Comunicação e Relações Públicas e Comunicação Multimedia do Instituto Politécnico da Guarda, em Portugal. Os resultados permitiram compreender a importância do valor das propinas na escolha do aluno, contribuindo assim, com futuras estratégias para a retenção dos próprios estudantes das IES e para a valorização dos estudantes residentes na cidade, de forma a comunicar valor na relação custo-benefício e, por consequência, obter melhores taxas de ocupação nos mestrados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumidor; Valor das Propinas; Ensino Superior.

**ABSTRACT:** *The high search for qualification and the competitiveness among Higher Education Institutions (HEIs), triggers the need to understand the influences perceived by students when choosing an HEI. Given the low occupancy rate of master's degrees in institutions located in the interior of the country, this investigation aims to identify the relationship between the value of tuition fees and the attraction of students in choosing the HEI for a master's degree, from the perspective of undergraduate students. For this, a study of quantitative methodology was developed with students of Communication and Public Relations and Multimedia Communication at the Polytechnic Institute of Guarda, in Portugal. The results made it possible to understand the importance of tuition fees in the choice of the student, thus contributing to future strategies for the retention of the HEI students themselves and for the valorization of students residing in the city, in order to communicate value in the perception of cost-benefit and, consequently, obtain better occupancy rates in master's degrees.*

**KEY-WORDS:** *Consumer; Tuition Fees; Higher Education.*

---

<sup>1</sup> Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior, Portugal.

<sup>2</sup> Doutor em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais pela Universidade de Aveiro, Portugal.

<sup>3</sup> Doutora em Gestão pela Universidade da Beira Interior, Portugal.

# MESTRADOS EM PORTUGAL: RELAÇÕES ENTRE AS PROPINAS E ATRAÇÃO DE ALUNOS NO ENSINO POLITÉCNICO

## INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a procura por formações de nível superior vem aumentando significativamente. Em Portugal, entre 2010 e 2019, as inscrições em mestrados subiram 14%, os dados são da Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência (DGEEC). Com isso, espera-se que os cursos de mestrado em Instituições de Ensino Superior (IES) portuguesas alcancem boas taxas de ocupação das vagas, entretanto, nas instituições localizadas no interior, nomeadamente, nos Institutos Politécnicos, é comum encontrar cursos que não preenchem todas as vagas, ainda que, muitas vezes, pratiquem valores de propina inferiores aos praticados pelas universidades.

Dada a complexidade de atrair e reter estudantes (ALÉSSIO et al., 2010), as IES agora competem e disputam novos alunos entre si. Desde a licenciatura, muitos estudantes consideraram frequentar um mestrado e, naturalmente, os custos são fundamentais nessa decisão, sobretudo o valor das propinas. Para Aydin (2015), os custos englobam as propinas e todas as implicações financeiras diretas e indiretas como, por exemplo, alojamento, transporte, alimentação e lazer.

No âmbito do ensino superior, o tópico é relevante por expor a importância do valor da propina na escolha dos alunos, e por explorar a percepção dos estudantes acerca dos custos em relação à atratividade de uma IES. A investigação é uma oportunidade para as IES compreenderem a dimensão do valor das propinas, a fim de desenvolver estratégias de governança capazes de gerar resultados positivos para todos os seus *stakeholders*.

Por fim, foi levantada a questão: o valor das propinas é um fator determinante na escolha da IES para um mestrado? A fim de respondê-la, foi desenvolvido um estudo quantitativo, mediante um questionário, com os estudantes do último ano das licenciaturas em Comunicação do Instituto Politécnico da Guarda (IPG), em Portugal. Esta questão se dá em função das vagas não preenchidas nos mestrados ofertados no interior e da concorrência entre as IES.

Este trabalho está estruturado em: introdução, seguida da fundamentação teórica baseada na influência do valor das propinas na escolha da IES, depois é apresentada a metodologia, a discussão, os resultados e, por último, as considerações finais.

## 1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao longo dos anos, inúmeras pesquisas foram realizadas considerando a relevância dos cursos como influência na escolha da IES (WEBB, 1993; KOTLER; FOX, 1994; COCCARI; JAVALGI, 1995; HELLER, 1997; SOUTAR, 2002; HOYT; BROWN, 2003; DONALDSON; MCNICHOLAS, 2004; SHANKA et al., 2005; HOLDSWORTH e NIND, 2006; HOLDSWORTH; NIND, 2006; MARINGE, 2006; WAGNER; FARD, 2009; AYDIN, 2015).

