

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**  
**FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS**  
**GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

MARIA LAURA ROSSETTE MASCHETTO

**Fatores de Influência na Escolha da Instituição de Ensino Superior dos Alunos da  
Universidade Federal de Uberlândia (UFU)**

**Uberlândia**

**2024**

MARIA LAURA ROSSETTE MASCHETTO

Fatores de Influência na Escolha da Instituição de Ensino Superior dos Alunos da  
Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

Trabalho de Conclusão de Curso da  
Universidade Federal de Uberlândia como  
requisito parcial para obtenção do título de  
bacharel em Administração

Área de concentração: Administração

Orientadora: Profa. Renata Rodrigues Daher  
Paulo

Uberlândia  
2024

**Resumo:**

O estudo teve como objetivo identificar os fatores que influenciam os estudantes na escolha da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) para cursar a graduação. A complexidade envolvida nesse processo foi evidenciada pela diversidade de critérios que foram considerados, como qualidade acadêmica e reputação da instituição e influências externas como propaganda e expectativas profissionais. Os motivos que levaram os alunos a escolherem a UFU foram multifacetados, refletindo em uma interação complexa entre as influências pessoais, familiares e institucionais. Isso realça a importância das Instituições de Ensino Superior (IES) compreenderem e adaptarem suas estratégias de recrutamento e suporte aos estudantes, levando em conta todas as variáveis levantadas nesse estudo. Essa análise detalhada pode fornecer *insights* adicionais para o desenvolvimento de um planejamento mais eficaz de captação e retenção de alunos recém graduados do ensino médio. Sugere-se para estudos posteriores um aprofundamento sobre o impacto de cada um desses fatores e comparar as diferentes instituições de ensino superior para compreender as nuances das preferências em relação a escolha da universidade.

**Palavras-chave:** Comportamento do consumidor; Fatores de influência; Instituição de Ensino Superior; UFU.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 -	Qual a sua identidade de gênero?.....	24
Figura 2 -	Qual sua idade?.....	24
Figura 3 -	Qual curso está cursando?.....	25
Figura 4 -	Qual período você se encontra na UFU?.....	25
Figura 5 -	Qual seu estado civil?.....	26
Figura 6 -	Quantas pessoas moram com você?.....	26
Figura 7 -	Qual sua renda familiar média?.....	27
Figura 8 -	Qual sua profissão atual?.....	28
Figura 9 -	Ao escolher a universidade para cursar sua graduação, você fez comparação entre as instituições existentes e considerou as diferenças?.....	29
Figura 10 -	Em que medida dos seguintes estímulos externos influenciaram na identificação da necessidade de ingressar em uma instituição de ensino superior?.....	30
Figura 11 -	Qual sua opinião sobre a afirmação de que “cursas ensino superior garante o futuro”?.....	30
Figura 12 -	Qual sua opinião em relação ao senso comum de que com um curso superior é possível ganhar mais dinheiro?.....	31
Figura 13 -	Em relação a sua decisão de qual faculdade cursar, como você se lembra da percepção das propagandas ou notícias?.....	32
Figura 14 -	Em relação as propagandas da UFU, como você as avalia?....	32
Figura 15 -	Em relação as propagandas e notícias sobre a UFU, o quanto cada um dos seguintes aspectos foi importante para você escolher esta instituição?.....	33
Figura 16 -	Ao comparar diversas universidades, qual foi a importância ou relevância dos seguintes pontos de comparação para você?.....	34
Figura 17 -	Qual sua expectativa com relação ao ensino superior cursado na UFU?.....	35

## **LISTA DE TABELAS**

Quadro 1 -	Síntese de alguns estudos que abordam sobre os fatores que influenciam na escolha da instituição e curso.	18
------------	---	----

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>15</b>
2.1. <i>COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR.....</i>	<b>15</b>
2.2. <i>FATORES QUE INTERFEREM NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR..</i>	<b>16</b>
2.3. <i>FATORES QUE INFLUENCIAM NA ESCOLHA DA INSTITUIÇÃO E CURSO.....</i>	<b>18</b>
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>21</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>23</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>36</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>38</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>40</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A transição do ensino médio para a universidade representa uma fase crítica na vida dos jovens, sendo a escolha da instituição de ensino superior uma decisão de grande impacto. Alguns fatores, segundo Rodriguez (2012), podem explicar a procura dos alunos por uma continuação dos estudos em uma Instituição de Ensino Superior (IES), como por exemplo a busca do mercado por uma mão de obra especializada e também o aumento das ofertas por parte das Universidades públicas e privadas, com novas modalidades e formatos de cursos.

Silva e Panhan (2020) sustentam essa visão, argumentando que é razoável deduzir a importância do ensino superior para aperfeiçoar a remuneração dos profissionais, além de auxiliar no atendimento à escassez de mão de obra qualificada nas organizações. Muchenga e Barbosa (2023) destacam que o primeiro fator que influencia na escolha do curso é a demanda e oferta do mercado, seguido pelo autoconhecimento e o retorno financeiro.

Por outro lado, fatores como a rápida evolução da tecnologia, as mudanças nas demandas do mercado de trabalho, a instabilidade econômica e a crescente valorização de alternativas de aprendizado não formal têm sido apontados como elementos que explicam a diminuição da procura pela educação formal nos últimos anos (Silva; Panhan, 2020).

Branco (2020) destaca diversos elementos, como a insuficiência de recursos financeiros por parte dos estudantes, questões acadêmicas relacionadas às expectativas em relação ao curso ou instituição, que podem tanto motivar quanto desmotivar a conclusão dos estudos, tornando-a uma prioridade na vida do aluno ou não.

Ainda de acordo com Branco (2020), um elemento crucial para a discussão é a deficiência na aquisição de "capital cultural" ao longo da trajetória de vida e estudos, um atributo que não se conquista instantaneamente. Essa disparidade cultural se manifesta desde a fase da educação básica, onde a maioria dos estudantes inicia sua jornada educacional em desvantagem em relação a outros, devido à falta de oportunidades que impactaram o acesso a conhecimentos diversos desde os primeiros anos de vida.

Conforme observado por Fernandes (2023), essa complexidade se manifesta numericamente: o número total de candidatos inscritos nos vestibulares do país, incluindo o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), tem experimentado uma queda constante ao longo dos anos, evidenciando um preocupante desalinhamento dos jovens com a perspectiva universitária. Dentre os obstáculos que dificultam o acesso ao ensino superior estão a desconexão com o ambiente escolar, a necessidade iminente de ingressar no mercado de trabalho e, por vezes, a falta de confiança no estudo como meio de ascensão pessoal e social.

Segundo informações do Censo da Educação Superior de 2020, a pandemia de Covid-19, que resultou no fechamento prolongado das escolas e exacerbou os déficits de aprendizado, aliada ao empobrecimento da população, emerge como fatores cruciais ao abordar a oportunidade de ingressar no ensino superior (UFJF Notícias, 2022).

Para ilustrar a situação, o número de participantes no Enem em 2022 foi o segundo mais baixo desde 2005, quando a prova ainda não possuía a natureza de um vestibular nacional. Em 2023 houve 3,4 milhões de inscrições, representando o segundo menor total em 17 anos, seguido por 3,1 milhões em 2021. Vale destacar que esses dois últimos anos registraram os números mais baixos desde 2005. Em contraste, o exame, que é considerado a principal via de acesso às universidades federais, chegou a contar com 8,7 milhões de inscritos em 2014 (Fernandes, 2023).

Aqueles que monitoram de perto a situação da educação brasileira concordam que é inviável discutir a alarmante diminuição no número de jovens que buscam uma vaga na universidade sem examinar cuidadosamente as crises econômica, política e sanitária que impactaram o país nos últimos anos (Lobo, 2023). Assim sendo, diante das transformações sociais, econômicas e educacionais, compreender os motivos que levam os estudantes a optarem por determinada universidade torna-se crucial não apenas para a instituição em si, mas também para os gestores educacionais, formuladores de políticas públicas e demais atores envolvidos no cenário acadêmico.

Essa constatação se fundamenta no fato de que o impacto gerado pela educação superior se manifesta em diversos aspectos cruciais para o desenvolvimento socioeconômico. A elevação da empregabilidade, o aprimoramento da qualidade de vida, a promoção da inovação e o fortalecimento da cidadania são resultados diretos desse investimento educacional. Os indivíduos que acessam o ensino superior frequentemente desfrutam de melhores oportunidades de carreira, contribuindo assim para a construção de uma sociedade mais capacitada e produtiva (Muchenga; Barbosa, 2023).

Um estudo conduzido pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea, 2023) ressalta a relevância desse fenômeno ao constatar que trabalhadores com ensino superior no Brasil recebem remunerações substancialmente superiores em comparação àqueles que possuem apenas o ensino médio, independentemente da área de formação. Esse diferencial salarial destaca não apenas a importância do acesso à educação superior para o desenvolvimento individual, mas também sua correlação positiva com a prosperidade econômica e a equidade social no contexto brasileiro.

Dessa forma, a justificativa para essa investigação repousa na importância de compreender os elementos determinantes por trás das decisões dos estudantes ao elegerem uma instituição de ensino superior. Nesse contexto, este estudo teve como objetivo identificar os fatores que influenciam os estudantes na escolha da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) para cursar a graduação. Compreender esse processo é fundamental para adaptar estratégias para captação e adequar o ambiente universitário para se encaixar com as expectativas do futuro universitário.

A Universidade Federal de Uberlândia (UFU), localizada em Uberlândia, Minas Gerais, Brasil, destaca-se como uma instituição de ensino superior desde sua fundação em 1969. Reconhecida como uma das principais universidades do país, a UFU oferece uma vasta variedade de cursos de graduação, pós-graduação e programas de pesquisa em diversas áreas do conhecimento. O compromisso histórico da UFU com a excelência acadêmica e a produção científica é evidenciado por sua estrutura acadêmica robusta, abrangendo faculdades, institutos e centros de pesquisa que englobam desde as ciências exatas e biológicas até as humanidades e ciências sociais (UFU, 2024).

A UFU se destaca não apenas pela qualidade acadêmica, mas também por uma infraestrutura moderna, incluindo laboratórios de ponta, bibliotecas bem equipadas e um corpo docente altamente qualificado. Além disso, a universidade tem um impacto social relevante, envolvendo-se em ações de extensão e contribuindo para o desenvolvimento regional por meio de parcerias com empresas e instituições locais. A UFU atrai estudantes em busca de uma formação de qualidade, incentivando o pensamento crítico, a criatividade e a formação de profissionais comprometidos com o desenvolvimento sustentável e o progresso social (UFU, 2024). Escolher a UFU significa integrar-se a uma comunidade acadêmica diversificada e engajada, pronta para enfrentar desafios e contribuir para um futuro promissor.

