

**CENTRO UNIVERSITÁRIO ALVES FARIA - UNIALFA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU  
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMININSTRACÃO**

**EDUARDO ALVES DA SILVA**

**INDICADORES DE EVASÃO DE ALUNOS: ESTUDO EM UM CURSO EAD DA  
REDE FEDERAL DE ENSINO – AS CONTRIBUIÇÕES DO MARKETING DE  
RELACIONAMENTO**

**Goiânia  
2017**

**EDUARDO ALVES DA SILVA**

**INDICADORES DE EVASÃO DE ALUNOS: ESTUDO EM UM CURSO EAD DA  
REDE FEDERAL DE ENSINO – AS CONTRIBUIÇÕES DO MARKETING DE  
RELACIONAMENTO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro Universitário Alves Faria, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Bento Alves da Costa Filho.

**Goiânia – GO  
PPMA - ALFA  
Setembro/2017**

Catálogo na fonte: Biblioteca FADISP

S586i Silva, Eduardo Alves

Indicadores de evasão de alunos: estudo em um curso EAD da rede federal de ensino: as contribuições do marketing de relacionamento / Eduardo Alves Silva – 2017.

88 fls; 30 cm.

Dissertação (Mestrado) – Centro Universitário Alves Faria – (UNIALFA) - Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Administração – Goiânia, 2017.

Orientador (a): Prof. Dr. Bento Alves da Costa Filho

Inclui bibliografia

1. Ensino a distância. 2. Evasão. 3. Marketing de relacionamento. I. Silva, Eduardo Alves. II. UNIALFA. III. Título.

**CDU:658.8**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO ALVES FARIA - UNIALFA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU**  
**MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMININSTRACÃO**

Folha de aprovação da dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional em Administração do Centro Universitário Alfa - UNIALFA como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Aprovado em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dr. Bento Alves da Costa Filho – Centro Universitário Alves Faria - UNIALFA  
Orientador

---

Prof. Dr. Paulo Cesar Bontempo - Centro Universitário Alves Faria - UNIALFA  
Professor Avaliador Titular

---

Prof. Dra. Heliane Prudente Nunes  
Professor Avaliador Externo

GOIÂNIA  
2017

Aos meus pais, José Alves da Silva e Maria Madalena da Silva, pela dedicação e Amor. À minha esposa, Djessy Polyana, pela dedicação, paciência, companheirismo e Amor. Ao meu filho Heitor, que ao nascer me proporcionou uma emoção indescritível e me fez descobrir o significado do Amor incondicional.

## **Agradecimentos**

Agradeço, primeiramente, a Deus.

Aos meus pais, José Alves da Silva e Maria Madalena da Silva, que me ajudaram a superar todos os obstáculos, dificuldades, sempre me dando força para lutar e conseguir alcançar meus sonhos e objetivos. Sem eles esta batalha não seria vencida.

À minha esposa, Djessy Polyana, pela compreensão, paciência e Amor. Minha companheira de todas as horas.

Ao meu filho, Heitor, que mesmo tão pequenino é a razão da minha vida e a motivação para ser uma pessoa melhor e mais dedicada a cada dia.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Bento Alves da Costa Filho, pela atenção, paciência e efetiva orientação para o bom desenvolvimento e realização deste estudo.

À Banca Examinadora, pela dedicação da avaliação e contribuição ao desenvolvimento deste estudo.

Ao Instituto Federal Goiano pelo suporte financeiro para a realização deste Mestrado e a todos os colegas de trabalho, pela força e incentivo.

Aos professores e colegas do Mestrado Profissional em Administração, pelos ensinamentos e companheirismo nas atividades.

“A partir do advento da *Internet*, expande-se o processo educativo para além dos muros das escolas e das universidades com a modalidade de ensino a distância”.

Mirian de Albuquerque Aquino

## Resumo

O Ensino a Distância (EaD) cresce continuamente, possibilitando reduzir as desigualdades de oportunidades e promovendo maior democratização do ensino. Por outro lado, crescem continuamente, também, as taxas de evasão dos cursos ofertados na modalidade de ensino a distância. Esta dissertação aborda os temas Ensino a Distância, a problemática da Evasão e o Marketing de Relacionamento. A pesquisa tem como foco estudar os fatores de evasão de alunos de um curso EaD da Rede Federal de Ensino e as contribuições do marketing de relacionamento. O estudo identificou os atributos que levaram os alunos a evadirem do curso Técnico em Administração, ofertado na modalidade de ensino a distância, respondendo à problemática de pesquisa de identificar quais os fatores que motivam um aluno a evadir de um curso EaD. De acordo com o modelo geral do procedimento metodológico, a pesquisa teve a concepção exploratória do tipo qualitativa, sendo realizadas entrevistas em profundidade com 20 alunos evadidos do curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano, por meio de um roteiro baseado na escala de motivos para evasão do Ensino Superior de Ambiel (2015). As análises foram realizadas por meio da técnica de análise de conteúdo. A pesquisa possibilitou identificar que os motivos institucionais que levam à evasão foram determinantes para a decisão dos alunos de abandonar o curso, entre os quais se destacam: falta de suporte, motivos pessoais, relacionados à carreira e desempenho acadêmico, respectivamente. O fator mais relatado pelos entrevistados com determinante para a evasão foi a falta de estrutura adequada para os alunos. Como sugestão, com base nos fundamentos do marketing de relacionamento, recomendou-se realizar melhorias na estrutura dos pólos com ações preventivas buscando mostrar ao aluno o esforço necessário para acompanhar os cursos a distância, proporcionar atenção especial aos alunos nos primeiros meses de curso e realizar avaliações contínuas objetivando identificar possíveis falhas a fim de efetuar as correções necessárias. Em virtude das limitações deste trabalho, fomentou-se como temas para novos estudos que se pesquise em outros cursos EaD da Instituição e também de outras instituições públicas e privadas de ensino que ofertam cursos na modalidade de ensino a distância.

Palavras-chave: Ensino a distância. Evasão. Marketing de Relacionamento.

## **Abstract**

Distance Education (EaD) is growing continuously, making it possible to reduce inequalities of opportunities and promote greater democratization of education. On the other hand, the evasion rates of the courses offered in the distance education modality are growing continuously. This dissertation addresses the topics of Distance Learning, Evasion problem and the Relationship Marketing. The research is focused on studying the students' evasion factors of an EaD course in the Federal Education Network and the contributions of relationship marketing. The study identified the attributes that led the students to evade the Technical Course in Administration offered in distance learning modality, thus responding to the research problem which was to identify the factors that motivate a student to evade an EaD course. According to the general model of the methodological procedure, the research had the qualitative exploratory conception, in which in-depth interviews were carried out with 20 students evaded from the Technical Course in Administration of the Instituto Federal Goiano (Goiano Federal Institute), through a script based in the scale of reasons for evasion in Higher Education provided by Ambiel (2015). The analyses were performed using the content analysis technique. The research made it possible to identify that the institutional reasons that lead to evasion were decisive for students to leave the course, among which the following stand out: lack of support, personal reasons, career related and academic performance, respectively. The factor which was most reported by the interviewees as a determinant for evasion was the lack of adequate structure for the students. As a suggestion, based on relationship marketing fundamentals, it was recommended to carry out improvements in the structure of the support centers, carry out preventive actions seeking to show the student the necessary effort to follow distance courses, give special attention to students in the first months of the course and perform continuous evaluations aiming to identify possible faults in order to make the necessary corrections. Due to the limitations of this work, it is suggested that new studies are necessary in other EaD courses of the Institution and also of other public and private institutions of education that offer courses in the modality of distance education.

Keywords: Distance learning. Evasion. Relationship Marketing.

## Lista de Figuras

Figura 1 – Modelo Geral da Fundamentação Teórica .....	21
Figura 2 – Matrículas em cursos de graduação e modalidade de ensino (2003 – 2014).....	26
Figura 3 – Taxas de evasão registradas pelas instituições, por tipo de curso (%).....	31
Figura 4 – Motivos de evasão, por tipo de curso (escala Likert de 1-4) .....	32
Figura 5 – Modelo empírico de explicação e Evasão.....	34
Figura 6 – Modelo Geral do Procedimento Metodológico.....	39
Figura 7 – Classificação de concepções de pesquisa de marketing.....	40
Figura 8 – Fases da Análise de Conteúdo.....	45
Figura 9 – Localização Geográfica das Unidades do IF Goiano .....	47
Figura 10 – Cenário da Rede Federal .....	47

## Lista de Gráficos

Gráfico 1 – Alunos matriculados em cursos EaD do IF Goiano em 2015 .....	48
Gráfico 2 – Alunos matriculados por campus do IF Goiano no Estado de Goiás em 2015 .....	49
Gráfico 3 – Matriculados, evadidos e taxa de evasão de alunos total e por câmpus em 2015 .....	49
Gráfico 4 – Alunos evadidos, taxa de evasão por câmpus e a taxa média de evasão em 2015 .....	50
Gráfico 5 – Sexo dos entrevistados .....	53
Gráfico 6 – Idade dos entrevistados .....	53
Gráfico 7 – Estado civil dos entrevistados .....	54
Gráfico 8 – Município onde moram os entrevistados.....	54
Gráfico 9 – Onde cursaram o ensino médio, rede pública ou privada de ensino .....	55
Gráfico 10 – Fatores que levam a evasão - Técnico em Administração EaD – 2015/16 .....	66
Gráfico 11 – Motivadores de evasão de alunos do Curso Técnico em Administração EaD....	67

## **Lista de quadros**

Quadro 1 - Gerações da Educação a Distância.....	25
Quadro 2 – Caracterização dos entrevistados.....	52

## **Lista de tabelas**

Tabela 1 – Fatores que levam a evasão – Curso Técnico em Administração EaD – 2015/16 .65

Tabela 2– Motivadores de evasão - Curso Técnico em Administração EaD 2015/16..... 67

## Lista de abreviaturas e siglas

ABED	- Associação Brasileira de Educação a Distância
ABRUEM	- Associação Brasileira dos Reitores das Universidades Estaduais e Municipais
ANDIFES	- Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior no Brasil
AVA	- Ambientes Virtuais de aprendizagem
CEFETs	- Centros Federais de Educação Tecnológica
CMC	- Comunicação Mediada por Computador
CRM	- <i>Customer relationship management</i>
EaD	- Ensino a Distância
FIC	- Formação Inicial e Continuada
FNDE	- Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
E-TEC	- Escola Técnica Aberta do Brasil
IES	- Instituições de Ensino Superior
IF GOIANO	- Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano
INEP	- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
MR	- Marketing de Relacionamento
MEC	- Ministério da Educação
NTIC	- Novas tecnologias da informação e da comunicação
ONGs	- Organizações não governamentais
UAB	- Universidade Aberta do Brasil
UFAL	- Universidade Federal de Alagoas
UFSC	- Universidade Federal de Santa Catarina
UNICEF	- Fundo das Nações Unidas para a Infância
SESu	- Secretaria de Educação Superior
TICS	- Tecnologias de Informação e Comunicação
TRI	- Teoria de Resposta ao Item

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA .....	16
1.2	OBJETIVOS DO ESTUDO .....	18
<b>1.2.1</b>	<b>Objetivo Geral.....</b>	<b>18</b>
<b>1.2.2</b>	<b>Objetivos Específicos .....</b>	<b>18</b>
1.3	RELEVÂNCIA E MOTIVAÇÃO PARA O ESTUDO.....	18
1.4	ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DO TEXTO .....	20
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>21</b>
2.1	ENSINO A DISTÂNCIA .....	21
<b>2.1.1</b>	<b>Comunicação mediada por computador .....</b>	<b>23</b>
<b>2.1.2</b>	<b>Educação a distância no Brasil.....</b>	<b>24</b>
2.2	EVASÃO DE CLIENTES .....	28
<b>2.2.1</b>	<b>Evasão na educação a distância no Brasil .....</b>	<b>31</b>
2.3	MARKETING DE RELACIONAMENTO.....	35
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>39</b>
3.1	DELINEAMENTO DA PESQUISA .....	39
3.2	PESQUISA EXPLORATÓRIA .....	39
<b>3.2.1</b>	<b>Pesquisa Qualitativa .....</b>	<b>40</b>
3.3	COLETA DE DADOS .....	41
<b>3.3.1</b>	<b>Entrevistas em profundidade.....</b>	<b>42</b>
3.3.1.1	Teoria de Resposta ao Item e Modelo de Rasch.....	43
3.4	ANÁLISE DE DADOS .....	44
<b>3.4.1</b>	<b>Análise de Conteúdo .....</b>	<b>44</b>
<b>4</b>	<b>CONTEXTO .....</b>	<b>46</b>
4.1	EVASÃO NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA DO IF GOIANO.....	48
<b>5</b>	<b>ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS DA PESQUISA.....</b>	<b>51</b>
5.1	CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA.....	51
5.2	FATORES INSTITUCIONAIS QUE LEVAM À EVASÃO NO EAD .....	55
5.3	FATORES PESSOAIS QUE LEVAM À EVASÃO NO EAD.....	58
5.4	FATOR FALTA DE SUPORTE QUE LEVA À EVASÃO NO EAD .....	60
5.5	FATOR CARREIRA QUE LEVA À EVASÃO NO EAD.....	62
5.6	FATOR DESEMPENHO ACADÊMICO QUE LEVA À EVASÃO NO EAD ...	64
5.7	FATORES DETERMINANTES QUE LEVAM À EVASÃO NO EAD .....	64
5.8	AS CONTRIBUIÇÕES DO MARKETING DE RELACIONAMENTO.....	68
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>71</b>
6.1	CONTRIBUIÇÕES ACADÊMICAS .....	73
6.2	CONTRIBUIÇÕES GERENCIAIS.....	74
6.3	LIMITAÇÕES DA PESQUISA .....	75
6.4	PROPOSIÇÕES DE ESTUDOS FUTUROS .....	76
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>77</b>
	<b>APÊNDICE A .....</b>	<b>86</b>
	<b>APÊNDICE B.....</b>	<b>87</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A era do conhecimento provocou mudanças no cenário mundial. As organizações tiveram que se adequar para não ficarem fora do mercado cada vez mais competitivo e exigente. As instituições de ensino, por sua vez, também passaram por adequações, mudanças e transformações, buscando oferecer aos alunos serviços educacionais de qualidade, proporcionando uma relação longa e duradoura entre alunos e instituição.

Com o advento da *Web* e da *Internet*, foram rompidas as barreiras do tempo e espaço, conectando pessoas no mundo inteiro e criando redes por todo o planeta (ABBAD; CARVALHO; ZERBINI, 2006). Para tanto, organizações, especialmente as educacionais, fazem uso dessa tecnologia para capacitar e treinar seus colaboradores, reduzindo custos e atendendo um maior número de pessoas, mesmo estando distantes no tempo e no espaço. A mediação de treinamento por meio de novas tecnologias faz com que a pessoa passe a utilizar a *Internet* para a consulta de bibliotecas virtuais, que são de fácil acesso a todos que caminham pelos ambientes virtuais ou mundo cibernético.

Porém, o serviço educacional não se resume apenas à atividade de aprendizagem (MORALES; CALDERÓN, 1999). As Instituições de Ensino Superior (IES), por definição, são fornecedoras de serviços em todas as dimensões e não devem se resumir apenas à atividade de ensino, no entanto, poucos estudos abordam sua avaliação de forma completa. Sendo, nesse sentido, reconhecidas como uma indústria de serviços, elas devem empenhar suas forças na identificação das expectativas e atendimento das necessidades dos clientes, que são os alunos (CHENG; TAM, 1997).

De acordo com os dados do Censo da Educação Superior realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) em 2014 e publicado em 21 de fevereiro de 2017, foram ofertados 32.878 cursos de graduação em 2.368 instituições, sendo 78,1% das instituições de educação superior privadas e 21,9% públicas, pertencentes às esferas federais, estaduais e municipais (INEP, 2014).

Na Rede Federal, as universidades são a maioria, correspondendo a 58,9% de toda essa rede, seguidas pelos Institutos Federais e Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFETS) com 37,4%, e, por fim, as Faculdades públicas, que representam 3,7% da rede federal. O Censo possibilitou identificar que 8,2% das IES são universidades, sendo 53,2% das matrículas nessas universidades pertencentes aos cursos de graduação; 83,9% das instituições de ensino superior são faculdades, que detêm 28,6% dos alunos; 6,2% são centros universitários, com 16,5% dos

alunos; e 1,7% são institutos federais e os Centros Federais de Educação Tecnológica, com 1,7% dos alunos matriculados (INEP, 2014).

Desta forma, a facilidade de conectar pessoas por todo mundo, a necessidade de capacitar e treinar colaboradores, bem como a enorme demanda por ensino em todos os níveis fizeram surgir e fortalecer o EaD. A demanda por ensino a distância no Brasil só aumenta em comparação com o ensino presencial. O número de matrículas nas instituições de ensino superior entre 2013 e 2014 nos cursos presenciais aumentou 5,4%. Na modalidade à distância, o aumento foi de 16,3%, com as universidades apresentando o maior crescimento percentual registrado no período, 17,8% das matrículas em cursos no ensino a distância. O número de alunos na modalidade a distância continua crescendo, atingindo a marca de 1,34 milhão em 2014, o que já representa uma participação de 17,1% do total de matrículas da educação superior (INEP, 2014).

Por conseguinte, os estudos sobre o Marketing de Relacionamento, que tiveram início nos anos 1960 e que visavam a troca do modelo transacional de atração de clientes pela orientação para a lealdade (GRÖNROOS, 1994), podem auxiliar a fortalecer as relações entre as Instituições de Ensino Superior e essa quantidade de alunos (clientes) demandantes do ensino a distância, ampliando seus vínculos para que se tenha uma relação duradoura.

## 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

A problemática de pesquisa é a visão integral do próprio objeto de estudo, sendo o problema caracterizado pela inquietude, dúvida, hesitação e perplexidade diante de um tema e suas nuances (MARTINS; THEÓPHILO, 2009). Em outras palavras, o problema instiga o autor a buscar as possíveis respostas para o que está sendo estudado, despertando a curiosidade e potencializando a própria realização da pesquisa.

A gestão de relacionamento com o cliente é um dos conceitos relevantes quando se fala do marketing moderno (KOTLER; ARMSTRONG, 2012). Lembram os autores que, há pouco tempo, o *customer relationship management* (CRM) ou Marketing de Relacionamento (MR) (PEPPERS; ROGERS, 2001) era tido como uma simples ferramenta de gestão de dados dos clientes, sendo visto como ultrapassado no cenário atual, que tem por objetivo entender melhor os processos de aquisição, manutenção e desenvolvimento de clientes.

Logo, atrair e manter clientes passam a ser um desafio, uma vez que há abundância de ofertas de produtos e serviços a serem escolhidos (KOTLER; ARMSTRONG, 2012). No cenário empresarial, nota-se que diante da competição global e a migração do poder de

barganha para retenção de clientes, os relacionamentos alcançam um patamar estratégico no processo de gestão. Desta forma, as organizações buscam relações cada vez mais duradouras e vantajosas com seus clientes, visando benefícios mútuos entre cliente e empresa (ABBADÉ; NORO, 2012).

Nesse cenário de relações duradouras e manutenção de clientes, o EaD surge como uma opção viável e promissora para aumentar o ingresso de estudantes na educação superior pública, reduzindo as desigualdades na oferta de formação superior entre diferentes regiões do País (COMARELLA, 2009). Isso acontece porque o modelo de educação tradicional começa a abrir espaço para outras formas de ensinar.

A educação a distância é considerada uma revolução de como interpretar a educação, não devendo ser encarada como um inimigo que vai tirar espaço dos professores nas salas de aula, mas, sim, como um fator que contribui ao dinamismo, ou o que as novas tecnologias da informação podem proporcionar alinhando-a ao novo cenário educacional. Logo, as relações com o EaD necessitam ser revistas. Pesquisas apontam que a resistência à modalidade está centrada no desconhecimento dos benefícios proporcionados pelas ferramentas tecnológicas na performance das aulas (CAPPONI; ASTA, 2015).

No entanto, o ensino a distância tem como fator preocupante o alto índice de evasão. A evasão de alunos é um acontecimento complexo, em que o estudante abandona o curso sem concluí-lo com sucesso (COMARELLA, 2009). A autora afirma que esse fenômeno é resultante de fatores que influenciam na decisão do aluno de permanecer ou não em um curso, sendo considerado um problema do sistema educacional brasileiro, causando prejuízos não só financeiros, mas também sociais e humanos. Por isso, a Instituição de ensino a distância deve adotar estratégias que levem à melhoria da gestão de seus cursos, visando aprimorar e adaptar conteúdos, materiais e tecnologias utilizadas na oferta de cursos na modalidade de EaD.

Entre as soluções viáveis à evasão, deve-se pensar em um detalhamento maior em relação à rotina dos cursos antes do seu início, buscando conscientizar o aluno em relação ao que será cobrado, como se dará o desenvolvimento do curso para que não surjam dúvidas de modo que ele alinhe suas expectativas em relação ao curso e à Instituição, objetivando reduzir a taxa de evasão de alunos dos cursos nessa modalidade (ARAÚJO; OLIVEIRA; MARCHISOTTI, 2016). Diante desse cenário, chega-se à seguinte questão de pesquisa: quais são os indicadores que levam um aluno a evadir-se de um curso EaD?

## 1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO

### 1.2.1 Objetivo Geral

Este estudo tem por objetivo identificar os atributos que levam os alunos à evasão no ensino a distância do IF Goiano.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- 1) Identificar os motivos institucionais e pessoais que levam à evasão no curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano;
- 2) Identificar os motivos relacionados à falta de suporte e à carreira que levam à evasão no curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano;
- 3) Identificar os motivos relacionados ao desempenho acadêmico que levam à evasão no curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano;

## 1.3 RELEVÂNCIA E MOTIVAÇÃO PARA O ESTUDO

Este estudo visa explorar um dos conceitos centrais do Marketing de Relacionamento ao ensino na modalidade a distância, que é a evasão. Ciente que o cliente que mantém relação duradoura com uma empresa influencia positivamente na lucratividade, compreende-se como provável a aquisição de serviços suplementares e a realização de recomendações a terceiros (ZEITHAML; BERRY; PARASURAMAN, 1996).

A modalidade de ensino a distância cresce constantemente no país. Pode-se atribuir esse crescimento ao apoio dado pelo governo ao longo do tempo e a uma maior facilidade em se cursar um ensino superior. O EaD trouxe uma modalidade ao ensino aberta a todos os interessados. No entanto, preocupa-se com a qualidade do ensino superior, uma vez que, a cada dia, aumenta-se a oferta do quantitativo de vagas e cursos a distância sem se preocupar com a qualidade do ensino (CAETANO *et al.*, 2015).

Paralelamente, diversos estudos evidenciam que a evasão é um tema recorrente e preocupante para as instituições de ensino a distância. Estudos apontam que na Ásia os índices de evasão em cursos a distância chegam a atingir 50%, enquanto na Europa está em torno de 20% a 30% (SHIN; KIM, 1999; XENOS; PIERRAKEAS; PINTELAS, 2002). Estudos mais recentes realizados pela Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED) em 2014 e

2015, sendo o último publicado em 2016, apresentam taxas de evasão que variam entre 25 a 75%, das quais, a maioria das instituições pesquisadas apresenta uma taxa de evasão entre 26 a 50%.

Salienta-se, ainda, que os cursos ofertados na modalidade de ensino presencial apresentam uma taxa de evasão que varia de 18 a 30%, dependendo da área de conhecimento, na modalidade de ensino a distância, por sua vez, essa taxa varia entre 25 a 70%, e o abandono do curso acontece majoritariamente nos primeiros meses ou módulos do curso (MAURÍCIO, 2015).

Ademais, observa-se uma taxa média de evasão que chega a expressivos 38,1%, evidenciando que a evasão na EaD é superior à modalidade presencial em todas as condições avaliadas, tendo como base todos os cursos e sistemas de ensino que oferecem educação na modalidade a distância (HERRMANN *et al.*, 2016).

Da mesma forma, a taxa de evasão no curso piloto em administração da Universidade Federal de Alagoas (UFAL) chegou a quase 70% no primeiro ano, causado prioritariamente por fatores endógenos (BITTENCOURT; MERCADO, 2014). Acrescentando-se que os motivos institucionais, entre os quais destacam-se requisitos didáticos pedagógicos e problemas de atitude comportamental, foram relatados por 57% dos alunos como sendo os principais fatores que os levaram a evadir do curso.

Em face de que existem poucas pesquisas sobre taxas de evasão em cursos na modalidade a distância, é preciso prioritariamente realizar estudos que busquem investigar os motivos ou atributos capazes de explicar os atuais índices de evasão nos cursos pertencentes a essa modalidade (ABBAD; CARVALHO; ZERBINI, 2006).

Por outro lado, pesquisas acadêmicas podem e devem gerar ampla fonte de informações para a gestão pública (LINS; MIRON, 2009). Em complemento, ressalta-se a conclusão de Oosterom (2009) de que o setor público necessita urgentemente ser transformado. Além disso, o objetivo da pesquisa não é esgotar o debate sobre o tema, mas sim aprofundar o assunto na busca de melhorias da educação, em especial, no que diz respeito à modalidade de ensino a distância do Instituto Federal Goiano.

Os resultados da pesquisa poderão contribuir positivamente com o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano (IF Goiano) no intuito de identificar as causas ou motivadores para que a instituição possa implantar ações voltadas a minimizar as taxas de evasão nos cursos EaD a fim de diminuir os prejuízos financeiros, sociais e humanos dela decorrentes e servir de base para um melhor planejamento na realização de seu ensino, sobretudo na modalidade à distância.

