

**UM ESTUDO SOBRE OS ANTECEDENTES QUE EXPLICAM A PERSISTÊNCIA
ESTUDANTIL EM TEMPOS DE COVID-19: ESTUDO DE CASO EM IES PRIVADA**

MILENA REIS AUIP BARBOSA
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)

JOSE SARTO FREIRE CASTELO
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)

JOSIMAR SOUZA COSTA
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)

UM ESTUDO SOBRE OS ANTECEDENTES QUE EXPLICAM A PERSISTÊNCIA ESTUDANTIL EM TEMPOS DE COVID-19: ESTUDO DE CASO EM IES PRIVADA

1. INTRODUÇÃO

Abordar a persistência estudantil no ensino superior na segunda década do século XXI é entender o que faz o estudante permanecer na instituição de ensino superior e, ainda mais, consumir um serviço desenvolvido ainda no século XIX no Brasil. O governo investiu no aumento de instituições públicas, mas é no meio privado que o setor da educação superior tem um aumento considerável em números de Instituições de Ensino Superior (IES) (Bergamo; Farah e Giulliani, 2007).

Ao trabalhar o sucesso do aluno no ensino superior, Tinto (2017) entende que não se deve focar na retenção do estudante, pois este *construto* tem um olhar tipicamente institucional. Deve-se focar na persistência estudantil que é entendida como uma manifestação quanto à sua motivação para continuar na IES, o que faz com que o trabalho seja visto com um olhar do próprio estudante.

Para Oliveira e Barbosa (2016), a persistência e a evasão são indicadores importantes da qualidade e efetividade das políticas e dos métodos de ensino trabalhados na IES. Diante da complexidade deste fenômeno, sua identificação e caracterização se fazem relevantes para o desenvolvimento e fomento do ensino superior e, portanto, há necessidade de serem criadas ações baseadas em uma análise macroscópica do problema, com o objetivo de ser criado um conjunto de medidas educacionais efetivas na melhoria das taxas de persistência estudantil. Minimizar as taxas de evasão no ensino superior e, conseqüentemente, aumentar as taxas de persistência do estudante, garantindo bons resultados no número de diplomados que a IES libera a cada semestre para o mercado, que são as principais preocupações de qualquer instituição (Ministério da Educação/ Sistema de Seleção Unificada [MEC/SISU], 1997).

Amparado no pressuposto dos antecedentes da persistência estudantil no ensino superior, este estudo irá abordar, sob a ótica do olhar do estudante, a Lógica Dominante do Serviço (LDS) em *marketing* de Vargo e Lusch (2004a) e da Teoria da Integração do Estudante de Vincent Tinto (1975), um dos precursores dos estudos sobre permanência estudantil e da Teoria da Autodeterminação de Deci e Ryan (1985), no contexto da gestão e na visão do estudante a persistência estudantil no ensino superior.

A LDS indica que a participação do consumidor é fundamental para aprimorar as práticas vinculadas à entrega de serviço de forma a gerar valor. No contexto de pesquisas para o ensino superior, é coerente, pois estudos anteriores já apresentaram que o estudante deve ser interpretado como um *stakeholder* da disciplina, pois é um ator que tanto afeta como é afetado pelos resultados do serviço (Chung e Mclarney, 2000).

Tinto (2012) afirma que o aluno totalmente engajado à instituição seria aquele que se envolve, tanto acadêmica quanto socialmente, em todos os seus aspectos formais e informais. O engajamento estudantil em seu aspecto formal é caracterizado por aprendizagem significativa, boas notas e ausência de reprovação; e, em seu aspecto informal, caracteriza-se pela capacidade do aluno se relacionar com os atores institucionais que são os professores e funcionários administrativos. Para Tinto, os sistemas acadêmico e social são importantes para que haja um total engajamento do aluno com a instituição (Tinto, 2012).

Já a Teoria da Autodeterminação aponta que as motivações dos indivíduos diferem, sendo determinadas e orientadas por contextos que dão subsídios às necessidades psicológicas

com diferentes manifestações, o que torna muito difundida a motivação dos estudantes para a aprendizagem a fim de explicá-la no contexto acadêmico (Leal; Miranda e Carmo, 2013).

Ao utilizar as abordagens teóricas citadas na Integração do Estudante, de Vincent Tinto (1975), na LDS em *marketing* de Vargo e Lusch (2004) e na Teoria da Autodeterminação, parte-se da premissa de que todos necessitam da Cocriação de Valor (CV), engajamento estudantil e motivação acadêmica para ter o sucesso desejado na permanência do aluno no ensino superior. Assim, este trabalho se propõe a relacionar, nos estudos de *marketing*, a visão da LDS, da Teoria da Integração do Estudante e da Teoria da Autodeterminação na persistência de clientes, tendo, como ambiente de estudo, o setor da educação superior; assim como orientar, para o mercado, as ações organizacionais de IES privadas, a partir da análise de novos construtos trabalhados para a persistência estudantil, tendo como base o *marketing* em tempos de COVID-19, ao qual todas as IES tiveram que adaptar seus trabalhos e relações, contribuindo, assim, para a literatura acadêmica e, de maneira mais específica, aos estudos do marketing relacionados às IES privadas. Além disso, auxilia, empiricamente, para a gestão no sentido de desenvolver ações com o fito de aumentar a persistência no ensino superior privado brasileiro.

A autora deste estudo, em sua trajetória profissional de 10 anos na gestão da educação superior, observa como o estudante desta segunda década do séc. XXI possui pouca persistência na educação superior, mudando ou abandonando o curso e/ou a instituição de origem devido a vários obstáculos. Esta é uma observação importante, pois, como afirma Mattar (2014), o dado pode ser obtido através da própria declaração do pesquisado, ou através da observação do pesquisador, o que, de fato, este cenário é vivido diariamente pela pesquisadora na cidade de Fortaleza.