Espera-se que, com a identificação e o entendimento das motivações dessa escolha, as IES possam se posicionar melhor para atrair os estudantes e retê-los. A escolha pode ser analisada por meio da lente do comportamento do consumidor, pois envolve a avaliação de diferentes alternativas, influência de fatores diversos e tomada de decisão baseada em preferências individuais. Alguns fatores, identificados em pesquisas anteriores (Pinto, 2020; Muchenga; Barbosa, 2023), como qualidade acadêmica, reputação da instituição, oferta de cursos, localização geográfica e infraestrutura serão avaliados para compreender a hierarquia desses fatores na mente dos estudantes.

Na prática, esse estudo visa contribuir para as instituições de ensino superior, oferecendo *insights* tangíveis que possam auxiliar na divulgação das instituições e seus cursos,

bem como no aprimoramento da qualidade acadêmica e na adequação das instituições às demandas dos estudantes. Entender de forma mais profunda sobre o que influencia as escolhas dos estudantes possibilita oferecer uma experiência educacional mais alinhada com a expectativa destes e com seu cotidiano.

Quanto à contribuição acadêmica, este estudo buscou aplicar a teoria do comportamento do consumidor para ampliar a compreensão do que efetivamente pode influenciar a escolha de uma IES para cursar uma graduação. Os achados reforçaram alguns aspectos das pesquisas anteriores, além de identificar algumas especificidades relativas ao público pesquisado.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Comportamento do Consumidor**

O comportamento do consumidor é um elemento central no estudo e prática do marketing. Segundo Kotler e Keller (2015, p. 178), é “o estudo sobre como indivíduos, grupos e organizações selecionam, compram, usam e descartam bens, serviços, ideias ou experiências para satisfazer suas necessidades e desejos”. Para Mowen e Minor (2020), o estudo do comportamento do consumidor permite compreender as motivações, necessidades e desejos que influenciam as decisões de compra.

O estudo do comportamento do consumidor é uma área essencial no campo do marketing, pois busca entender como os indivíduos tomam decisões de compra e como são influenciados pelos diversos fatores que os cercam. Na visão de Schiffman e Kanuk (2000), é um conjunto complexo de atividades mentais e emocionais que ocorrem no processo de escolha da compra, uso e avaliação de produtos e serviços.

A principal vantagem de conhecer o comportamento do consumidor está na criação de vínculos duradouros com os clientes. Ao entender algumas particularidades como seu estilo de vida, preferências e valores, as empresas podem oferecer experiências através de seus produtos e serviços que sejam considerados diferenciais dentro da visão do consumidor, resultando em uma maior satisfação e fidelização, além da criação de um relacionamento de longo prazo (Solomon, 2017).

Para Blackwell et al., (2005) o estudo do comportamento do consumidor identifica o segmento de mercado em que seu público está inserido, permitindo que as empresas direcionem suas estratégias de marketing para os grupos específicos com características

semelhantes. Sabendo disso, as organizações podem entender quais são os fatores internos e externos que influenciam o comprador.

Além disso, segundo Mowen e Minor (2020), compreender os fatores psicológicos, sociais e culturais que influenciam o comportamento do consumidor permite que as empresas desenvolvam estratégias de marketing mais eficazes. Em suma, compreender as motivações e os desejos dos consumidores permite o desenvolvimento de produtos inovadores e a criação de experiências de consumo que agregam valor aos clientes.

## **2.2 Fatores que interferem no comportamento do consumidor**

Todo processo de compra surge a partir do reconhecimento de uma necessidade. Essa necessidade pode vir de forma interna e externa, sendo o impulso a motivação do consumidor para atendê-la. Para os autores Kotler e Keller (2015), o comportamento do consumidor pode ser influenciado por alguns fatores como cultura, social, pessoal e psicológico, em que o cultural e social exercem uma maior influência.

Dentro do conceito de cultura, as autoras Samara e Morsh (2007) definem como um acúmulo de valores passados de geração em geração em uma sociedade. Segundo Kotler e Keller (2015), os fatores culturais têm a família como uma grande influenciadora dentro desses valores, como realização e sucesso, disposição, eficiência e praticidade, progresso, conforto material, individualismo, liberdade, bem-estar, humanitarismo e juventude.

Tendo isso em vista, existem as subculturas, em que Kotler e Keller (2015) exemplificam através de nacionalidades, religiões, grupos étnicos e regiões geográficas, portanto, grupos com padrões de comportamento similares que torna possível diferenciá-los dentro de uma cultura. Por fim, as classes sociais, divisões relativamente homogêneas, cujos integrantes possuem valores, interesses e comportamentos similares, demonstrando preferências distintas por produtos e marcas em muitas áreas.

Além dos fatores culturais, o comportamento do consumidor também sofre uma grande interferência por fatores sociais, seguindo a lógica de Kotler e Keller (2015). Sendo assim, de acordo com Kotler e Keller (2015), os grupos de referência são aqueles que exercem algum tipo de influência de forma direta (por meio de recomendações e conselhos) ou indireta (por meio da observação do comportamento dos outros), sendo eles família, amigos, colegas de trabalho e outros grupos sociais com os quais interagem.

Blackwell et al. (2005) constatam que a interferência social pode afetar as percepções de valor, a imagem da marca e a aceitação social associada a determinados produtos ou

serviços. Solomon (2017) também contribui para o estudo dos fatores sociais, dizendo que o grupo de referência pode influenciar o consumidor de três formas:

1. Influência informativa: o indivíduo procura informações sobre o serviço ou produto com profissionais especialistas;
2. Influência utilitária: decisão de compra baseado na influência e preferência do grupo;
3. Influência expressiva de valor: o indivíduo entende que a compra e o uso da marca fará com que ele agregue ainda mais sobre a imagem que ele deseja passar para a sociedade.

Para Kotler e Keller (2015), os fatores pessoais também interferem nas decisões do comprador, influenciado diretamente por suas características pessoais, como idade e estágio no ciclo de vida, ocupação e circunstâncias econômicas, personalidade e autoimagem, estilo de vida e valores. Segundo Blackwell et al., (2005), compreender as percepções e motivações individuais é essencial para desenvolver mensagens e estratégias de marketing adequadas.

Por fim, os fatores psicológicos são os que levam o consumidor a motivação de comprar determinado produto e serviço. Kotler e Keller (2015) afirmam que estímulos ambientais, juntamente com os esforços de marketing, penetram no consciente do comprador, com isso, um conjunto de fatores psicológicos combinado com suas características pessoais, o levam a um processo de decisão de compra.

Solomon (2017) destaca que diferentes personalidades podem responder de maneiras distintas aos estímulos de marketing e que os traços de personalidade podem influenciar as preferências e a escolha de produtos.

### **2.3 Fatores que influenciam na escolha da instituição e curso**

A escolha da instituição de ensino superior e do curso a ser seguido é uma decisão importante do estudante ao finalizar o ensino médio e existem alguns fatores que podem influenciar isso.

**Quadro 1:** Síntese de alguns estudos que abordam sobre os fatores que influenciam na escolha da instituição e curso.

<b>Data de publicação</b>	<b>Autores</b>	<b>Objetivo do trabalho</b>	<b>Resultados</b>
2002	Alfinito	Identificar quais são os parâmetros relevantes na escolha de uma IES, além do grau de importância de cada um deles.	O estudante procura preliminarmente o conceito MEC junto ao curso que deseja. Em seguida uma boa infra-estrutura, assim como diversidade de cursos e tradição reconhecida.
2012	Rodriguez	Identificar quais são os fatores de influência no processo de decisão do estudante para o ingresso neste nível educacional em duas universidades de Belo Horizonte - MG.	Em ambas as instituições, os estudantes possuem expectativas diferentes, de acordo com sua condição social e pessoal. Alguns procuram ascensão social e pessoal, outros tem o objetivo de manter a mesma condição social e familiar que se encontram.
2012	Kalil e Gonçalves Filho	Avaliar o comportamento dos alunos na escolha do curso de ciência da computação na busca de informação e avaliação das alternativas.	A internet foi a fonte de informação mais procurada pelos alunos e nas avaliações de alternativas, a escolha do curso está relacionada aos fatores profissionais, sociais e de conveniência, além do peso que o diploma exerce no mercado.
2014	Cricca et al.	Entender a relevância dos fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos dentro dos cursos superiores de tecnologia da área de gestão e negócios.	Além do fator pessoal possuir maior influência nos estudantes, a escolha de uma instituição de ensino superior foi uma decisão de compra em situação de alto envolvimento.
2014	Biazon e Jeunon	Analisar as preferências e imagem da escolha de uma instituição de ensino superior por alunos egressos no ensino médio em Paranavaí - PR.	Os atributos considerados por esses alunos são: conceituação da IES pelo MEC e mercado, métodos de ensino, formação do corpo docente e cursos, além da estrutura que a universidade oferece.
2016	Scaglione e Goldchleger	Compreender a escolha dos jovens na escolha de uma universidade, vista como um processo de extensão da identidade e uma relação de consumo.	Os resultados comprovaram que o jovem busca uma IES como uma relação de consumo e uma extensão de sua identidade.
2020	Pigozzo et al.,	Investigar o processo de tomada de decisão entre persistir ou evadir a partir de uma perspectiva pouco explorada na literatura: a dos que superaram as dificuldades e se graduaram.	São elementos importantes para fomentar a persistência dos estudantes: i. as suas crenças sobre suas competências para suprirem as demandas do curso (crenças de autoeficácia) e sobre o quanto se sentem pertencentes e valorizados no curso (senso de pertencimento), e ii. a construção de uma identificação com a profissão de professor
2023	Muchenga e Barbosa	Compreender os fatores que influenciam os alunos nas escolhas dos cursos superiores oferecidos pelas Universidades.	Os resultados obtidos evidenciaram que os alunos não estão preocupados somente com o mercado de trabalho, mas, também, com valor social e prestígio.

Fonte: Elaborado pela autora.

Alguns dos fatores que influenciam na escolha da instituição de ensino superior e curso são exemplificados por Alfinito (2002), que investigou estudantes, entre 18 e 24 anos, que não necessitam trabalhar para seu sustento. Os resultados indicaram a existência de alguns critérios principais da escolha da IES: boa infraestrutura, o fato de a IES ser conceituada em ranking de avaliação, diversidade de cursos e tradição reconhecida. Para o autor, esses aspectos podem ser relevantes para fornecer um sinal de qualidade e excelência para alunos que pretendem aumentar suas oportunidades de sucesso no futuro.