#### 1.4 ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DO TEXTO

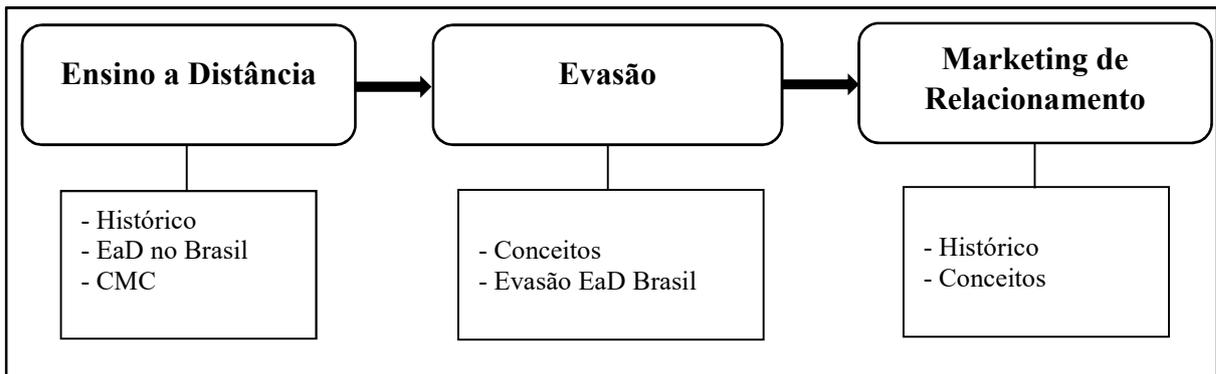
Esta dissertação está organizada da seguinte forma:

A primeira parte, já apresentada, é composta pela Introdução, Problema de Pesquisa, Objetivos Geral e Específicos, além das Relevâncias do estudo. A segunda parte abrange a Fundamentação Teórica do trabalho, focando nos temas educação a distância, evasão de alunos e marketing de relacionamento, com o objetivo de familiarizar e esclarecer ao leitor acerca das abordagens teóricas que amparam este estudo. A terceira parte traz o Método de Pesquisa e as Técnicas de análises. A quarta parte apresenta o Contexto da pesquisa a fim de posicionar o leitor a respeito do campo de atuação do trabalho. A quinta parte exhibe as Análises dos Dados com os resultados da pesquisa. A sexta parte traz as Considerações Finais, as Contribuições Acadêmicas e Gerenciais, bem como as Limitações e as Proposições de Estudos Futuros. Por fim, na sétima parte são apresentadas as Referências que serviram de base para o estudo, além dos Apêndices

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para fundamentar teoricamente o trabalho, foram abordados temas como Ensino a Distância, Evasão de Alunos e Marketing de Relacionamento, buscando estudar os temas, conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Modelo Geral da Fundamentação Teórica



Fonte: Elaborado pelo autor

### 2.1 ENSINO A DISTÂNCIA

Atualmente, observa-se dentro de um contexto social, político e econômico, que o fato de um indivíduo possuir formação técnica ou acadêmica está cada vez mais ligado aos requisitos para se inserir e se manter no mercado de trabalho. Tal fato permite visualizar uma busca crescente por formação na sociedade. Nesse sentido, para suprir a carência por formação superior surge a figura do ensino a distância, modalidade de ensino que permite maior flexibilidade ao aluno que, por algum motivo, não consegue participar de curso presencial.

A popularização do EaD aconteceu em face da justificativa de ser importante para modernizar a educação no Brasil, alcançando números impressionantes. Em 2003, o EaD representava 1%, em 2013 já representa mais de 15% de todas as matrículas no ensino superior do País (MACHADO, 2014). O ensino superior a distância tem um crescimento quatro vezes maior em comparação ao presencial, e os alunos estão concentrados, em sua maioria, nas instituições privadas de ensino a distância (MORAN, 2014)

O primeiro relato encontrado sobre o EaD foi um anúncio publicado em 20 de março de 1728 na *Gazette* de Boston, dos Estados Unidos da América, pelo Professor Caleb Philips, no qual ofertava aulas de taquigrafia por correspondência. Posteriormente, no início do século XX até a Segunda Guerra Mundial, houve diversos ensaios, dando destaque ao modelo de educação

por correspondência (NUNES, 2009). Historicamente, o EaD passou por várias eras, como a era do correio, do rádio e da televisão, vivendo atualmente na era da *internet*, acumulando erros, acertos, contradições e incoerências ao longo do tempo (GOMES, 2013).

Contudo, foi nos anos de 1960 que se impulsionou o ensino a distância, com o implemento de diversas ações na educação secundária e superior, tendo início na França e Inglaterra e multiplicando-se por diversos países ao redor do mundo (NUNES, 2009). Ainda segundo o autor, cerca de 80 países utilizam atualmente o EaD em todos os níveis de ensino, levando formação a milhares de alunos nas mais diversas instituições. O EaD é essencialmente um sistema tecnológico que possibilita a interação entre as duas partes, aluno e professor (ARETIO, 2007).

O EaD se torna viável não só pelo atendimento de grupos específicos, com alto padrão de renda e acesso a tecnologias, mas também por levar conhecimento a grupos de baixo poder aquisitivo nos mais diversos lugares que não têm acesso a grandes tecnologias e necessitam de atualização e formação imediata (GOMES *et al.*, 2000). Desta forma, o EaD faz parte do mundo educacional, uma vez que é uma metodologia de ensino-aprendizagem, intermediado por tecnologias, onde alunos e professores estão separados espacial e/ou temporalmente (PETRY; BORGES; DOMINGUES, 2014), que vem apresentando índices de crescimento elevado e contínuo.

Entretanto, o ensino a distância necessita de adequação e uma organização do tempo e espaço para que os estudantes possam se comprometer com os estudos, possibilitando dedicar-se aos cursos EaD da mesma forma como vem ocorrendo nos cursos na modalidade presencial, ainda que o fenômeno da evasão esteja presente em ambas as modalidades de ensino (COELHO, 2003). Desse modo, a designação de modalidade para a educação a distância leva à reflexão de se a intermediação das metodologias de ensino e aprendizagem denotaria dizer que o meio é que determina a relação pedagógica e que os recursos pedagógicos seriam responsáveis por ditar a ação do docente (LEMGRUBER, 2012).

Acrescenta-se que o EaD necessita ser tratado de forma diferente nas instituições escolares, não devendo ser ofertado como uma abordagem, uma flexibilização de acesso à universidade ou ainda como um ramo de negócios (GOMES, 2013). O autor complementa afirmando que os novos paradigmas não podem valer apenas para uma modalidade educacional; essa dicotomia é inadmissível e improdutiva. O EaD deve ser considerado como um método de educação, mais do que uma filosofia de ensino, que considera a tecnologia como fundamental, uma vez que possibilita interações com os professores sem o contato *face to face*, ficando a critério dos alunos a escolha do melhor horário e lugar para estudo.

Nesse cenário, entre as possibilidades da educação a distância, ela permite ao estudante adequar o curso ao tempo disponível, realizar o curso no ritmo e local que desejar e também desenvolve independência, proatividade e autodisciplina, permitindo, ainda, que o aluno se auto monitore e solicite ajuda quando necessário (VERGARA, 2007). Para a autora, o EaD necessita que o estudante tenha autonomia responsável.

Fala-se que a educação a distância possibilitou reduzir as desigualdades de oportunidades e maior democratização do ensino. Entretanto, como a tecnologia é essencial e faz a mediação entre professores e alunos, lugares mais isolados e sem acesso às novas tecnologias não se beneficiam da tal democratização da educação, dificultando a redução das desigualdades (PETRY; BORGES; DOMINGUES, 2014).

No entanto, o EaD agregou um item a mais na metodologia de ensino-aprendizagem ao adotar as tecnologias de informação e comunicação (MACHADO, 2014). Com a advento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), houve a recriação do papel da educação, possibilitando mais acesso à informação, trazendo novas estratégias de aquisição de saberes, cultura e formação, possibilitando a expansão do EaD, permitindo que um número cada vez maior de pessoas tenha acesso ao conhecimento (SARAIVA, 2015).

As tecnologias e equipamentos eletrônicos são muito importantes para a existência do EaD, uma vez que é por meio deles que ocorre a comunicação entre alunos e professores, geralmente em lugares geograficamente distantes (MOORE; KEARSLEY, 2011).

### **2.1.1 Comunicação mediada por computador**

O EaD tem como característica principal estabelecer comunicação entre professores e alunos, visto que não estão no mesmo espaço físico e necessitam de meios que possibilitem a interação entre eles. A *Internet* é a tecnologia mais utilizada quando se fala em ensino a distância, pois possibilita a interação, organização e acompanhamento do curso pelo professor e aluno (OEIRAS *et al.*, 2001). A *web* propiciou a interatividade necessária entre aluno e professor, dando maior autonomia para a gestão da aprendizagem e reduzindo distâncias (LANDIM, 1997).

O surgimento de novas tecnologias, fibra ótica, *Internet*, vídeos, teleconferências e a realização de comunicação via satélite possibilitou um grande avanço no ensino e aprendizagem virtual na maior parte do mundo desenvolvido (MELO; MELO; NUNES, 2009), e o EaD utiliza a tecnologia para o alcance dos seus objetivos, sendo um forte aliado na transformação do formato do ensino brasileiro (MENDES, 2011). Mas o ensino a distância não é somente uma

simples transmissão de materiais e conteúdos isoladamente e de forma unilateral, existe toda uma estrutura voltada para a formação do conhecimento intermediada pelas novas tecnologias da informação e da comunicação (NTIC), exigindo formas inovadoras de ensinar e aprender (VIEIRA, 2011).

A máquina passou a ser considerada um meio de comunicação a partir do momento em que foram desenvolvidas as redes de computadores para computação remota. A comunicação mediada por computador (CMC) acontece em função do seu potencial de manipular diversos tipos de informações em várias mídias diferentes, vídeo, áudio e texto (OEIRAS *et al.*, 2001)

O ensino e aprendizagem *on-line* estão promovendo mudanças radicais na educação, sendo facilitada pela comunicação mediada por computador. As tecnologias viabilizam o EaD e discussões sobre seus efeitos em relação à modalidade não são especulações sobre o futuro. As transformações estão rapidamente se tornando parte da prática educacional moderna nos mais diversos níveis. Os impactos das transformações podem ser tão grandes que as instituições educacionais atuais podem não resistir e é possível que algumas até encerrem suas atividades (GARRISON; ANDERSON; ARCHER, 2003).

### **2.1.2 Educação a distância no Brasil**

A história do ensino a distância no Brasil tem início por volta de 1900, com a publicação de anúncios nos jornais do Rio de Janeiro, em que se oferecia formação profissional por correspondência. Com a fundação da *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*, em 1923, foi possível a realização de projetos como o Mobral, vinculados ao Governo Federal com alcance nacional por meio do rádio. Posteriormente, entre os anos de 1960 e 1970 foi inserida a televisão no cenário da educação a distância, sendo multiplicada, em seguida, pela televisão fechada, tendo destaque nas TVs universitárias e canais como Futura e TV cultura (NUNES, 2009).

Na mesma linha de pensamento, Vilaça (2010) propõe a divisão do estudo em relação ao EaD em três categorias: as gerações, as formas e os recursos. A geração varia de primeira a quinta em função do tempo. A forma é caracterizada pelo meio no qual acontecem as interações e as comunicações entre instituição e aluno. Os recursos são definidos como material didático ou qualquer outro meio em que se possa transmitir o conteúdo para o aluno, podendo ser desde um material impresso, como na primeira geração, ou até mesmo redes sociais e ambientes virtuais de aprendizagem (AVA) que são utilizados atualmente. O Quadro 1 apresenta a divisão proposta pelo autor.

**Quadro 1 - Gerações da Educação a Distância**

<b>Geração</b>	<b>Forma</b>	<b>Recursos</b>
Primeira	Ensino por Correspondência	Materiais impressos, livros, apostilas.
Segunda	Transmissão por rádio e televisão	Rádio, vídeo, TV, fitas cassetes.
Terceira	Universidades abertas	Materiais impressos, TV, rádio, telefone, fitas cassete.
Quarta	Teleconferência	Teleconferência interativa com áudio.
Quinta	Internet/web	Internet, MP3, ambientes virtuais de aprendizagem (AVA), vídeos, animações, ambientes 3D, redes sociais, fóruns.

Fonte: Vilaça (2010, p. 95).

O ensino a distância no Brasil é caracterizado pelo Decreto n.º 9.057 de 19 de dezembro de 2005, que regulamenta o art. 80 da Lei n.º 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Segundo o Decreto n.º 9.057 do ano de 2017, considera-se educação a distância a modalidade educacional na qual a mediação didático-pedagógica nos processos de ensino e aprendizagem ocorra com a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação, com pessoal qualificado, com políticas de acesso, com acompanhamento e avaliação compatíveis, entre outros, e desenvolva atividades educativas por estudantes e profissionais da educação que estejam em lugares e tempos diversos.

O decreto prevê que a educação a distância poderá ser ofertada na educação básica, educação de jovens e adultos, educação especial, educação profissional (abrangendo os cursos e programas técnicos de nível médio e tecnológicos de nível superior) e na educação superior, nos cursos e programas sequenciais, de graduação, especialização, mestrado e doutorado.

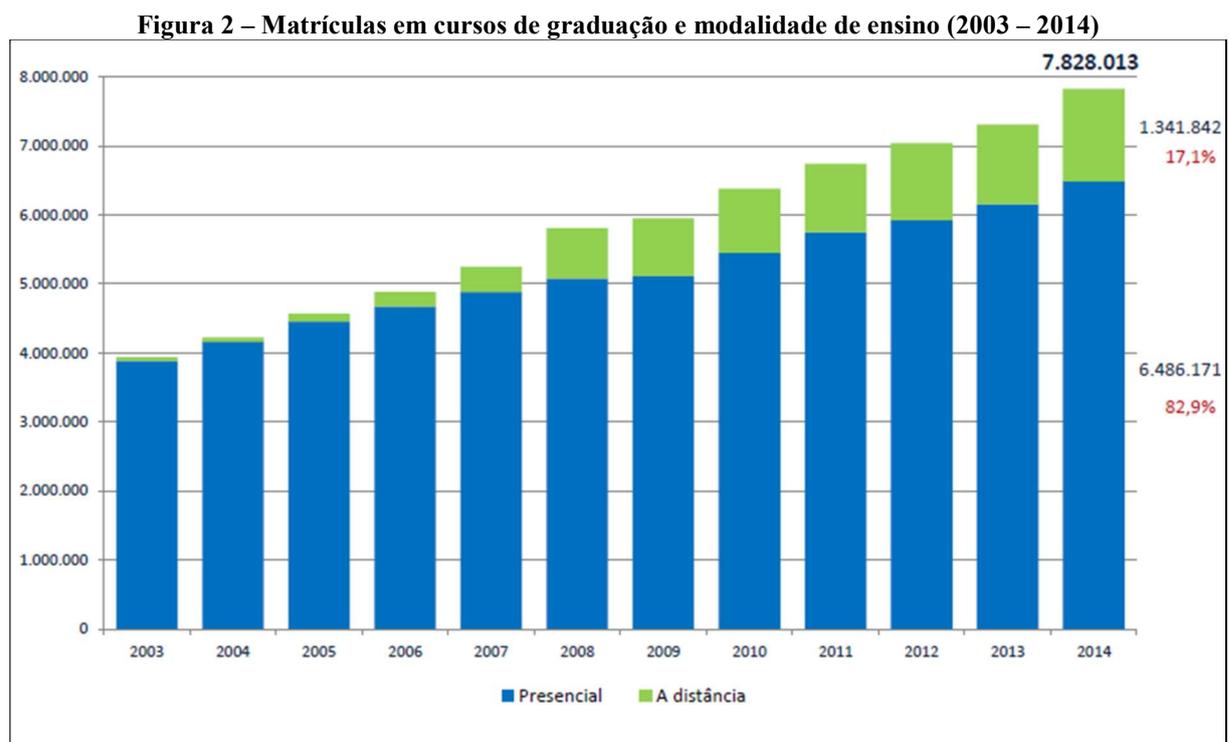
O Ministério da Educação, por meio do Projeto Universidade Aberta do Brasil (UAB), buscou ampliar e interiorizar a oferta de cursos e programas de educação superior, por meio da educação a distância. A prioridade do projeto é oferecer formação inicial a professores em efetivo exercício na educação básica pública, porém ainda sem graduação, além de formação continuada àqueles já graduados. Também pretende ofertar cursos a dirigentes, gestores e outros profissionais da educação básica da rede pública.

Outro objetivo do programa é reduzir as desigualdades na oferta de ensino superior e desenvolver um amplo sistema nacional de educação superior à distância, com polos de apoio para o desenvolvimento de atividades pedagógicas presenciais em que os alunos entram em contato com tutores e professores e têm acesso à biblioteca e a laboratórios de informática, biologia, química e física.

Uma das propostas da Universidade Aberta do Brasil é formar professores e outros profissionais de educação nas áreas da diversidade. O objetivo é a disseminação e o desenvolvimento de metodologias educacionais de inserção dos temas de áreas como educação de jovens e adultos, educação ambiental, educação patrimonial, educação para os direitos humanos, educação das relações étnico-raciais, de gênero e orientação sexual e temas da atualidade no cotidiano das práticas das redes de ensino pública e privada de educação básica no Brasil.

O Ministério da Educação (MEC) também é o responsável pela Escola Técnica Aberta do Brasil (e-Tec) Brasil, também chamada de Rede e-Tec Brasil, que foi lançado em 2007 com o objetivo de ofertar educação profissional e tecnológica a distância com o propósito de ampliar e democratizar o acesso a cursos técnicos de nível médio, públicos e gratuitos, em regime de colaboração entre União, Estados, Distrito Federal e Municípios. Os cursos são ministrados por instituições públicas, sendo o MEC responsável pela assistência financeira na elaboração dos cursos, cabendo aos estados, Distrito Federal e municípios, providenciar estrutura, equipamentos, recursos humanos, manutenção das atividades e demais itens necessários para a instituição dos cursos. A meta do projeto, lançado em 2007, era estruturar 1000 polos e atender 200 mil alunos até 2010.

A Figura 2 apresenta o quantitativo de alunos matriculados por modalidade de ensino em cursos de graduação no Brasil, entre 2003 e 2014.



Segundo dados do Censo da Educação Superior 2014, apresentados em 2015 pelo INEP, enquanto o número de matrículas em cursos de graduação presencial cresceu 5,4% entre 2003 e 2014, no mesmo período os cursos no ensino a distância cresceram 16,3%, chegando à marca de 1,34 milhões de alunos matriculados em 2014, o que representa 17,1% do total de matrículas da educação superior. Em média, no Brasil, há 2,5 alunos da rede privada para cada aluno matriculado na rede pública de ensino na modalidade presencial.

No cenário da educação superior no Brasil, as IES públicas possuem 28,1% de alunos matriculados na modalidade de ensino presencial, e no ensino a distância 10,4%, enquanto as instituições de ensino superior privadas possuem participação de 71,9% no total de alunos matriculados no ensino presencial, e na modalidade a distância este percentual é ainda maior, 89,6%. Outro dado interessante é o crescimento do número de ingressos no EaD: de 2013 para 2014, ocorreu um aumento de 41,2%, enquanto os cursos presenciais obtiveram aumento de somente 7% em relação às redes pública e privada de ensino superior (INEP, 2014).

De acordo com o Censo da Educação Superior, somente em 2014 houve 3,1 milhões de alunos que ingressaram na educação superior de graduação, sendo que desse total 82,3% foram em instituições privadas e 17,7% em instituições públicas. Em relação às modalidades de ensino, 2.383.110 alunos ingressaram na modalidade presencial, e no ensino a distância foram 727.738 ingressos, o que corresponde, respectivamente, a 76,6% e 23,4% do total de alunos.

A maioria das instituições privadas ainda não trabalha com o ensino a distância, mas visualizam a cada dia a redução do ensino presencial e o aumento expressivo do EaD. O Ministério de Educação precisa evoluir rapidamente e acabar com a separação das modalidades, apoiando que cada instituição adapte seu projeto aos diversos tipos de alunos, em que o mesmo projeto pedagógico de um curso possa ser oferecido com níveis de presencialidade diferentes para alunos com necessidades diferentes (MORAN, 2014).

Nos anos 90, Drucker (1997) fez uma previsão de que o alto custo dos grandes *campi* universitários os tornaria inviáveis, e que as universidades fisicamente estabelecidas não sobreviveriam nos próximos 30 anos. O autor citou ainda que era possível, por um custo bem menor em comparação com o presencial, ministrar aulas e realizar palestras via satélite.

Por outro lado, o ensino mediado por tecnologias inovadoras poderá cair no descrédito assim como aconteceu com o ensino a distância intermediado pela televisão e o rádio. Isso pode ocorrer devido aos baixos índices de eficácia das ações educacionais a distância. Entretanto, ainda há pouco estudo e esforço de pesquisadores para a produção de trabalhos relacionados ao tema (ABBAD; CARVALHO; ZERBINI, 2006).

Em relação aos desafios da educação a distância no Brasil, o ensino a distância está deixando de ser uma modalidade complementar de estudo e passando a ser referência dentro de uma conjuntura de mudança da educação, de modo geral. Para o autor, ela é uma alternativa importante na promoção de cursos de curta e longa duração para diversos níveis de ensino, educação formal, informal, continuada, profissional e corporativa (MORAN, 2012).

## 2.2 EVASÃO DE CLIENTES

Evasão é o afastamento do estudante da Instituição de ensino ou de um curso de forma definitiva ou temporária por qualquer outro motivo que não seja a sua diplomação (BIAZUS, 2004). A evasão é um dos maiores problemas do ensino brasileiro, tanto público quanto privado (LOBO, 2012). De acordo com a autora, a evasão representa uma perda social de tempo e recursos dispensados por todos ligados ao processo de ensino e que os alunos evadidos poderão ter maiores dificuldades em cumprir seu papel na sociedade e de realizar seus objetivos pessoais.

A evasão de um curso causa custos sociais e privados ao Brasil. Os custos sociais estão ligados ao fato de o trabalhador brasileiro continuar com pouca qualificação e, por outro lado, verifica-se a ineficiência na formação de pesquisadores e técnicos capacitados por parte das instituições que oferecem de forma gratuita vagas para capacitação que não obtêm índices satisfatórios de formação, haja vista que grande parte dos estudantes interrompe de forma definitiva seus estudos. A evasão é indesejável em todas as instituições públicas de ensino porque gera vagas ociosas e desperdício de dinheiro público (PEREIRA, 2003). Corroborando esse autor, Biazus (2004) assegura que não se trata somente de desperdício de dinheiro público da sociedade, mas também pode resultar em alunos despreparados para a cidadania. Nesse sentido, as instituições públicas de ensino devem buscar a melhoria no sistema ensino-aprendizagem objetivando a satisfação dos seus clientes, que são os alunos e a sociedade.

Segundo a Comissão Especial de Estudos sobre a Evasão nas Universidades Públicas Brasileiras, formada pela Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior no Brasil (ANDIFES), Associação Brasileira dos Reitores das Universidades Estaduais e Municipais (ABRUEM), Secretaria de Educação Superior (SESu) e MEC, em 1996, a evasão acontece de três formas: evasão do curso, da instituição e do sistema de ensino.

A evasão do curso acontece no momento em que o estudante se desliga do curso, sendo por abandono (quando deixa de se matricular), desistência oficial, transferência ou reopção (quando muda de curso), ou por exclusão (por norma institucional). Essa evasão acontece

quando o estudante muda de curso, mas continua na instituição (LOBO, 2012). A evasão da instituição ocorre quando o aluno se desliga da instituição de ensino. Esse tipo de evasão acontece quando o aluno sai de uma instituição e vai para outra (LOBO, 2012). Por fim, a evasão do sistema de ensino ocorre quando o aluno abandona o ensino superior de forma definitiva ou temporária. Isso ocorre quando o estudante se desliga dos estudos e não está vinculado a nenhuma instituição ou curso (LOBO, 2012).

Os índices de evasão são diretamente ligados ao crescimento da oferta de novos cursos e do número de novas instituições de ensino (LOPES, 2006). A evasão pode estar ligada ao nível de pressão que as IES sofrem, em função da necessidade de ampliação do número de alunos matriculados, tanto na rede pública quanto na rede privada de ensino. O aumento de matrículas acontece com o acréscimo de vagas, aumento do número de cursos ou diminuindo-se a evasão. A autora entende que evasão deveria ser tratada como política governamental, visando à qualidade acadêmica e aplicação responsável dos recursos públicos e privados (LOBO, 2012).

Atualmente, é possível identificar altos índices de evasão no ensino a distância no Brasil e no mundo. Na Ásia, mais da metade dos estudantes não concluem seus cursos na modalidade a distância; e na Europa, a taxa de evasão gira em torno de 50% (ABBAD; CARVALHO; ZERBINI, 2006). Os avanços tecnológicos difundidos pelo ensino a distância não foram suficientes para impedir a ocorrência da evasão (SALES, 2009).

O Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) realizou um estudo e publicou em 2005 um documento intitulado de *The State of the World's Children*, que identificou que 121 milhões de crianças estão fora da escola em todo o mundo, sendo os maiores índices identificados em países subdesenvolvidos. (UNICEF, 2005).

Os fatores que motivam a evasão podem ser divididos em internos e externos à instituição. Os internos são caracterizados principalmente pela infraestrutura precária, problemas didático-pedagógicos, metodologia de avaliação e acervo antigo ou desatualizado. Já os fatores externos à instituição, ou ligados ao aluno, são apontados como sendo os problemas financeiros, admissão de aluno em curso que não foi sua primeira opção, base de ensino deficitária e escolha incorreta do curso (PEREIRA, 2003).

As principais causas relatadas na literatura para a evasão no EaD são: a) falta de tempo; b) crenças que os cursos a distância requerem menos empenho; c) ausência de interatividade e demora do tutor em responder aos questionamentos, e; d) rotatividade dos tutores e ambientes de aprendizagem incompatíveis com a proposta (MAURÍCIO, 2015).

Entre as principais dificuldades para a permanência no curso, os resultados foram assim distribuídos: 1) falta de tempo para estudo (35,4%), 2) trabalho (20,3%), 3) nenhuma dificuldade (19,8%), 4) contato com monitores, tutores e professores (16,0%), 5) o curso não correspondeu às expectativas (14,9%), 6) razões relacionadas às tecnologias do curso (11,7%), 7) não gostou da modalidade de educação a distância (9,0%), 8) pessoais (7,9%), 9) achou o curso/conteúdo difícil (6,8%), 10) financeiros (6,1%), 11) familiares (5,2%), 12) achou o curso/conteúdo fácil (3,8%), 13) precisou mudar de cidade (2,0%) e precisou mudar de emprego (1,1%) (ARAÚJO; OLIVEIRA; MARCHISOTTI, 2016).

A evasão é conceituada como abandono ou desistência do curso (FAVERO, 2006; PALLOF; PRATT, 2004). A falta de motivação dos estudantes em relação ao curso está entre os principais fatores que levam à evasão na modalidade de ensino a distância. Para minimizar esse problema, deve-se implementar estratégias institucionais para a manutenção da motivação dos alunos no decorrer do curso (CURLISS, 2004).

Fatores como a falta de tempo para se dedicar aos estudos aparecem relacionados aos altos índices de evasão nos cursos da educação a distância. Os compromissos familiares e a dificuldade de conciliar estudo e trabalho são relatados com maior frequência pelos estudantes como sendo motivadores de evasão (YUKSELTURK; INAN, 2006).