Este estudo, além de trazer informações para a tomada de decisão dos gestores educacionais de instituições superiores públicas e privadas, coloca que Duque (2014) e Elsharnouby (2015) incentivam novos estudos que testem diferentes modelos, *construtos* e relações entre eles a fim de verificar quais seriam os antecedentes (ou determinantes) da persistência de clientes nos diversos tipos de serviços. Neste trabalho, é aplicado um modelo no qual é analisada a relação entre os antecedentes de cocriação de valor, engajamento e motivação acadêmica no setor da educação superior privada em que, a partir do levantamento bibliográfico realizado em 32 modelos não foi observada nenhuma análise desta relação no setor trabalhado. Setor este que atravessa uma grave crise, como toda a economia global, a partir do COVID-19.

Essas reflexões e informações nos conduzem a buscar entender a influência dos antecedentes da cocriação de valor, do engajamento estudantil e a motivação acadêmica que explicam a persistência estudantil de uma Instituição de Ensino Superior Privada em tempos de COVID-19, ao qual todas as IES tiveram que adaptar seus trabalhos e relações, contribuindo, assim, para a literatura acadêmica e, de maneira mais específica, aos estudos do marketing relacionados às IES privadas. Além disso, auxilia, empiricamente, para a gestão no sentido de desenvolver ações com o fito de aumentar a persistência no ensino superior brasileiro. Desta forma, buscou-se responder a seguinte questão: Quais as influências da relação dos antecedentes cocriação de valor, engajamento estudantil e motivação acadêmica que explicam a persistência estudantil de uma Instituição de Ensino Superior Privado? Para responder essa questão, desenvolveu-se um referencial teórico para apoiar as cinco hipóteses que compoem o modelo de persistência estudantil de IES privada. Segue-se a metodologia com as medidas de qualidade dos construtos e as técnicas estatísticas que permitem as análises e conclusão dos resultados.

2.REFERENCIAL TEÓRICO E HIPÓTESES

Nesta seção, serão apresentados os construtos Cocriação de Valor, Engajamento Estudantil, Motivação Acadêmica e Persistência bem como as narrativas que conduzem às cinco hipóteses do modelo teórico do conceito de persistência estudantil da IES privada (Figura 1).

Persistência Estudantil

Muito se tem debatido a partir de sua terminologia utilizada no mundo e a forma como é abordada, para Mortenson (2012), o termo “persistence” se apresenta como a capacidade do estudante em continuar com foco nos estudos, e assim se direciona para uma atitude individual. No Brasil, a maioria dos estudos têm enfoque visando à evasão a partir da análise das causas, impactos e estratégias para minimizar as taxas de evasão estudantil, mas os pesquisadores de Bergamo *et al.* (2011), Polidori *et al.* (2011), Schmitt e Santos (2013), Schmitt (2016) e Tontini e Walter (2013) trabalham a partir de l com o enfoque positivo. Já nos Estados Unidos, onde são produzidos os principais estudos sobre o tema, a produção contemporânea se direciona para o enfoque positivo. foco nos estudos, e assim se direciona para uma atitude individual.

Para Ramos e Silva (2012), a escolha do aluno em persistir no curso, , advém das influências da psicologia positiva, que trabalha os modelos positivos, como felicidade, sucesso e bom desempenho. Esses modelos estão associados à permanência dos alunos nos cursos.

Assim, como base para este estudo, a persistência estudantil é caracterizada como a ação de rematrícula progressiva na instituição de ensino, período após período, até o estudante obter o sucesso estudantil.

Cocriação de Valor

A cocriação proporciona uma mudança de visão das empresas, a fim de que elas passem de uma visão centrada nas organizações para uma visão mais balanceada, na qual os clientes e as empresas interajam e cocriem experiências uns com os outros (Brambilla; Damacena, 2011; Grönroos, 2008; Prahalad; Ramaswamy, 2004; Vargo; Lusch, 2004; Vargo; Maglio; Akaka, 2008).

Para Nunes (2018), a cocriação de valor, que decorre do processo colaborativo entre os atores envolvidos, tem papel fundamental no desenvolvimento conjunto de criação de valor, no qual o provedor e o usuário do serviço interajam de forma direta, influenciando-se, reciprocamente, nos processos de formação de valor.

A abordagem da cocriação afirma que os interesses de todas as partes interessadas devem ser observados (Ramaswamy; Gouillart, 2010). No ambiente educacional, o foco está na cocriação do conhecimento, que se refere a “aprender a colaborar e aprender por meio da colaboração” (Antonacopoulou, 2009, p. 427). Assim, Brambilla e Damacena (2012) afirmam que a cocriação de valor é uma prática imperativa no ambiente de serviços e imprescindível na educação.

No ambiente educacional, cocriação significa o engajamento para a obtenção de qualidade educacional. Quando o engajamento do aluno aumenta, sua atenção e disposição em interagir com a IES e seu pessoal (professores e funcionários), possivelmente, desenvolve sua percepção de valor de uso. A interação entre IES, professores e alunos é fundamental para a maximização do valor para os alunos (Brambilla; Damacena, 2011). Neste contexto, propomos a seguinte hipótese:

H1: A cocriação de valor influencia positivamente a relação com o engajamento

estudantil nas instituições de ensino privadas.

Em estudo desenvolvido sobre a cocriação de valor por Brambilla e Damacena (2012a), eles pontuaram algumas conclusões sobre o impacto da cocriação no ambiente educacional da seguinte forma: os alunos dispostos ao relacionamento requerem baixo esforço para práticas de cocriação; os alunos que entendem o valor relacional podem ser convencidos a participar ativamente das atividades; e os alunos individualistas podem ser motivados extrinsecamente, e altos esforços podem ser necessários para a cocriação. A partir deste contexto, propomos a seguinte hipótese:

H2: A cocriação de valor influencia positivamente a relação com a motivação acadêmica nas instituições de ensino privadas.

Engajamento Estudantil

O engajamento é uma dimensão que pretende salientar aspectos acadêmicos e não acadêmicos das experiências dos estudantes (Coates, 2007). O conceito de engajamento é baseado na concepção construtivista, afirmando que a aprendizagem é influenciada pela forma de como os estudantes participam das atividades acadêmicas (Coate, 2005).