Analogamente, no estudo de Kalil e Gonçalves Filho (2012) a qualidade do curso foi um fator importante para os futuros graduandos pesquisados. Segundo os autores, esse aspecto foi importante para gestão de relacionamento e comportamento de fidelidade dos alunos a IES, uma vez que manteve a reputação positiva e alto valor percebido. Além disso, o espaço físico foi um fator que compôs a percepção de qualidade do curso e da instituição de ensino superior, pois foi considerado relevante pelos pesquisados durante todo seu período de formação. Os estudantes pesquisados indicaram, ainda, a relevância de seus estudos serem apoiados por diversas ferramentas como laboratórios, sala de aula, biblioteca, atendimento, acesso ao portal on-line e corpo docente (Rodriguez, 2012).

Apesar da grande relevância dos fatores de escolha indicados nas pesquisas de Alfinito (2002), Kalil e Gonçalves Filho (2012) e Rodriguez (2012), Scaglione e Goldchleger (2016) apontaram que o vestibulando está ciente do seu papel como protagonista de sua trajetória acadêmica e profissional, além de valorizarem a reputação e qualidade oferecida pela IES no momento de sua escolha.

Kalil e Gonçalves Filho (2012) indicam que ao direcionar esforços para construir sua marca, a instituição poderá apresentar credibilidade e confiança no reconhecimento do seu diploma no mercado, acarretando em um curso bem estruturado, podendo se tornar primeira opção e evitar migrações para outros cursos, ou até mesmo, outras universidades. Para os autores, ao garantir o grau de qualidade e satisfação dos alunos, torna-se possível criar uma fidelização e lealdade, assegurando a divulgação boca a boca com futuros graduandos que recebem indicações de parentes e amigos.

Outra forma de alcançar os possíveis candidatos é por meio da disponibilização da grade e a descrição do curso pela internet, pois nos dias atuais é a principal ferramenta de pesquisa de informação. Por fim, os autores ressaltam que deve existir alinhamento entre o produto oferecido pela a IES e o curso para que a decisão final do candidato seja por estudar em determinada instituição de ensino superior (Kalil; Gonçalves Filho, 2012).

A possibilidade de seguir uma carreira que esteja alinhada com os interesses pessoais e com os objetivos de longo prazo é um fator de relevância para muitos estudantes, segundo Cricca *et al.* (2014). “É interessante observar no fator pessoal que a expectativa de mudança de vida e a crença de que o curso permitirá a realização de sonhos são as variáveis mais influentes na escolha dos estudantes” (Cricca *et al.*, p. 10). Rodriguez (2012) também teve como achado de sua investigação que os jovens possuem expectativas altas quanto ao seu futuro papel social como um indivíduo formado em uma instituição de ensino superior, além de reconhecerem a importância da sua formação para atuação no mercado de trabalho e grupo social.

A escolha da instituição e do curso é um processo complexo que envolve grande aprofundamento e verificação de informações. Para Biazon e Jeunon (2014) as pesquisas realizadas pelos futuros graduandos sobre as universidades e seus cursos ocorrem principalmente por meio das redes sociais e da busca de referência com pessoas próximas. Além dessas duas formas de levantamento de informações, alguns alunos consultam seus professores do ensino médio e também realizam visitas às instituições como forma de conhecerem o ambiente de estudo e espaço físico.

Em direção oposta aos achados de Alfinito (2002), a pesquisa de Scaglione e Goldchleger (2016) indicou que mesmo que os estudantes analisem as posições das IES nos rankings de avaliação, essa informação não é aproveitada como indicador relevante. Os autores mencionaram que os pesquisados não percebem o valor informacional desses instrumentos.

Com base na pesquisa de Pigozzo *et al.* (2020) pode-se inferir que desempenham um papel crucial na promoção da persistência dos estudantes: suas convicções em relação às suas habilidades para atender às exigências do curso (convicções de autoeficácia) e à forma como se sentem conectados e valorizados no ambiente acadêmico (senso de pertencimento), além da construção de uma identificação com a profissão docente.

De acordo com as conclusões extraídas da investigação de Muchenga e Barbosa (2023), as escolhas dos estudantes em relação aos cursos universitários oferecidos pelas instituições estão vinculadas à influência da pesquisa de mercado, bem como a fatores econômicos relacionados ao mercado de trabalho. Além disso, os pesquisadores observaram que o prestígio social que os alunos buscam após a conclusão de sua formação profissional é um elemento determinante nas decisões sobre cursos superiores. Isso sugere que, impulsionados pelas demandas do mercado de trabalho, os alunos também buscam cursos que sejam reconhecidos e respeitados nas comunidades de origem.

As pesquisas mencionadas oferecem *insights* valiosos sobre os fatores que influenciam a escolha de IES pelos estudantes. Alfinito (2002) destaca critérios como infraestrutura, reputação em rankings, diversidade de cursos e tradição reconhecida como determinantes na decisão dos alunos. Já Kalil e Gonçalves Filho (2012) ressaltam a importância da qualidade do curso, reputação e espaço físico, considerando esses elementos como fundamentais para a satisfação e fidelidade dos estudantes. Scaglione e Goldchleger (2016) acrescentam a consciência do papel do vestibulando como protagonista na escolha, valorizando a reputação e qualidade da IES.

Contrastando os achados, Cricca et al., (2014) e Rodriguez (2012) enfatizam a relevância das expectativas pessoais e a busca por uma carreira alinhada aos interesses e objetivos de longo prazo. Por outro lado, Biazon e Jeunon (2014) indicam que os futuros graduandos realizam pesquisas principalmente por meio de redes sociais e referências pessoais, enquanto Scaglione e Goldchleger (2016) destacam que os rankings de avaliação não são considerados indicadores relevantes na escolha.

Tanto a pesquisa de Pigosso *et al.* (2020) quanto os achados de Muchenga e Barbosa (2023) destacam a importância das crenças individuais dos estudantes sobre suas habilidades e seu senso de pertencimento no curso, bem como a conexão emocional com a profissão escolhida. Paralelamente, pesquisa de mercado, fatores econômicos e a busca pelo prestígio social emergem como elementos determinantes na tomada de decisão dos alunos.

Em síntese, a decisão dos estudantes ao escolher uma IES é um processo multifacetado, influenciado por diversos fatores cruciais. Nesse contexto, compreender e abordar essa interseção de influências é essencial para as IES adaptarem suas estratégias, proporcionando ambientes acadêmicos enriquecedores que atendam não apenas às expectativas profissionais, mas também aos anseios individuais e coletivos dos estudantes.

Cabe ressaltar que o instrumento de pesquisa utilizado neste estudo foi fundamentado no trabalho de Rodriguez (2012), o qual desenvolveu um roteiro para identificar os antecedentes e fatores que influenciam a decisão pela IES. Destaca-se ainda que o instrumento passou por adaptações específicas para a presente pesquisa, visando capturar de maneira abrangente os elementos determinantes nesse processo de escolha.

### **3 METODOLOGIA**

Tendo em vista atender o objetivo da pesquisa, ou seja, identificar os fatores que influenciam os estudantes na escolha da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) para

cursar a graduação, o caminho escolhido foi seguir uma abordagem de caráter descritivo e quantitativo.

A pesquisa descritiva quantitativa é um método de investigação cujo propósito é coletar e analisar dados numéricos para descrever características, padrões e tendências de uma população ou fenômeno. Segundo Manzato e Santos (2012), os métodos da pesquisa quantitativa são utilizados para poder mensurar opiniões de um público-alvo por meio de uma amostra.

Já a pesquisa descritiva possui o objetivo de descrever uma situação de forma detalhada, permitindo abranger as características de um indivíduo, ou grupo. O modelo é utilizado por um pesquisador quando a intenção é conhecer uma comunidade e suas características (Pedroso et al., 2017).

A pesquisa utilizou um instrumento de coleta de dados baseado em um questionário autoperenchível. Esse método permite uma padronização das perguntas e respostas, possibilitando a obtenção de dados mensuráveis e comparáveis. Como indicado no Referencial Teórico, o questionário foi adaptado da investigação de Rodriguez (2012), que por meio de uma pesquisa qualitativa, tinha como objetivo explorar informações pessoais, econômicas, sociais e culturais dos participantes, além de identificar a necessidade de ingressar no ensino superior, entender o papel da propaganda na escolha da instituição de ensino, compreender os fatores que influenciaram a decisão do curso e da faculdade, e explorar as expectativas dos alunos em relação à formação superior.

Na adaptação para o formato quantitativo, as perguntas foram estruturadas de forma fechada, o que implica que os participantes selecionam suas respostas a partir de opções pré-definidas. Esse processo permite uma análise mais objetiva dos dados, facilitando a comparação dos resultados. As perguntas abordaram uma variedade de aspectos, desde informações demográficas até preferências pessoais e opiniões sobre o ensino superior, oferecendo uma visão mais ampla e quantificável das questões investigadas.

A coleta foi realizada de forma presencial nas salas de aula, aproveitando as oportunidades em que os alunos estavam presentes, e também online. Além disso, a pesquisa foi divulgada por meio dos Diretórios Acadêmicos e Atléticas de diversos cursos da UFU, utilizando as redes sociais como plataforma de comunicação. A estratégia de divulgação do instrumento de pesquisa abrangeu a coleta presencial nos Campi Santa Mônica e Umuarama em Uberlândia - MG, e compartilhamento do link da pesquisa em diversos grupos estudantis, abrangendo graduandos dos cursos de Administração, Agronomia, Arquitetura, Biomedicina, Ciência da Computação, Ciências Biológicas, Dança, Design, Direito, Economia, Educação

Física, Enfermagem, Engenharia Biomédica, Engenharia Civil, Engenharia Mecânica, Engenharia Química, Filosofia, Fisioterapia, Jornalismo, Matemática, Medicina Veterinária, Música, Nutrição, Odontologia, Pedagogia, Psicologia, Química Industrial, Relações Internacionais e Teatro.

Essa abordagem visava atingir uma ampla variedade de alunos e maximizar a participação, garantindo uma maior representatividade da amostra. Além disso, a duração de dois meses proporcionou flexibilidade para os alunos participarem de acordo com suas agendas, e a variedade de canais de divulgação maximizou a visibilidade da pesquisa. A combinação de abordagens online e presenciais decorreu de um esforço em obter dados confiáveis e valiosos para a pesquisa.