O item falta de tempo não é um fator específico dos cursos EaD, haja vista que também pode causar evasão de alunos em cursos na modalidade presencial (TRESMAN, 2002). A autora entrevistou meio milhão de potenciais alunos de cursos a distância e identificou que dificuldades relacionadas ao tempo também acontecem na *Open University* na Inglaterra. Corroborando essa autora, Maurício (2015) afirma que o fator falta de tempo pode significar, na verdade, uma desorganização nas tarefas cotidianas por parte do aluno.

As taxas de evasão crescem continuamente e estão provocando perdas às instituições, que vão desde a ociosidade dos colaboradores até o fechamento dos cursos na modalidade EaD. A situação se agrava pelo fato de as instituições não possuírem estratégias de prevenção e combate à evasão de estudantes dessa modalidade (BITTENCOURT, 2013).

Os índices de evasão apresentados por instituições de ensino a distância podem não representar a realidade, visto que não levam em conta o real motivo pelo qual os estudantes à distância podem trocar ou abandonar a instituição. A maior parte dos alunos abandonam os cursos nas primeiras semanas ou nos primeiros módulos. Apesar disso, nota-se que o índice médio de graduações em EaD é relativamente menor se comparado com a educação presencial. Por fim, destaca-se a importância de se identificar os motivos que levam o aluno a evadir do

curso de acordo com a sua complexidade, motivação para agir e das diferentes estratégias de custo-benefício (SIMPSON; WOODLEY, 2015).

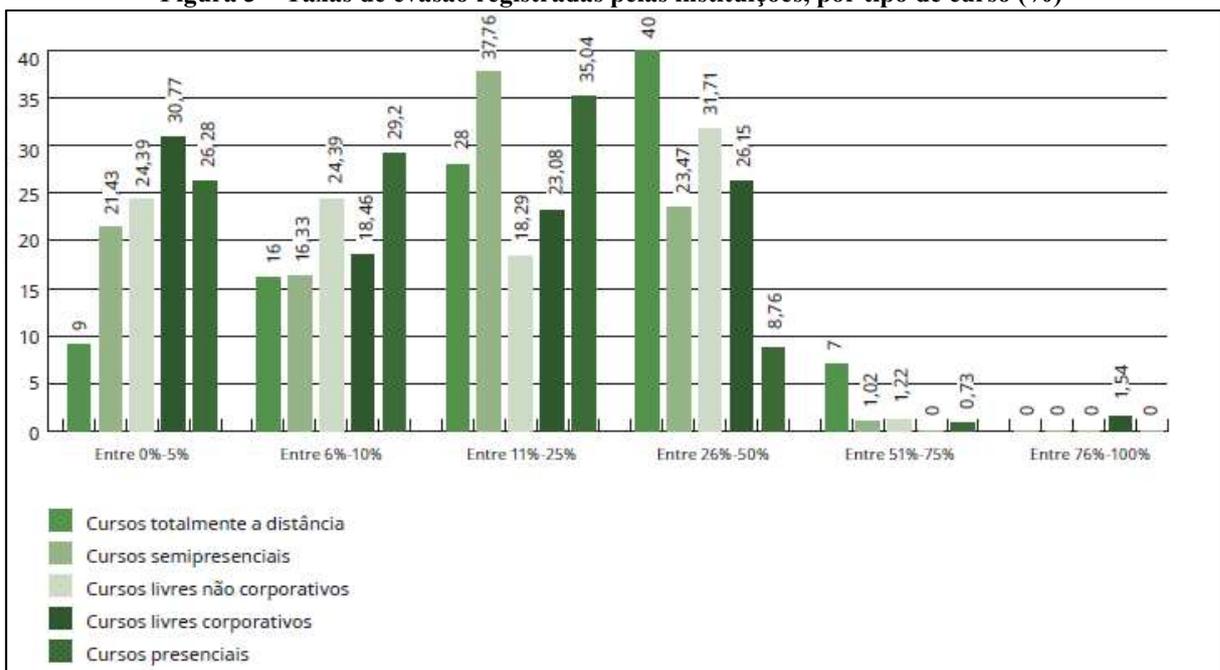
### 2.2.1 Evasão na educação a distância no Brasil

A evasão ou *dropout* é causada por fatores internos e externos aos cursos, devendo ser considerada pelas instituições de ensino a distância como sendo a principal fonte de preocupação ou dificuldade a ser enfrentada. Resultados de pesquisas apontam a quantidade de módulos como fator preponderante da evasão, e geralmente a saída do aluno acontece entre o primeiro ou segundo módulo (XENOS; PIERRAKEAS; PINTELAS, 2002).

A ABED conceitua que a evasão é um dos temas que requer maior cuidado e preocupação por parte de quem está envolvido no ensino a distância. Compreender seus motivos ou fatores determinantes é considerado um dos maiores desafios a serem superados nos cursos a distância.

O estudo da ABED busca identificar as taxas de evasão nos cursos EaD totalmente a distância, semipresenciais, livres não corporativos, livres corporativos e, por fim, os presenciais. A Figura 3 apresenta as taxas de evasão por tipo de curso, segundo dados do Censo EaD.BR 2015.

Figura 3 – Taxas de evasão registradas pelas instituições, por tipo de curso (%)

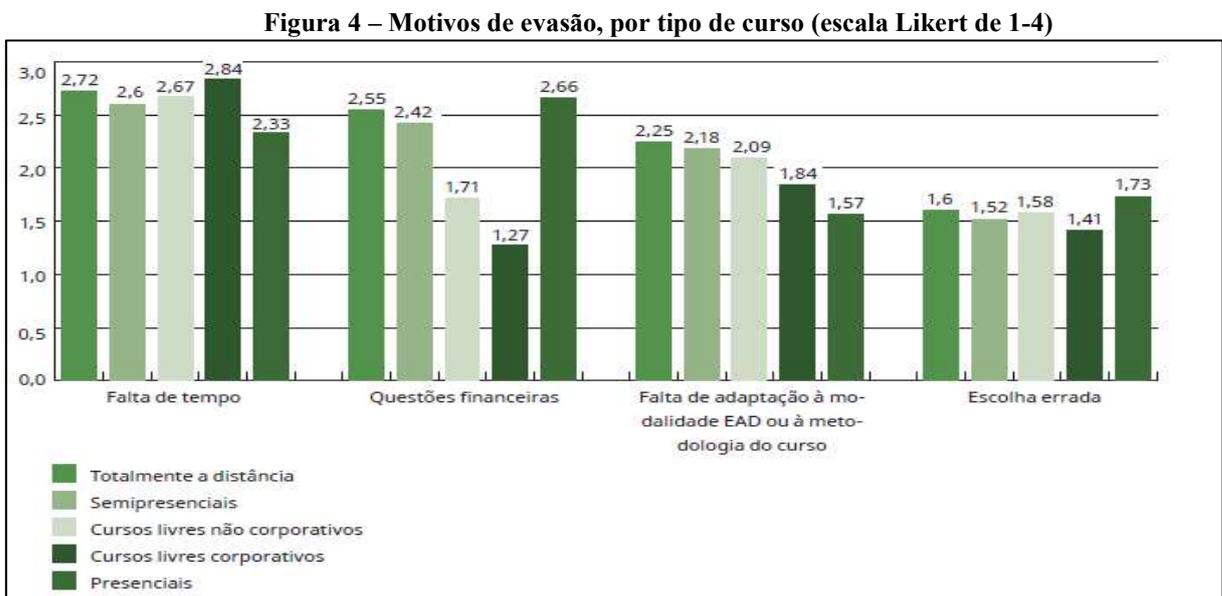


Fonte: Censo EaD.BR 2015 (ABED, 2015, p. 47)

Sendo a evasão um dos temas mais relevantes e preocupantes em relação ao ensino a distância, a ABED realiza anualmente o Censo EaD com intuito de identificar o percentual e os fatores ou motivadores da evasão. O Censo EaD 2014 publicado em 2015 demonstrou que na maioria das instituições pesquisadas a taxa de evasão era de até 25% nas diferentes modalidades de ensino a distância. Em 2015, é possível observar que os índices de evasão variam entre 26 e 50%, dos quais 40% ocorrem em instituições que ofertam cursos regulamentados totalmente a distância, sendo possível identificar índices entre 51 e 75% em uma pequena parte das instituições (ABED, 2014).

Para entender melhor o público do ensino a distância e identificar se há relação com as taxas de evasão, a ABED realizou o Censo EaD.BR 2015 publicado em 2016, buscando levantar dados referentes ao perfil dos alunos que frequentam cursos a distância. Em relação ao gênero, os dados revelam que os cursos EaD são preferencialmente frequentados pelo público feminino, representando 56% do total de alunos matriculados. A faixa etária entre 31 e 40 anos foi a que teve maior concentração de alunos no EaD, revelando a tendência de que alunos mais velhos procuram mais o ensino a distância em comparação com o presencial, que concentra seu público na faixa de 21 a 30 anos (63,23%) (ABED, 2015).

O estudo da ABED realizado em 2015 apresentou um alto índice de evasão no ensino a distância, sendo o fator falta de tempo considerado o mais influente, seguido de questões financeiras, falta de adaptação à modalidade e, em menor grau de influência, a visão de que a escolha pelo curso foi equivocada. A Figura 4 sintetiza os motivadores de evasão em cursos a distância no Brasil, segundo dados do Censo EaD.BR 2015.



Os cursos a distância possibilitam maior flexibilidade por serem realizados nos mais diversos locais, horários e situações. Entretanto, essa flexibilização pode trazer benefícios e dificuldades, haja vista que o aluno terá que se desdobrar entre os estudos, profissão, atividades sociais e família (ABBAD; CARVALHO; ZERBINI, 2006). O perfil dos alunos EaD é composto, no geral, por adultos que estão empregados e com tempo reduzido para se dedicar aos estudos (SHIN; KIM, 1999; XENOS; PIERRAKEAS; PINTELAS, 2002)

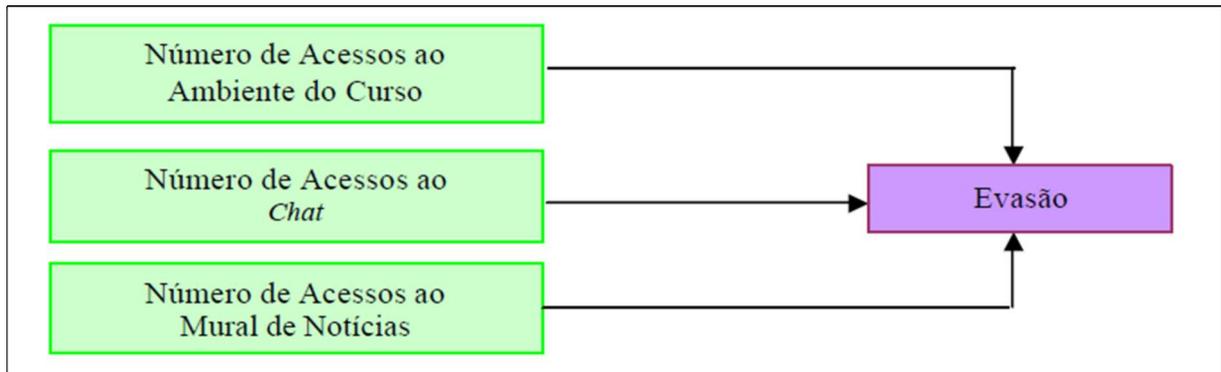
O alto índice de evasão nas instituições EaD está ligado a diversos fatores internos ou externos ao curso. Um estudo empírico identificou um índice de 28,4% de evasão, sendo 20,5% de estudantes que iniciaram o curso, mas não concluíram; e 7,9% de estudantes que se matricularam, mas não iniciaram o curso, tendo como amostra alunos de um curso de graduação em informática (XENOS; PIERRAKEAS; PINTELAS, 2002).

O Censo EaD 2015 contabilizou um aumento de aproximadamente 30,5% no número de alunos matriculados, passando de 3.868.706, em 2014, para 5.048.912, em 2015, distribuídos entre os cursos totalmente a distância, semipresenciais, cursos livres corporativos e não corporativos, demonstrando a crescente demanda em relação aos cursos de ensino a distância (ABED, 2015)

Após esse levantamento, salienta-se que planejamento e suporte social ao estudo, dificuldade de adaptação do estudante ao EaD e condições de estudo podem ser citados como influenciadores da evasão no ensino a distância. As instituições de ensino precisam, então, promover ações que visem reduzir os altos índices de evasão no EaD (ALMEIDA, 2007).

Abbad, Carvalho e Zerbini (2006) realizaram uma pesquisa em um curso de elaboração de plano de negócios a distância, via *Internet*, visando identificar as variáveis explicativas de evasão. Para tanto, propuseram as variáveis: características demográficas da clientela e o uso de recursos eletrônicos do curso para explicar os fenômenos da evasão no ensino a distância. Os resultados da pesquisa apontaram 44,7% de evasão em relação ao número total de inscritos que não chegaram a concluir o curso. Com os resultados da pesquisa, as autoras desenvolveram um modelo empírico visando explicar a evasão do curso, elaborado com base em análises estatísticas e representado na Figura 5.

Figura 5 – Modelo empírico de explicação e Evasão.



Fonte: Adaptado de Abbad, Carvalho e Zerbini (2006)

As autoras identificaram que os alunos que pouco acessaram o ambiente, os *chats* e o mural de notícias do curso foram os que tiveram maior tendência a abandonar o curso, sugerindo que os evadidos no decorrer do curso possivelmente não tinham domínio ou facilidade de uso das soluções das novas tecnologias de informação e comunicação, ou não se interessaram em utilizá-las (ABBAD; CARVALHO; ZERBINI, 2006).

Estudo realizado em 50 IES Brasileiras identificou uma ligação entre a taxa de evasão, a tecnologia utilizada para realização dos cursos, o método de ensino, o ambiente virtual de aprendizagem e o desenho do curso. Agrupando todas as variáveis, elas ajudam a explicar o índice de 34% de evasão registrado nos cursos pesquisados (MAIA; MEIRELES, 2005).

A evasão no ensino presencial é análoga ao ensino a distância, sendo caracterizado pelo afastamento do aluno da instituição ou do curso em que está matriculado (COMARELLA, 2009). A evasão é uma dificuldade encontrada em todas ou em quase todas as instituições que ofertam cursos na modalidade a distância (FAVERO, 2006).

Coelho (2003) pesquisou os motivadores de evasão e os fatores determinantes para a permanência de inscritos no curso de formação continuada oferecido para 55 professores de uma Instituição Pública Federal. A autora identificou que a taxa de evasão do curso foi de 50%, aproximadamente, e que os fatores ligados à evasão estavam relacionados à falta de tempo, falta de atendimento das expectativas pessoais, falta de condições de estudo em casa e no local de trabalho, problemas com tecnologia e falta de organização pessoal.

A evasão no ensino a distância pode ser considerada de várias formas: *dropout*, ou afastamento definitivo, quando o aluno se afasta de forma definitiva do curso ou da instituição de ensino; *stopout*, ou trancamento, em que o aluno se afasta temporariamente do curso; *Attainer*, ocorre quando o aluno se afasta do curso antes da conclusão, mas leva consigo o conhecimento ou por entender que alcançou seus objetivos pessoais; *non-starter*, quando o

aluno se matricula, mas não inicia o curso. Para reduzir as taxas de evasão é fundamental identificar suas causas para melhor tratá-las (COMARELLA, 2009).

Os estudantes têm uma falsa impressão de maior facilidade no curso a distância em relação ao presencial, o que não é verdade. O EaD exige maior disciplina e rotinas de estudos até maiores que as do ensino presencial, devido ao grande volume de materiais para leitura, atividades em grupo, resolução de exercícios e participação efetiva nas aulas, sendo um dos principais motivadores de evasão no ensino a distância (PALOFF; PRATT, 2002)

O curso 100% a distância influencia no alto índice de evasão, fato justificado pelo desestímulo por parte do aluno por entender que não faz parte de uma turma. Os autores afirmam que isso ocorre por questões culturais ligadas ao ensino presencial, em que o aluno tem contato pessoal com o professor e se sente parte de um grupo, fato que contribui positivamente para o aluno não abandonar o curso (MAIA; MEIRELES, 2005).

Estudo realizado sobre evasão no curso técnico subsequente em Química, ofertado pelo Instituto Federal Goiás, campus Anápolis, apresentou uma taxa de evasão bruta em relação ao curso de mais de 48%, sendo aqui destacados os fatores que mais causam evasão: a) número de aulas presenciais; b) demanda de tempo no AVA; c) excesso de atividades didáticas; d) oportunidade de trabalho incompatível com o horário de aula; e) dificuldade de deslocamento ou de transporte para a frequência às aulas; f) dificuldade de acesso ao campus; g) falta de tempo para dedicar aos estudos; h) descoberta de novos interesses; i) incompatibilidade entre a vida acadêmica, e; j) exigências do trabalho (MELLO, 2016).

### 2.3 MARKETING DE RELACIONAMENTO

O Marketing de Relacionamento é um campo de estudo essencial diante do cenário competitivo das empresas contemporâneas. As organizações que adotam essa filosofia buscam a geração de valor, construção e manutenção de relacionamentos duradouros e lucrativos com seus clientes (COELHO; REINALDO, 2014). Desde a década de 1960, a literatura já alertava para a importância do relacionamento com clientes (GRÖNROOS, 1994). Um dos principais objetivos do MR é a aproximação e o estreitamento das relações entre empresas e seus clientes, a dizer, é o estabelecimento de vínculos que vão além da esfera comercial (COBRA, 2004).

Entretanto, a temática não é nova para a academia, haja vista que a primeira publicação de cunho científico foi feita por Berry (1983), quando tentou relacionar o MR com a atração, a manutenção e a valorização das relações das empresas e seus clientes (FARIA *et al.*, 2014).

Ngai (2005) propôs a continuidade e o desenvolvimento do estudo, questionando o baixo índice de trabalhos ligados ao assunto. Seus conceitos foram aprofundados pelos estudos de Ngai, Xiu e Chayu (2009), que contribuíram para o amadurecimento no campo de pesquisa científica em relação ao Marketing de Relacionamento.

Procurando atualizar o conceito e demonstrar o processo de transformação do MR, Peppers e Rogers (2001) defendem que sejam criadas fortes conexões com clientes, objetivando o crescimento da fidelização e, conseqüentemente, do lucro, alterando o foco dos negócios mundiais, saindo do velho conceito de venda para os mercados e passando para as negociações com clientes, ou seja, buscar o aumento da participação dos clientes no lugar que antes seria ocupado pelo mercado. Nesse sentido, buscando interligar as teorias do MR e o envolvimento da parte interessada, Payne (2006) assegura que as pessoas, os processos e as operações devem estar conexas para que o marketing possa nortear os negócios. Dessa maneira, é possível construir relações duradouras, podendo ofertar e agregar valor com customizações, estando mais próximo e conhecendo mais seus clientes.

O MR enfatiza dois aspectos importantes, o primeiro mostra que para melhorar o relacionamento com clientes é necessário gerenciá-lo como parte interessada ou afetado pela organização, que são os *stakeholders*; o segundo está relacionado à utilização de instrumentos e artifícios do marketing, tais como, o plano de marketing, que pode ser usado para gerir relacionamento com outros que não sejam clientes (PAYNE, 2006). Portanto, o MR é fundamental para as organizações (MARTINS; KNISS; ROCHA, 2015). Esses autores identificaram que a maioria das organizações emprega ferramentas de gestão do relacionamento com o cliente, sendo a mais utilizada o CRM.

No intuito de apresentar as etapas de criação, manutenção e evolução das relações com clientes, Vavra (1993) considera que o início de um relacionamento com o cliente se dá no momento da compra. Entretanto, frisa o autor, que, para se garantir a manutenção do relacionamento a longo prazo, a relação posterior à venda deve ser vista no mesmo patamar de importância em relação à venda inicial. Em seguida, o autor defende a alteração de pensamento em relação à compra, passando de uma simples aquisição para o início de um relacionamento e o começo de um vínculo entre cliente e empresa. Essa mudança de concepções retrata uma mudança de posturas, de modo que o que antes era chamado de marketing transacional passou a ser classificado como relacionamento com clientes.

Dessa forma, para que uma organização obtenha sucesso, é necessária a manutenção do relacionamento. Uma relação duradoura com os clientes propicia o aumento no volume de compras, posto que os clientes fidelizados gastam menos tempo para comprar em virtude de já

conhecerem a empresa, seus produtos e serviços. Além disso, preocupam-se menos com os preços no momento de novas compras e são os principais responsáveis pela indicação da empresa a novos clientes (REICHELLED, 1996).

Na mesma linha de raciocínio, manter clientes custa dez vezes menos do que conquistar novos clientes (DEMO; PONTE, 2008). Assim, quando o MR está maduro estrategicamente, ele influencia não somente a pré-venda ou pós-venda, mas todo o ciclo do produto (HUANG; XIONG, 2010). Dessa maneira, constata-se que as empresas buscam um relacionamento a longo prazo com seus clientes por meio de um processo de trocas de benefícios. Para tanto, elas devem visar a identificação, a construção, a manutenção e o aprimoramento dos relacionamentos individualizados, mediante um esforço conjunto constituído pelo Marketing de Relacionamento (BERRY, 2002; PARVATIYAR; SHETH, 2000).

Paralelamente, acrescenta-se que a manutenção da competitividade está relacionada com a gestão e com a manutenção direta das interações entre empresas e seus clientes. Empresas que aumentam sua percepção sobre a importância de se aproximar de seus clientes utilizam como estratégia principal de negócios o MR (MISHRA; MISHRA, 2009).

Por outro lado, as empresas passam a ter um diferencial competitivo no mercado quando apostam na aproximação da relação com seus clientes, ocasionam a satisfação e a fidelização desses (DEMO, 2014). Nesse sentido, o MR é considerado estratégico quando se fala em comprar e fidelizar, buscando objetivamente agregar valor na relação entre empresas e clientes (DORNELAS; XAVIER, 2003).

A alta administração, quando está alinhada com a gestão de MR, é considerada o agente principal para se alcançar os resultados esperados pela organização. Isso significa dizer que quando o nível estratégico da organização se envolve no relacionamento com seus clientes, os níveis táticos e operacionais acompanham tal atitude (MARTINS; KNISS; ROCHA, 2015). Desta forma, os administradores devem estar atentos, pois para que haja o desenvolvimento de novos produtos, estes devem ter uma correlação positiva entre a alta performance e a relação com o cliente.

Neste contexto, o MR também está presente nas IES sob a temática de globalização e competitividade (COBRA; BRAGA, 2004). Segundo os autores, há um despreparo das instituições de ensino quanto ao uso de estratégias de marketing, uma vez que elas têm focado somente na captação de alunos, esquecendo-se de priorizar o relacionamento a longo prazo com seus estudantes.

O MR se apresenta como uma filosofia voltada à realidade das IES, pois visa o relacionamento e a lealdade do cliente por meio da identificação das suas necessidades,

objetivando o desenvolvimento, manutenção e atualização de serviços customizados (PEPPERS; ROGERS, 1994). Da mesma forma, o MR é considerado compatível com a natureza das IES porque promove o envolvimento dos alunos e busca construir uma imagem de comprometimento com os discentes (OPLATKA; HEMSLEY-BROWN, 2004).

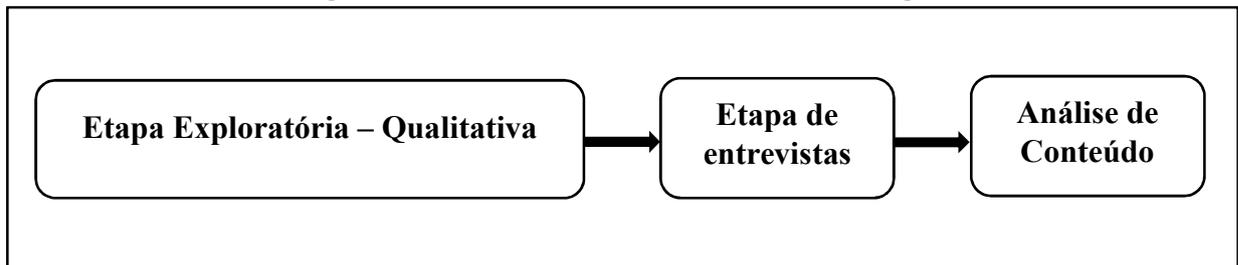
Da mesma forma, o MR auxilia as instituições de ensino que carecem de orientação no sentido de entregar satisfação aos seus alunos, de cuidar da imagem da instituição e da qualidade dos serviços prestados, visando à lealdade dos alunos (SILVA; MARQUES, 2014). Esses autores identificaram que o comprometimento com outras atividades garante uma influência negativa em relação à lealdade do cliente-aluno, uma vez que ao se comprometerem com outras atividades eles terão menor comprometimento com o curso. Os autores sugerem que os gestores educacionais promovam ações que visem equilibrar o comprometimento do aluno com a instituição, de maneira que o estudante não tenha que escolher entre o curso e outras atividades do seu interesse.

Nesse cenário, as instituições de ensino que ofertam cursos EaD devem utilizar o MR para auxiliá-las na busca de um relacionamento mais próximo com o cliente-aluno, criando canais de comunicação, maior interação entre professores, tutores, alunos e instituição, e atendimento de suas necessidades, objetivando a manutenção do relacionamento e, por consequência, reduzindo as taxas de evasão da instituição.

### 3 METODOLOGIA

Nesta seção estão apresentados os procedimentos metodológicos que nortearam a realização desta pesquisa. Para tanto, o processo foi dividido em 03 etapas, sendo a primeira a pesquisa exploratória-qualitativa via entrevistas em profundidade e, por fim, tem-se a análise de conteúdo. A Figura 6 representa o fluxo de trabalho metodológico realizado.

**Figura 6 – Modelo Geral do Procedimento Metodológico**



Fonte: Elaborado pelo autor

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Esta pesquisa objetivou identificar os atributos que levam os alunos à evasão no ensino a distância do IF Goiano.