Em contrapartida, alguns autores contestam tal importância (BRIGGS; WILSON, 2007), reduzem a relevância face a qualidade da formação e justificam que esta influência depende da renda do indivíduo (LONG, 2004). A este propósito, Heller (1997) considera estudantes de baixa renda mais sensíveis à mudanças de preço enquanto aqueles com uma renda mais alta não sofrem tanto este impacto, sugerindo que para estes, tal influência não tem grande impacto no momento da escolha.

Para Wagner e Fard (2009), os custos da educação impactam de forma significativa na intenção de estudar numa IES. Alguns autores fazem referência direta ao valor das propinas (MUND et al., 2001; PIÑOL, 2004). Connor et al. (1999), inclui a taxa de matrícula e Foskett et al. (2006) cita a flexibilidade no pagamento como atributos relevantes acerca das propinas, sugerindo, portanto, que o valor das propinas é um fator determinante na escolha do estudante quanto IES que pretende estudar.

## **2. METODOLOGIA**

Dedicada a aprofundar o conhecimento sobre a influência do valor das propinas no âmbito da escolha da IES para um mestrado, foi desenvolvido um estudo quantitativo com os alunos do último ano das licenciaturas em Comunicação Multimédia (CM), Comunicação e Relações Públicas (CRP) do Instituto Politécnico da Guarda, instituição localizada em Portugal. Segundo Paranhos et al. (2016), o método permite compreender a diversidade do contexto abordado numa pesquisa.

O método quantitativo é um processo de recolha de dados (FREIXO, 2013), que considera a quantificação numérica e os métodos estatísticos (REIS, 2010) para que sejam gerados novos conhecimentos. Por isso, foi elaborado um questionário como instrumento de recolha de dados, considerado apropriado por Quivy et al. (2019), para compreender as particularidades de uma população e os cenários sociais.

Primero foi realizado um pré-teste e, depois; as questões foram organizadas com o objetivo de conhecer o perfil dos participantes, entender a importância dada ao valor das propinas na escolha da IES e, por fim, para perceber as intenções dos alunos quanto a progressão de estudos.

O questionário foi enviado aos estudantes por e-mail, entre maio e junho de 2020, foi estruturado com perguntas de múltipla escolha, com perguntas para respostas curtas e com itens em cinco escalas Likert, com variações entre: “nada importante”; “pouco importante”; “importante”; “muito importante”; “extremamente importante”. Baseado na técnica de amostragem não-probabilística por conveniência, o questionário foi enviado por e-mail a 109 alunos e foi totalmente preenchido por 59.

## MESTRADOS EM PORTUGAL: RELAÇÕES ENTRE AS PROPINAS E ATRAÇÃO DE ALUNOS NO ENSINO POLITÉCNICO

As respostas foram coletadas com o auxílio da Plataforma *Google Forms*, tratadas com o *Microsoft Excel 2016* e analisadas com estatística descritiva no software *IBM SPSS v. 22*.

### 3. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A amostra é caracterizada por 37 participantes do gênero feminino (62,7%) e 22 do masculino (37,3%). Das licenciaturas analisadas, foram 38 respondentes do curso de Comunicação e Relações Públicas (64,4%) e 21 do curso de Comunicação Multimídia (35,6%).

Quanto à idade, 88,1% têm entre 20 e 24 anos e apenas 3,3% têm mais 28 anos. A média de idade foi 23 anos, a mediana, 22, e a moda também, 25,4% dos alunos responderam ter 22 anos. Sobre a nacionalidade, 23 estrangeiros (39%) e 36 são portugueses (61%). Dentre os estrangeiros, 30,5% são de países africanos, e 15 dentre os 59 são de São Tomé e Príncipe.

Também foi perguntado sobre o local de residência dos estudantes antes de ingressar na licenciatura: 30,5% participantes já viviam no distrito da Guarda, 10,1% viviam no exterior e os demais são provenientes de outros distritos, de Lisboa e do Porto.

A partir da média (= 3,5), é possível inferir que as respostas dos estudantes tendem para “importante” e “muito importante”, o resultado sugere que as respostas oscilaram entre 3,1 e 4,0. Além disso, a mediana = 4,0 e a moda = 3,0, sugerem que o valor da propina tende a ser positivamente considerado pelos estudantes no momento da escolha.

Com relação à pergunta específica sobre o valor das propinas, foi percebido que os estrangeiros tendem a considerar menos as propinas em relações aos portugueses, 70% (14) responderam entre os itens “importante”, “muito importante” e “extremamente importante”. Entre os portugueses, o resultado é expressivo, são 92% dos participantes. Ainda assim, ambos representam uma tendência positiva face a importância das propinas na escolha do estudante uma vez que, apenas 15% (9) dos 59 participantes respondem “nada importante” ou “pouco importante”.