Os estudantes que se percebem como pertencentes a um grupo específico, ou à instituição, geralmente têm maior probabilidade de persistir porque levam não apenas a motivação aprimorada, mas também a disposição de se envolver com os outros de maneira que promovam, ainda mais, a persistência (Tinto, 2017).

Para Barkley (2010), o engajamento estudantil é produto da interação entre motivação e aprendizagem ativa. Para a autora, a motivação é o fator que desencadeia o engajamento do estudante no ambiente acadêmico; e, na aprendizagem ativa, são as atividades acadêmicas dinâmicas e envolventes que exercem papel suplementar e garantem o pleno engajamento. Neste contexto, propomos a seguinte hipótese:

H3: O engajamento estudantil influencia positivamente a relação com a motivação acadêmica nas instituições de ensino privadas.

Strydom, Mentz e Kuh (2010) colocam o próprio engajamento como mais um fator importante que eleva as perspectivas de sobrevivência do estudante no ambiente acadêmico. Estudos apontam que o engajamento do estudante contribui para a sua satisfação e sucesso acadêmico, ou seja, a persistência (Kuh, 2005; Pascarella; Terenzini, 2005).

Quando se trata do estudante, individualmente, Rumberger (1987, 2004) considera os valores, comportamentos e atitudes fatores que promovem um maior ou menor engajamento na vida acadêmica. Ainda que existam diversas teorias para explicar a persistência estudantil, várias delas afirmam a existência de dois tipos de engajamento estudantil: engajamento acadêmico, ou de aprendizagem, e o engajamento social, ou de convivência do estudante com os colegas, professores e demais membros da comunidade escolar. É importante analisar como o estudante se relaciona com essas duas dimensões, pois elas interferem de modo decisivo no seu sucesso.

Para Vitória *et al.* (2018), o engajamento é uma variável relevante a ser pesquisada no contexto da educação, pois não se debruça somente nos aspectos que envolvem o corpo docente, discente e os processos de ensino e aprendizagem, mas também possui uma visão sobre as instituições de ensino, focando nos aspectos da organização institucional e sua gestão. Assim sendo, propõe-se a seguinte hipótese:

H4: O engajamento estudantil influencia positivamente a relação com persistência estudantil nas instituições de ensino privadas.

Motivação Acadêmica

Várias são as tentativas de conceituação do termo motivação, mas há uma grande dificuldade para essa construção (Viana, 2012). A partir de uma ampla perspectiva encontrada

na literatura, é possível defini-la como um conjunto de determinantes ambientais, forças internas e incentivos que impelem o organismo a executar uma determinada tarefa (Witter; Lomônaco, 1984).

Já Monteiro e Silva (2011) explicam que a motivação pode relacionar-se mais às questões externas, assim desviando o foco do seu próprio sucesso como estudante, ou seja, a persistência. No entanto Veríssimo (2013) corrobora Monteiro e Silva (2011) através dos seguintes aspectos; não se pode esperar que os alunos estejam motivados intrinsecamente sempre para todas as tarefas, mas, para que eles possam persistir, é fundamental que, ainda assim, realizem todas as tarefas. De fato, é necessário que a instituição de ensino encontre estratégias que suportem este comportamento.

A persistência é apenas um fenômeno de motivação quando se examina pelo lado do estudante (Bandura, 1989; Graham, M. J., Frederick, J., Byars-Winston, A., Hunter, A. B., & Handelsman, J., 2013; Tinto, 2017). Desta forma, para persistir, os estudantes se confrontam com inúmeros desafios durante o período acadêmico e, para ultrapassar essas barreiras, eles precisam estar motivados, pois, caso isto não esteja ocorrendo, a persistência é improvável. Neste sentido, propõe-se a seguinte hipótese:

H5: A motivação acadêmica influencia positivamente a relação com a persistência estudantil nas instituições de ensino privadas.

A Figura 1 apresenta os construtos desenvolvidos nesta seção, assim como a identificação das cinco hipóteses sustentadas pelo referencial teórico do modelo de Persistência Estudantil de IES privada.

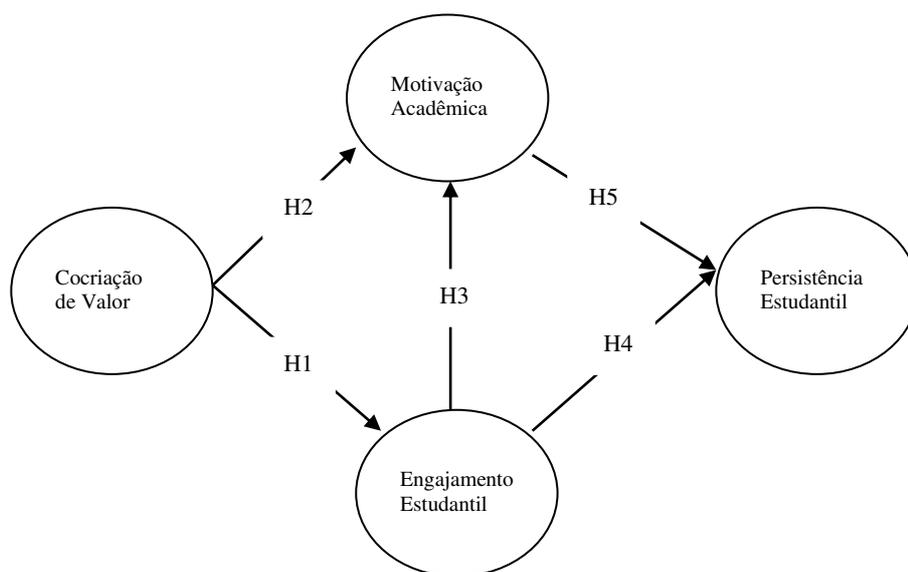


Figura 1 – Modelo de Persistência Estudantil de IES privada.

Fonte: Autor.