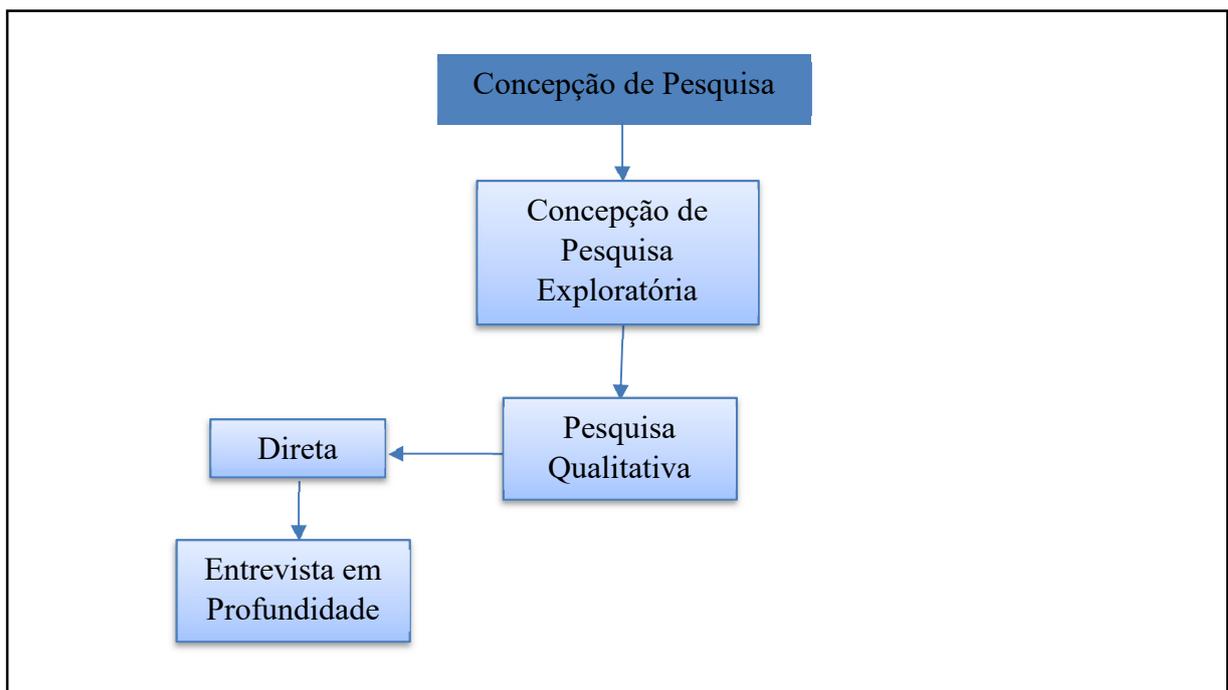
De acordo com o modelo geral do procedimento metodológico, a pesquisa teve a concepção exploratória, do tipo qualitativa, tendo sido realizadas entrevistas em profundidade com os alunos evadidos do Curso Técnico em Administração, subsequente ao ensino médio, ofertado pelo EaD do IF Goiano mediante um roteiro. As análises foram realizadas por meio da análise de conteúdo.

#### 3.2 PESQUISA EXPLORATÓRIA

Quanto à classificação de uma pesquisa de marketing, propõem-se duas concepções: a de pesquisa exploratória e a de pesquisa conclusiva. A pesquisa exploratória é caracterizada por explorar um problema ou uma situação na busca de informações para propiciar maior compreensão sobre seu objeto de estudo. Por sua vez, a pesquisa conclusiva é mais formal e melhor estruturada que a exploratória, porque trabalha com amostras grandes e representativas, sendo realizada uma análise quantitativa dos dados encontrados (MALHOTRA, 2012). Neste estudo, utilizou-se a concepção de pesquisa exploratória, representada por meio da Figura 7.

A pesquisa exploratória é aquela que ajuda o pesquisador a explorar o problema e a oferecer maior informação e maior compreensão, sendo as informações amplas e o método de pesquisa utilizado flexível e não estruturado (MALHOTRA, 2012). Essa classificação do tipo exploratório traduz o objetivo de buscar maiores informações sobre o assunto, tendo em vista o pouco conhecimento acumulado e sistematizado em relação ao tema proposto (VERGARA, 2004).

**Figura 7 – Classificação de concepções de pesquisa de marketing**



Fonte: Adaptado de Malhotra (2012)

Desse modo, para se alcançar os objetivos propostos nesta pesquisa, utilizou-se a concepção de pesquisa exploratória do tipo qualitativa, direta e com a realização de entrevistas em profundidade.

### 3.2.1 Pesquisa Qualitativa

A metodologia de pesquisas qualitativas, em linhas gerais, suscita a definição de um problema e o desenvolvimento de uma abordagem, sendo utilizada com frequência para gerar hipóteses por meio de indicadores e concepção de um modelo teórico com proposições, visando à identificação de variáveis a serem incluídas na pesquisa. A pesquisa qualitativa é caracterizada como sendo um modelo não estruturado e exploratório, com amostra reduzida, o que promove a percepção e a compreensão do contexto do problema pesquisado (MALHOTRA, 2012).

O uso da abordagem qualitativa propicia o aprofundamento da investigação das questões relacionadas ao fenômeno em estudo e das suas relações, mediante a máxima valorização do contato direto com a situação estudada, buscando-se o que era comum, mas permanecendo, entretanto, em aberto para perceber a individualidade e os significados múltiplos (GIL, 2008).

A abordagem de cunho qualitativo trabalha os dados buscando seu significado, tendo como base a percepção do fenômeno dentro do seu contexto. (TRIVIÑOS, 1987). A pesquisa qualitativa constitui-se como uma pesquisa essencialmente descritiva, em que se estabelece uma relação entre o sujeito e o mundo que o circunda (MORESI, 2003). A coleta dos dados acontece de forma direta pelo pesquisador no ambiente natural, tendo como enfoque o processo e seu significado de modo que as análises tendem a ser muito mais indutivas.

### 3.3 COLETA DE DADOS

A etapa de coleta de dados é definida como a fase da pesquisa em que são elaborados e aplicados os instrumentos e as técnicas de coleta de dados (LAKATOS; MARCONI, 2001). Essa etapa relaciona-se com a forma de obtenção para responder às questões pertinentes à investigação (VERGARA, 2004). A coleta de dados acontece após a delimitação do tema, a revisão, a definição dos projetos, o problema e as hipóteses após a escolha das variáveis a serem estudadas (CERVO; BERVIAN, 2002).

Este estudo trabalhou com dados coletados por meio de entrevistas em profundidade com alunos evadidos do Curso Técnico em Administração, subsequente ao ensino médio, ofertado pelo EaD do IF Goiano. A população ou universo configura-se como sendo a totalidade de elementos distintos que possui paridade nas características definidas para um determinado estudo, ou seja, é a totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características definidas para um determinado estudo (BEUREN, 2006). De acordo com essa definição, a população referente ao estudo foi constituída pelos alunos evadidos do Curso Técnico em Administração, subsequente ao ensino médio, ofertado pelo EaD do IF Goiano no ano 2016.

A amostra foi composta por uma fatia do universo ou população de pesquisa, escolhida por meio de um critério representativo (VERGARA, 2004). A amostra da pesquisa foi definida tendo como base o estudo de Rossi e Slongo (1998), em que recomendam uma amostra entre 15 a 20 participantes em estudos que utilizarem a técnica de entrevista em profundidade para gerar indicadores. Os autores alertam que esse número pode não servir sempre e para qualquer caso, entretanto, suas experiências com pesquisas desse tipo lhes permitem concluir que entre esses quantitativos está um número razoável de entrevistas. Assim, a pesquisa teve como

amostra 20 alunos evadidos do Curso Técnico em Administração, subsequente ao ensino médio, que foram entrevistados por meio de um roteiro com o objetivo de identificar os fatores e os motivadores que os levaram a evadir do curso EaD.

As entrevistas tiveram início com explicações acerca do objetivo da pesquisa e sua relevância, assegurando a confidencialidade das informações por meio de um Termo de Confidencialidade (Apêndice A) que foi assinado pelo participante. As entrevistas foram gravadas para garantir a legitimidade das informações e foram transcritas, tendo sido solicitado ao participante sua autorização para efetuar a gravação. A coleta de dados contou com a utilização de um roteiro previamente estabelecido (Apêndice B), que buscou extrair o máximo de informações sobre o objeto da pesquisa e as experiências dos entrevistados.

### **3.3.1 Entrevistas em profundidade**

As entrevistas em profundidade compõem o modelo geral do procedimento metodológico e ocorreram na terceira etapa do processo de realização da pesquisa. As entrevistas em profundidade são utilizadas para a coleta de dados qualitativos, de forma não estruturada e pessoal, buscando obter motivações, crenças, atitudes e sentimentos sobre o tema, sendo realizadas de forma direta entre um entrevistador e um respondente (MALHOTRA, 2012).

Segundo o autor, essas podem ser de forma direta, individualizada, com tempo de duração que pode variar de 30 minutos a mais de uma hora e o esquema predeterminado do entrevistador, visando identificar a percepção do entrevistado sobre um determinado tópico. A entrevista em profundidade é uma das principais técnicas de coleta de dados (ROESCH, 2005).

As entrevistas podem ser classificadas em três tipos principais: entrevistas estruturadas ou padronizadas, não estruturadas ou despadronizadas, semiestruturadas ou semipadronizadas (LAVILLE; DIONNE, 1999). O tipo mais usual de entrevista é a semiestruturada em que o entrevistador lança mão de um roteiro previamente organizado e que pode ser ampliado à medida que a entrevista acontece, sendo esse o modelo aplicado neste estudo.

O roteiro de entrevista foi baseado na pesquisa de Ambiel (2015), que realizou um estudo com o objetivo de construir uma escala de motivos para evasão do ensino superior. O estudo baseou-se em artigos brasileiros e na vivência de alunos do ensino superior ativos e evadidos. A pesquisa foi respondida por 327 estudantes e avaliadas por 03 juízes doutorandos com experiência em pesquisas no ensino superior. Como resultado, o autor identificou 7 itens

principais com alfas entre 0,79 e 0,93, que foram extraídos tendo por base 66 itens restantes de um total inicial de 81 itens.

A pesquisa do autor possibilitou identificar 7 motivos como sendo os principais motivadores de evasão, a saber: a) motivos institucionais para evasão; b) motivos pessoais; c) motivos relacionados à falta de suporte; d) motivos relacionados à carreira; e) motivos relacionados ao desempenho acadêmico; f) motivos interpessoais; g) motivos relacionados à autonomia (AMBIEL, 2015). Entretanto, neste estudo foram utilizados os 5 primeiros motivos da escala de evasão do ensino superior do autor. O sexto motivo, denominado pelo autor como motivos interpessoais, e o sétimo, que são os motivos relacionados à autonomia, não foram utilizados por não estarem alinhados com o escopo do estudo.

Ambiel (2015) realizou um estudo quantitativo visando à construção da escala de motivos para evasão do ensino superior. Para tanto, o autor realizou ajustes nos itens conforme os pressupostos da Teoria de Resposta ao Item (TRI), no modelo de um parâmetro, o modelo de Rasch, ou seja, o modelo de resposta graduada com a utilização do *software Winsteps*. Para melhor entender o modelo de Rasch, segue uma breve explicação.

### 3.3.1.1 Teoria de Resposta ao Item e Modelo de Rasch

A origem da TRI foi elaborada por volta de 1930, sendo constituída dentro das teorias da modelagem latente, porém, sua comprovação se deu nos anos de 1960, sendo responsável pela maior parte da psicometria nos anos 1980 (PASQUALI, 2003). De acordo com o autor, tais teorias afirmam que o comportamento humano decorre de métodos improváveis chamados ‘traços latentes’. Para tanto, Oliveira (2012) conceitua que a Teoria da Resposta ao Item é uma metodologia que sugere formas de representar a ligação entre a probabilidade de um indivíduo responder corretamente a um item e seus traços latentes. Para a autora, as vantagens da TRI são: a) independência da amostra e do escore total; b) seu foco de análise é o item; c) o nível de traço latente é relacionado com as respostas dos sujeitos; e d) é uma forma de atribuir características psicométricas a um teste.

O modelo de Rasch foi assim designado em homenagem ao seu criador, o matemático Dinamarquês Georg William Rasch. As bases do seu modelo tiveram sua primeira aparição em publicações nos anos de 1960, em seu livro com título “*Probabilistic models for some intelligence and attainment tests*” (RASCH, 1960). O modelo de Rasch foi responsável por romper com as bases da teoria de testes clássica, propondo, posteriormente, novas metodologias para o desenvolvimento e a análise de testes (CHACHAMOVICH, 2007).

O modelo de Rasch é considerado o mais simples em virtude de incluir em sua fórmula apenas a dificuldade dos itens como parâmetro, ou seja, as respostas aos itens são variáveis que podem ser observadas ou manifestadas, sendo influenciadas por variáveis que não podem ser observadas (FERNANDES, 2011). Ainda nesse sentido, o autor afirma que o modelo de Rasch salienta que a probabilidade de um indivíduo responder corretamente a um item depende da discrepância entre o coeficiente de habilidade em um determinado constructo e a dificuldade do item.

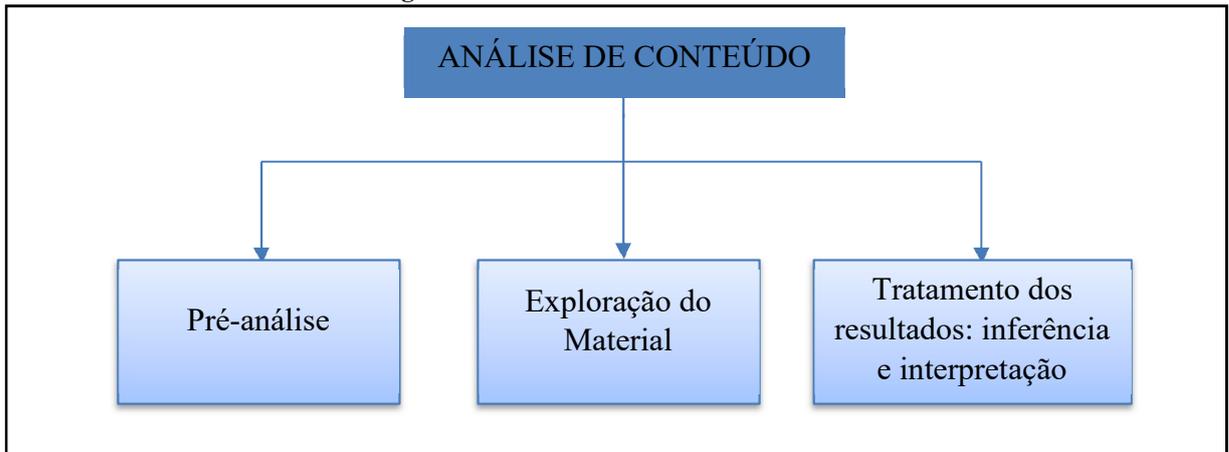
### 3.4 ANÁLISE DE DADOS

Do ponto de vista qualitativo, os dados podem ser compilados e tratados para sua melhor apresentação, estruturação e análise, sendo as estratégias variadas e cabendo ao pesquisador escolher a opção mais adequada (VERGARA, 2004). Em virtude de uma abordagem com foco qualitativo, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo para a compreensão dos resultados. Esta técnica é recomendada por Bardin (2011).

#### 3.4.1 Análise de Conteúdo

A análise de conteúdo é um conjunto de ferramentas metodológicas que vêm sofrendo aperfeiçoamento constante, e que são aplicadas a diversos conteúdos extremamente diversificados. Essa técnica procura aprofundar a análise dos significados das mensagens e vai além da literalidade das palavras, ocupando-se em descrever de forma objetiva e sistemática o conteúdo das informações e suas interpretações. Com o tempo, a análise de conteúdo deixou de ser apenas descritiva e adotou a inferência, a fim de complementar as investigações (BARDIN, 2011).

As fases da análise de conteúdo são organizadas em três momentos: a) Pré-análise; b) Exploração do material; c) Tratamento dos resultados: inferência e interpretação. A primeira fase consiste na etapa em que se interligam os fatores, sendo eles a escolha dos documentos para análise, a formulação das hipóteses e objetivos, e a elaboração de indicadores que fundamentam os resultados. Na segunda fase, realizou-se a exploração do material, tratando especificamente da sistemática dos conceitos optados, de codificar e classificar os dados obtidos. Na terceira fase, os resultados foram trabalhados de forma significativa, viabilizando interpretações relacionadas aos objetivos propostos, conforme apresentado na Figura 8 (BARDIN, 2011).

**Figura 8 – Fases da Análise de Conteúdo**

Fonte: Adaptado de Bardin (2011)

## 4 CONTEXTO

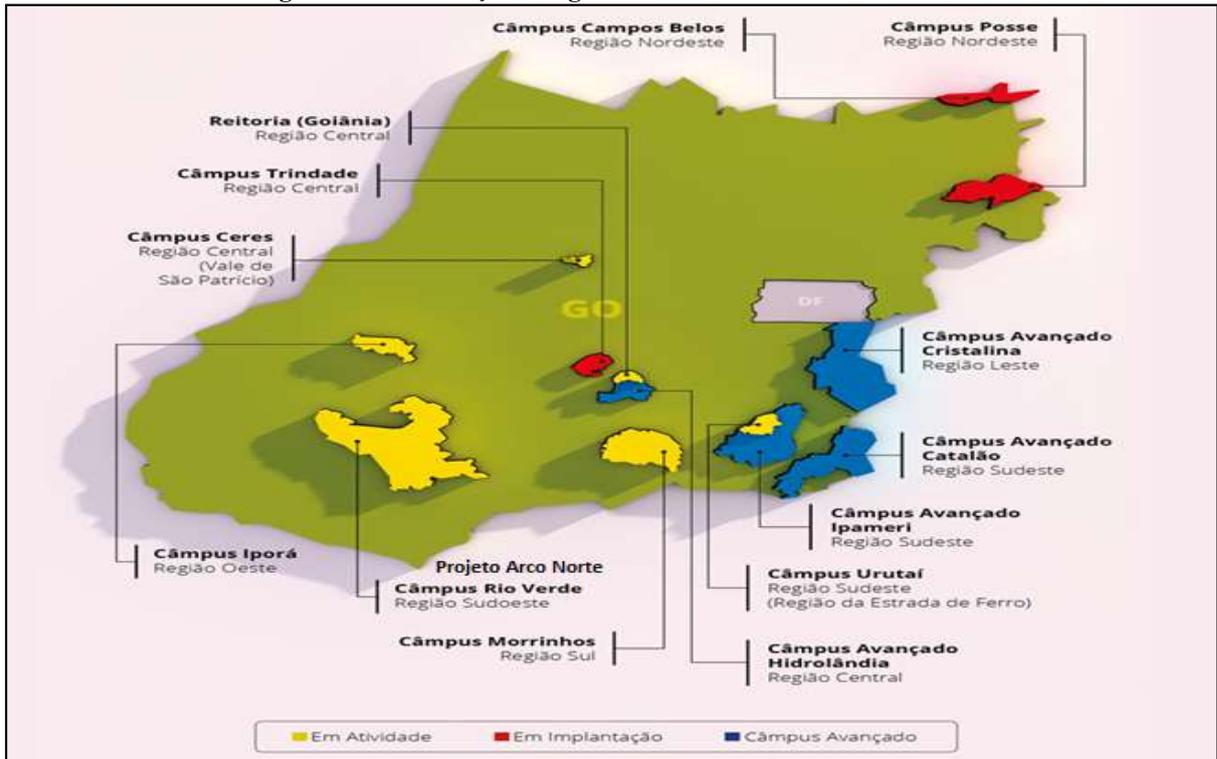
Em 2012, foi criada a Diretoria de Educação a Distância no IF Goiano e realizado convênio com o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), para oferta dos cursos da Rede e-Tec Brasil. Houve a forte descentralização dos *campi* do IF Goiano com a distribuição territorial de forma estratégica em quase todas as microrregiões geográficas do Estado de Goiás. A primeira seleção ocorreu em 2013 quando foram inscritos cerca de 13.000 alunos para 7.000 vagas disponíveis em 55 polos espalhados por todo o estado.

Nos quatro primeiros anos, após a criação do EaD do IF Goiano, foram beneficiados com educação pública, gratuita e de qualidade alunos de 94 cidades, com mais de 100 polos distribuídos por todo o estado. Atualmente, o Instituto Federal Goiano oferece 10 cursos de nível técnico, sendo eles Açúcar e Alcool, Administração, Eventos, Finanças, Informática para *Internet*, Logística, Meio Ambiente, Secretariado, Segurança do Trabalho e Serviços Públicos. A instituição conta hoje com estúdio próprio para gravação, transmissão de aulas, programas, entrevistas e debates com metodologia interativa e atendimento individualizado aos alunos. Com toda infraestrutura disponível, o IF Goiano passou a ofertar também 20% da carga horária dos cursos presenciais por meio do ensino a distância.

Foi diante desse cenário de expansão física que a presente pesquisa identificou os fatores e motivos que levam a evasão de alunos, e os fatores determinantes para a decisão de abandonar o Curso Técnico em Administração, subsequente ao ensino médio, ofertado pelo EaD do IF Goiano.

Atualmente, o IF Goiano compõe-se da Reitoria, como órgão central, localizada na capital Goiânia, e de mais 13 (treze) unidades no Estado de Goiás. Destas, 05 (cinco) estão consolidadas e localizadas nos seguintes municípios: Ceres, Iporá, Morrinhos, Rio Verde e Urutaí. Há também 03 (três) unidades em fase de implantação nas cidades de Campos Belos, Posse e Trindade. Existem ainda 04 (quatro) *campi* avançados: Catalão, Cristalina, Ipameri e Hidrolândia, que iniciaram suas atividades em 2014. Neste mesmo ano, também principiou uma unidade diferenciada na cidade de Rio Verde: o Projeto Arco Norte/Cana de açúcar (BRASIL, 2014). A Figura 9 representa a disposição geográfica das unidades do IF Goiano.

Figura 9 – Localização Geográfica das Unidades do IF Goiano



Fonte: IF Goiano, 2016. Disponível em: <http://www.ifgoiano.edu.br>

Nesse processo de expansão da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, de 140 escolas técnicas ou agrotécnicas que existiam, há atualmente cerca de 562 unidades da rede federal, conforme apresentadas na Figura 10.

Figura 10 – Cenário da Rede Federal



Fonte: MEC, 2014. Disponível em: <http://institutofederal.mec.gov.br/expansao-da-rede-federal>.

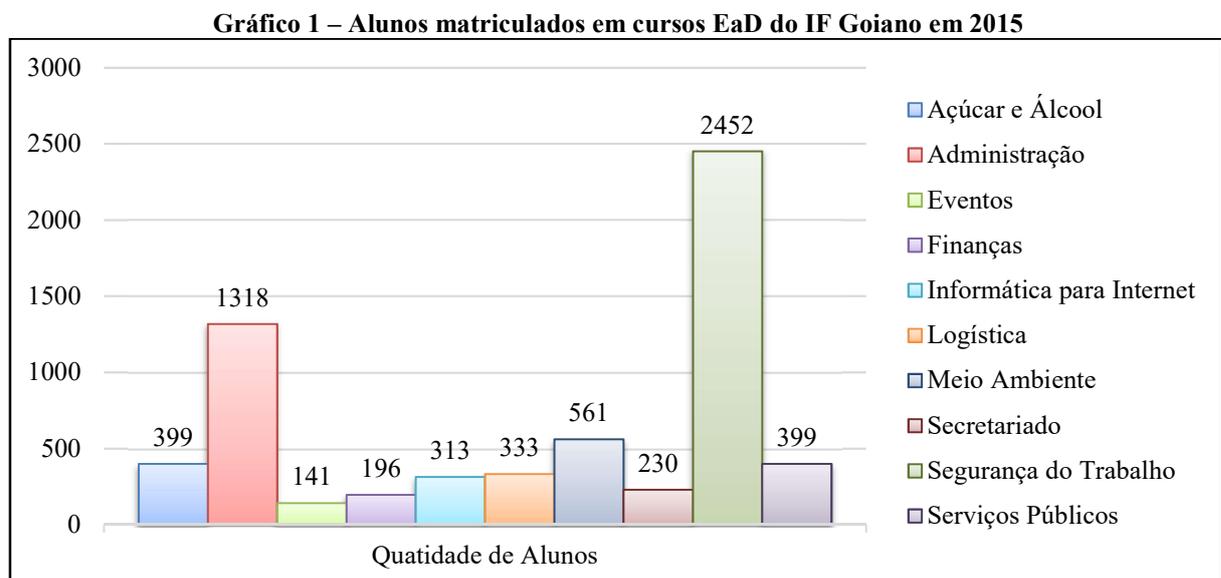
As instituições ofertam cursos de qualificação profissional, chamados pela legislação de Formação Inicial e Continuada (FIC), cursos técnicos nas formas concomitante, subsequente e integrado ao ensino médio, cursos superiores (bacharelados, licenciaturas e tecnológicos) e cursos de pós-graduação (especialização, mestrado e doutorado).

Para melhor entendimento sobre as formas em que são realizados os cursos técnicos, faz-se necessário perceber que na modalidade integrada ao ensino médio os alunos fazem simultaneamente o ensino médio e o curso técnico da área escolhida. A modalidade concomitante exige que os alunos estejam cursando a 2ª ou 3ª série do ensino médio em outra instituição de ensino; paralelamente, ele faz o curso técnico no IF Goiano. Para fazer um curso técnico na modalidade subsequente, é necessário que o aluno já tenha concluído o ensino médio.

#### 4.1 EVASÃO NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA DO IF GOIANO

O ensino a distância é cada vez mais difundido no Brasil, sendo crescente o número de vagas ofertadas a cada ano, apresentando número crescente de matrículas na modalidade. Contudo, observa-se também um número abundante de alunos evadidos (MAURÍCIO; SCHLEMMER, 2014). Essa realidade não difere daquela do IF Goiano, que também conta com uma política de expansão e oferta milhares de vagas em cursos na modalidade de ensino a distância.