Após a coleta, os dados foram tabulados em planilhas do Excel. A análise foi realizada por meio de estatística descritiva, em que Huot e Figueiredo (2002) descrevem que o método resume a opinião de uma amostra ou população e não possui distorção ou perda de informação, sendo assim uma abordagem amplamente utilizada em pesquisas quantitativas.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A escolha de uma universidade para cursar graduação pode ser influenciada por diversos fatores que variam de acordo com as necessidades, expectativas e preferências individuais dos estudantes. Aspectos como reputação acadêmica, qualidade dos cursos oferecidos, localização geográfica, infraestrutura, oportunidades de pesquisa e extensão, custo de vida, acesso a bolsas e financiamentos, entre outros, desempenham um papel significativo nesse processo decisório.

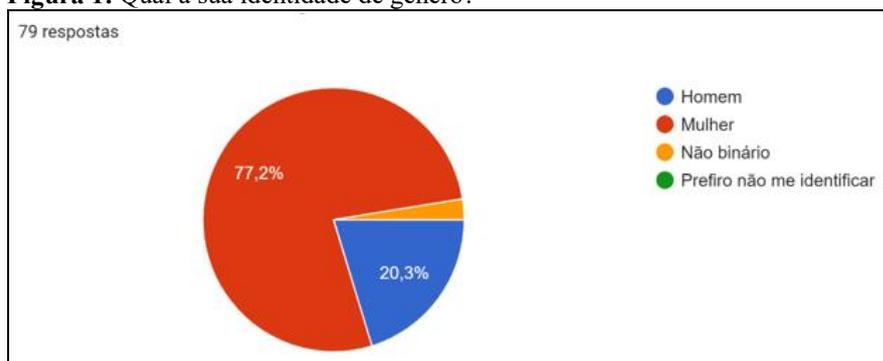
No que diz respeito às razões por trás da escolha dos estudantes pela Universidade Federal de Uberlândia para cursar graduação, os dados obtidos fornecem *insights* valiosos sobre os motivos que os levaram a selecionar essa universidade específica como sua opção para dar continuidade aos estudos de graduação.

Primeiramente, os respondentes foram questionados sobre questões para avaliar o seu perfil. Neste sentido, ao serem questionados sobre o fato de estudar na UFU, um expressivo número de 97,5% dos respondentes respondeu afirmativamente. Esse resultado indica que a grande maioria dos participantes são estudantes de graduação na UFU, sendo este um pré requisito para continuar com as respostas do questionário.

Ao serem questionados sobre sua identidade de gênero (Figura 1), a maioria dos participantes, representando 77,2%, identificou-se como mulher, enquanto 20,3%

identificaram-se como homem e 2,5% identificaram-se como não binário. Esses resultados revelam uma diversidade de identidades de gênero dentro da amostra pesquisada. A predominância da identidade feminina pode refletir tendências demográficas na população estudantil, enquanto a presença de pessoas não binárias demonstra a importância de considerar e respeitar uma variedade de identidades de gênero ao realizar pesquisas e desenvolver políticas inclusivas na universidade.

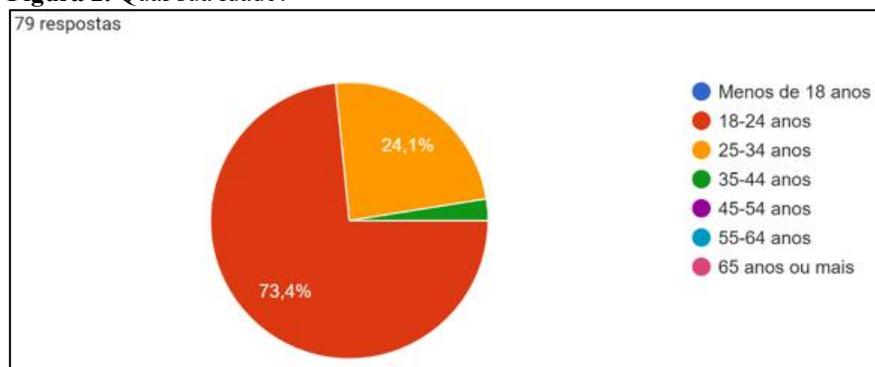
**Figura 1:** Qual a sua identidade de gênero?



Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre sua idade (Figura 2), a maioria dos participantes, representando 73,4%, estava na faixa etária entre 18 e 24 anos. Um contingente significativo, equivalente a 24,1%, estava na faixa etária entre 25 e 34 anos, enquanto uma parcela menor, de 2,5%, estava na faixa etária entre 35 e 44 anos. Esses resultados sugerem que a maioria dos respondentes está na faixa etária correspondente à típica idade universitária, o que é esperado, já que a pesquisa se concentra em estudantes universitários.

**Figura 2.** Qual sua idade?

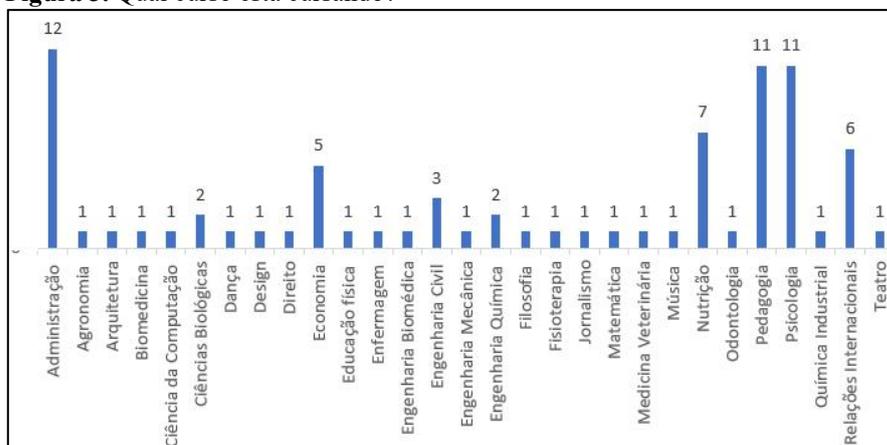


Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre o curso que estavam cursando (Figura 3), as respostas foram variadas, porém houve uma predominância de cursos em áreas como Administração,

Pedagogia e Psicologia. Essa diversidade de cursos reflete a variedade de interesses e áreas de estudo dos participantes da pesquisa.

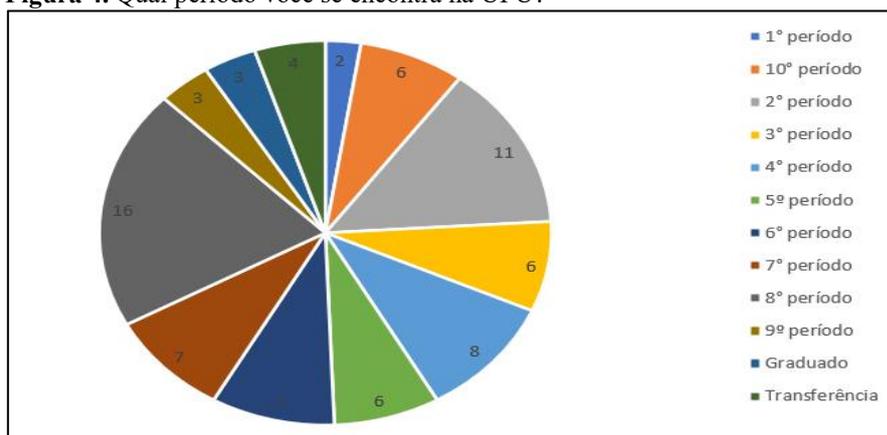
**Figura 3.** Qual curso está cursando?



Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre o período em que se encontram na UFU (Figura 4), as respostas foram diversas, mas houve uma predominância significativa nos períodos oitavo e segundo. Essa diversidade de distribuição dos estudantes ao longo dos períodos acadêmicos sugere um fluxo contínuo de ingresso de novos estudantes e progressão para estágios mais avançados do curso.

**Figura 4.** Qual período você se encontra na UFU?

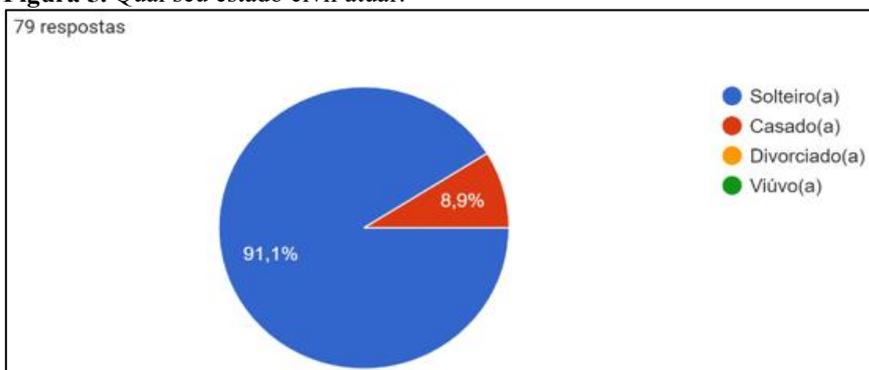


Fonte: Resultados da pesquisa.

Sobre o estado civil (Figura 5), a maioria dos participantes, representando 91,1%, afirmou ser solteiro, enquanto 8,9% relataram ser casados. Esses resultados indicam uma predominância significativa de estudantes solteiros entre os respondentes da pesquisa. Esse cenário é comum em ambientes universitários, onde os estudantes geralmente estão na faixa

etária em que o estado civil de solteiro é mais comum. A presença de uma parcela não negligenciável de estudantes casados também é relevante, destacando a diversidade de experiências de vida e circunstâncias pessoais entre os estudantes universitários.

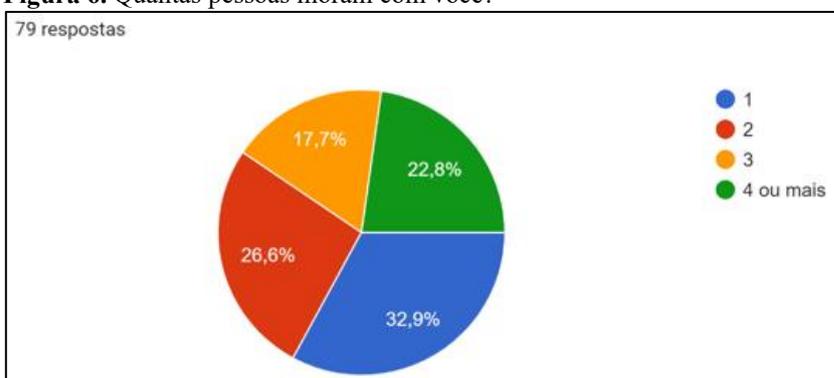
**Figura 5.** Qual seu estado civil atual?



Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre o número de pessoas que moram com eles (Figura 6), os participantes apresentaram uma variedade de arranjos domiciliares. Dos respondentes, 32,9% indicaram que moram com uma pessoa, enquanto 26,6% moram com duas pessoas. Por sua vez, 22,8% dos participantes afirmaram morar com quatro ou mais pessoas, e 17,7% relataram viver com três pessoas. Esses resultados destacam a diversidade de estruturas familiares entre os estudantes da UFU. A presença significativa de estudantes que compartilham residência com um ou dois membros da família pode refletir tanto arranjos familiares tradicionais quanto novos padrões de convivência. Além disso, a proporção considerável de estudantes que vivem com quatro ou mais pessoas sugere a presença de famílias extensas ou compartilhamento de residência com colegas ou amigos.

**Figura 6.** Quantas pessoas moram com você?

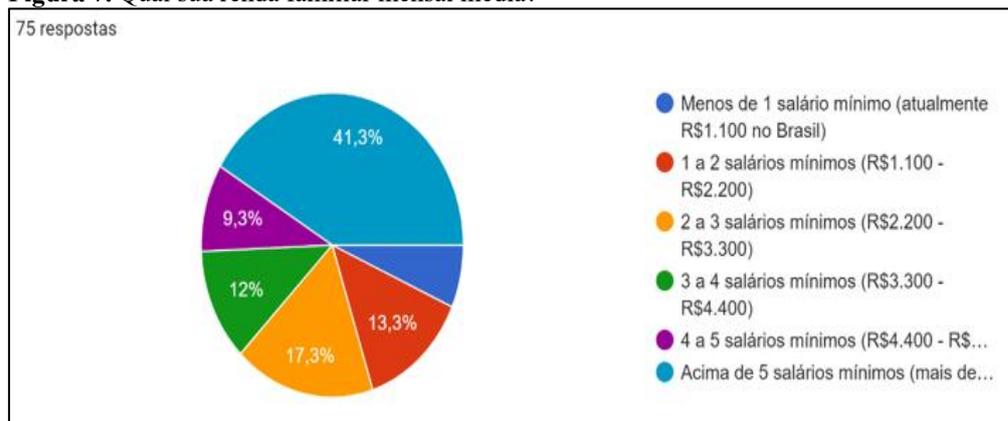


Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre a renda familiar mensal média (Figura 7), os participantes forneceram uma distribuição variada de respostas. Um percentual significativo de 41,3% indicou que suas famílias têm uma renda acima de 5 salários mínimos. Além disso, 17,3% dos respondentes relataram uma renda entre 2 e 3 salários mínimos, enquanto 13,3% mencionaram uma renda entre 1 e 2 salários mínimos. Outros 12% afirmaram que a renda familiar situa-se entre 3 e 4 salários mínimos, seguidos por 9,3% com uma renda entre 4 e 5 salários mínimos.

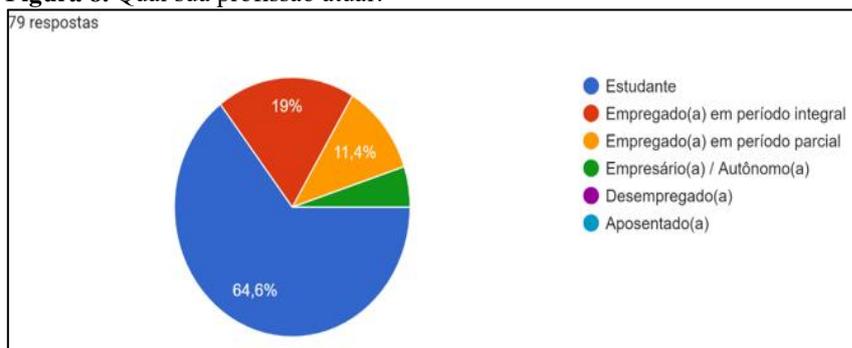
Por fim, 6,8% dos participantes relataram ter uma renda familiar mensal inferior a 1 salário mínimo. Esses resultados demonstram uma variedade de situações econômicas entre os estudantes da UFU, com uma parte significativa de famílias desfrutando de uma renda relativamente alta, mas também uma proporção considerável enfrentando desafios econômicos significativos.

**Figura 7.** Qual sua renda familiar mensal média?



Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre sua profissão atual (Figura 8), os participantes revelaram uma variedade de ocupações. A maioria, representando 64,6%, identificou-se como estudante, refletindo a principal atividade dos entrevistados. Além disso, 19% dos respondentes afirmaram ter emprego em período integral, indicando que estão envolvidos em atividades profissionais enquanto frequentam a universidade. Outros 11,4% relataram ter emprego em período parcial, sugerindo uma situação em que estão equilibrando estudos e trabalho de forma mais flexível. Por fim, 5% dos participantes identificaram-se como empresários autônomos, indicando uma parcela menor que está envolvida em atividades empreendedoras. Essa diversidade de ocupações reflete as diferentes situações profissionais dos estudantes da UFU.

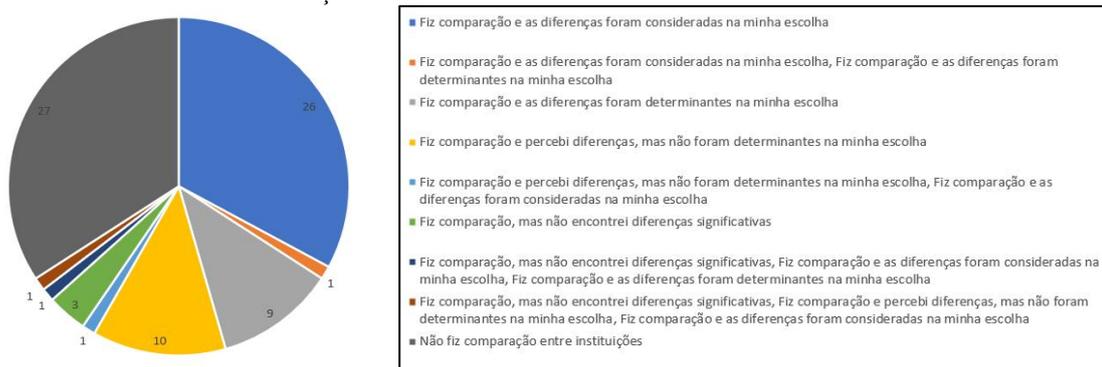
**Figura 8.** Qual sua profissão atual?

Fonte: Resultados da pesquisa.

Uma síntese dos resultados revela uma diversidade significativa entre os participantes em várias áreas. Essa diversidade de características destaca a complexidade da comunidade estudantil da UFU e destaca a importância de oferecer suporte adequado que atenda às diversas necessidades e circunstâncias dos estudantes.

Agora no que se refere especificamente às questões sobre a escolha da universidade, ao serem questionados sobre se consideraram a comparação entre as instituições existentes ou se levaram em consideração as diferenças ao escolher a universidade para cursar a graduação (Figura 9), as respostas foram diversas. A maioria dos participantes afirmou ter feito comparações entre as instituições e levado em consideração as diferenças em sua escolha. No entanto, alguns participantes reconheceram ter realizado esse processo de comparação, mas afirmaram que isso não influenciou diretamente sua escolha final. Essa variedade de respostas sugere que os estudantes adotam diferentes abordagens ao tomar decisões sobre sua educação superior, alguns valorizando mais a comparação entre opções disponíveis, enquanto outros podem se basear em outros critérios ou preferências pessoais ao fazer suas escolhas.

**Figura 9.** Ao escolher a universidade para cursar sua graduação, você fez comparação entre as instituições existentes e considerou as diferenças?

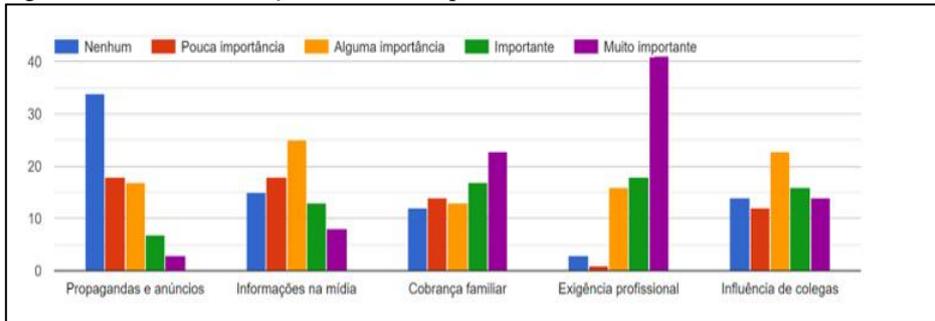


Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre a medida em que os estímulos externos influenciaram na identificação da necessidade de ingressar em uma instituição de ensino superior (Figura 10), os resultados indicam uma variedade de influências percebidas pelos participantes. Para a maioria dos respondentes, o estímulo de propaganda e anúncios não teve nenhuma importância em sua decisão. Por outro lado, as informações da mídia foram consideradas como tendo alguma importância por alguns participantes. A cobrança familiar foi percebida como tendo muita importância, o que sugere que o apoio e as expectativas dos membros da família desempenharam um papel significativo na decisão de ingressar na instituição de ensino superior.

Além disso, a exigência profissional também foi considerada como tendo muita importância, indicando que as aspirações de carreira dos participantes desempenharam um papel significativo em sua escolha educacional. Por fim, a influência de colegas foi percebida como tendo alguma importância por alguns participantes, destacando o papel das redes sociais e da influência social na tomada de decisões dos estudantes. Esses resultados ressaltam a complexidade dos fatores que influenciam a decisão de ingressar em uma instituição de ensino superior e a importância de considerar uma variedade de influências externas ao desenvolver estratégias de recrutamento e suporte aos estudantes.

**Figura 10.** Em que medida dos seguintes estímulos externos influenciaram na identificação da necessidade de ingressar em uma instituição de ensino superior?

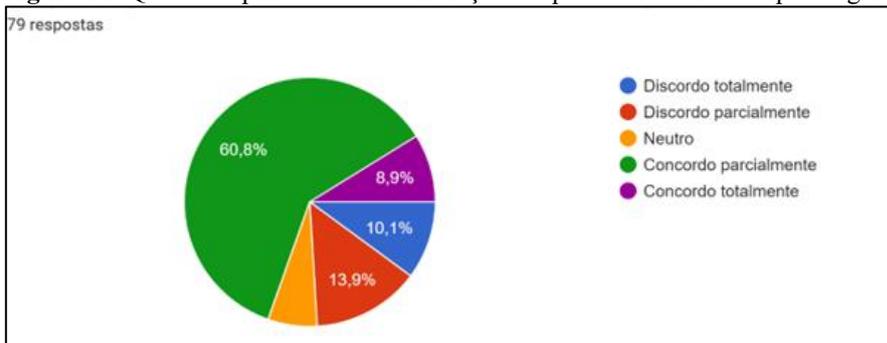


Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre sua opinião acerca da afirmação "cursar ensino superior garante o futuro" (Figura 11), os participantes apresentaram uma variedade de respostas. A maioria, representando 60%, respondeu que concorda parcialmente, indicando que acredita que o ensino superior pode ser benéfico, mas não garante completamente o futuro.