3. METODOLOGIA

Inicialmente realizou-se uma pesquisa exploratória na literatura de *Marketing* e Educação apoiada pelos autores Lusch e Vargo (2011), Brambilla e Damacena (2012a), Ramaswamy (2009), Coates (2007), Tinto (2017), Barkley (2010), Vitória *et al.* (2018), Deci e Ryan (1985), Viana (2012) e Ramos e Silva (2012) para definição do modelo de persistência estudantil em IES privadas, tendo como variáveis latentes Cocriação de Valor (CV – 6 itens), Engajamento Estudantil (EE – 9 itens), Motivação Acadêmica (MA – 3 itens) e Persistência

Estudantil (PE – 6 itens) totalizando, assim, 24 variáveis observadas e ligadas a uma escala *Likert* de 5 pontos, variando de 1 para concordo totalmente e 5 discordo totalmente, seguidas de questões demográficas para caracterizar o perfil dos participantes da pesquisa.

Cumpridas a definição das variáveis latentes e observadas bem como a escala de medição, elaborou-se um questionário na plataforma do *SurveyMonkey* para envio de um pré-teste, no mês de janeiro de 2020, com 33 participantes, através do contato dos coordenadores, via e-mail do sistema da universidade, para os alunos, público alvo deste estudo, que realizaram a rematrícula e a reabertura de matrícula nos cursos presenciais, nas modalidades de curso superior de tecnologia, licenciatura de bacharelado em 2020.1, sendo excluídos desta pesquisa os alunos não matriculados no semestre em vigor, ingressantes e menores de 18 anos, da Universidade de Fortaleza, com o propósito de verificar a qualidade das medidas das variáveis latentes e, assim, por conseguinte, enviar ao comitê de ética para sua devida apreciação e aprovação.

A escolha da população deste estudo são alunos de organização acadêmica de universidade de natureza jurídica privada sem fins lucrativos, que possuem cursos nas três modalidades do ensino superior: licenciatura, bacharelado e tecnológico, abertos à sociedade (Cabrera; Stampen; 1990; St. John; Paulsen; Starkey, 1996). O tamanho da amostra se deu por uso da ferramenta do *G.Power* 3.1.9.2 com os seguintes parâmetros: o poder do teste [Power (1- β err prob) 0,80], tamanho do efeito f^2 0,15 e o número de preditores 2. Sendo assim, o tamanho sugerido foi de 68 participantes, já que o construto Persistência estudantil tem dois preditores, Motivação Acadêmica e Engajamento Estudantil (Cohen, 1988; Hair et al., 2017). Ringle, Silva e Bido (2014) sugerem uma amostra de duas ou três vezes do tamanho mínimo sugerido pelo *G.Power*, 3.1.9.2 para um modelo mais consistente, ou seja, 136 e 204 participantes respectivamente.

De fato, uma amostra foi selecionada por conveniência de acordo com a disponibilidade de acesso, sendo pesquisados todos os estudantes que se fizeram presentes no período da aplicação (abril a julho de 2020) resultando em 322 questionários, sendo 199 respostas completas e, após depuração dos dados (análise de *outliers* e *missing values*), 172 questionários foram considerados para este estudo (Malhotra, 2012; Hair et al., 2017).

Para análise da referida amostra, verificou-se a normalidade dos dados observando a curtose e assimetria pelo teste Komolgorov-Smirnov e o *p-value* das variáveis observáveis e, em seguida, examinou-se a multicolinearidade das variáveis observadas através dos Valores dos Fatores de Inflação de Variância (VIF) para adentrar no modelo de medidas e no modelo estrutural de Cocriação de valor, Engajamento estudantil, Motivação acadêmica e Persistência estudantil, com uso da técnica estatística de Modelagem de Equações Estruturais por meio do *Smart Pls* 3, sendo executada, em primeiro lugar, a avaliação do modelo de mensuração com exame da validade convergente dos construtos, seguindo os critérios Fornell e Lacker (1981), em seguida, examinou-se a consistência interna e a confiabilidade composta e, para finalizar, a validade discriminante. Terminadas as etapas de qualidade de critério e ajustes do modelo, encaminhou-se para a interpretação dos coeficientes de caminho para o teste das relações estruturais do modelo de persistência estudantil (Ringle, Silva, & Bido, 2014).

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

60,46% dos 172 participantes deste estudo são do sexo feminino, 59,30% têm idade de 18 a 22 anos, 18,02% estão entre 23 e 27 anos e 19,7% incluem-se na faixa etária acima dos 28 anos, destes, quase 80% são de origem de instituições de ensino privado, 88,37% são solteiros e suas rendas familiares se enquadram em até 5 salários mínimos com 48,84%, de 5 a 15 salários mínimos com 33,72% e mais de 15 salários mínimos são 8,14% e quase 10% não declararam suas rendas familiares. Estes respondentes ainda se caracterizam por serem

estudantes das áreas de conhecimentos de tecnologia e exatas com 25,00%, saúde e biológicas 27,91%, sociais e humanas 44,19% e, por fim, nas modalidades de ensino Bacharelado 67,44%, Tecnológico 25,58% e Licenciatura 4,07%, sendo assim o perfil da amostra da IES privada.

A Tabela 1 apresenta as validades discriminante e convergente do modelo estudado após os ajustes de critérios de melhoria, nos quais se eliminaram as variáveis observadas e suas respectivas cargas externas EE_07(0,250); EE_08 (0,546); EE_10 (0,574); EE_12(0,660); EE_13 (0,614) pertencentes às Variáveis Latentes (VLs) Engajamento Estudantil e PE-27 (0,575) componentes da VL Persistência Estudantil. Assim, todas as AVEs são maiores que 0,50 garantindo a validade convergente do modelo, bem como o Alfa de Cronbach e a Confiabilidade Composta são maiores que 0,70, indicando que a amostra está livre de vieses, e que o conjunto de respostas são confiáveis no modelo de Persistência Estudantil (Hair et al., 2017).