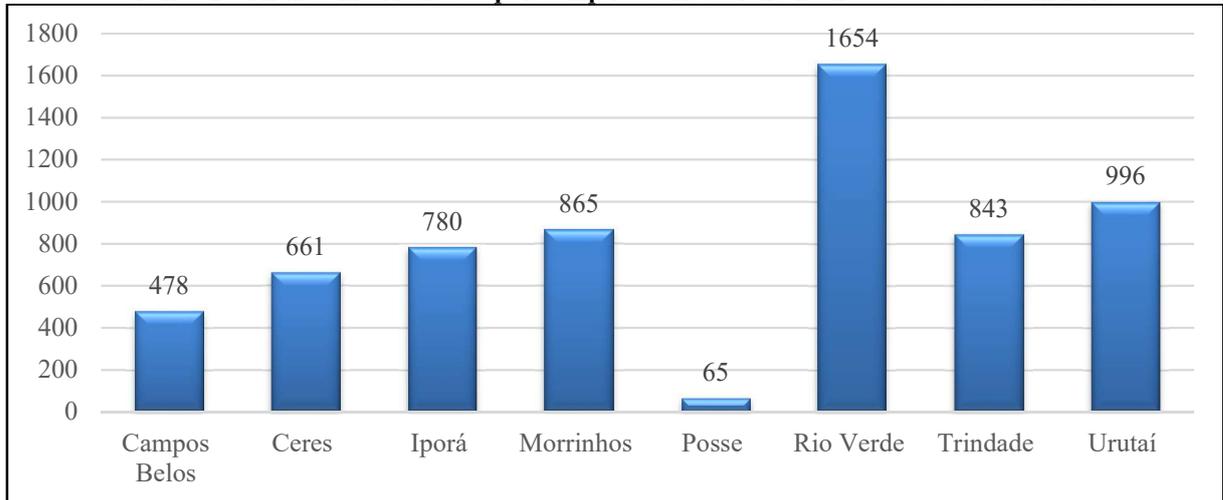
No ano de 2015, foram 6.342 alunos matriculados nos cursos de Açúcar e Álcool, Administração, Eventos, Finanças, Informática para *Internet*, Logística, Meio Ambiente, Secretariado e Segurança do Trabalho. Por meio de dados fornecidos pelo IF Goiano, foi possível apresentar graficamente a distribuição dos alunos matriculados em cada curso do ensino a distância em turmas iniciantes em 2015, conforme representado pelo Gráfico 1.



Fonte: Dados IF Goiano

Quanto à distribuição dos alunos nos cursos a distância ofertados pelo IF Goiano, por todo o estado de Goiás, o Gráfico 2 apresenta a quantidade de alunos matriculados nos campi de Campos Belos, Ceres Iporá, Morrinhos, Posse, Rio Verde, Trindade e Urutaí.

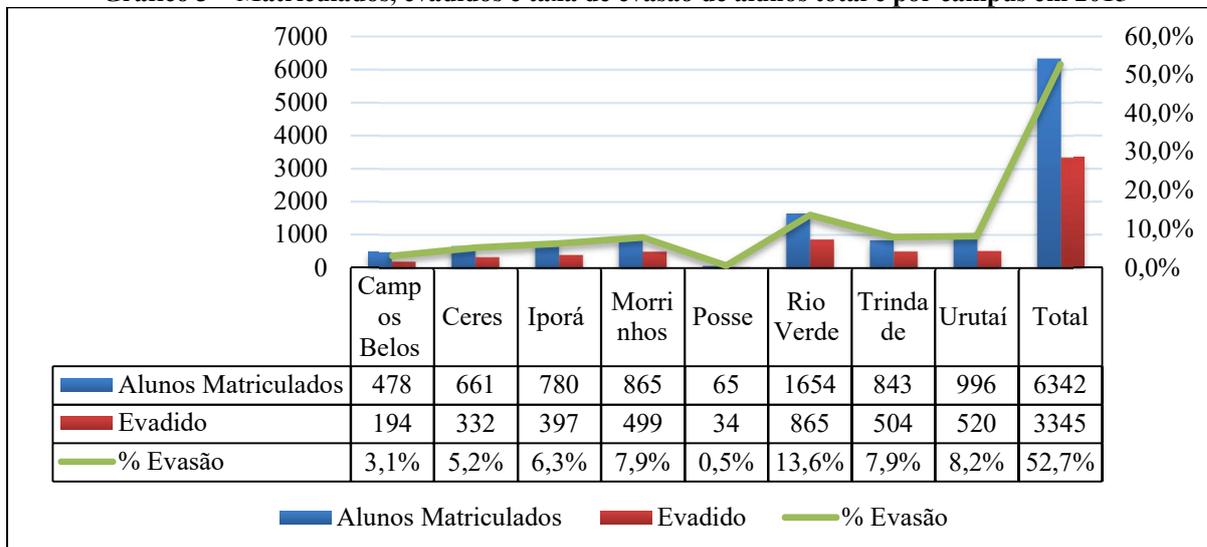
**Gráfico 2 – Alunos matriculados por campus do IF Goiano no Estado de Goiás em 2015**



Fonte: Dados IF Goiano

Por meio de dados fornecidos pelo IF Goiano foi possível identificar uma taxa de 52,7% de evasão nos cursos do ensino a distância. O Gráfico 3 apresenta a comparação do número de alunos matriculados com os evadidos de cada campus, sendo o percentual de evadidos calculado com base no total de alunos matriculados, buscando representar a taxa de evasão do campus em relação ao IF Goiano. Por fim, é traçada uma linha para melhor representar o percentual de evasão em relação ao total de alunos evadidos da instituição.

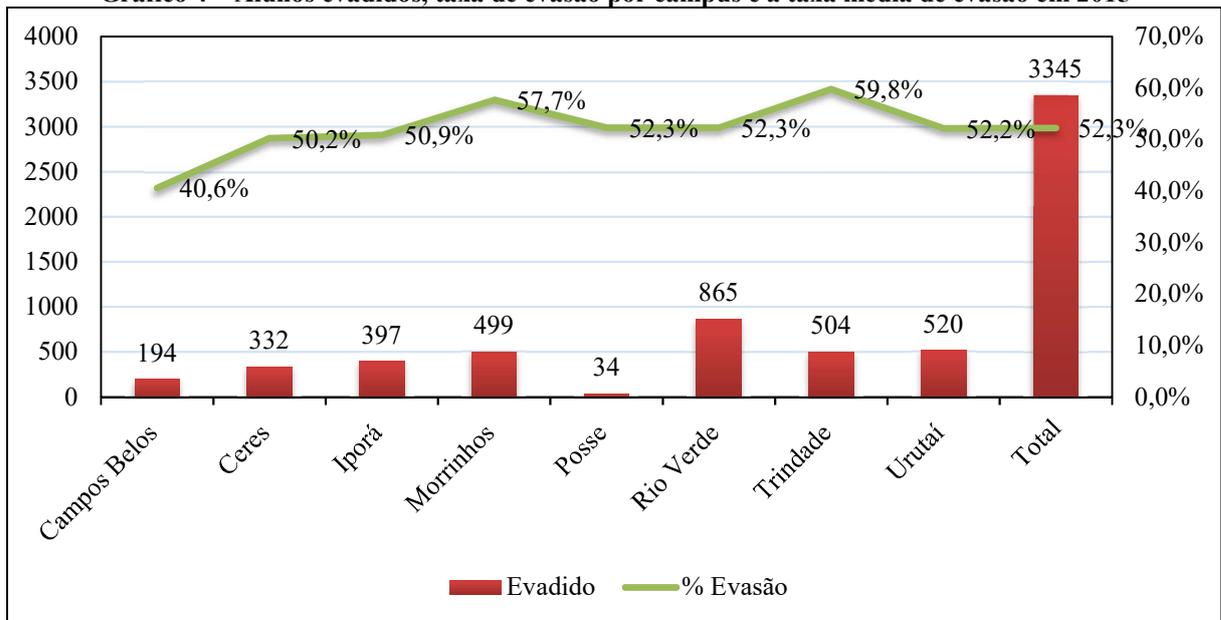
**Gráfico 3 – Matriculados, evadidos e taxa de evasão de alunos total e por câmpus em 2015**



Fonte: Dados IF Goiano

O Gráfico 4 apresenta a quantidade de alunos evadidos e a taxa de evasão por campus. Desse modo, é possível identificar que a taxa média de evasão dos cursos na modalidade de ensino a distância é de 52,3%, índice que corrobora estudos anteriores que apresentam altas taxas de evasão no EaD.

**Gráfico 4 – Alunos evadidos, taxa de evasão por câmpus e a taxa média de evasão em 2015**



Fonte: Dados IF Goiano

Diversos estudos citam a evasão como sendo um dos fatores mais preocupantes em relação ao ensino a distância, sendo considerado o maior obstáculo a ser enfrentado, haja vista que, segundo estudo da ABED realizado em 2014, a maior parte (45,9%) das instituições apresentou uma taxa média de evasão de até 25%; já em 2015 a maioria das instituições, que corresponde a 40% do total, apresentaram uma taxa de evasão entre 26% e 50%, demonstrando um aumento da evasão de alunos nos cursos EaD, o que parece ser uma tendência para os próximos anos (ABED, 2014).

## 5 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS DA PESQUISA

Nesta etapa do estudo, são apresentadas as análises dos dados e os resultados da pesquisa realizada junto aos alunos evadidos do Curso Técnico em Administração, subsequente ao ensino médio, ofertado na modalidade de ensino a distância do Instituto Federal Goiano. A realização da pesquisa possibilitou explorar, analisar, discutir e comparar os resultados encontrados com a teoria sobre o assunto, tendo como objetivo identificar os atributos que levam à evasão no ensino a distância.

No entanto, as informações coletadas foram agrupadas em 03 seções. A primeira referente à caracterização da amostra, outra referente aos motivos que levam à evasão, propostos por Ambiel (2015) e, por fim, a seção que corresponde aos fatores determinantes de evasão no EaD do IF Goiano.

A primeira seção apresenta o perfil dos entrevistados e identifica informações como sexo, idade, estado civil, município onde moram e se cursaram o ensino médio em instituição pública ou privada. A segunda seção é formada pelo agrupamento dos itens 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6 que correspondem aos fatores que levam à evasão, propostos por Ambiel (2015). Por fim, a terceira seção em que são apresentados os fatores determinantes que levaram à evasão dos alunos do curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano.

As entrevistas foram realizadas no mês de abril de 2017. Ao todo foram entrevistados 20 alunos evadidos do Curso Técnico em Administração, subsequente ao ensino médio, ofertado pelo EaD do IF Goiano, sendo as entrevistas realizadas em local escolhido pelos entrevistados nos municípios de Aparecida de Goiânia, Goiânia, Hidrolândia e Senador Canedo. A duração das entrevistas variou entre 9 a 21 minutos, sendo o tempo médio das entrevistas de 12 minutos.

### 5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Neste estudo, as unidades de análise são os alunos evadidos do curso Técnico em Administração, subsequente ao ensino médio, dos Polos Goiânia I e III do Campus Trindade, e o Polo Hidrolândia I do Campus Morrinhos.

O Quadro 2 apresenta a caracterização dos entrevistados. As colunas exibem informações importantes como a sequência de realização das entrevistas, duração (em minutos), sexo do entrevistado, idade, estado civil, município onde mora e se cursou o ensino médio em instituição pública ou privada de ensino. A caracterização da amostra na dissertação se justifica

pelo fato de ser possível identificar mesmo que em uma amostra reduzida o perfil dos entrevistados, o que auxiliará no entendimento dos fatores que os levaram a evadir do curso.

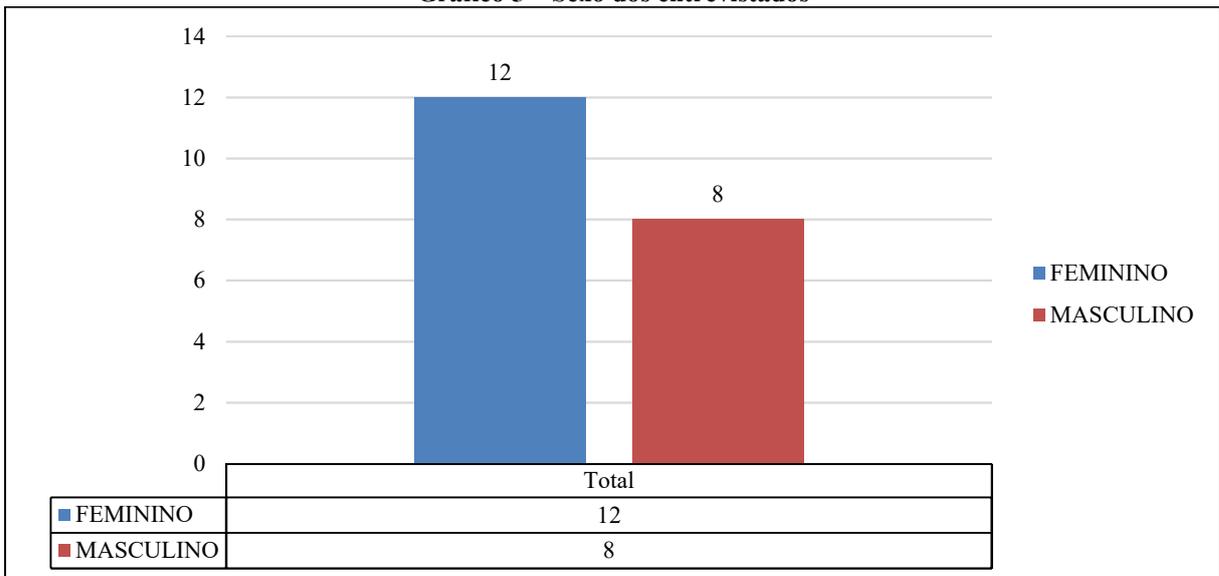
**Quadro 2 – Caracterização dos entrevistados**

<b>Entrevistado</b>	<b>Duração da entrevista</b>	<b>Sexo</b>	<b>Idade</b>	<b>Estado civil</b>	<b>Município onde mora</b>	<b>Cursou ensino médio</b>
1	9	Masculino	24	Casado	Goiânia	Pública
2	9	Masculino	20	Solteiro	Goiânia	Pública
3	16	Masculino	30	Casado	Goiânia	Pública
4	21	Feminino	60	Casado	Goiânia	Pública
5	11	Feminino	45	Casado	Goiânia	Pública
6	13	Feminino	31	Solteiro	Aparecida de Goiânia	Pública
7	13	Feminino	32	Solteiro	Trindade	Pública
8	12	Feminino	41	Solteiro	Senador Canedo	Pública
9	10	Masculino	21	Solteiro	Goiânia	Privada
10	15	Feminino	40	Solteiro	Senador Canedo	Pública
11	11	Feminino	42	Divorciado	Senador Canedo	Pública
12	17	Masculino	27	Solteiro	Hidrolândia	Pública
13	11	Feminino	22	Casado	Goiânia	Pública
14	13	Masculino	22	Solteiro	Goiânia	Pública
15	9	Feminino	22	Solteiro	Aparecida de Goiânia	Privada
16	15	Feminino	30	Solteiro	Goiânia	Pública
17	13	Feminino	25	Casado	Hidrolândia	Pública
18	11	Masculino	28	Solteiro	Aparecida de Goiânia	Pública
19	12	Feminino	29	Solteiro	Goiânia	Pública
20	11	Masculino	23	Solteiro	Goiânia	Pública

Fonte: Elaborado pelo autor

O Gráfico 5 apresenta o sexo dos entrevistados, sendo possível observar que a amostra é composta, em sua maioria, por pessoas do sexo feminino e em menor quantidade do sexo masculino. No total, são 12 mulheres e 8 homens, representando 60% e 40%, dos participantes respectivamente.

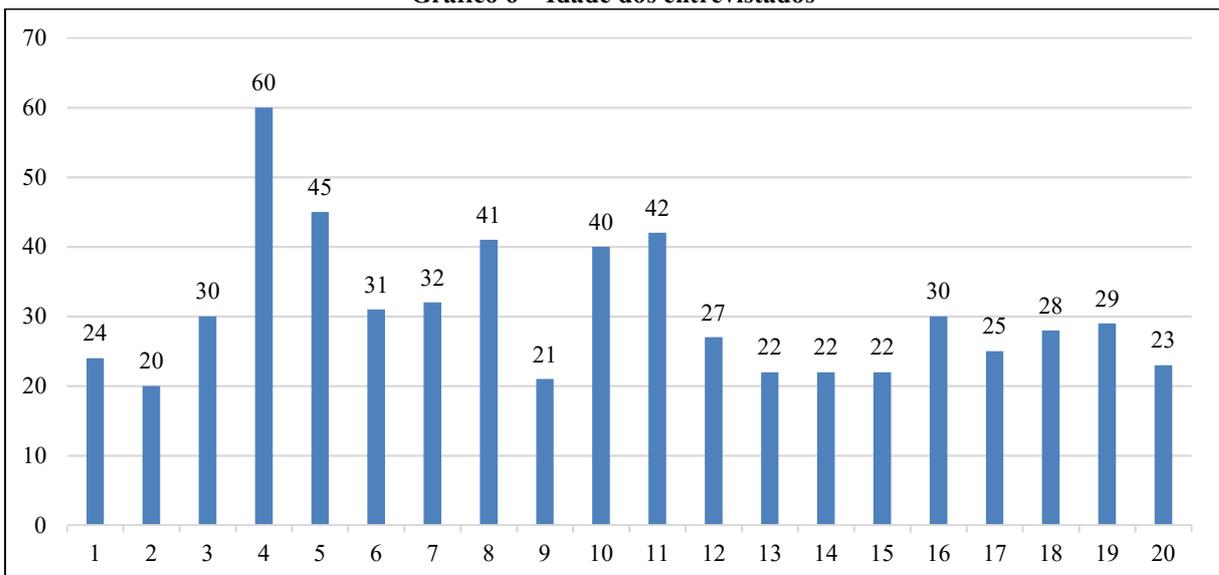
Gráfico 5 – Sexo dos entrevistados



Fonte: Elaborado pelo autor

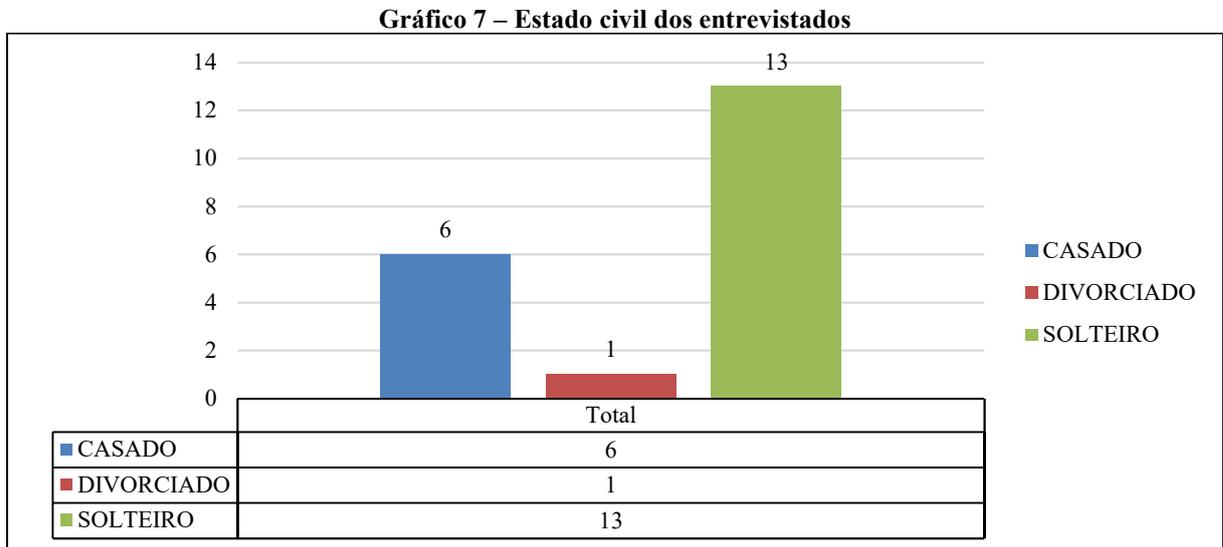
A idade dos entrevistados varia entre 20 a 60 anos, conforme o Gráfico 6. A média de idade dos entrevistados foi de 28,5 anos. Dessa maneira, é possível identificar que os alunos evadidos pertencentes à amostra têm um perfil relativamente jovem, uma vez que o curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano é ofertado na forma subsequente ao ensino médio.

Gráfico 6 – Idade dos entrevistados



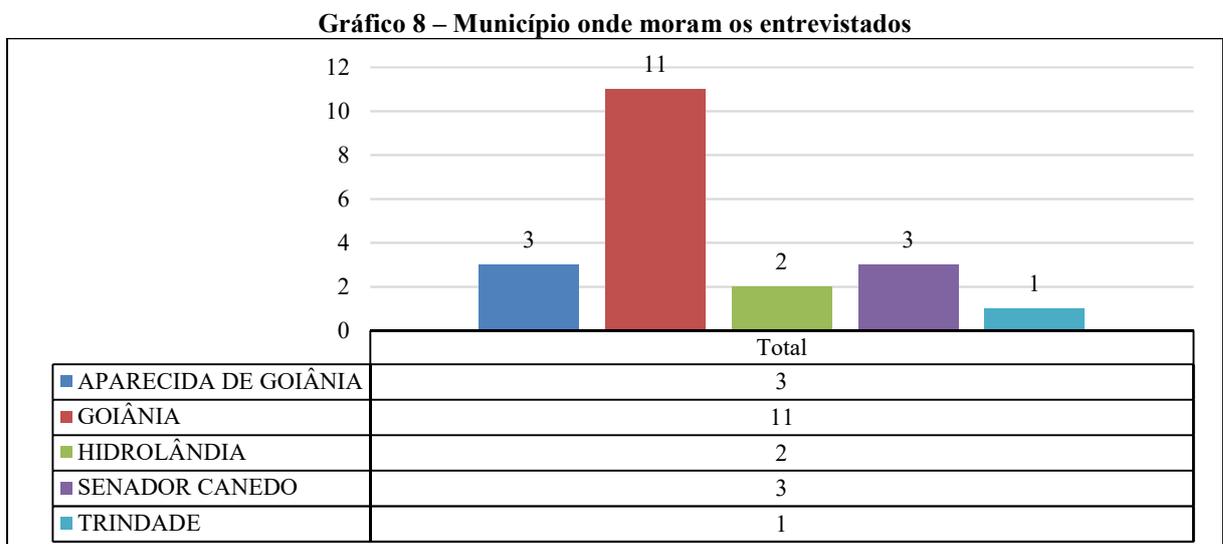
Fonte: Elaborado pelo autor

Em relação ao estado civil dos entrevistados, 13 estão solteiros, 6 casados e 1 participante da amostra divorciado, conforme o Gráfico 7 que auxilia na caracterização da amostra.



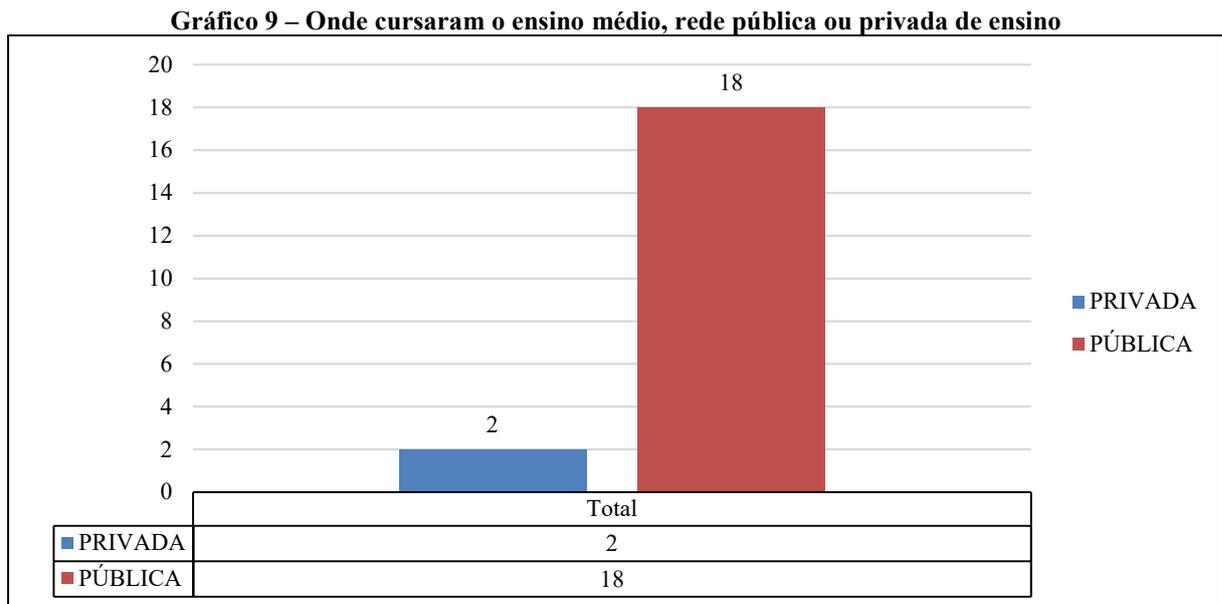
Fonte: Elaborado pelo autor

Observou-se que a maioria dos entrevistados mora no município de Goiânia, sendo, então, 11 participantes na capital goiana, 03 em Aparecida de Goiânia, 03 em Senador Canedo, 02 em Hidrolândia e 01 no município de Trindade, todas as cidades pertencentes à região metropolitana de Goiânia, conhecida popularmente como Grande Goiânia. Esses dados são apresentados no Gráfico 8.



Fonte: Elaborado pelo autor

Para finalizar a caracterização da amostra, o Gráfico 9 apresenta o número de entrevistados que concluíram o ensino médio na rede pública ou privada de ensino. É possível observar que 18 participantes, o que corresponde a 90% da amostra, cursaram o ensino médio em instituições públicas de ensino, enquanto apenas 02 participantes, o que representa 10% da amostra, realizaram o ensino médio em instituições particulares de ensino.



Fonte: Elaborado pelo autor

## 5.2 FATORES INSTITUCIONAIS QUE LEVAM À EVASÃO NO EaD

As causas endógenas da evasão no EaD estão ligadas ao curso que o aluno está matriculado e a fatores internos à instituição. Esses fatores podem estar ligados a problemas didático-pedagógico, atitudes comportamentais e motivos institucionais (BIAZUS, 2004; PACHECO, 2007). Os motivos institucionais influenciam na evasão de alunos (BITTENCOURT; MERCADO, 2014). Os autores realizaram um estudo objetivando investigar os fatores que influenciam a evasão de alunos do curso piloto de Administração a distância da Universidade Federal de Alagoas / Universidade Aberta do Brasil. Segundo estudo dos autores, 5% dos entrevistados relataram que os motivos institucionais foram determinantes para a evasão do curso.

Com relação aos motivos institucionais que levam à evasão de alunos do curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano, destacam-se os seguintes resultados:

- **Inadequação com a modalidade EaD**

Por meio dos relatos dos entrevistados foi possível identificar que um dos fatores motivadores da evasão dos alunos foi a inadequação com a modalidade de ensino a distância, ou seja, os alunos não se identificaram com a modalidade, tiveram dificuldades de adaptação e até mesmo preferência pela modalidade presencial em detrimento do EaD. A inadequação com a modalidade EaD aparece entre as principais causas de evasão (MARTINS *et al.*, 2013).