Por outro lado, 13,9% discordaram parcialmente, sugerindo uma visão mais cética em relação à capacidade do ensino superior de garantir o futuro. Uma parcela menor, correspondente a 10,1%, discordou totalmente da afirmação, enquanto 8,9% concordaram totalmente. Além disso, 6,3% dos participantes expressaram uma opinião neutra em relação à afirmação. Esses resultados destacam a diversidade de perspectivas dos participantes sobre o papel do ensino superior na garantia do futuro e refletem a complexidade das visões individuais sobre educação e sucesso.

**Figura 11.** Qual sua opinião sobre a afirmação de que “cursas ensino superior garante o futuro”?



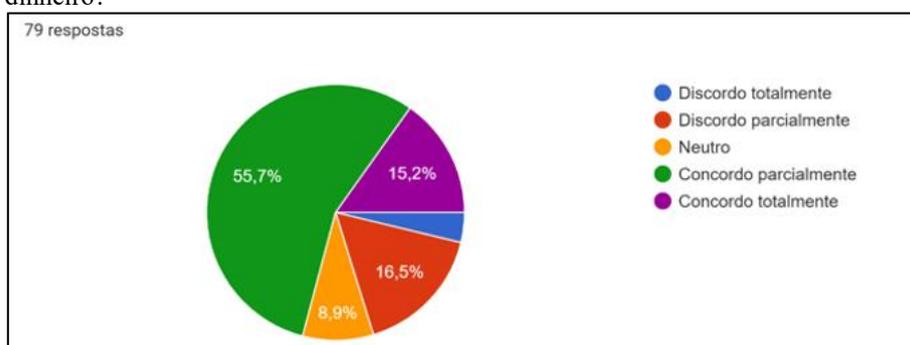
Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre sua opinião em relação ao senso comum de que com um curso superior é possível ganhar mais dinheiro (Figura 12), os participantes apresentaram uma variedade de perspectivas. A maioria, representando 55,7%, concordou parcialmente com a afirmação, sugerindo que acredita que o ensino superior pode influenciar positivamente a capacidade de ganhar dinheiro, mas não é garantia absoluta de renda mais alta. Por outro lado,

16,5% discordaram parcialmente, indicando uma visão mais cética em relação à relação direta entre ensino superior e ganhos financeiros.

Um percentual significativo, correspondente a 15,2%, concordou totalmente com a afirmação, enfatizando a percepção de que um curso superior é fundamental para aumentar o potencial de ganhos. Além disso, 8,9% dos participantes expressaram uma opinião neutra, enquanto 3,7% discordaram totalmente da afirmação. Esses resultados refletem a diversidade de opiniões sobre a relação entre ensino superior e sucesso financeiro, destacando a complexidade das percepções individuais sobre o valor educacional e econômico do ensino superior.

**Figura 12.** Qual sua opinião em relação ao senso comum de que com um curso superior é possível ganhar mais dinheiro?

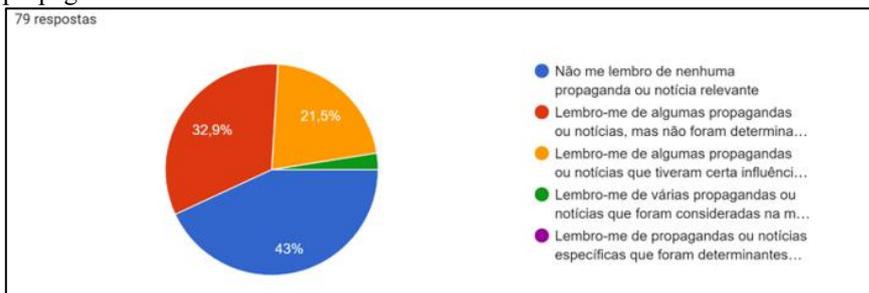


Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre a percepção das propagandas ou notícias relacionadas à sua decisão sobre qual faculdade cursar (Figura 13), os participantes apresentaram uma variedade de respostas. Um percentual significativo de 43% afirmou não lembrar de nenhuma propaganda ou notícia relevante em relação à sua decisão. Por outro lado, 32,9% dos participantes afirmaram lembrar-se de algumas propagandas ou notícias, mas estas não foram determinantes em sua decisão.

Uma parcela menor, representando 21,5%, lembrou-se de algumas propagandas ou notícias que tiveram influência em sua decisão. Apenas 2,6% dos participantes afirmaram lembrar-se de várias propagandas ou notícias que foram consideradas em sua decisão. Esses resultados sugerem que a influência das propagandas e notícias na decisão de qual faculdade cursar varia amplamente entre os participantes, com a maioria não considerando esses elementos como determinantes em sua escolha.

**Figura 13.** Em relação a sua decisão de qual faculdade cursar, como você se lembra da percepção das propagandas ou notícias?

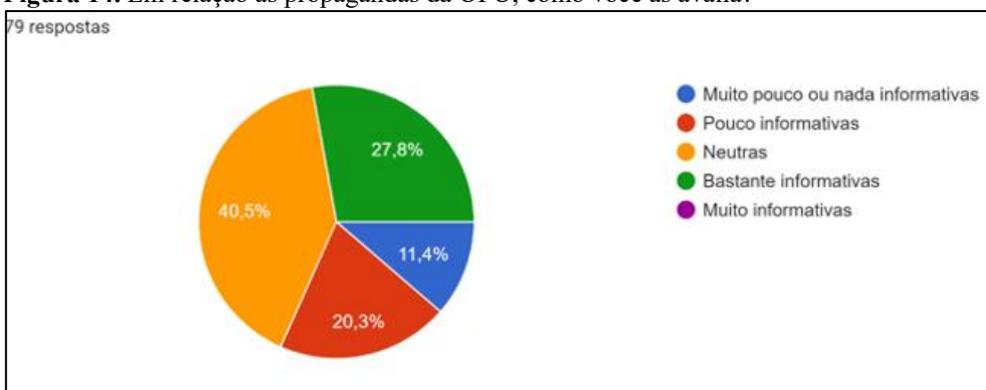


Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre como avaliam as propagandas da UFU (Figura 14), os participantes forneceram uma variedade de respostas. Uma parcela significativa de 40,5% respondeu como neutra em relação às propagandas da UFU. Enquanto isso, 27,8% consideraram as propagandas bastante informativas, indicando uma percepção positiva em relação à utilidade das mensagens publicitárias da universidade. Por outro lado, 20,3% dos participantes consideraram as propagandas pouco informativas, sugerindo uma insatisfação com o conteúdo ou a eficácia das mensagens publicitárias.

Uma pequena parcela, correspondente a 11,4%, avaliou as propagandas como muito pouco ou nada informativas, indicando uma percepção bastante negativa em relação ao impacto das mensagens publicitárias da UFU. Esses resultados demonstram uma variedade de opiniões entre os participantes em relação à eficácia e utilidade das propagandas da UFU, destacando a importância de considerar o feedback dos alunos ao desenvolver estratégias de comunicação e marketing institucional.

**Figura 14.** Em relação as propagandas da UFU, como você as avalia?



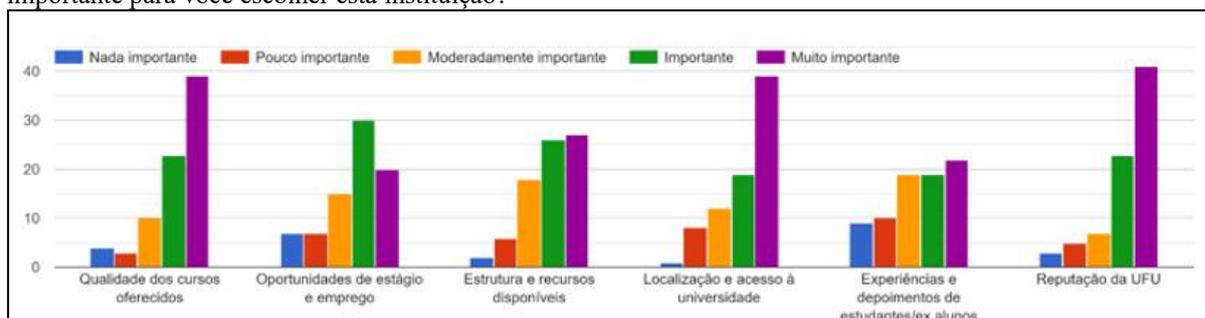
Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre a importância de diversos aspectos em relação à propaganda e notícias sobre a UFU (Figura 15), os participantes atribuíram diferentes níveis

de relevância a cada aspecto. A qualidade dos cursos oferecidos foi amplamente considerada como muito importante. As oportunidades de estágio e emprego foram vistas como importantes, enquanto a estrutura e recursos disponíveis foram percebidos em níveis semelhantes de importância, variando de importante a muito importante. A localização e o acesso à universidade foram avaliados como muito importantes.

Em relação à experiência e aos depoimentos de ex-alunos, houve uma percepção mista, com algumas respostas classificando-as como moderadamente importantes e outras como importantes, com uma leve tendência para categorizá-las como muito importantes. Finalmente, a reputação da UFU foi consistentemente considerada como muito importante pelos participantes. Esses resultados destacam a diversidade de fatores que os estudantes consideram ao tomar decisões sobre ingressar na UFU, abrangendo desde a qualidade acadêmica até a localização e reputação da instituição.

**Figura 15.** Em relação as propagandas e notícias sobre a UFU, o quanto cada um dos seguintes aspectos foi importante para você escolher esta instituição?