É possível inferir que os estudantes nacionais são mais propensos às influências das propinas, isso pode se dar pelo fato de estarem habituados, alunos e familiares, ao contexto econômico do país. Em contrapartida, os estrangeiros podem vir ao país com incentivos financeiros governamentais ou planejamentos financeiros pessoais e, por isso, sentem menos esta influência.

O quadro 1 expõe as relações entre os resultados dos estudantes acerca dos valores das propinas, as respectivas nacionalidades e a área de residência aquando do ingresso na licenciatura.

**QUADRO 1 – RELAÇÕES ENTRE AS PROPINAS, A NACIONALIDADE E A ÁREA DE RESIDÊNCIA.**

<b>Gradação dos itens</b>	<b>Portugueses</b>	<b>Estrangeiros</b>	<b>Residentes Guarda</b>	<b>Residentes Exterior</b>	<b>Residentes Outros</b>
Nada Importante	2	3	3	1	1
Pouco Importante	1	3	3	0	1
Importante	13	7	5	3	12
Muito Importante	13	2	3	1	11
Extremamente Importante	10	5	4	1	10
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>35</b>

Fonte: Elaboração própria.

Relacionando a resposta dos estudantes sobre as propinas e as respectivas áreas de residência antes da licenciatura, percebe-se que a IES localizada no interior tende a atrair portugueses de outras regiões (59%), e 56% (33) destes estudantes responderam entre os itens “importante”, “muito importante” e “extremamente importante”.

Os resultados dos residentes na Guarda sugerem um equilíbrio, 33% (6) responderam “nada importante” ou “pouco importante”, sugerindo que estes estudantes são menos influenciados pelo valor das propinas, uma vez que, por viverem na cidade, não precisam suportar os outros custos indiretos aquando da escolha da IES para um mestrado.

Quanto a intenção de ingressar num mestrado, 40,7% dos estudantes responderam “sim”, enquanto 27,1% “talvez”. Sobre ingressar num mestrado na mesma IES da licenciatura, apenas 10,2% responderam “sim”, ainda que muitos intencionem prosseguir os estudos.

Tais resultados sugerem que a IES pode encontrar dificuldades em atrair os próprios alunos para o mestrado, suscitando a necessidade de compreender os motivos que justifiquem tal rejeição: medir os índices de satisfação com as licenciaturas, a percepção de reputação da instituição, atratividade da cidade, atratividade da oferta formativa, entre outras possíveis razões.

O quadro 2 expõe as relações entre os resultados dos valores das propinas e as intenções futuras dos alunos face ao mestrado e ao mestrado no IPG.

## MESTRADOS EM PORTUGAL: RELAÇÕES ENTRE AS PROPINAS E ATRAÇÃO DE ALUNOS NO ENSINO POLITÉCNICO

### QUADRO 2 – RELAÇÕES ENTRE AS PROPINAS E AS INTENÇÕES FUTURAS.

Graduação dos itens	Considera fazer um mestrado?				Considera um mestrado no IPG?			
	Não sei	Não	Sim	Talvez	Não sei	Não	Sim	Talvez
Nada Importante	1	2	1	1	1	3	1	0
Pouco Importante	0	0	2	2	0	2	1	1
Importante	1	4	13	2	0	15	2	3
Muito Importante	2	4	5	4	2	11	2	0
Extremamente Importante	1	4	3	7	2	10	0	3
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>14</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>41</b>	<b>6</b>	<b>7</b>

Fonte: Elaboração própria.

Quanto as intenções futuras, dos estudantes que consideram fazer um mestrado, 13 (54%) consideram “importante” o valor das propinas, sugerindo que estes estudantes são influenciados por este atributo, mas também podem receber influência de outros fatores que consideram mais importante em relação ao aspecto financeiro.

Entretanto, a considerar que dentre os 24 alunos que responderam “sim”, 87,5% (21) responderam entre os itens “importante”, “muito importante” e “extremamente importante”, é possível depreender que o valor das propinas tende a ser relevante para aqueles estudantes que estão decididos a prosseguir nos estudos.

Embora muitos estudantes tenham se manifestado negativamente sobre considerar um mestrado na mesma IES que estão se licenciando (69,4%), chama a atenção o fato de que 87,8% (36) consideram as propinas “importante”, “muito importante” ou “extremamente importante” na escolha da IES para um mestrado.