“Como o curso era a distância e tinha uma aula presencial por semana, ia lá praticamente só passar uma hora e era o vídeo gravado, né. Aí não foi muito adequado não, acho que eu prefiro mais um curso presencial em que o professor estivesse lá e não só o tutor, mas o curso era interessante, eu que não me adequiei ao curso” (Entrevistado 03)

“A questão às vezes é o ambiente que não é igual a uma sala de um curso presencial, o estudo presencial é diferente do estudo virtual, você está lá assistindo, mas praticamente não capta bem quanto ao estudo presencial. Você fez o curso, mas sente aquela sensação de que não fez, é um dos fatores que leva a gente a desistir, e às vezes a questão da frequência você não tem aquilo como um objetivo, é como se fosse uma batalha a ser superada, algo frequente, eu achei muito bom, eu tive outra visão em relação ao conteúdo que você está estudando, porém é bem diferente do presencial, a qualidade é outra, o presencial é melhor” (Entrevistado 12)

“Era ruim porque a gente chegava lá e eles colocavam a videoaula, e nessa videoaula às vezes eu tinha dificuldade” (Entrevistado 15)

“As aulas eram gravadas e a gente tinha que ir todas as terças feiras, eu achava ruim, não tinha aquela coisa de a gente sentir o professor próximo da gente, assim não tinha necessidade da gente ir lá no polo para poder ver uma aula gravada, sendo que as vezes poderia ser disponibilizada na plataforma, as vezes a gente precisaria de ir lá no polo para tirar dúvidas ou para fazer as provas, fazer exercícios, alguma coisa assim, mas a maioria das vezes que a gente ia no polo só para ver a aula gravada, isso me incomodava muito, porque achava que eu acabava não aprendendo o tanto que eu queria aprender” (Entrevistado 19)

“O que mais atrapalhou foi a estrutura e a questão de metodologia de ensino” (Entrevistado 20)

- **Falta de estrutura adequada para os alunos**

A falta de estrutura disponível aos alunos está entre os fatores determinantes para a evasão de alunos (COMARELLA, 2009). A autora realizou uma pesquisa com o objetivo de identificar os fatores determinantes da evasão nos cursos de graduação oferecidos pela UAB em parceria com a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Em seu estudo, 3,98% dos

estudantes pertencentes à amostra alegaram que a falta de estrutura influenciou na decisão de abandonar o curso.

Neste estudo, os entrevistados relataram a falta de estrutura como sendo um dos fatores que os levaram à evasão do curso EaD do IF Goiano.

“Quando dava problema nos computadores, a gente tinha que ir atrás do tutor nas outras salas, mas demorava porque ele sempre estava ajudando os alunos dos outros cursos, tive dificuldades porque estava com dificuldades de enxergar na tela, os módulos, os cd’s não davam certo, eu assistia as aulas, mas a maioria estava com dificuldades. A coordenadora não conseguia operar o aparelho para passar as videoaulas, tinha que chamar o tutor, os computadores estavam estragados, assim tinha que esperar ou sentar junto com colegas para ver as videoaulas” (Entrevistado 04)

“Eu tinha acabado de fazer o curso Técnico de Segurança do Trabalho e nele eu vi as falhas que teve, aí me inscrevi para administração, quando fui na aula me falaram que não ia haver livros para a gente, o governo não ia ofertar os livros, fui uma, duas ou 03 vezes. O Técnico em segurança foi uma dificuldade porque não tinha os livros e os alunos ficavam nos computadores e não prestavam atenção nas videoaulas” (Entrevistado 05).

“Acho muito ruim a comunicação da instituição com aluno, não dão a atenção necessária, as vezes se tivesse uma unidade mais próxima eu faria o curso, mas não me falaram nada e eu abandonei” (Entrevistado 06).

“A estrutura ficou um pouco a desejar, poderia ser melhor, a questão da organização das salas” (Entrevistado 09).

“A gente não tem estrutura, não tive problema com professor nenhum, agora computador você chega num laboratório com 10 computadores tem 02 ou 03 que funcionam. A estrutura é ruim, ruim não, ela é péssima. Às vezes, por exemplo, tem uma quantidade x de computador funcionando e tem x computadores em cima de alguma coisa, uma mesa, enfim, empilhados e cobertos por um plástico, a *internet* é péssima, as vezes já aconteceu de a gente ir na aula e não teve condição de acessar o ambiente porque a *internet* não estava funcionando” (Entrevistado 10).

“Lá a gente tem um pouco de dificuldade, por exemplo, quando chega para fazer a matrícula o pessoal tem dificuldade na hora de atender a gente” (Entrevistado 16).

“As salas não eram apropriadas para a realização do curso, escolheram um prédio que parece ser uma escola primária no meu caso, uma escola de ensino fundamental, então a sala era pequena e as cadeiras eram para crianças, então a estrutura não era muito boa, mas de certa forma não foi esse o motivo, mas é um ponto a se observar na hora de escolher o prédio para realizar o curso” (Entrevistado 18).

“Um dos motivos que me levaram a deixar o curso foi a estrutura do polo, não que a escola onde realizava o curso fosse ruim, mas o laboratório onde eles nos colocavam era muito fraco, a gente tinha muita dificuldade de concentração” (Entrevistado 19).

“Questão de estrutura, o local, mais foi questão de estrutura mesmo que influenciou na minha decisão de abandonar o curso” (Entrevistado 20).

### 5.3 FATORES PESSOAIS QUE LEVAM À EVASÃO NO EaD

As questões pessoais estão incluídas nas questões relacionadas a mudanças, problemas financeiros, de saúde e outros (YUKSELTURK; INAN, 2006). Por outro lado, os fatores pessoais são considerados o segundo mais relevante quando se trata do tema evasão de alunos EaD (COMARELLA, 2009). Ademais, fatores pessoais ou razões pessoais estão entre as cinco principais razões que levam um estudante a evadir de um curso EaD (BRAUER, 2005).

Com relação aos motivos pessoais que levam à evasão de alunos do curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano, os seguintes resultados são apresentados:

- **Logística / Deslocamento do aluno até o polo**

Por meio das entrevistas, foi possível identificar a logística ou deslocamento do aluno até o polo como sendo um dos fatores que motivam a evasão dos alunos do ensino a distância. A distância que eles têm que percorrer para chegar ao polo influencia na evasão de alunos (COMARELLA, 2009). Em seu estudo, identificou-se que 107 dos 176 entrevistados de sua pesquisa alegaram ter dificuldades para participar das atividades do polo, sendo que 23,86% afirmam que a distância foi determinante para a evasão do curso. A questão da dificuldade de deslocamento até o pólo foi, também, relevante nesta pesquisa, conforme se pode confirmar por meio dos relatos dos participantes aqui destacados:

“É um curso que eu penso em fazer, administrativo eu gosto muito, acho muito interessante. Parei porque achava muito distante e o deslocamento até lá era perigoso” (Entrevistado 01).

“Era o curso que eu queria, meu marido estava acidentado, abandonei mais pela falta de companhia para ir e voltar do polo, saía 23:00, muito perigoso, tenso na hora de ir e voltar, enquanto estava no curso era uma maravilha” (Entrevistado 04).

“O que aconteceu mesmo foi só o problema de o polo ser longe do meu endereço e por ser perigoso eu ir à noite, a distância do polo foi o meu maior problema, se tivesse um polo lá no meu setor seria uma maravilha” (Entrevistado 07).

“Achei o polo um pouco distante de casa, para eu me locomover até lá era um pouco complicado” (Entrevistado 09).

“A maior dificuldade que eu encontrei nesse curso foi em relação à distância, porque eles não levam em consideração a logística, são poucas as aulas presenciais, não é uma questão impossível de alcançar, porém a distância, você vai para uma aula num lugar muito isolado, muito distante, às vezes você tem que voltar só, tem que sair mais cedo, aí acaba que você chega mais tarde porque é longe e tem que sair mais cedo para conseguir voltar num momento seguro. Eu tenho meu carro, mas mesmo tendo carro para eu voltar do polo para onde morava eu tinha que sair de lá bem antes do término da aula para ter segurança de voltar para casa, a logística de ir até o polo dificultou bastante eu continuar lá naquele curso” (Entrevistado 10).

“Distância, porque eu moro aqui no Senador Canedo, eu chegava em casa era 1:00 da manhã, só tem ônibus até as 11:00 da noite e eu estudo na UFG e levanto 4:30 da manhã para eu ir, então no dia que eu ia para lá nas terças ou nas quintas, no outro dia eu me sacrificava muito e me prejudicava muito na UFG, o que prejudicou foi a questão da distância mesmo” (Entrevistado 11).

“Realmente foi esse o motivo, eu tive que mudar de setor e aí eu tive que parar, para mim não dava, no caso foi um motivo pessoal, não tinha um polo próximo da minha nova casa” (Entrevistado 13).

“Eu ia junto com meu irmão, mas ele desistiu, aí eu ia sozinha, aí você imagina eu passando ali todo dia sozinha de moto, então foi por isso que eu desisti, eu estava até interessada em fazer, mas o deslocamento até o polo me fez desistir do curso” (Entrevistado 16).

- **Mudança de curso**

O motivo relacionado à mudança de curso teve uma frequência percentual de resposta de 11,2%. Com isso, esse motivo ocupa a quinta colocação entre os mais relevantes para a evasão no ensino a distância (MARTINS *et al.*, 2013). O autor realizou um estudo com o objetivo de identificar fatores motivadores de evasão em cursos de licenciatura ofertados no âmbito do sistema Universidade Aberta do Brasil. Nesse mesmo sentido, os relatos dos participantes, destacados a seguir, reforçam a opção pela mudança do curso:

“Eu abandonei o curso devido eu ter um compromisso no dia em que eu teria que ir no polo, era uma vez na semana, mas eu já tinha um compromisso nesse dia, então, foi motivo pessoal mesmo, tive que sair e optei por fazer um outro curso, levei em conta o que eu queria, aí vi que era esse o curso que eu tinha que abandonar” (Entrevistado 15).

“No meu caso foi esse o motivo, durante o decorrer do curso eu realmente identifiquei que não era o caminho, aí eu acabei mudando de curso” (Entrevistado 18).

- **Escolha errada**

O Censo EaD 2015 realizado pela ABED apontou o fator escolha errada como sendo o quarto motivo que mais influencia na evasão de alunos dos cursos EaD totalmente a distância e semipresenciais. A não identificação com a área do curso é considerada um dos fatores que motivam a evasão de alunos EaD, tendo uma frequência percentual de respostas de 1,8% para o item (MARTINS *et al.*, 2013). O próximo relato reforça esse fator:

“Não fiz muito tempo do curso eu parei na primeira parte, quando eu comecei a ver o que era o curso observei que não era muito a área que eu queria, eu trabalho na área de licenciatura, minha área é ser professor, aí não vi tanta conexão com o que eu queria, questão pessoal foi por eu não ter me encontrado dentro do curso” (Entrevistado 09).

#### 5.4 FATOR FALTA DE SUPORTE QUE LEVA À EVASÃO NO EaD

Os motivos relacionados à falta de suporte são os que mais afetam estudantes que necessitem de um apoio financeiro externo para custear seus estudos (AMBIEL, 2015). O autor realizou um estudo com o objetivo de construir uma escala de motivos para evasão do ensino superior. Para tanto, o autor agrupou fatores como conciliar estudo e trabalho, dificuldades financeiras e outros aspectos pessoais e familiares para compor o que ele denomina como motivos relacionados à falta de suporte

Com relação aos motivos relacionados à falta de suporte e que levam à evasão de alunos do curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano, os seguintes resultados são apresentados:

- **Dificuldade em conciliar estudo e trabalho**

O Censo EaD 2015, realizado pela ABED, identificou que 100% dos alunos matriculados em cursos totalmente à distância das instituições públicas municipais, das organizações não governamentais (ONGs) e do terceiro setor estudam e trabalham; nos cursos semipresenciais promovidos pelas instituições públicas federais, este percentual é de 65,22%; enquanto nas instituições privadas com fins lucrativos, o percentual de alunos que conciliam estudo e trabalho é de 50% (ABED, 2015).

Diversos estudos apontam a necessidade de conciliar estudo e trabalho como sendo um dos principais motivadores de evasão de alunos do ensino a distância. Estudantes que

necessitam trabalhar para se sustentar estão mais propensos à evasão por terem dificuldades em conciliar diferentes atividades em seu dia a dia (NASH, 2005).

“Esse é o caso, conciliar o trabalho com o estudo, mas não foi tanto por causa do curso, é porque eu mudei de emprego, e com essa mudança de emprego não tive mais como ir, não posso deixar o meu meio de vida que é o meu trabalho para poder fazer o curso, as circunstâncias não permitiam eu fazer isso, então era o serviço ou o curso” (Entrevistado 02).

“Eu mudei de emprego, eu trabalhava pela manhã e passei a trabalhar a noite toda, assim não tinha como eu ir nas quintas-feiras ao polo assistir às videoaulas, ficou muito puxado e corrido para mim, não tinha tempo para estudar” (Entrevistado 03).

“Acho que eu me enquadraria nesse quesito aí, a questão financeira e de ter que trabalhar e não conseguir conciliar o tempo entre o trabalho e o curso, o curso era noturno e quando saía do trabalho não dava tempo de ir para o curso” (Entrevistado 08).

“Quando eu saía do trabalho já estava muito tarde e, às vezes, eu não tinha aquele tempo para estudar, aí quando eu chegava lá no dia da aula já estava bem adiantado, bem para frente. O horário, às vezes, atrapalhava, porque eu saía do trabalho e chegava cansado no curso” (Entrevistado 12).

“Foi essa questão mesmo, eu estava bem interessado de fazer esse curso até mesmo porque ia me ajudar também na minha carreira, por exemplo, eu tenho um plano para o futuro de ter a minha empresa, de administrar meu próprio negócio. Então, isso já seria bacana, já iria me ajudar bastante, iria me dar uma base muito grande. Então, eu me interessei por essa questão, só que aí entrou a questão do tempo, a dificuldade de conciliar serviço com o meu curso de Administração porque na época eu trabalhava a noite e tinha que ir no polo nesse horário, e também na época eu não tinha nenhum meio de transporte para eu me locomover” (Entrevistado 14).

“O meu maior problema foi conciliar estudo e trabalho. A minha carga horária não era compatível com o horário do curso, a maior dificuldade que eu encontrei foi essa, conciliar o horário que eu trabalhava com o horário do curso” (Entrevistado 17).

“Na verdade, eu não consegui conciliar o meu trabalho com os dias que eu tinha que estar lá no polo, que era na terça-feira à noite. Então, acontecia de eu estar algumas semanas fora e às vezes eu não conseguia pegar as aulas e eles falavam que eu tinha que ir porque se não a falta poderia me fazer perder o curso. Aí eu acabei abandonando o curso porque eu não conseguia conciliar mesmo meu trabalho com os dias que eu deveria estar lá, foi bem difícil, porque era um curso que eu queria muito, mas eu não tive outra alternativa, eu não conseguia conciliar mesmo o trabalho e o curso” (Entrevistado 19).

“Mais foi questão de conciliar estudo e trabalho, estava muito corrido, eu fazia faculdade e estava trabalhando e ainda no curso técnico, não é nem questão de chocar os horários, era questão de cansaço mesmo” (Entrevistado 20).

- **Dificuldades financeiras**

O fator dificuldades financeiras é um dos fatores mais relevantes em relação à evasão de alunos (ABBAD; ZERBINI; SOUZA, 2010). Uma das principais causas de evasão escolar é a dificuldade financeira (MACGREGOR, 2007). As causas da evasão dos cursos EaD podem ser classificadas como endógenas e exógenas, logo, o fator problemas financeiros é considerado exógeno e ligado a questões conjunturais (BITTENCOURT; MERCADO, 2014).

O Censo EaD 2015 apresenta o fator questões financeiras como sendo um dos principais motivadores de evasão de estudantes em cursos na modalidade de ensino a distância, sendo ela totalmente a distância ou semipresencial (ABED, 2015).

“Foi isso, dificuldades financeiras, hoje é porque eu estou morando aqui no fundo da na igreja, mas antes eu pagava aluguel, foi bem no início do meu casamento, eu tinha muita coisa para pagar e devido ser longe, gasto com gasolina, pagava a minha moto e não tinha dinheiro para pagar o seguro, aí fica complicado” (Entrevistado 01).

“Sim, porque eu estava com problema financeiro, tive que cortar a *internet*, como era um curso EaD, tinha que ter *internet*” (Entrevistado 03).

“Estava com um pouco de dificuldade financeira, aí a gente fica mais fechada, mais preocupada, teve isso também, o governo acabou com o programa "Mais Educação" em que eu trabalhava” (Entrevistado 04).

“Dificuldades financeiras e de locomoção até o polo”. (Entrevistado 08).

“Talvez a questão financeira seja um pouco difícil, porque tinha que me deslocar até o polo e não estava trabalhando e o curso era à noite e num lugar perigoso, talvez esse custo de ir e voltar principalmente” (Entrevistado 09).

## 5.5 FATOR CARREIRA QUE LEVA À EVASÃO NO EaD

A decepção das expectativas positivas e da possibilidade de exercer a carreira escolhida pode justificar a evasão de alunos nas primeiras fases dos cursos (HOTZA, 2000). O fato de os alunos entrarem na universidade e escolherem sua futura carreira profissional sem um conhecimento prévio do curso e sem ter uma orientação adequada são fatores determinantes para a evasão, e os alunos frustrados acabam desistindo de continuar na universidade (MACHADO; MELO FILHO; PINTO, 2005)

Com relação aos motivos relacionados à carreira que levam à evasão de alunos do curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano, o seguinte resultado se destaca:

- **Preocupações com carreira futura e mercado de trabalho**

Aumenta-se a probabilidade de evasão quando um aluno faz um curso com o qual não tem identificação ou vocação (BARDAGI, 2007). O motivo relacionado à não identificação com a área do curso teve uma frequência percentual de respostas de 1,8%. Apesar de ser um percentual relativamente baixo de respostas, o item está entre os motivos mais relevantes em relação à evasão nos cursos EaD (MARTINS *et al.*, 2013). A falta de atendimento do curso às expectativas prévias dos alunos, inclusive pelo desconhecimento a respeito do curso EaD, é classificada como causa exógena de evasão e está diretamente ligada à evasão de alunos em cursos na modalidade de ensino a distância (BITTENCOURT; MERCADO, 2014). Observemos os seguintes relatos a esse respeito:

“Foi sim, nem tanto pelo mercado de trabalho, porque eu não fiz esse curso para entrar no mercado de trabalho, fiz para agregar talvez ao meu currículo e para ter um curso a mais, só que aí eu percebi que o curso não era exatamente na área que eu queria, aí eu dei uma balançada e foi um dos fatores que influenciaram também. Foi determinante, porque se o curso agregasse mais à minha carreira mesmo com a distância eu iria, naquele momento a minha prioridade seria estudar para entrar numa licenciatura e não fazer o curso técnico em administração” (Entrevistado 09).

“Esse foi um erro, uma decisão que eu tomei, mas, praticamente, a gente parece que só descobre depois que a gente está fazendo o curso, a gente não descobre antes, você vai estudando e vai descobrindo que aquele não é o curso que você quer, e infelizmente isso não é bom nem para você nem para quem está bancando porque as vezes outra pessoa que deveria estar no curso e que realmente quer não está porque você está ocupando o lugar. O curso Técnico em Administração não seria bom, aí pensei, eu já tenho o curso de logística, eu tenho que focar em logística, foi um dos fatores que me fizeram pensar e desistir do curso” (Entrevistado 12).

“Olha, eu já trabalhava nessa área e ainda trabalho na área administrativa, eu queria fazer para ter um conhecimento a mais, só que eu optei por fazer engenharia, sendo um curso diferente, eu queria me capacitar para a área que eu trabalho. Só que aí, eu pensei e resolvi fazer algo que eu gosto mais e seria melhor para mim, eu queria mesmo era engenharia, a administração seria uma capacitação complementar por ser algo que eu já faço” (Entrevistado 15).

“Acho que foi um pouco de falta de interesse porque administração realmente não era o meu foco. Quando eu fiz minha matrícula, o professor que me atendeu falou para eu fazer a matrícula em administração e no intervalo de tempo se surgisse uma vaga no técnico em segurança do trabalho ele me encaixaria na turma, administração nunca foi meu foco, mas o curso iria agregar conhecimento, eu sou supervisora de loja, eu sou corretora de imóveis, então se eu tivesse um curso de administração seria bacana, embora meu foco não fosse esse” (Entrevistado 16).

“Exatamente nesse sentido aí, no decorrer do curso eu observei qual era o foco do curso e vi que não era o que eu queria” (Entrevistado 18).

## 5.6 FATOR DESEMPENHO ACADÊMICO QUE LEVA À EVASÃO NO EaD

O item dificuldade com os conteúdos/course difícil é considerado um dos principais fatores de evasão no EaD. O item teve uma frequência percentual de respostas de 10,2%, um alto percentual, o que permite listá-lo entre os motivos mais relevantes em relação à evasão nos cursos do ensino a distância (MARTINS *et al.*, 2013).

Com relação aos motivos relacionados ao desempenho acadêmico que levam à evasão de alunos do curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano, o seguinte resultado merece realce:

- **Dificuldade com as disciplinas**

O mau rendimento acadêmico dos alunos influencia diretamente na decisão do estudante em abandonar um curso na modalidade de ensino a distância (SILVA, 2009; MARTINS; HOKARI, 2011).

“Meu caso foi na disciplina de português, tem algumas coisas que é mais difícil explicar e não tem como você parar a videoaula para tirar a dúvida de um aluno. Às vezes, você não consegue acompanhar o ritmo e não consegue pegar tudo. É uma dificuldade, mas não foi determinante na minha decisão de abandonar o curso” (Entrevistado 02).

- **Dificuldade com os tutores**

O fator insatisfação com o tutor pode ser visto como um dos fatores que causam a evasão nos cursos EaD. O item é considerado uma causa exógena de atitude comportamental que influencia na evasão de alunos do ensino a distância (BITTENCOURT; MERCADO, 2014).

“Dificuldade com os tutores, pois falavam que só estavam lá para passar as videoaulas, e não sabiam de nada, tutor on-line demorava demais para responder, tinha que ter uma pessoa para tirar as dúvidas da gente” (Entrevistado 05).

## 5.7 FATORES DETERMINANTES QUE LEVAM À EVASÃO NO EaD

Existem inúmeros fatores que motivam a evasão de alunos, entretanto, com diferentes naturezas, metodologias, escolhas de recorte, das realidades estudadas e levando em conta a complexidade e a multiplicidade de causas (PAREDES, 1994).

Existem diversos motivos que levam à evasão e ela acontece por uma combinação de fatores motivacionais inter-relacionados e interligados, até mesmo de atributos sociodemográficos (MARTINS *et al.*, 2013). Os autores identificaram, por meio de uma análise de conteúdo, que a maior parte dos entrevistados apontaram mais de um motivo que os levaram à evasão do curso EaD. Na maioria dos casos, os estudantes tomam a decisão de abandonar o curso motivados por mais de um fator (COMARELLA, 2009).

Após as análises de conteúdo foi possível identificar neste estudo que a maior parte dos estudantes do Curso Técnico em Administração, na forma subsequente ao ensino médio do EaD do IF Goiano, também apontaram mais de um atributo que os levaram à decisão de abandonar o curso.

Tabela 1 apresenta os fatores que motivaram a evasão dos alunos de acordo com cada entrevistado e a frequência de respostas para que seja possível identificar os fatores determinantes que levam à evasão do Curso Técnico em Administração do Instituto Federal Goiano.

**Tabela 1 – Fatores que levam a evasão – Curso Técnico em Administração EaD – 2015/16**

<b>Fatores de evasão</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Falta de estrutura adequada para os alunos	9	20%
Logística / Deslocamento do aluno até o polo	8	18%
Dificuldade em conciliar estudo e trabalho	8	18%
Inadequação com a modalidade EaD	5	11%
Dificuldades financeiras	5	11%
Preocupações com carreira futura e mercado de trabalho	5	11%
Mudança de curso	2	4%
Escolha errada	1	2%
Dificuldade com as disciplinas	1	2%
Dificuldade com os tutores	1	2%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

Por meio das análises de conteúdo foi possível identificar 10 motivos principais que levam à evasão de alunos do Curso Técnico em Administração no IF Goiano. A maioria dos entrevistados relatou como sendo o motivo determinante para evasão o fator falta de estrutura adequada para os alunos. O item foi exposto por 9 alunos, o que representa 20% do total de alunos entrevistados.

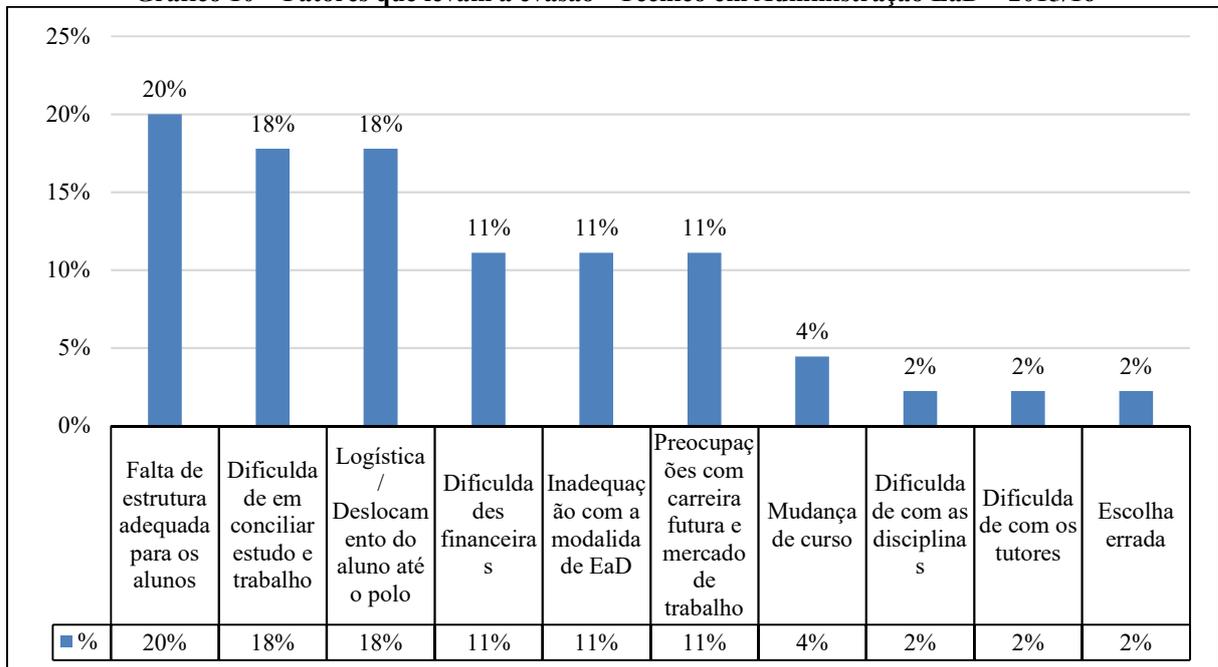
Posteriormente, dois itens tiveram a mesma frequência de respostas e, por consequência, o mesmo percentual de representação da amostra: a logística/deslocamento do aluno até o polo e a dificuldade em conciliar estudo e trabalho, que apresentaram uma frequência de respostas de 8 entrevistados, e representam, cada uma, 18% do total de alunos.