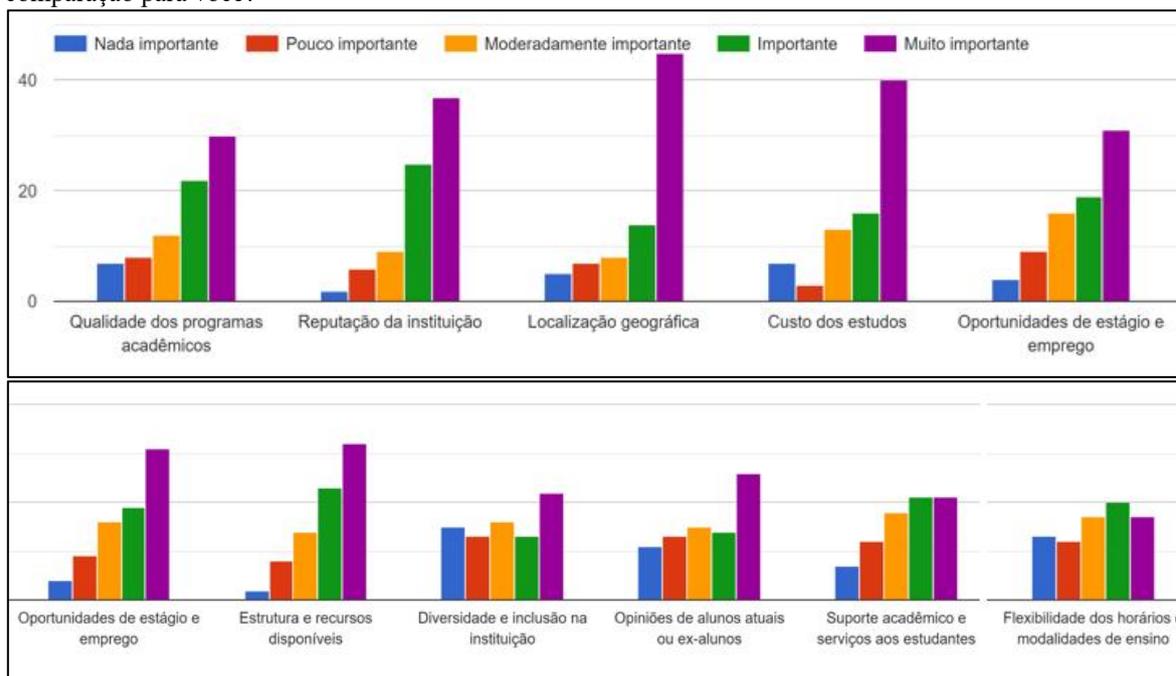


Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre a importância ou relevância de pontos de comparação ao considerar diversas universidades/faculdades (Figura 16), os participantes destacaram consistentemente a significância de vários aspectos. Os pontos relacionados à qualidade dos programas acadêmicos, reputação da instituição, localização geográfica, custos dos estudos, oportunidades de estágio e emprego, estrutura e recursos disponíveis, diversidade e inclusão na instituição, bem como a opinião de alunos atuais e antigos, foram todos considerados como muito importantes.

Esses resultados indicam que os estudantes valorizam uma variedade de fatores ao tomar decisões sobre sua educação superior, abrangendo desde aspectos acadêmicos e práticos até considerações financeiras, culturais e sociais.

**Figura 16.** Ao comparar diversas universidades, qual foi a importância ou relevância dos seguintes pontos de comparação para você?



Fonte: Resultados da pesquisa.

Ao serem questionados sobre outras opções de universidades, os participantes mencionaram uma variedade de instituições, mas houve uma predominância para a Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Isso sugere que, embora os participantes considerassem outras opções, a UFU foi frequentemente a escolha preferida ou mais mencionada entre as alternativas.

Essa preferência pela UFU pode ser atribuída a uma variedade de fatores, como qualidade acadêmica, reputação institucional, localização geográfica, oferta de cursos, oportunidades de estágio e emprego, entre outros. Essa predominância também pode refletir a percepção positiva dos participantes em relação à UFU e seu reconhecimento como uma instituição de ensino de alta qualidade e relevância.

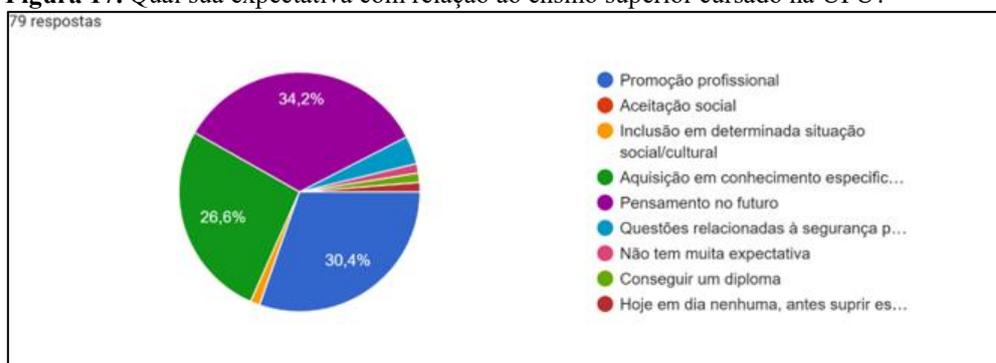
Os alunos puderam compartilhar suas outras preferências de instituições através de uma questão aberta, dentre elas, a segunda mais citada está a Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM), com 11,39% das respostas. A Universidade Estadual Paulista (Unesp) e a Universidade de São Paulo (USP) também aparecem na pesquisa, ambas com sete citações, equivale a cerca de 8,86% cada uma do total da pesquisa, sugerindo a busca pelos estudantes por excelência acadêmica e oportunidades de pesquisa em instituições reconhecidas nacional e internacionalmente. A Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), apresentou 6,33% do total. A busca por instituições que atendam às necessidades e

expectativas individuais dos estudantes em sua jornada acadêmica trouxe uma variedade de preferências.

Por fim, ao serem questionados sobre suas expectativas em relação ao ensino superior cursado na UFU (Figura 17), os participantes expressaram uma variedade de perspectivas. Uma parcela significativa, correspondente a 34,2%, mencionou o pensamento no futuro como sua expectativa principal, sugerindo que esperam que a educação recebida na UFU os prepare para desafios futuros e oportunidades de carreira. Para 30,4% dos respondentes, a expectativa principal era a promoção profissional, indicando que esperam que o diploma obtido na UFU os ajude a avançar em suas carreiras e alcançar melhores posições no mercado de trabalho.

Além disso, 26,6% dos participantes mencionaram a aquisição de conhecimento específico como sua expectativa, evidenciando o desejo de adquirir habilidades e competências específicas em suas áreas de estudo. Os demais responderam outros aspectos, o que sugere uma diversidade ainda maior de expectativas em relação à experiência na UFU, como conseguir um diploma, aceitação pessoal, entre outros. Esses resultados destacam a amplitude de perspectivas e objetivos dos estudantes em relação ao ensino superior e como eles esperam que a UFU contribua para o alcance de seus objetivos pessoais e profissionais.

**Figura 17.** Qual sua expectativa com relação ao ensino superior cursado na UFU?



Fonte: Resultados da pesquisa.

A análise abrangente dos resultados revela uma gama diversificada de fatores que influenciaram os estudantes a selecionar UFU como sua escolha para dar continuidade aos estudos de graduação. Esses resultados demonstram a amplitude de fatores considerados pelos estudantes ao fazer escolhas educacionais, destacando a importância de uma variedade de critérios na seleção de uma universidade para dar continuidade aos estudos de graduação.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo identificar os fatores que influenciaram os estudantes a escolher a UFU para cursar graduação. Os resultados obtidos indicaram a diversidade de influências que os estudantes consideram ao decidir pela UFU, abrangendo desde a qualidade dos cursos oferecidos até a reputação institucional, influências familiares e profissionais, e até mesmo a percepção das propagandas da instituição. Assim, entende-se que há uma grande complexidade envolvida no processo de escolha de uma instituição de ensino superior pelos estudantes.

Os resultados do estudo corroboram as pesquisas de diversos autores. Os critérios considerados pelos alunos ao escolher uma instituição de ensino superior, como infraestrutura, reputação e diversidade de cursos, estão alinhados com as conclusões de Alfinito (2002), Kalil e Gonçalves Filho (2012), e Rodriguez (2012). A influência de fatores externos, como propaganda, mídia, cobrança familiar e exigência profissional, ecoa os achados de Scaglione e Goldchleger (2016), além de demonstrar a complexidade das influências na tomada de decisão dos alunos.

As opiniões divergentes sobre o valor do ensino superior refletem as perspectivas destacadas por Cricca *et al.* (2014) e Muchenga e Barbosa (2023), que enfatizam a importância das expectativas pessoais e das demandas do mercado de trabalho na escolha educacional. As expectativas dos alunos em relação à experiência na instituição, como preparação para o futuro e promoção profissional, também estão alinhadas com as conclusões de Pigosso *et al.* (2020). Em suma, os resultados do estudo evidenciam a interseção de múltiplos fatores, destacando a importância de compreender e abordar essas influências para melhor atender às necessidades dos alunos e adaptar as estratégias institucionais.

Tem-se, assim, que os motivos que levaram os estudantes a selecionar a UFU como sua opção para dar continuidade aos estudos de graduação são multifacetados e refletem uma interação complexa entre influências pessoais, familiares, profissionais e institucionais. A reputação da UFU como uma instituição de alta qualidade, juntamente com sua oferta acadêmica diversificada, localização conveniente e oportunidades profissionais, desempenhou um papel central na decisão dos estudantes. Esses resultados destacam a importância de considerar uma ampla gama de fatores ao desenvolver estratégias de recrutamento e suporte aos estudantes, visando atender às diversas necessidades e expectativas dos futuros alunos da UFU.

Uma das principais limitações desse estudo foi o enfoque geográfico restrito à cidade de Uberlândia, enquanto poderia ter abrangido todas as cidades sede da UFU. A falta de representatividade da diversidade geográfica, social e cultural pode negligenciar importantes variações e nuances presentes em outras regiões. Além disso, não conseguir abranger todos os cursos oferecidos pode não capturar a totalidade da diversidade acadêmica e as características de cada segmento. Portanto, é importante reconhecer e mitigar as limitações associadas a essa abordagem, a fim de garantir a relevância dos resultados obtidos.

Os achados da pesquisa ressaltam a importância para as IES de compreenderem e adaptarem suas estratégias de recrutamento e suporte aos estudantes, levando em conta essa variedade de influências. Além disso, a necessidade de alinhamento entre as expectativas dos alunos e as ofertas das instituições é enfatizada, pois isso contribui para a satisfação e fidelidade dos estudantes.

Para estudos futuros, sugere-se uma investigação mais aprofundada sobre o impacto específico de cada um desses fatores na decisão dos estudantes, bem como uma análise comparativa entre diferentes instituições de ensino superior para compreender as nuances das preferências dos estudantes em relação à escolha da universidade. Essas análises mais detalhadas podem fornecer *insights* adicionais para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes de captação e retenção de alunos.