Tabela 1 – Validade discriminante e validade convergente

Variáveis latentes	1	2	3	4
1 - Cocriação de Valor	0,763			
2 - Engajamento Estudantil	0,380	0,729		
3 - Motivação Acadêmica	0,364	0,783	0,887	
4 - Persistência Estudantil	0,480	0,503	0,480	0,737
Alfa de Cronbach > 0,70	0,857	0,706	0,730	0,792
Confiabilidade composta > 0,70	0,893	0,818	0,881	0,856
Variância Média Extraída (AVE) > 0,50	0,582	0,531	0,787	0,543

Fonte: Elaboração autor. Nota: Os valores da diagonal são a raiz quadrada da AVE.

A Figura 2 representa o modelo final das medidas de qualidade das variáveis latentes Cocriação de Valor, Engajamento Estudantil ($R^2 = 0,145$), Motivação Acadêmica ($R^2 = 0,619$) e Persistência Estudantil ($R^2 = 0,272$) com suas respectivas cargas, assim como os valores referentes às associações entre as variáveis latentes.

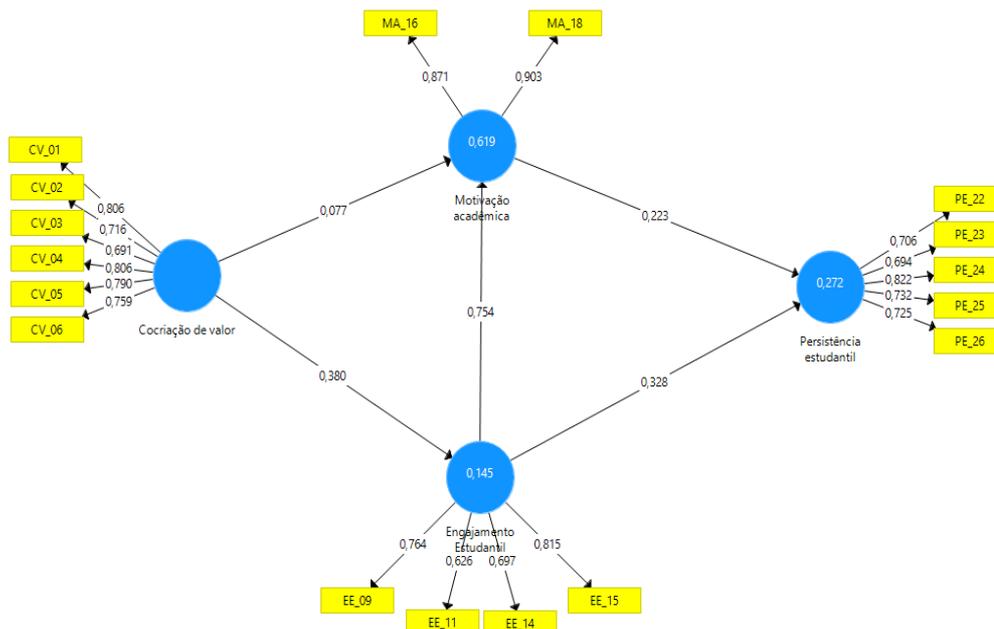


Figura 2. Modelo de medidas das variáveis latentes e suas associações. Fonte: Dados da pesquisa.

Concluída a avaliação do critério de qualidade das medidas do modelo de Persistência Estudantil da IES privada, por meio das análises da consistência interna (Alpha de Cronbach e Confiabilidade Composta), validade convergente (AVE) e validade discriminante Tabela 1 e Figura 2, iniciou-se a avaliação do modelo estrutural examinando de início a colinearidade das variáveis latentes em que os Valores dos Fatores de Inflação de Variância (VIF) ficaram abaixo de 5, variando de 1,190 a 2,100, deste modo constata-se ausência de colinearidade entre as variáveis latentes.

A validação do modelo de caminhos, ou estrutural, se dá em três etapas: 1 e 2 podem ser verificadas na Tabela 2: 1 – Coeficiente de Determinação de Pearson (R^2) R^2 pode variar de 0 a 1, e valores como 0,20 são considerados altos em estudos de comportamento do consumidor (Hair et al., 2017), nesses parâmetros, pode-se afirmar que R^2 das VLs Engajamento Estudantil, Motivação Acadêmica e Persistência Estudantil têm seu poder de explicação relevante. 2 - Aplicando a técnica *bootstrapping*, 5000 subamostras foram geradas, nas quais se observa que nas relações estruturais das hipóteses H1, H3 e H4, seus coeficientes estruturais são estatisticamente significativos para os valores de $p < 0,05$ e de t superiores a 1,96, o que não ocorreu com as relações estruturais das hipóteses H2 e H5.

Tabela 2 – Hipóteses e relações estruturais do modelo de Persistência Estudantil

Hipóteses	Relações estruturais	Coefficiente estrutural	Desvio Padrão	Valor - t	Valor - p	Significância $p < 0,05$	R^2
H1 (+)	Cocriação de valor -> Engajamento Estudantil	0,380	0,059	6,467	0,000	Suportada	0,145
H2 (+)	Cocriação de valor -> Motivação acadêmica	0,077	0,059	1,302	0,193	Rejeitada	
H3 (+)	Engajamento Estudantil -> Motivação acadêmica	0,754	0,045	16,748	0,000	Suportada	0,272
H4 (+)	Engajamento Estudantil -> Persistência estudantil	0,328	0,128	2,551	0,011	Suportada	
H5 (+)	Motivação acadêmica -> Persistência estudantil	0,223	0,127	1,754	0,079	Rejeitada	

Fonte: Elaboração autor.