Em síntese, depois do questionário, o estudo do revelou que os alunos, em sua maioria, têm menos de 30 anos, o que permite inferir que, dada a juventude, são indivíduos inclinados a prosseguirem nos estudos para um mestrado. Os resultados também sugerem que os residentes na cidade representam uma oportunidade de retenção para IES, uma vez que estes já estão habituados com a região.

Portanto, o valor das propinas é um fator determinante para a escolha da IES para um mestrado e, ainda que os níveis de importância variem, para a grande maioria dos estudantes, o investimento financeiro é um aspecto relevante para a maioria.

Dessa forma, este estudo atinge o seu objetivo, embora os resultados apresentem limitações em razão do tamanho amostra e por ter sido feito

apenas numa IES, o que dificulta a generalização do estudo no âmbito dos mestrados em institutos politécnicos em Portugal.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo desta pesquisa foi responder se o valor das propinas é um fator determinante na escolha da IES para um mestrado. Depois que o estudante decidiu ingressar num mestrado, diversas influências podem incidir na escolha da IES. Esta decisão é similar a qualquer decisão de consumo e este estudo explorou a influência do valor das propinas. Depois da revisão da literatura, a pesquisa quantitativa permitiu interpretar a relevância dessa influência na perspectiva dos estudantes de licenciatura.

Portanto, o valor das propinas apresentou influência positiva na decisão do estudante. Esta influência pode estar relacionada com a instituição, com a família e com o próprio aluno. Na prática, o estudante pode associar a dimensão de valor da propina a qualidade do ensino, assim como pode decidir pela IES que esteja dentro das suas possibilidades financeiras.

Esta perspectiva é fundamental para as estratégias de atração de alunos para um mestrado, sobretudo, por que as IES são dotadas de mecanismos capazes de proporcionar melhores condições financeiras para estudantes que queiram ingressar num mestrado. São algumas delas: bolsas de investigação; bolsas de ações sociais; subsídios do governo; redução das propinas por faixas sociais; sistemas de pagamentos menos onerosos.

Por fim, esta pesquisa contribui para a reflexão prática e teórica acerca da relevância do valor das propinas enquanto fator relevante para a escolha da IES para um mestrado. Considerando os aspectos que englobam a percepção de custo, sugere-se que o valor das propinas garante uma relação custo-benefício na perspectiva do estudante, além de transparecer o cenário econômico-social do estudante e da sua família.

Como contributos práticos, considera-se: oferecer melhores condições a nível de propinas para evitar que residentes na região optem por IES em outras cidades; monitorar a experiência dos alunos das licenciaturas para garantir que as turmas de mestrado tenham melhores taxas de ocupação; publicitar o valor das propinas associados à entrega de valor para criar uma associação positiva no estudante acerca de atributos tais quais: qualidade do ensino, relação custo-benefício e relevância profissional.

Esta pesquisa tem por limitação a seleção de uma amostra não probabilística por conveniência, que tende a dificultar a generalização das conclusões. Para estudos futuros, sugere-se: ampliar o estudo com estudantes de outros cursos e IES para gerar conclusões globais; planejar estudos qualitativos e quantitativos acerca do valor das propinas sob diferentes abordagens; estudar,

# MESTRADOS EM PORTUGAL: RELAÇÕES ENTRE AS PROPINAS E ATRAÇÃO DE ALUNOS NO ENSINO POLITÉCNICO

junto as IES, as políticas de propinas a fim de criar estudos comparativos em diferentes contextos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALÉSSIO, Simone, DOMINGUES, Maria, e SCARPIN, Jorge. Fatores determinantes na escolha por uma Instituição de Ensino Superior do Sul do Brasil. In: **VII SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA**, 2005, Blumenau, Santa Catarina.

AYDIN, Oya. University Choice Process: A Literature Review on Models and Factors Affecting the Process. **Yükseköğretim Dergisi**, v. 5, n. 2, p. 103–111, 2015. Disponível em: <[http://www.yuksekogretim.org/En/abstract\\_2015002006.asp](http://www.yuksekogretim.org/En/abstract_2015002006.asp)>. Acesso em: 11 nov. 2020.

BRIGGS, Senga; WILSON, Alex. Which university? A study of the influence of cost and information factors on Scottish undergraduate choice. **Journal of Higher Education Policy and Management**, v. 29, n. 1, p. 57–72, 2007. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/13600800601175789>>. Acesso em: 11 nov. 2020.

**Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência**. Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência. Disponível em: <<http://www.dgeec.mec.pt/np4/estatglobal/>>. Acesso em: 14 nov. 2020.

DONALDSON, Bill; MCNICHOLAS, Carolyn. Understanding the postgraduate education market for UK-based students: a review and empirical study. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v. 9, n. 4, p. 346–360, 2004. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/nvsm.259>>. Acesso em: 14 nov. 2020.