Os itens inadequação com a modalidade EaD, dificuldades financeiras e preocupações com a carreira futura e mercado de trabalho tiveram uma frequência de respostas de 5 alunos cada, correspondendo, individualmente, a 11% do total de respondentes.

A mudança de curso foi relatada por 2 alunos como sendo um dos motivos que os levaram a abandonar o EaD do IF Goiano, representando 4% dos entrevistados. Os 3 últimos itens foram apontados por 1 entrevistado cada como sendo o fator que o motivou a evadir do curso, sendo que cada um dos entrevistados corresponde a 2% do total.

O Gráfico 10 apresenta uma ilustração em que é possível visualizar os itens, percentuais e, assim, identificar os fatores ou motivadores que levaram à evasão dos alunos do curso Técnico em Administração do ensino a distância, promovido pelo Instituto Federal Goiano.

**Gráfico 10 – Fatores que levam a evasão - Técnico em Administração EaD – 2015/16**



Fonte: Elaborado pelo autor

A Tabela 2 apresenta os motivos que levaram os alunos do EaD do IF Goiano à evasão do Curso Técnico em Administração por categorias, sendo elas: motivos institucionais, motivos relacionados à falta de suporte, motivos pessoais, motivos relacionados à carreira e motivos relacionados ao desempenho acadêmico.

**Tabela 2– Motivadores de evasão - Curso Técnico em Administração EaD 2015/16**

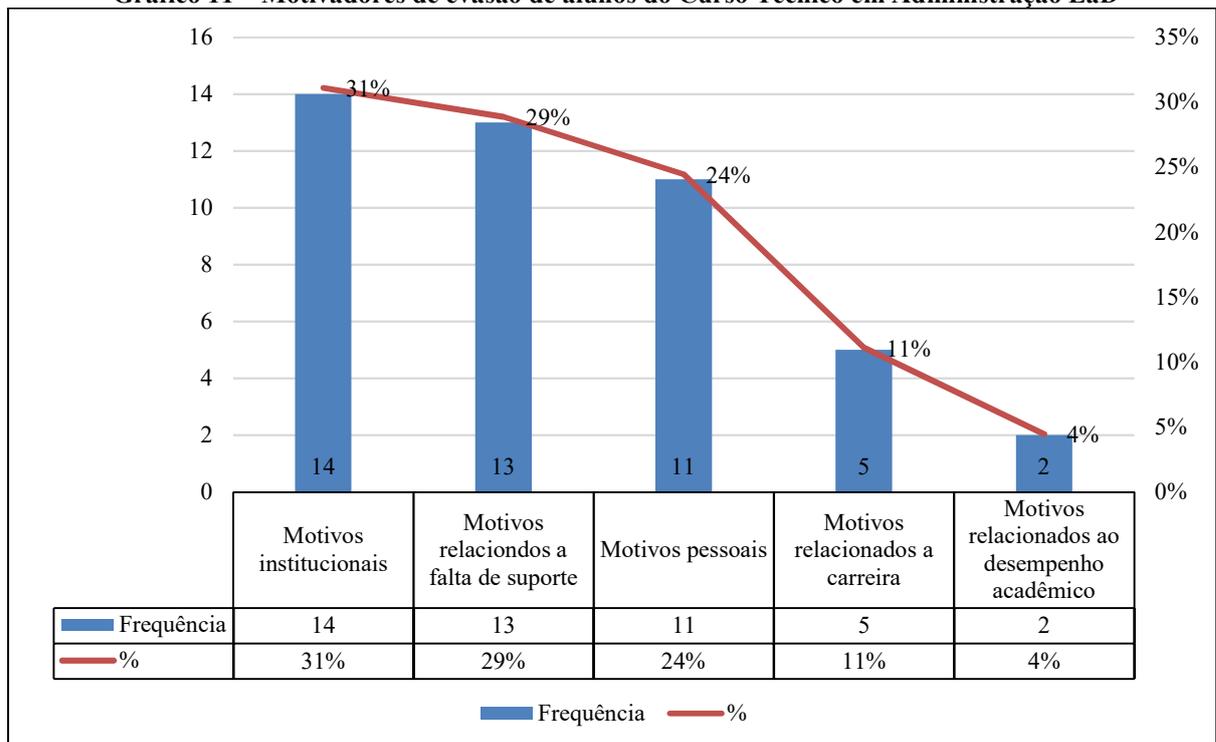
<b>Motivos que levam à evasão de alunos</b>	<b>Frequência</b>	<b>%</b>
Motivos Institucionais	14	31%
Motivos relacionados à Falta de Suporte	13	29%
Motivos Pessoais	11	24%
Motivos relacionados à Carreira	5	11%
Motivos relacionados ao Desempenho Acadêmico	2	4%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor. Adaptada da escala de motivos para evasão do ensino superior, Ambiel (2015)

Com o intuito de identificar os motivos determinantes para a evasão de alunos do EaD do IF Goiano, tendo como base a escala de motivos para evasão do ensino superior de Ambiel (2015), foram agrupados os fatores da

Tabela 1, identificados neste estudo; os respectivos motivos para evasão estão identificados na Tabela 2. Posteriormente, foram somadas as frequências de respostas, o que possibilitou identificar os motivos determinantes de evasão no Curso Técnico em Administração do EaD do Instituto Federal Goiano.

O Gráfico 11 apresenta os percentuais e, conseqüentemente, a identificação dos motivos que foram determinantes na decisão dos alunos em abandonar o curso Técnico em Administração do ensino a distância promovido pelo Instituto Federal Goiano.

**Gráfico 11 – Motivadores de evasão de alunos do Curso Técnico em Administração EaD**

Fonte: Elaborado pelo autor. Escala de motivos para evasão do ensino superior, Ambiel (2015)

Os motivos institucionais foram apontados pelos entrevistados como sendo determinantes para evasão, decorrente do somatório das frequências de respostas dos fatores falta de estrutura adequada para os alunos e inadequação com a modalidade EaD, sendo relatados por 14 entrevistados, o que corresponde a 31% da amostra.

Os motivos relacionados à falta de suporte, que compreendem os fatores dificuldade em conciliar estudo e trabalho e os fatores ligados a dificuldades financeiras, foram considerados pelos estudantes como sendo o segundo motivo mais relevante em relação à evasão. Juntos foram relatados por 13 entrevistados, representando 29% da amostra.

Os motivos pessoais, compostos por 03 fatores identificados neste estudo, a saber, a logística/deslocamento do aluno até o polo, mudança de curso e escolha errada, foram citados por 11 respondentes, correspondendo a 24% dos entrevistados, sendo o terceiro motivo mais citado pelos entrevistados.

Os motivos relacionados à carreira foram mencionados por 5 entrevistados, o que corresponde a 11% dos participantes das entrevistas, sendo o item preocupações com carreira futura e mercado de trabalho identificado por este estudo.

Os motivos relacionados ao desempenho acadêmico foram citados por 02 entrevistados, representando 4%. O item é composto pelos itens dificuldade com as disciplinas e dificuldade com os tutores, sendo estes identificados por esta pesquisa.

## 5.8 AS CONTRIBUIÇÕES DO MARKETING DE RELACIONAMENTO

A realização da pesquisa possibilitou identificar, primeiramente, os fatores que levam à evasão relacionados a escalas de motivos para evasão do ensino superior de Ambiel (2015), e, posteriormente, os fatores determinantes de evasão de acordo com a percepção dos alunos do Curso Técnico em Administração ofertado pelo EaD do IF Goiano na forma subsequente ao ensino médio.

Ficou evidenciado que a falta de estrutura para os alunos foi o fator determinante para evasão, fator que está diretamente ligado aos motivos institucionais de Ambiel (2015). Diante dos resultados obtidos, o MR poderá auxiliar no fortalecimento das relações entre a instituição e seus alunos, buscando a aproximação e o estabelecimento de vínculos, objetivando, assim, uma relação duradoura, vantajosa, visando benefícios mútuos (GRÖNROOS, 1994; ABBADE; NORO, 2012).

Para Kotler e Armstrong (2012), o MR é considerado um dos conceitos mais relevantes quando se fala do marketing moderno. Lembram os autores que há pouco tempo era tido como

uma simples ferramenta de gestão de dados dos clientes, sendo visto como ultrapassado no cenário atual. O MR foi conceituado recentemente de forma mais ampla e o novo conceito visa gerir a construção e a manutenção de relações lucrativas por meio da geração de valor superior para o cliente. Objetivando, com isso, entender melhor os processos de aquisição, manutenção e desenvolvimento de clientes.

O MR utiliza de ferramentas analíticas sofisticadas em suas análises para o alcance de resultados que possam auxiliar no desenvolvimento de relações mais sólidas com seus clientes (KOTLER; ARMSTRONG, 2012). A utilização de ferramentas do Marketing de Relacionamento acarreta na diminuição de reclamações por parte dos clientes e na agilidade no atendimento aos mesmos, aspectos estes percebidos pelos clientes e que contribuem para satisfação e fidelização do mesmo (MARTINS; KNIESS; ROCHA, 2015). Portanto, o MR pode contribuir com a gestão do Instituto Federal Goiano na promoção de ações que visem à satisfação, fidelização e retenção de alunos, impactando diretamente na redução das taxas de evasão nos cursos ofertados na modalidade de ensino à distância.

Este estudo corrobora estudos realizados por Cobra e Braga (2004), uma vez que, para os autores, existe um certo despreparo por parte das instituições de ensino quanto ao uso das estratégias de marketing e MR, sendo o foco direcionado apenas na captação de alunos e se esquecendo de buscar a manutenção de relações duradouras. Da mesma forma, manter clientes custa dez vezes menos do que conquistar novos clientes (DEMO; PONTE, 2008).

Objetivando relacionar a retenção e o MR, a retenção pode ser vista como sendo um dos objetivos do MR. Logo, na busca pela retenção, as empresas precisam manter e aprimorar seu MR (VAVRA, 1993). Na mesma linha, Reichheld (1996) ratifica que os relacionamentos longos geralmente são lucrativos, e que o retorno anual por cliente cresce com a longevidade do relacionamento. O autor reconhece também que as empresas precisam manter um bom relacionamento com seus empregados e seus investidores, posto que sem uma relação minimamente estável com eles torna-se impossível a manutenção de uma estratégia consistente de retenção de clientes.

As informações que emergiram desta pesquisa compõem um conjunto de informações básicas que poderão auxiliar a instituição a iniciar um processo de implementação de MR. A relação mais próxima entre instituição de ensino e aluno poderá possibilitar um diferencial competitivo, haja vista que ocasiona maior satisfação, fidelização e relacionamento duradouro (DEMO, 2014). Portanto, existe compatibilidade entre o MR e a natureza das IES, uma vez que as instituições promovem o envolvimento e a construção de uma imagem de comprometimento com seus alunos (OPLATKA; HEMSLEY-BROWN, 2004).

As instituições que estão alinhadas ao MR entendem melhor, por consequência, seus clientes, oferecem níveis mais altos de atendimento e promovem relacionamentos mais profundos com eles. As ferramentas do MR possibilitam identificar as necessidades dos seus clientes e atraí-los com o que mais lhes interessa (KOTLER; ARMSTRONG, 2012).

Por fim, este estudo traz em sua essência a identificação dos fatores e motivadores determinantes de evasão no Curso Técnico em Administração ofertado na modalidade de ensino à distância do Instituto Federal Goiano na forma subsequente ao ensino médio, sob a ótica da percepção dos alunos. Os achados da pesquisa possibilitarão que a instituição adote ferramentas do MR que auxiliem na aproximação com o aluno, visando um relacionamento duradouro por meio de ações que promovam maior interação entre instituição, professores, tutores e alunos, e, assim, o atendimento de suas necessidades.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo identificar os atributos que levam os alunos à evasão no ensino a distância do IF Goiano. Foram investigados fatores qualitativos capazes de ajudar a identificar o perfil dos estudantes bem como os fatores que os levam à evasão de um curso EaD. Foram identificados, também, os motivos determinantes para a evasão, resultado do somatório dos fatores de evasão, e na maioria dos casos os entrevistados relataram mais de um motivo para justificar sua evasão.

A pesquisa foi realizada junto aos alunos evadidos do Curso Técnico em Administração promovido pelo Instituto Federal Goiano na forma subsequente ao ensino médio. Por conseguinte, buscou-se identificar os fatores que levam à evasão tendo como base a escala de motivos para evasão do ensino superior de Ambiel (2015). Em relação aos motivos que levam à evasão, baseado na escala de motivos criada por esse autor, algumas justificativas foram determinantes para que os alunos abandonassem o curso: a) motivos institucionais; b) motivos relacionados à falta de suporte; c) motivos pessoais; d) motivos relacionados a carreira; e) motivos relacionados ao desempenho acadêmico.

Os resultados apontaram que os principais fatores que levam à evasão, de acordo com os entrevistados, foram: falta de estrutura adequada para os alunos, logística/deslocamento do aluno até o polo, dificuldade em conciliar estudo e trabalho, inadequação com a modalidade EaD, dificuldades financeiras, preocupações com carreira futura e mercado de trabalho, mudança de curso, escolha errada ou equivocada, dificuldade com as disciplinas e com os tutores.

Os fatores foram agrupados de acordo com os motivos para evasão de Ambiel (2015) e, em seguida, foram somadas as frequências de respostas, o que possibilitou identificar os motivos determinantes de evasão no curso Técnico em Administração ofertado pelo IF Goiano.

Ficou evidenciado que a falta de estrutura foi o fator determinante para a evasão de alunos do curso Técnico em Administração do IF Goiano. Os resultados alcançados consolidam a ideia de que fatores endógenos à instituição como estrutura precária dos polos, das salas e dos laboratórios influenciaram diretamente na decisão dos alunos em abandonar o curso. Em seguida, foi reforçado que o fator inadequação com a modalidade EaD apresentou frequência de respostas relativamente alta. Os dois fatores foram mencionados por 14 entrevistados, os quais, juntos, formam os motivos institucionais que levam à evasão de estudantes, baseada na escala de Ambiel (2015).

Os dados apresentados por este estudo apontam os motivos relacionados à falta de suporte como sendo o segundo motivo mais relevante em relação à evasão, sendo citado por 13 alunos. O motivo é composto pelos fatores dificuldade em conciliar estudo e trabalho e dificuldades financeiras. Os entrevistados relataram que situações como mudança de emprego, mudança de horário, cansaço após o trabalho e pouco tempo para se deslocar do trabalho até o curso contribuíram com a decisão de deixar o curso Técnico em Administração do IF Goiano.

Ainda dentro dos resultados encontrados, ficou evidenciado que os motivos pessoais que levam à evasão tiveram alta frequência de respostas e foi considerado o terceiro motivo mais relevante do estudo. O item é formado pelos fatores logística/deslocamento do aluno até o polo, mudança de curso e escolha errada ou equivocada do curso. Os fatores foram relatados por 11 entrevistados como sendo os responsáveis pela evasão do curso EaD. Muitos deles explicitaram o desejo de mudar de curso, pois, não se identificaram ou já estavam cursando algum outro curso superior e tiveram que optar por um em detrimento do outro. Um dos respondentes relatou ter identificado, no decorrer do curso, que aquela não era sua área e, por isso, abandonou-o, e a maioria apontou a distância do polo e a logística como fundamentais para a decisão de abandonar o curso.

Foi possível identificar, também, que o motivo relacionado à carreira foi o quarto mais citado pelos alunos. Pertinente a esse motivo, o fator preocupações com carreira futura e mercado de trabalho foi lembrado por 5 entrevistados, dos quais a não identificação com a carreira e a mudança de curso visando a uma melhor carreira foram determinantes para que os alunos evadissem.

Os resultados também demonstram que o motivo relacionado ao desempenho foi o item menos mencionado pelos entrevistados. Esse é composto pelos fatores dificuldade com disciplinas ou com os tutores e foram citados por um entrevistado cada. Foi relatada a dificuldade com disciplinas e tutores que não respondiam às dúvidas dos alunos. O fato de os itens serem mencionados por apenas 2 dos 20 entrevistados podem ser justificados por estarem fora do contexto, foram mal-entendidos ou a pergunta mal formulada. Conseqüentemente, o motivo foi o que teve menor frequência de respostas, assim como no estudo de Ambiel (2015), mas contribuiu no somatório para que se chegasse aos fatores determinantes de evasão.

Este estudo corrobora outros estudos realizados por Paredes (1994), Comarella (2009) e Martins *et al.* (2013) no que tange aos motivos que levam à evasão, pois os autores identificaram, após suas análises, que a maioria dos entrevistados relatou mais de um motivo que os levou a evadir do curso, o que também aconteceu neste estudo, pois a maior parte dos

entrevistados relatou dois ou mais motivos que influenciaram nas suas decisões de abandonar o curso.

Ficou evidenciado que este estudo corroborou a pesquisa de Ambiel (2015) no que tange à tendência de o aluno evadir ou não, sendo caracterizado pelo autor como sendo motivos fortes ou fracos para evasão. O estudante será mais propenso a evadir caso ocorram fatores que o afetem diretamente e que possam ser determinantes para sua decisão de abandonar o curso; por outro lado, ele será menos propenso a evadir caso ocorram fatos que não lhe afetem de forma direta.

Este estudo confirma as conclusões de Ambiel (2015) em relação à utilização de uma ferramenta útil e confiável para a identificação de motivos que podem levar estudantes a desistirem de seus cursos. Nesse sentido, esta pesquisa possibilita aprofundar o conhecimento a respeito do tema evasão proporcionando novos estudos e pesquisas em instituições públicas e privadas de ensino que ofertem cursos na modalidade presencial ou a distância.

A realização desta pesquisa objetivou o aprofundamento sobre os temas ensino à distância, evasão de alunos e o marketing de relacionamento. As análises dos dados e resultados permitiram identificar fatores e motivadores que influenciaram de forma determinante na evasão de alunos do Curso Técnico em Administração promovido pelo EaD do IF Goiano na forma subsequente ao ensino médio. Após o estudo dos temas supracitados, apresentou-se, no item 5.8, as contribuições do marketing de relacionamento para auxiliar a instituição na gestão do relacionamento com seus alunos, sugerindo ações que promovam um relacionamento duradouro entre as partes.

## 6.1 CONTRIBUIÇÕES ACADÊMICAS

No âmbito acadêmico, esta pesquisa pode contribuir com os temas de Marketing de Relacionamento, ensino a distância, evasão de alunos, em especial a evasão de estudantes na modalidade de ensino a distância, de forma a colaborar para o desenvolvimento da teoria, sobretudo no cenário acadêmico brasileiro.

Alguns dos aspectos citados na literatura, entre os quais destacam-se os estudos realizados por Shin e Kim (1999), Xenos, Pierrakeas e Pintelas (2002), Paloff e Pratt (2002), Coelho (2003), Maia e Meireles (2005), Abbad, Carvalho e Zerbini (2006), Favero (2006), Almeida (2007), Comarella (2009), Maurício e Schlemmer (2014), também foram observados e explorados neste estudo.

Os autores estudaram a evasão no EaD e identificaram diversas situações que influenciam os alunos a abandonar o curso, tais como: fatores internos e externos à instituição, flexibilidade que pode trazer benefícios e dificuldades, dificuldade em conciliar estudo e trabalho, tempo reduzido para se dedicar aos estudos, planejamento e suporte social ao estudo, dificuldade de adaptação do estudante ao EaD, condições de estudo, tecnologia utilizada para realização dos cursos, o método de ensino, o ambiente virtual de aprendizagem e o desenho do curso, falta de atendimento das expectativas pessoais, falta de condições de estudo em casa e no local de trabalho, problemas com tecnologia, falta de organização pessoal, falsa impressão de maior facilidade no curso a distância em relação ao presencial e desestímulo por parte do aluno por entender que não faz parte de uma turma.

Desse modo, este estudo contribui positivamente com a academia no que diz respeito aos motivos, fatores e atributos que influenciam de forma determinante na decisão de alunos em abandonar um curso EaD, expondo relatos dos entrevistados em relação às suas dificuldades, tanto internas quanto externas à instituição. Esta pesquisa não tem por objetivo esgotar a discussão sobre evasão de alunos, mas aprofundar o assunto na busca de melhorias da educação pública, em especial, no que diz respeito à modalidade de ensino a distância.

## 6.2 CONTRIBUIÇÕES GERENCIAIS

Lins e Miron (2009) afirmam a importância dos estudos acadêmicos para a gestão pública. Para o autor, elas são responsáveis por gerar extensa fonte de informações que podem auxiliar o gestor na tomada de decisões. O setor público necessita urgentemente ser transformado e melhorado (OOSTEROM, 2009).

De acordo com as análises das entrevistas, percebeu-se que os fatores ligados à instituição estão motivando os alunos a abandonarem o Curso Técnico em Administração ofertado na modalidade de ensino a distância. Neste estudo, constatou-se que o fator determinante para a evasão de alunos no EaD do IF Goiano é a falta de estrutura adequada para os alunos, ligada aos motivos institucionais que levam à evasão de alunos.

Em referência às implicações gerenciais, ao se identificar os fatores e os motivadores de evasão no ensino a distância da instituição, a partir de entrevistas em profundidade realizadas com alunos evadidos do curso Técnico em Administração, os gestores terão um instrumento que poderá auxiliá-los na definição das ações mais eficientes, eficazes e efetivas para reduzir as taxas de evasão dos cursos EaD promovidos pelo IF Goiano.

Os resultados da pesquisa poderão servir de base para a tomada de decisões da gestão do IF Goiano, haja vista que os entrevistados apontaram que a falta de estrutura adequada os motivou a evadir do curso. De certo, a pesquisa poderá servir de base para a avaliação da situação atual e para a proposição de melhorias na realização dos cursos ofertados ou que virão a ser ofertados, qualificando os processos inerentes à modalidade EaD, mediante a correção de eventuais deficiências e dificuldades.

Com o intuito de minimizar a evasão e corrigir os fatores de evasão identificados neste estudo, a instituição pode realizar melhorias na estrutura dos polos com o objetivo de atender melhor o aluno, visando mantê-lo no curso. Sugere-se realizar ações preventivas buscando mostrar ao aluno o esforço necessário para acompanhar os cursos à distância. Recomenda-se que o IF Goiano possa dar uma atenção especial aos alunos nos primeiros meses de curso, criando situações que facilitem a adaptação a esta modalidade de ensino. É recomendável que a instituição faça avaliações contínuas, objetivando identificar possíveis falhas e efetuar as correções necessárias com rapidez.

Este estudo poderá ser utilizado pelas instituições ou pelos profissionais de educação no sentido de proporcionar uma melhor orientação aos alunos, visando à criação de estratégias e programas institucionais que reduzam as taxas de evasão.

### 6.3 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

O estudo limitou-se a identificar os atributos que levam à evasão no EaD, especificamente identificar os fatores e motivos determinantes de evasão do Curso Técnico em Administração do Instituto Federal Goiano nessa modalidade. Uma limitação identificada refere-se ao fato de o estudo ter sido realizado somente em um curso EaD. Portanto, não se sabe se os motivos e fatores relatados pelos entrevistados do Curso Técnico em Administração são também influentes no que se refere a alunos de outros cursos, seria necessário um estudo mais amplo objetivando entrevistar alunos de todos os cursos para identificar os fatores determinantes de evasão da EaD do IF Goiano.

Outra limitação e dificuldade encontrada foi com relação ao contato com o estudante evadido da instituição. Em alguns casos, essa dificuldade se deu por problemas de cadastro, números inexistentes, incorretos e de pessoas que não conheciam o aluno, dificultando o contato para participação na entrevista. Verificou-se, também, a mudança de alunos para outras cidades ou até mesmo para outro estado, impossibilitando a realização da entrevista. Por fim, houve casos de alguns alunos que se negaram a participar das entrevistas.

#### 6.4 PROPOSIÇÕES DE ESTUDOS FUTUROS

A realização da pesquisa possibilitou identificar problemas internos da instituição, pois os problemas estruturais foram considerados pelos alunos como sendo o fator determinante para evasão do Curso promovido pelo IF Goiano. Propõe-se que sejam realizados estudos em outros cursos EaD da Instituição e também de outras instituições públicas e privadas de ensino que ofertam cursos na modalidade de ensino a distância. Dessa forma, será possível ter uma base de comparação entre os cursos e as instituições para que se possa buscar melhorias, visando reduzir os índices de evasão nas instituições de ensino a distância.

Propõe-se também a realização de estudos para que seja possível identificar o perfil dos alunos responsáveis pelo crescimento da taxa de evasão das instituições que ofertam o EaD. Outra proposição seria o estudo visando a criação e a aplicação de um questionário a ser respondido pelo aluno no ato do trancamento da matrícula. Isso auxiliaria a instituição a identificar os fatores e motivos que levam à evasão ou até mesmo auxiliaria na tentativa de reter o aluno. Dessa maneira, o levantamento de informações ajudaria a instituição na tomada de decisões administrativas, pedagógicas e até mesmo psicológicas para melhor orientação do estudante.

Almeja-se motivar estudos futuros relacionados ao tema, buscando encontrar novas abordagens sobre os conceitos ou contribuindo para a construção de respostas validadas cientificamente para os problemas aqui discutidos.