Para a etapa 3 verificou-se a Validade Preditiva (Q^2) (indicador de Stone-Geisser) que avalia a qualidade da predição do modelo de Persistência Estudantil da IES privada e o Tamanho do Efeito (f^2) o quanto o construto é útil para o modelo, sendo encontrados os seguintes valores: Engajamento Estudantil ($Q^2= 0,065$; $f^2 = 0,169$); Motivação acadêmica ($Q^2= 0,469$; $f^2 = 0,013$) e Persistência estudantil ($Q^2= 0,135$; $f^2 = 0,026$). Os valores ideais do indicador Q^2 devem ser maiores do que zero e para o $f^2 = (0,02$ a $0,15$ são pequenos), $f^2 = (0,15$ a $0,35$ são médios) $f^2 = (0,35$ ou maiores são grandes) (Hair et al., 2017). Isso posto, todas as variáveis latentes modelo de Persistência Estudantil devem permanecer.

A Tabela 2 também fornece informações para a interpretação das hipóteses H1, H2, H3, H4 e H5 do modelo de Persistência Estudantil da IES privada, formuladas, respaldadas e apresentadas na seção de referencial teórico e hipóteses.

H1 - A cocriação de valor influencia positivamente a relação com o engajamento estudantil nas IES privadas e teve como suporte os parâmetros ($t=6,467$; $p=0,001$). Os resultados encontrados neste estudo são apoiados pelos autores Chung e Mclarney (2000), e Dong, Evans e Zou (2008) quando afirmam que a cocriação possui um estreito relacionamento com o engajamento, pois, no ambiente educacional, o papel do aluno no processo de aprendizagem e sua interação com professores, corpo administrativo e outros alunos é o que garante a cocriação.

Já H2, que trata da cocriação de valor influenciar positivamente na relação com a motivação acadêmica nas IES privadas, foi rejeitada nos parâmetros ($t=1,302$; $p=0,193$). Neste estudo, os resultados encontrados são apoiados pelos autores Brambilla e Damacena (2012a), explicando que, quando há alunos individualistas, eles só podem ser motivados por forças externas, e parte deste individualismo advém da herança da educação inicial. Neste estudo, a motivação trabalhada foi interna, assim, altos esforços podem ser necessários para a cocriação, pois é necessário haver engajamento entre as partes.

A afirmação de que o engajamento estudantil influencia positivamente a relação com a motivação acadêmica nas IES privadas teve como parâmetro ($t=16,748$; $p=0,000$), isso posto, H3 foi suportada. Os resultados deste estudo foram amparados por Barkley (2010) e Beeland (2002), que afirmam ser o engajamento estudantil produto da interação entre a motivação e o processo de aprendizagem; além dos autores Fredricks, Blumenfels e Paris (2004), Ladd e Dinella (2009), Reeve et. al (2004) e Skinner e Belmont (1993) adotarem o conceito de Engajamento como variável dependente da Motivação Acadêmica.

O engajamento estudantil influencia positivamente a relação com persistência estudantil nas IES privadas, a relação estrutural de H4 foi suportada com valores ($t=2,551$; $p=0,011$). O resultado desta hipótese corrobora a explicação de Tinto (2017) na qual os estudantes que se percebem como pertencentes a um grupo específico, ou à instituição, geralmente, têm maior probabilidade de persistir porque levam não apenas a motivação aprimorada, mas também a disposição de se engajar com os outros, de maneira que promovam, ainda mais, a persistência.

Por fim, a hipótese 5, que tem como relação estrutural a motivação acadêmica influenciar positivamente a relação com a persistência estudantil nas IES privadas foi rejeitada com os valores de $t=1,754$ e $p=0,079$. Neste estudo, os resultados são apoiados por Monteiro e Santos (2011), que explicam que, mesmo o estudante estando motivado não necessariamente ele irá persistir, pois existem outras influências externas que podem levá-lo a não obter o sucesso, principalmente em uma IES privada, mesmo que a motivação, considerada por muitos autores uma variável-chave no processo de ensino-aprendizagem e no sucesso acadêmico, e além de Veríssimo (2013) afirmar que não se pode esperar que os alunos estejam sempre intrinsecamente motivados para todas as tarefas.

5. CONCLUSÃO

O objetivo deste estudo foi explorar a influência dos antecedentes Cocriação de Valor, Engajamento Estudantil e Motivação Acadêmica ao explicar a persistência estudantil de uma Instituição de Ensino Superior privada em tempos de COVID-19. Nesse intento, os resultados encontrados após as análises de medidas de qualidade e relações estruturais dos construtos do modelo, por meio da técnica de modelagem de equações estruturais, posicionam-se que os antecedentes da persistência estudantil, trabalhados com o enfoque positivo e com visão individual, ou seja, o modelo sugere que a IES privada deve estimular a cocriação para o engajamento estudantil a fim de levar motivação acadêmica e, por conseguinte, a persistência estudantil.

Assim, nota-se que a principal contribuição teórica, a partir deste trabalho, é que o modelo teórico no caso da IES privada, o engajamento estudantil se apresentou como sendo o principal antecedente da persistência. Alguns pesquisadores afirmam que o ambiente educacional se apresenta como uma geração de valores educacionais, e que a participação, adicionada à interação, é o critério básico na aprendizagem do estudante (Chung; Maclarney, 2000; Dong; Evans; Zou, 2008). Corroborando Tinto (2017) e concluindo que tanto na visão institucional como na visão do aluno, o grande desafio é que todos participem da comunidade acadêmica, tanto alunos como docentes e funcionários, e assim haja uma maior probabilidade da persistência estudantil. O antecedente Cocriação de Valor desempenha um papel

diferenciado na estratégia da ação, pois trouxe uma nova relação entre as organizações e o consumidor, promovendo, assim, o estudante se engajar na instituição, tendo, como resultado, a persistência. A Motivação Acadêmica, que se entende como importante, pois é vista como o direcionamento das ações do ser humano, ou seja, é analisada a partir do comportamento humano (Veríssimo; 2013), assim também influencia o desempenho acadêmico (Monteiro e Santos; 2011), mas para o aluno persistir na IES privada, a Motivação não é relevante.