FOSKETT, Nick; ROBERTS, David; MARINGE, Felix. **Contents Research Summary 3**. [s.l.: s.n.], 2006.

FREIXO, Manuel João Vaz. **Metodologia Científica. Fundamentos, Métodos e Técnicas**. 1ª edição. [s.l.]: Instituto Piaget, 2013.

HELLER, Donald E. Student Price Response in Higher Education: An Update to Leslie and Brinkman. **The Journal of Higher Education**, v. 68, n. 6, p. 624–659, 1997. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/2959966>>. Acesso em: 14 nov. 2020.



HOLDSWORTH, David K.; DEREK NIND B., Phys Ed; COM, B.; *et al.* Choice Modeling New Zealand High School Seniors' Preferences for University Education. **Journal of Marketing for Higher Education**, v. 15, n. 2, p. 81–102, 2006. Disponível em: <[https://doi.org/10.1300/J050v15n02\\_04](https://doi.org/10.1300/J050v15n02_04)>. Acesso em: 14 nov. 2020.

HOYT, Jeff E.; BROWN, Andrea B. Identifying College Choice Factors to Successfully Market Your Institution. **College and University**, v. 78, n. 4, p. 3–10, 2003.

KOTLER, Philip. **Marketing Estratégico Para Instituições Educacionais**. São Paulo (SP): Atlas, 1994.

LONG, Bridget. How have college decisions changed over time? An application of the conditional logistic choice model. **Journal of Econometrics**, v. 121, n. 1, p. 271–296, 2004. (Higher education (Annals issue)). Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304407603002549>>. Acesso em: 14 nov. 2020.

MARINGE, Felix. University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing. **International Journal of Educational Management**, v. 20, n. 6, p. 466–479, 2006. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/09513540610683711>>. Acesso em: 15 nov. 2020.

MUND, aniceto L.; DURIEUX, fabricia; TONTINI, gerson. A influência do marketing na opção do aluno pela Universidade Regional de Blumenau. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMPUTAÇÃO**, 24, 2001, Campo Grande. Anais... Campo Grande, XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da COMPUTAÇÃO, 2001.

PARANHOS, Ranulfo; FILHO, Dalson Britto Figueiredo; ROCHA, Enivaldo Carvalho Da; *et al.* Uma introdução aos métodos mistos. **Sociologias**, v. 18, n. 42, p. 384–411, 2016. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86846760014>>. Acesso em: 11 nov. 2020.

PIÑOL, Susana T. **Janela do Cliente: aluno nos cursos de pós-graduação**. Disponível em: <http://portal.inpeau.ufsc.br/ivcoloquio/anais/completos/>. Acesso em: 15 nov. 2020.

QUIVY, Raymond; Luc Van, CAMPENHOUDT, Jacques MARQUET. **MANUAL DE INVESTIGAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS REFORMULADO, COMPLEMENTADO, ACTUALIZADO**. [S.L.]: GRADIVA, 2019.

REIAS, Felipa Lopes dos. **Como Elaborar uma Dissertação de Mestrado - Segundo Bolonha**. 1ª edição. [s.l.]: Pactor, 2010.

SHANKA, Tekle; QUINTAL, Vanessa; MEDMAN, Ruth Taylor. Factors Influencing International Students' Choice of an Education Destination—A Correspondence Analysis. **Journal of Marketing for Higher Education**, v. 15,

## MESTRADOS EM PORTUGAL: RELAÇÕES ENTRE AS PROPINAS E ATRAÇÃO DE ALUNOS NO ENSINO POLITÉCNICO

n. 2, p. 31–46, 2006. Disponível em: <[https://doi.org/10.1300/J050v15n02\\_02](https://doi.org/10.1300/J050v15n02_02)>. Acesso em: 14 nov. 2020.

SOUTAR, Geoffrey N.; TURNER, Julia P. Students' preferences for university: a conjoint analysis. **International Journal of Educational Management**, v. 16, n. 1, p. 40–45, 2002. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/09513540210415523>>. Acesso em: 11 nov. 2020.

WAGNER, Karl; FARD, Pooyan-Yousefi. Factors Influencing Malaysian Students' Intention to Study at a Higher Educational Institution. **E-Leader Kuala Lumpur**, 2009. Disponível em: <<http://library.oum.edu.my/repository/365/>>. Acesso em: 14 nov. 2020.

WEBB, Marion Stanton. Variables Influencing Graduate Business Students' College Selections. **College and University**, v. 68, n. 1, p. 38–46, 1993.