## REFERÊNCIAS

- ABBADE, E. B., NORO, G. B. A percepção de clientes universitários quanto ao relacionamento com suas operadoras de telefonia móvel. In: ENANPAD, 36., 2012, Rio de Janeiro (RJ). **Anais...** Rio de Janeiro, ANPAD, 2012.
- ABBAD, G.; ZERBINI, T.; SOUZA, D. B. L. Panorama das pesquisas em Educação a Distância no Brasil. **Estudos de Psicologia**. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, v. 15, n. 3, p. 291-298, 2010.
- \_\_\_\_\_.; CARVALHO, R. S.; ZERBINI, T. Evasão em curso via Internet: explorando variáveis explicativas. **RAE-eletrônica**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 1-26, 2006.
- ABED. Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED). **Relatório Analítico da Aprendizagem a Distância no Brasil 2015**. Disponível em:<[http://abed.org.br/arquivos/Censo\\_EAD\\_2015\\_POR.pdf](http://abed.org.br/arquivos/Censo_EAD_2015_POR.pdf)>. Acesso em: 24 fev. 2017.
- \_\_\_\_\_. Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED). **Relatório Analítico da Aprendizagem a Distância no Brasil 2014**. Disponível em:<[http://www.abed.org.br/censoead2014/CensoEAD2014\\_portugues.pdf](http://www.abed.org.br/censoead2014/CensoEAD2014_portugues.pdf)>. Acesso em: 24 fev. 2017.
- ALMEIDA, O. C. S. **Evasão em Cursos a Distância**: validação de instrumento, fatores influenciadores e cronologia da desistência. 2007. 177f. Dissertação de Mestrado em Administração, Universidade de Brasília (UnB), Brasília, Distrito Federal, 2007.
- AMBIEL, R. A. M. Construção da Escala de Motivos para Evasão do Ensino Superior. **Avaliação psicológica**. Itatiba. v. 14, n. 1, p. 41-52, 2015. Disponível em:<[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1677-04712015000100006&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712015000100006&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 10 mar. 2017.
- ARAÚJO, N. T. F.; OLIVEIRA, F. B.; MARCHISOTTI, G. G. **Razões para a evasão na educação a distância**. 2016. Disponível em:<<http://www.abed.org.br/congresso2016/trabalhos/326.pdf>>. Acesso em: 01 mai. 2017.
- ARETIO, G. L.; CORBELLA, R. M.; FIGAREDO, D. D. **De la educación a distancia a la educación virtual**. Barcelona: Ariel, 2007.
- BARDAGI, M. P. **Evasão e Comportamento Vocacional de Universitários**: estudos sobre o desenvolvimento de carreira na graduação. 2007. 242f. Tese de doutorado em Psicologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2007.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BERRY, L. B. Relationship marketing of services - perspectives from 1983 and 2000. **Journal of Relationship Marketing**, v. 1, n. 1, p. 59-77, 2002.

\_\_\_\_\_. Relationship Marketing in emerging perspectives in services Marketing. Chicago: AMA, p.25-25, 1983.

BEUREN, I. M. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2006.

BIAZUS, C. A. **Sistema de fatores que influenciam o aluno a evadir-se dos cursos de graduação na UFSM e na UFSC: um estudo no curso de Ciências Contábeis**. 2004. 203f. Tese de Doutorado em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

BITTENCOUT, I. M.; MERCADO, L. P. L. **Evasão nos cursos na modalidade de educação à distância: estudo de caso do Curso Piloto de Administração da UFAL/UAB**. Ensaio: Aval. Pol. Publ. Educ., Rio de Janeiro, v. 22, n. 83, p. 465-504, 2014.

\_\_\_\_\_. Implicações pedagógicas nos processos de ensino-aprendizagem como principal causa da Evasão em um Curso de Administração na Modalidade Distância Como professores concebem as TIC no ensino de Matemática. In: IV ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE. 4, 2013, Brasília. **Anais...**, Brasília, EnEPQ, 2013.

BRASIL. Decreto nº 9.057, de 25 de maio de 2017. Regulamenta o art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 26 mai. 2017.

\_\_\_\_\_. Ministério da Educação. **Rede Federal de Educação, Ciência e Tecnologia**. 2014. Disponível em: <<https://redefederal.mec.gov.br>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e base para educação nacional. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 23 dez., 1996.

\_\_\_\_\_. Ministério de Educação e Cultura. Secretaria de Ensino Superior. **Comissão Especial de Estudos sobre a Evasão nas Universidades Públicas Brasileiras**. ANDIFES/ABRUEM, SESu, MEC, Brasília, 1996.

BRAUER, S. **Avaliação de um curso a distância: valor instrumental do treinamento, barreiras pessoais à conclusão e evasão**. 2005. 135f. Dissertação de Mestrado em Psicologia, Universidade de Brasília, 2005.

CAETANO, C. C. R.; CARDOSO, T. A. O.; MIRANDA, G. J.; FREITAS, S. C. Desempenho no Enade em Ciências Contábeis: Ensino a Distância (EAD) versus presencial. **Revista Universo Contábil**, v. 11, n. 4, p. 147-165, 2015.

CAPPONI, N. F.; ASTA, D. D. Estratégias Viabilizadas por uma Instituição de Ensino Superior Privada na Implantação do Ensino à Distância: um Estudo de Caso. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 5, n. 2, p. 226-239, 2015.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHACHAMOVICH, E. **Teoria de resposta ao item: aplicação do modelo Rasch em desenvolvimento e validação de instrumentos em saúde mental.** 2007. 288f. Tese de doutorado em Ciências Médicas: Psiquiatria, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

CHENG, Y.C.; TAM, M.M. Multi-models of quality in education. **Quality Assurance In Education**, v. 5. n. 1, p. 22-31. Dez. 1997.

COBRA, M. **Serviços: como construir valor para o cliente.** São Paulo: Marcos Cobra, 2004.

\_\_\_\_\_.; BRAGA, R. **Marketing educacional: Ferramentas de Gestão para Instituições de Ensino.** São Paulo: Cobra, 2004.

COELHO, M. L. **A formação continuada do docente universitário em cursos a distância via Internet: Um estudo de caso.** 2003. Disponível em: <<http://www.abed.org.br/seminario2003/texto06.htm>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

COELHO, P.; REINALDO, H. Revisão sistemática da literatura nacional sobre Marketing de Relacionamento entre 1997 e 2013. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 38, 2008, Rio de Janeiro. **Anais Eletrônicos...**, Rio de Janeiro, ANPAD, 2014.

COMARELLA, R. L. **Educação superior a distância: evasão discente.** 2009. 146f. Dissertação de Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

CURLESS, T. A. Motivating Students in Distance Education. **Distance Learning**, v. 1, n. 5, p. 19-22, 2004.

DEMO, G.; PONTE, V. **Marketing de Relacionamento (CRM): estado da arte e estudos de casos.** Brasília: Atlas, 2008.

DEMO, G. B2C market: development of a CRM scale. In: **Marketing in the Cyber Era.** Hershey, PA: IGI Global, A. Ghorbani, p. 85-95, 2014.

DORNELAS, J. S.; XAVIER, R. O. Quando o CRM será efetivo em uma empresa? In: X SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – SIMPEP, 10., 2003, Bauru. **Anais...** Bauru: UNESP, 2003.

DRUCKER, P. F. Uma Bússola para tempos incertos. **Revista Exame.** São Paulo, v. 30, n. 7, p. 66-70, 1997.

FARIA, L. H. L.; GIULIANI, A. C.; PIZZINATTO, N. K.; SPERS, V. R. E. 20 Anos de Publicações sobre Marketing de Relacionamento no Brasil: Uma análise da produção acadêmica de 1992 A 2012. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 1, p. 106-118, 2014.

FAVERO, R. V. M. **Dialogar ou evadir: eis a questão! Um estudo sobre a permanência e a evasão na educação a distância.** 2006. 167f. Dissertação de Mestrado em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

FERNANDES, D. C. **Construcción de un test informatizado transmodal de memoria de reconocimiento**. 2011. 274f. Tese de doutorado em Psicologia. Universidad de Salamanca, Salamanca, 2011.

GARRISON, D. R.; ANDERSON, T.; ARCHER, W. A theory of critical inquiry in online distance education. In: MOORE, Michael Grahame; ANDERSON, William G. (Ed.). **Handbook of distance education**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2003.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, L. F. EAD no Brasil: perspectivas e desafios. **Avaliação (Campinas)** (online), v. 18, n. 1, p. 13-22, 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/aval/v18n1/02.pdf>>. Acesso em: 26 mai. 2017.

GOMES, R. C.; RODRIGUES, R. S.; GAMEZ, L.; BARCIA, R. M. **Comunicação multidimensional** – um ambiente de aprendizagem na educação a distância. 2000. Disponível em: <[www.abed.org.br](http://www.abed.org.br)>. Acesso em: 08 nov. 2016.

GRÖNROOS, C. From marketing mix to relationship marketing: Towards a paradigm shift in marketing. **Periodical Management Decision**, v. 32, n. 2, p. 4-18, 1994.

HERRMANN, I. C.; MARTINS, L. C.; ALMEIDA, V. L.; FLORES, W. S. Análise da evasão em um curso de graduação na modalidade de Educação a Distância. In: I CONGRESSO NACIONAL DE MESTRADOS PROFISSIONAIS EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, 1, 2016, Curitiba. **Anais Eletrônicos...**, Curitiba, PR, 2016.

HOTZA, M. A. S. **O abandono nos cursos de graduação da UFSC em 1997**: a percepção dos alunos-abandono. 2000. 86 f. Dissertação de Mestrado em Psicologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

HUANG, J.; XIONG, W. The effect of win-back investment on lost consumers' intention of reinitiating relationship. **Frontiers of Business Research in China**, v. 4, n. 3, p. 485-497, 2010.

IF GOIANO. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano. **Localização geográfica das unidades do IF Goiano**. Disponível em: <<https://www.ifgoiano.edu.br>>. Acesso em: 15 out. 2016

INEP. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Censo da educação superior 2014**. Brasília, 2017. Disponível em: <[http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2014/resumo\\_tecnico\\_censo\\_educacao\\_superior\\_2014.pdf](http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2014/resumo_tecnico_censo_educacao_superior_2014.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2017.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LANDIM, C. M. M. P. F. **Educação a distância**: algumas considerações. Rio de Janeiro: Edição da Autora, 1997.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

LEMGRUBER, M. S. **Educação a distância: para além dos caixas eletrônicos**. 2012. Portal do MEC. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/arquivos/conferencia/documentos/marcio\\_lemgruber.pdf](http://portal.mec.gov.br/arquivos/conferencia/documentos/marcio_lemgruber.pdf)>. Acesso em: 22 mai. 2017.

LINS, J.; MIRON, P. (coords.). **Gestão Pública - Melhores Práticas**. São Paulo: Quartier Latin, 2009.

LOBO, M. B. C. M. Panorama da evasão no ensino superior brasileiro: aspectos gerais das causas e soluções. **ABMES Cadernos**. Brasília, 2012.

LOPES, L. R. **O marketing nas IES privadas da Bahia: um estudo sobre o nível de conhecimento e potencialidades de uso do marketing, e sobre as aspirações e necessidades dos estudantes candidatos**. 2006. 172 f. Dissertação de Mestrado em Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2006.

MACGREGOR, K. South Africa: Student drop-out rates alarming. **University World News**, Londres, ed. 3, out. 2007. Disponível em: <<http://www.universityworldnews.com/article.php?story=20071025102245380>>. Acesso em: 01 mai. 2017.

MACHADO, E. A. **Desempenho acadêmico e satisfação dos estudantes da modalidade de EAD: um estudo comparativo entre concluintes dos cursos de Ciências Contábeis e Administração**. 2014. 161 f. Tese de Doutorado em Controladoria e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

MACHADO, S. P.; MELO FILHO, J.M.; PINTO, A.C. A evasão nos cursos de graduação de química. Uma experiência de sucesso feita no instituto de química da Universidade Federal do Rio de Janeiro para diminuir a evasão. In: ÓRGÃO DE DIVULGAÇÃO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE QUÍMICA. Química Nova. Rio de Janeiro. **Anais Eletrônicos...** Rio de Janeiro. Universidade Federal do Rio de Janeiro. v.28, Suplemento, S41-S43. 2005. Disponível em: <<http://quimicanova.sbq.org.br/>>. Acesso em: 17 mai. 2017.

MAIA; M. C.; MEIRELLES, F. S. Evasão dos cursos a distância e sua relação com as tecnologias de informação e comunicação. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29, 2005, Curitiba. **Anais...** ANPAD, 2005.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MARTINS, C. B.; KNISS, C. T.; ROCHA, R. A. Um estudo sobre o uso de Ferramentas de Gestão do Marketing de Relacionamento com o cliente. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 14, n. 1, p. 59-71, 2015.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, R. X.; SANTOS, T. L. P.; FRADE, E. G.; SERAFIM, L. B. **Por que eles desistem? Estudo sobre a evasão bem cursos de licenciatura a distância.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENSINO SUPERIOR A DISTÂNCIA. **Anais...** ESUD 2013, Belém, PA, 2013.

\_\_\_\_\_.; HOKARI, A. Educação a Distância é para todos? Um estudo exploratório sobre possíveis preditores do sucesso acadêmico. In: VIII Congresso Brasileiro de Ensino Superior a Distância. **Anais...** ESUD 2011, UNIREDE, Belém, PA, 2011.

MAURÍCIO, W.P.D. **De uma educação a distância para uma educação sem distância:** a problemática da evasão nos cursos de Pedagogia a distância. 2015. 187 f. Tese de Doutorado em Educação, Universidade do Vale dos Sinos, São Leopoldo - RS, 2015.

\_\_\_\_\_.; SCHLEMMER, E. Educação a distância: as causas da evasão, os não lugares e suas manifestações. In: XI CONGRESSO DE ENSINO SUPERIOR A DISTÂNCIA. Florianópolis. **Anais...** ESUD 2014, v. 1, n. 1, p. 2023-2033, 2014.

MELO, P. A.; MELO, M. B.; NUNES, R. S. A Educação a Distância como Política de Expansão e Interiorização da Educação Superior no Brasil. **Revista de Ciências da Administração**, Santa Catarina, v. 11, n. 24, p. 278-304, 2009.

MELLO, V. F. Estudo sobre a evasão escolar no curso técnico subsequente em Química na modalidade à distância no IFG Anápolis. 2016. 72f. Trabalho de conclusão do Curso de Licenciatura em Química, Instituto Federal Goiás, Anápolis, 2016.

MENDES, V. A expansão do ensino à distância no Brasil: democratização do acesso? In: SIMPÓSIO BRASILEIRO POLÍTICA E ADMINISTRAÇÃO DA EDUCAÇÃO, 25., 2011, São Paulo, **Anais eletrônicos...** São Paulo: ANPAE, 2011.

MISHRA, A; MISHRA, D. Customer relationship management: implementation process perspective. **Acta Polytechnica Hungarica**, v. 6, n. 4, p. 83-99, 2009.

MOORE, M. G.; KEARSLEY, G. **Distance education:** A systems view of online learning. 3. ed. Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning, 2011.

\_\_\_\_\_. **Educação a distância:** uma visão integrada. São Paulo: Thomson Learning, 2010.

MORALES, M.; CALDERÓN, L. F. Assessing service quality in schools of business: dimensions of service in continuing professional education (CPE). In: BALAS – Latin America's New Millennium. **Proceedings...**, p. 524-536, 1999.

MORAN, J. M. A. **EAD no Brasil:** cenário atual e caminhos viáveis de mudança. 2014. Disponível em: <[www2.eca.usp.br/moran/wp-content/uploads/2013/12/cenario.pdf](http://www2.eca.usp.br/moran/wp-content/uploads/2013/12/cenario.pdf)>. Acesso em: 07 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **Desafios da educação a distância no Brasil.** 2012. Disponível em:<[http://www2.eca.usp.br/moran/wp-content/uploads/2013/12/desafios\\_ead.pdf](http://www2.eca.usp.br/moran/wp-content/uploads/2013/12/desafios_ead.pdf)>. Acesso em: 09 nov. 2016.

MORESI, E. A. D. **Apostila de metodologia da pesquisa**. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2003.

NASH, R. D. Course Completion Rates among Distance Learners: Identifying Possible Methods to Improve Retention. **Online Journal of Distance Learning Administration**, v. 8, n. 4, p. 67-84, 2005.

NGAI, E. W. T.; XIU, L.; CHAYU, D. C. K. Application of data mining techniques in customer relationship management: a literature review and classification. **Expert systems with applications**, v. 36, n. 2, p. 2592-2602, 2009.

\_\_\_\_\_. Customer relationship management research (1992-2002): an academic literature review and classification. **Marketing intelligence & planning**: v. 23, n. 6, p. 582- 605, 2005.

NUNES, I. V. A História do EAD no mundo. In: LITTO, Fredric Michael; FORMIGA, Manuel Marcos Maciel (Orgs.). **Educação a distância**: o estado da arte. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.

OEIRAS, J. Y. Y.; ROCHA, H. V.; FREIRE, F. M. P.; ROMANI, L. A. S. Contribuições de conceitos de comunicação mediada por computadores e visualização de informação para o desenvolvimento de ambientes de aprendizagem colaborativa. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO, 2001, Vitória. **Anais...** Vitória: UFES, 2001. p. 122-135.

OLIVEIRA, S. M. S. **O modelo de Rasch para avaliar o Inventário de Ansiedade na Escola**. 2012. 141 f. Tese de Doutorado em Psicologia, Universidade São Francisco (USF), Itatiba, 2012.

OOSTEROM, W. O Futuro da Prestação de Serviços Públicos: Atendendo às expectativas do cidadão. In: LINS, J.; MIRON, P. (coords.). **Gestão Pública - Melhores Práticas**. São Paulo: Quartier Latin, 2009.

OPLATKA, I.; HEMSLEY-BROWN, J. The research on school marketing: current issues, future directions. **Journal of Educational Administration**, v. 42, n. 3, p. 375-400, 2004.

PACHECO, A. S. **Evasão**: análise da realidade do curso de graduação em Administração a Distância da Universidade Federal de Santa Catarina. 2007. 136 f. Dissertação Mestrado em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

PALLOFF, R. M; PRATT, K. **O aluno Virtual**: um guia para trabalhar com estudantes on-line. Porto Alegre: Artmed, 2004.

\_\_\_\_\_. **Construindo comunidades de aprendizagem do ciberespaço**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

PAREDES, A. S. **A evasão do terceiro grau em Curitiba**. NUPES - Núcleo de Pesquisas sobre Ensino Superior, Universidade de São Paulo, São Paulo, documento de trabalho n. 6, 1994. Disponível em: <<http://nupps.usp.br/downloads/docs/dt9406.pdf>>. Acesso em: 02 mai. 2017.

PARVATIYAR, A.; SHETH, L. N. The domain and conceptual foundations of relationship marketing. In: SHETH, J. N.; PARVARTIYAR, A. (Org). **Handbook of relationship marketing**. Thousand Oaks: Sage, p. 3-38, 2000.

PASQUALI, L.; PRIMI, R. **Fundamentos da teoria da resposta ao item: TRI**. Avaliação Psicológica. Porto Alegre, v. 2, n. 2, p. 99-110, 2003. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1677-04712003000200002&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712003000200002&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 21 mai. 2017.

PAYNE, A. **Handbook of CRM: achieving excellence in customer management**. Oxford: Elsevier, 2006.

PEPPERS, D; ROGERS, M. **Marketing 1 to 1: um guia executivo para entender e implantar estratégias de Customer Relationship Management (CRM Series)**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 2001.

\_\_\_\_\_.; \_\_\_\_\_. **Marketing um a um: marketing individualizado na era do cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

PEREIRA, F. C. B. **Determinantes da evasão de alunos e os custos ocultos para as instituições de ensino superior: uma aplicação na Universidade do Extremo Sul do Oeste**. 2003. 172 f. Tese de Doutorado em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

PETRY, J. F.; BORGES, G. R.; DOMINGUES, M. J. C. S. Ensino a distância: um panorama da expansão na região norte do Brasil. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, [S.l.], v. 7, n. 3, p. 114-138, 2014.

RASH, G. **Probabilistic Models for some Intelligence and Attainment Tests**. Chicago, IL USA: University of Chicago Press, 1960.

REICHHELD, F. F. Learning from customer's defections. **Harvard Business School Press**, p. 1-22, 1996.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ROSSI, C. A. V.; SLONGO, L. A. Pesquisa de satisfação de clientes: o estado-da-arte e proposição de um método brasileiro. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 2, n. 1, p. 101-125, 1998.

SALES, P. A. O. **Evasão em Cursos a Distância: Motivos relacionados às características do curso, do aluno e do contexto de estudo**. 2009. 174f. Dissertação de Mestrado em Psicologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

SARAIVA, R. S. L. **Estudo perceptivo sobre avaliação do ensino-aprendizagem no curso de pedagogia na modalidade de educação a distância da Universidade Estadual do Ceará – UECE**. 2015. 248f. Tese de Doutorado em Educação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015.

SILVA, A. S. R. **Estudo da Relação entre Domínio Tecnológico, Interação e Aprendizagem “Colaborativa” na EaD online pelo uso de um modelo de Equações Estruturais**. 2009. 163f. Tese de Doutorado em Educação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2009.

SILVA, M. W.; MARQUES, M. F. **EaD e Marketing de Relacionamento**. 2014. Disponível em: < <http://www.abed.org.br/hotsite/20-ciaed/pt/anais/pdf/131.pdf>>. Acesso em: 07 nov. 2016.

SIMPSON, O.; WOODLEY, A. Evasão: o elefante na sala. In: Olaf Zawacki-Richter e Terry Anderson (Tradução: Isabela de Martini Rivera Ferreira). **Educação a distância online: construindo uma agenda de pesquisa**. São Paulo: Artesanato Educacional, 2015.

SHIN, N.; KIM, J. An exploratory of learner progress and dropout in Korea National Open University. **Distance Education**, v. 20, n. 3, p. 81-95, 1999.

TRESMAN, Susan. **Towards a strategy for improved student retention in programmes of open, distance education: a case study from the Open University UK**, 2002. Disponível em:< <http://www.irrodl.org/index.php/irrodl/article/viewArticle/75/145>>. Acesso em: 01 jun. 2017.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

UNICEF. United Nations Children’s Fund. **The state of the world’s children**. Brasília: 2005.

VAVRA, T. **Marketing de Relacionamento: como manter a fidelidade de clientes através do Marketing de Relacionamento**. São Paulo: Atlas, 1993.

VERGARA, S. C. Estreitando relacionamentos na educação a distância. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 3, p. 01-08, 2007.

\_\_\_\_\_. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

VIEIRA, L. A. **Entre o real e o virtual: A educação a distância (EaD) como um espaço para o educar (aprender e ensinar) pela pesquisa**. 2011. 199f. Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, SP, 2011.

VILAÇA, M. L. C. Educação a Distância e Tecnologias: conceitos, termos e um pouco de história. **Revista Magistro**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 89-101, 2010.

XENOS, M.; PIERRAKEAS, C.; PINTELAS, P. A survey on student dropout rates and dropout causes concerning the students in the Course of Informatics of the Hellenic Open University. **Computers & Education**, v. 39, n. 4, p. 361-377, 2002.

YUKSELTURK, E.; INAN, F. A. Examining the Factors Affecting Student Dropout in an Online Learning Environment. **Turkish Online Journal of Distance Education**, v. 7, n. 2, p. 76-88, 2006.

ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L.; PARASURAMAN, A. The behavioral consequences of service quality. **Journal of Marketing**. v. 60, n. 2, p. 31-46, 1996.

## APÊNDICE A

### TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

Eu, Eduardo Alves da Silva, servidor público do IF Goiano – Reitoria, estou realizando uma pesquisa de mestrado sobre o tema: “Indicadores de evasão de alunos: estudo em um curso EaD da Rede Federal de Ensino”. Um estudo do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Administração – Mestrado Profissional em Administração, realizado na UNIALFA – Centro Universitário Alves Faria.

O Professor Doutor Bento Alves da Costa Filho, na qualidade de orientador deste projeto de pesquisa poderá ser contatado por meio do endereço eletrônico: bento.filho@unialfa.com.br para fornecer quaisquer esclarecimentos adicionais que se façam necessários.

Por este Termo de Confidencialidade ficam definidos os seguintes pontos:

- A sua participação nesta entrevista é totalmente voluntária;
- Você pode se recusar a responder qualquer pergunta a qualquer momento;
- Você pode se retirar da entrevista e dá-la por encerrada a qualquer momento;
- A entrevista e a gravação desta será mantida em confidencialidade e estará disponível apenas para o autor e o orientador deste projeto;
- Partes da entrevista poderão ser utilizadas no relatório final da pesquisa.

Agradecemos a sua disposição e participação neste projeto de pesquisa. A sua participação é muito importante e será apreciada.

Goiânia, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2017.

---

Entrevistado

---

Pesquisador

## APÊNDICE B

### APÊNDICE B – ROTEIRO PARA ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

**OBJETIVO: IDENTIFICAR OS ATRIBUTOS QUE LEVAM À EVASÃO DO ENSINO A DISTÂNCIA (EaD)**

<b>ENTREVISTA N°</b>	<b>DATA:</b> ___/___/___	<b>LOCAL:</b>
<b>HORÁRIO INÍCIO:</b> :	<b>HORÁRIO FIM:</b> :	<b>DURAÇÃO:</b> :
<b>CIDADE:</b>		
<b>ENTREVISTADO:</b>		
<b>ENTREVISTADOR:</b>		

*O entrevistado deve ser aluno do curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano*

### ORIENTAÇÕES INICIAIS

- Auto apresentação e apresentação dos objetivos gerais da pesquisa;
- Explicar a forma de registro e solicitar autorização para gravação em áudio;
- Falar sobre a questão do sigilo das informações.

### AQUECIMENTO:

#### **Apresentações pessoais:**

- Nome
- Idade
- Estado civil
- Município
- Onde você cursou o Ensino Médio?

## FATORES QUE LEVAM À EVASÃO NO ENSINO A DISTÂNCIA

1. Fale sobre os **motivos institucionais** que o levaram a evadir do Curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano. (Exemplo: A) Qualidade do corpo docente; B) Relacionamento dos professores com alunos; C) Infraestrutura).
2. Fale sobre os **motivos pessoais** que o levaram a evadir do Curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano. (Por exemplo estar no curso certo. A) Relação a escolha profissional; B) Aspectos familiares).
3. Fale sobre os **motivos relacionados a falta de suporte** que o levaram a evadir do Curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano. (Exemplo: A) Dificuldades financeiras; B) Dificuldade em conciliar estudos e trabalho).
4. Fale sobre os **motivos relacionados a carreira** que o levaram a evadir do Curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano. (Exemplo: A) Preocupações ou constatações a respeito da carreira futura em relação à execução das tarefas em si; B) Aspectos do mercado de trabalho).
5. Fale sobre os **motivos relacionados ao desempenho acadêmico** que o levaram a evadir do Curso Técnico em Administração do EaD do IF Goiano. (Exemplo: A) Baixo desempenho em disciplinas).