Para a contribuição gerencial, pode-se analisar que, para a IES privada aumentar as taxas de persistência, ela precisa, como a própria amostra demonstrou, que os estudantes precisam cocriar, ou seja, é necessário que a instituição crie programas institucionais, projetos de cursos e disciplinas que proponham mais atividades práticas nas quais o estudante se engaje com o ambiente, que ele possa vivenciar o mercado de trabalho em que ele projete o seu sucesso profissional e que veja sentido na formação que ele está almejando, assim, quanto mais ele colaborar com a própria aprendizagem e com o ambiente em que ele está inserido, maiores serão as perspectivas de sucesso estudantil. A partir dessa perspectiva, a IES privada precisa, cada vez mais, olhar para o aluno de forma única, acompanhando-o do início ao fim do processo estudantil, dessa forma, através da construção de laços com os colegas, docentes, funcionários e com a própria instituição haja um engajamento total e, dessa forma, acredita-se no aumento das taxas de persistência na IES privada e em instituições semelhantes.

Concluindo, presume-se que, se as instituições trabalharem ações que proporcionem a cocriação em seus programas e projetos, assim como o engajamento com a comunidade, a persistência estudantil irá aumentar, diminuindo, assim, as dificuldades e o insucesso do estudante.

REFERÊNCIAS

- Antonacopoulou, E. P. (2009). Impact and scholarship: Unlearning and practising to co-create actionable knowledge. *Management learning*, 40(4), 421-430
- Bandura, A., Freeman, W. H., & Lightsey, R. (1999). Self-efficacy: The exercise of control.
- Barkley, S. G. (2010). *Quality teaching in a culture of coaching*. R&L Education.
- Beeland Jr, W. D. (2002). Student engagement, visual learning and technology: can interactive whiteboards help?
- Bergamo, F., Farah, O., & Giuliani, A. C. (2007). A lealdade no contexto do mercado da educação superior. *Formadores–Vivências e Estudos*, 2(1), 20.
- Bergamo, F. V., Giuliani, A. C., & Galli, L. C. D. L. A. (2011). Modelo de lealdade e retenção de alunos para instituições do ensino superior: um estudo teórico com base no marketing de relacionamento. *BBR-Brazilian Business Review*, 8(2), 43-66.
- Brambilla, F. R., & Damacena, C. (2011). Lógica dominante do serviço em marketing: estudo dos conceitos e premissas aplicados à educação superior privada na perspectiva docente. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(3), 151-176.
- Brambilla, F. R., & Damacena, C. (2012). Cocriação de valor no ensino superior privado: uma análise etnometodológica com alunos de administração de uma universidade do sul do Brasil. *Administração: ensino e pesquisa*, 13(3), 455-489.
- Brambilla, F. R., & Damacena, C. (2012a). Cocriação de valor no ensino superior privado: uma análise etnometodológica com alunos de administração de uma universidade do sul.
- Brasil. Ministério da Educação, Secretaria da Educação Superior – SESu (1997). Diplomação, retenção e evasão nos cursos de graduação em Instituições de Ensino Superior Públicas. Relatório da Comissão Especial de Estudos sobre Evasão nas Universidades Públicas Brasileiras. Brasília: ANDIFES/ABRUEM/SESu/MEC.

- Cabrera, A. F., Stampen, J. O., & Hansen, W. L. (1990). Exploring the effects of ability to pay on persistence in college. *The Review of Higher Education*, 13(3), 303-336.
- Chung, E., & McLarney, C. (2000). The classroom as a service encounter: Suggestions for value creation. *Journal of Management Education*, 24(4), 484-500.
- Coates, H. (2005). The value of student engagement for higher education quality assurance. *Quality in higher education*, 11(1), 25-36.
- Coates, H. (2007). A model of online and general campus-based student engagement. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 32(2), 121-141.
- Cohen, J. (1988). Statistical power analysis for the behavioral sciences, 3rd ed. Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). Intrinsic motivation and self-determination in human behavior: *Springer Science & Business Media*.
- Dong, Beibei; Evans, Kenneth R.; Zou, Shaoming (2008). The effects of customer participation in co-created service recovery. *Journal of the academy of marketing science*, v. 36 (1), p. 123-137.
- Duque, L. C (2014). A framework for analysing higher education performance: student's satisfaction, perceived learning outcomes, and dropout intentions. *Total Quality Management*, [s. l.], v. 25 (1), p. 1-21.
- Elsharnouby, T. H. (2015). Student co-creation behavior in higher education: the role of satisfaction with the university experience. *Journal of marketing for Higher Education*, [s. l.], v. 25 (2), p. 238-262.
- Fredricks, Jennifer A.; Blumenfels, Phyllis C.; Paris, Alison H. (2004). School engagement: Potential of the concept, state of the evidence. *Review of educational research*, v. 74 (1), p. 59-109.
- Fonell, Claes; Larcker, David F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, v. 18 (1), p. 39-50.
- Graham, M. J., Frederick, J., Byars-Winston, A., Hunter, A. B., & Handelsman, J. (2013). Increasing persistence of college students in STEM. *Science*, 341(6153), 1455-1456.
- Grönroos, C. (2008, December). Adopting a service business logic in relational business-to-business marketing: value creation, interaction and joint value co-creation. In *Otago forum* (Vol. 2, No. 9, pp. 269-287).
- Hair Jr., J. F.; Sarstedt, M.; Ringle, C. M.; Gudergan, S. P. (2017). Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling. 1a ed. Thousand Oaks, CA: *SAGE Publications, Inc.*
- Ladd, Gary W.; Dinella, Lisa M. (2009). Continuity and change in early school engagement: Predictive of children's achievement trajectories from first to eighth grade? *Journal of educational psychology*, v. 101 (1), n. 1, p. 190.
- Kuh, G. (2005). Student engagement in the first year of college. Challenging and supporting the first-year student: a handbook for improving the first year of college. New Jersey, USA: Wiley.
- Leal, E. A.; Miranda, G. J.; Carmo, C. R. S. (2013) Teoria da autodeterminação: uma análise da motivação dos estudantes do curso de ciências contábeis. *Rev. Contab. Finanças*, São Paulo, v. 24 (62), p. 162-173. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-70772013000200007&lng=en&nrm=iso. Access em: 5 fev.2020.
- Lusch, Robert F.; Vargo, Stephen L. (2011). Service-dominant logic: a necessary step. *European Journal of Marketing*.
- Malhotra, N. K. (2012). Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman.