**REFERÊNCIAS:**

ALFINITO, S. (2002) **Determinação de atributos de preferência do consumidor na escolha de uma instituição de ensino superior no Distrito Federal**. Brasília: UCB (Dissertação de Mestrado).

Biazon, V. V. (2012). **Atributos de preferência do consumidor e imagem na escolha de uma instituição de ensino superior**: Um estudo com egressos do ensino médio de Paranaíba-PR (Dissertação de Mestrado) - Fundação Pedro Leopoldo, Pedro Leopoldo, MG, Brasil.

BRANCO, Uyguaciara Veloso Castelo. Ensino superior público e privado na Paraíba nos últimos 15 anos: reflexões sobre o acesso, a permanência e a conclusão. **Revista da Avaliação da Educação Superior (Campinas)**, v. 25, p. 52-72, 2020.

CRICCA, S., DIAS, R. W., DE MORAIS, D. M. G., MINCIOTTI, S. A. A escolha de um curso superior de tecnologia da área de gestão e negócios: um estudo sobre a decisão de compra e o comportamento do consumidor. **Gestão & Regionalidade**, v. 30, n. 89, p. 116-127, 2014.

FERNADES, Sarah. Por que o número de jovens que se candidatam a uma vaga no ensino superior gratuito tem caído nos últimos anos? **Jornal da Unesp**, 2023. Disponível em: <https://jornal.unesp.br/2023/06/22/por-que-o-numero-de-jovens-que-se-candidatam-a-uma-vaga-no-ensino-superior-gratuito-tem-caido-nos-ultimos-anos/>. Acesso em: 5 fev. 2024.

HUOT, R. **Métodos quantitativos para as ciências humanas**. Lisboa: Instituto Piaget, 2002.

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Diferença salarial entre trabalhadores com ensino superior e médio chega a quatro vezes**. 2023. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/categorias/45-todas-as-noticias/noticias/13795-diferenca-salarial-entre-trabalhadores-com-ensino-superior-e-medio-chega-a-quatro-vezes>. Acesso em: 5 fev. 2024.

KALIL, É. F., GONÇALVES FILHO, C. Comportamento do Consumidor: avaliação de alternativas e busca de informação na escolha de cursos superiores em Ciência da Computação. **Ciências da Administração**, v. 14, n. 34, p. 131-154, 2012.

KOTLER, P., KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12º ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2016.

LOBO, Roberto. Presencial ou Remoto: Para Onde Estão Indo os Ingressantes do Nosso Ensino Superior? **Estadão**, 19/10/2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/educacao/roberto-lobo/presencial-ou-remoto-para-onde-estao-indo-os-ingressantes-do-nosso-ensino-superior/>. Acesso em: 5 fev. 2024.

MANZATO, A. J., SANTOS, A. B. **A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa**. Departamento de Ciência de Computação e Estatística - IBILCE - UNESP, v. 17, 2012.

MOWEN, J. C., MINOR, M. S. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Cengage Learning, 2020.

MUCHENGA, J. J., BARBOSA, A. G. Os fatores que influenciam na escolha dos Cursos de Formação no Ensino Superior, na Faculdade de Economia e Gestão–Beira: Zomwe Zimayambitsa Kusankha Maphunziro Maphunziro mu Maphunziro Apamwamba, Koleji Yazachuma ndi Kayendetsedwe ka–Beira. NJINGA e SEPÉ: **Revista Internacional de Culturas, Línguas Africanas e Brasileiras**, v. 3, n. Especial I, p. 148-164, 2023.

PEDROSO, J. S., da SILVA, K. S., dos SANTOS, L. Pesquisa descritiva e pesquisa prescritiva. **JICEX**, v. 9, n. 9, 2017.

PIGOSSO, L. T., RIBEIRO, B. S., HEIDEMANN, L. A. A Evasão na Perspectiva de quem Persiste: um Estudo sobre os Fatores que Influenciam na Decisão de Evadir ou Persistir em Cursos de Licenciatura em Física Pautado pelos Relatos dos Formandos. **Revista brasileira de pesquisa em educação em ciências**. Porto Alegre. Vol. 20,(jan. 2020), p. 245–273, 2020.

PINTO, Carlos Manuel Simões. **Fatores Determinantes no Processo de Decisão de Escolha de Destinos: A Escolha do Porto dos Estudantes de Ensino Superior**. 2020. Tese de Doutorado. Universidade Fernando Pessoa (Portugal).

RODRIGUEZ, Alexandre. **Os fatores de influência no processo decisório do estudante na escolha do ensino superior privado**. 125 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

SCAGLIONE, V. L. T., GOLDCHLEGER, L. P. A escolha de uma universidade vista sob o prisma da teoria do comportamento do consumidor. **Revista Gestão Universitária na América Latina-GUAL**, p. 92-108, 2016.

SCHIFFMAN, L., KANUK, L. L. **Comportamento do consumidor**. Tradução: Vicente Ambrósio. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SILVA, B. L. D. A., & PANHAN, A. M. A Relevância Do Ensino Superior No Brasil: Análise Do Rendimento Salarial De Profissionais Na Região Sudeste. **Revista Científica e-Locução**, v. 1, n. 17, p. 18-18, 2020.

SOLOMON, Michael R. **Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 12ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2017.

UFJF NOTÍCIAS. **Censo da Educação Superior revela impactos da pandemia**. 2022. Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2022/02/25/censo-da-educacao-superior-revela-impactos-da-pandemia/>. Acesso em 5 fev. 2024.

## APÊNDICE - QUESTIONÁRIO UTILIZADO PARA COLETA DE DADOS

### Fatores de influência para escolher a UFU

Muito obrigada por clicar no link e colaborar com as respostas desse questionário :)

Nosso objetivo é entender o que te levou a escolher cursar sua graduação na UFU e quais fatores foram determinantes para sua decisão. O questionário leva de 2 a 3 minutos para responder, portanto, leia com calma e responda com atenção.

#### \* Indica uma pergunta obrigatória

Você estuda na UFU?\*

- Sim (segue respondendo as perguntas do questionário)
- Não (encerra sua participação)

Qual é a sua identidade de gênero?\*

- Homem
- Mulher
- Não binário
- Prefiro não me identificar
- Outro:

Qual sua idade?

- Menos de 18 anos
- 18-24 anos
- 25-34 anos
- 35-44 anos
- 45-54 anos
- 55-64 anos
- 65 anos ou mais
- Outro:

Qual graduação você está cursando?\*

Sua resposta

Qual período você se encontra hoje na UFU?\*

- 1º período
- 2º período
- 3º período
- 4º período
- Outro:

Qual seu estado civil atual?\*

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Divorciado(a)

- Viúvo(a)

Quantas pessoas moram com você?\*

- 1
- 2
- 3
- 4 ou mais

Por favor, indique a renda familiar mensal média, de acordo com a escala a seguir:

- Menos de 1 salário mínimo (atualmente R\$1.100 no Brasil)
- 1 a 2 salários mínimos (R\$1.100 - R\$2.200)
- 2 a 3 salários mínimos (R\$2.200 - R\$3.300)
- 3 a 4 salários mínimos (R\$3.300 - R\$4.400)
- 4 a 5 salários mínimos (R\$4.400 - R\$5.500)
- Acima de 5 salários mínimos (mais de R\$5.500)

Qual sua profissão atual?\*

- Estudante
- Empregado(a) em período integral
- Empregado(a) em período parcial
- Empresário(a) / Autônomo(a)
- Desempregado(a)
- Aposentado(a)

Ao escolher a universidade para cursar sua graduação, você fez comparação entre as instituições existentes e considerou as diferenças? Assinale a alternativa que melhor representa sua resposta:\*

- Não fiz comparação entre instituições
- Fiz comparação, mas não encontrei diferenças significativas
- Fiz comparação e percebi diferenças, mas não foram determinantes na minha escolha
- Fiz comparação e as diferenças foram consideradas na minha escolha
- Fiz comparação e as diferenças foram determinantes na minha escolha

Em que medida os seguintes estímulos externos influenciaram na identificação da necessidade de ingressar em uma instituição de ensino superior? Por favor, indique a importância de cada estímulo:\*

	Nenhum	Pouca importância	Alguma importância	Importante	Muito importante
Propagandas e anúncios					
Informações na mídia					
Cobrança familiar					
Exigência profissional					
Influência de colegas					

Qual sua opinião sobre a afirmação de que "cursar ensino superior garante o futuro"? Por favor, indique seu grau de concordância ou discordância com a afirmação\*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Qual a sua opinião em relação ao senso comum de que com um curso superior é possível ganhar mais dinheiro? Por favor, indique sua concordância com essa crença:\*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Em relação à sua decisão de qual faculdade cursar, como você se lembra da percepção das propagandas ou notícias?\*

- Não me lembro de nenhuma propaganda ou notícia relevante
- Lembro-me de algumas propagandas ou notícias, mas não foram determinantes na minha decisão
- Lembro-me de algumas propagandas ou notícias que tiveram certa influência na minha decisão
- Lembro-me de várias propagandas ou notícias que foram consideradas na minha decisão
- Lembro-me de propagandas ou notícias específicas que foram determinantes na minha decisão

Em relação às propagandas da UFU, como você as avalia?\*

- Muito pouco ou nada informativas
- Pouco informativas
- Neutras
- Bastante informativas
- Muito informativas

Em relação às propagandas e notícias sobre a UFU, o quanto cada um dos seguintes aspectos foi importante para você escolher esta instituição? \*

	Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Importante	Muito importante
Qualidade dos cursos oferecidos					
Oportunidades de estágio e emprego					
Estrutura e recursos disponíveis					
Localização e acesso à universidade					

Experiências e depoimentos de estudantes/ex-alunos					
Reputação da UFU					

Ao comparar diversas universidades/faculdades, qual foi a importância ou relevância dos seguintes pontos de comparação para você?\*

	Nada importante	Pouco importante	Moderadamente importante	Importante	Muito importante
Qualidade dos programas acadêmicos					
Reputação da instituição					
Localização geográfica					
Custo dos estudos					
Oportunidades de estágio e emprego					
Estrutura e recursos disponíveis					
Diversidade e inclusão na instituição					
Opiniões de alunos atuais ou ex-alunos					
Suporte acadêmico e serviços aos estudantes					
Flexibilidade dos horários e modalidades de ensino					

Quais faculdades/universidades estavam entre suas opções de escolha?\*

Sua resposta

Qual sua expectativa com relação ao ensino superior cursado na UFU?\*

- Promoção profissional
- Aceitação social
- Inclusão em determinada situação social/cultural
- Aquisição em conhecimento específico ou genérico
- Pensamento no futuro
- Questões relacionadas à segurança pessoal e familiar
- Outro