- Mattar, F.N. (2014). Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise. 7ed- Rio de Janeiro: Elsevier.
- Monteiro, Rebecca de Magalhães; Santos, Acácia Aparecida Angeli dos. (2011). Motivação para aprender: diferenças de metas de realização entre alunos do ensino fundamental. *Estudos Interdisciplinares em Psicologia*, v. 2 (1), p. 19-35.
- Mortenson, T.G. (2012). Measurements of Persistence. In Astin, Alexander W. et al. College student retention: Formula for student success (35-60). *Rowman & Littlefield Publishers*.
- Nunes, G. C. (2018). Cocriação, valor de uso, satisfação e custos de troca como antecedentes da retenção de clientes no ensino superior. 2018. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Caxias do Sul, Caxias do Sul.
- Oliveira, R.; Barbosa, J. (2016). Retenção dos discentes de administração da UFS: Fatores Condicionantes e ações da gestão acadêmica. *Administração: Ensino e Pesquisa*, Rio de Janeiro, v. 17, (2) , p. 355-389.
- Pascarella, E.; Terenzini, P. (2005) How College Affects Students: A Third Decade of Research. Indianapolis: Jossey-Bass, An Imprint of Wiley, v. 2.
- Prahalad, C. K.; Ramaswamy, V. (2004). Co-creating experiences: the next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, [s. l.], v. 18 (3), p. 5-14.
- Polidori, Marlis Morosini et al. (2011). Políticas de avaliação da educação superior brasileira. *Educação & Realidade*, v. 36 (1), p.253-278.
- Ramaswamy, V. (2009). Leading the transformation to co-creation of value. *Strategy & Leadership*, [s. l.], v. 37 (2), p. 32-37.
- Ramaswamy, V.; Gouillart, F. (2010) Building the co-creative enterprise. *Harvard Business Review*, Estados Unidos, v. 88 (10), p. 100-109.
- Ramos e Silva, J. A. (2012). A permanência de alunos nos cursos presenciais e a distância de administração: contribuições para gestão acadêmica. 273 p. Tese (Doutorado em administração) – Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro.
- Reeve, Johnmarshall et al. (2004). Enhancing students' engagement by increasing teachers' autonomy support. *Motivation and emotion*, v. 28 (2), p. 147-169.
- Ringle, Christian M.; Da Silva, Dirceu; De Souza Bido, Diógenes.. (2014) Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. *Revista Brasileira de Marketing*, v. 13 (2), p. 56-73.
- Rumberger, Russell W. (1987) High school dropouts: A review of issues and evidence. *Review of educational research*, v. 57 (2), p. 101-121.
- Rumberger, Russell W. (2004). Why students drop out of school. *Dropouts in America: Confronting the graduation rate crisis*, p. 131-155.
- Schmitt, R. E.; Santos, B. S. (2013). Modelo ecológico del abandono estudiantil en la educación superior: una propuesta metodológica orientada a la construcción de una tesis. Libro de Actas. In: CONFERENCIA LATINOAMERICANA SOBRE EL ABANDONO EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR, 3., 2013, México-DF. *Anais [...]*. México-DF.
- Schmit, Rafael Eduardo (2016). A permanência na universidade analisada sob a perspectiva bioecológica: integração entre teorias, variáveis e percepções estudantis.
- Skinner, Ellen A.; Belmont, Michael J. (1993). Motivation in the classroom: Reciprocal effects of teacher behavior and student engagement across the school year. *Journal of educational psychology*, v. 85 (4), p. 571.
- St. John, E. P., Paulsen, M. B., & Starkey, J. B. (1996). The nexus between college choice and persistence. *Research in Higher Education*, 37(2), 175-220.
- Strydom, F., Mentz, M., & Kuh, G. (2010). Enhancing success in South Africa's higher education: Measuring student engagement. *Acta Academica*, 42(1), 259-278.
- Tinto, V. (1975). Dropout from higher education: a theoretical synthesis of recent research. *Review of Educational Research*, Pennsylvania, v. 45 (1), n. 1, p. 89-125.

- Tinto, V. (2012). *Completing College: rethinking institutional action*. London: Chicago Press.
- Tinto, V. (2017) Through the Eyes of Students. *Journal of College Student Retention: Research, Theory & Practice*, [s. l.], v. 19 (3), n. 3, p. 254-269.
- Tontini, G.; Walter, S. A. (2013). Pode-se identificar a propensão e reduzir a evasão de alunos? Ações estratégicas e resultados táticos para instituições de ensino superior. *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior*, Campinas, [s. l.], v. 19 (1).
- Vargo, S. L.; Lusch, R. F. (2004) Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, v. 68 (1), p. 1-17.
- Vargo, S. L.; Lusch, R. F. (2004a) Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, [s. l.], v. 68, p. 1-17.
- Vargo, S. L.; Maglio, P. P.; Akaka, M. A. (2008). On value and value co-creation: a service systems and service logic perspective. *European Management Journal*, [s. l.], v. 26 (1), p.145-152.
- Veríssimo, Lurdes. (2013). *Motivar os alunos, motivar os professores: faces de uma mesma moeda*.
- Viana, G. S. (2012). *Atitude e motivação em relação ao desempenho acadêmico de alunos do curso de graduação em administração em disciplinas de estatística*. 2012. 196 p. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto.
- Vitória, M. I. C.; Casartelli, A.; Rigo, R. M.; Costa, P. T. (2018). Engajamento acadêmico: desafios para a permanência do estudante na Educação Superior. *Educação*, Porto Alegre, v. 41 (2), p. 262-269.
- Witter, Geraldina Porto; Lomômaco, José Fernando Bitencourt (1984). *Psicologia da aprendizagem*. Editora Pedagógica e Universitária Ltda.