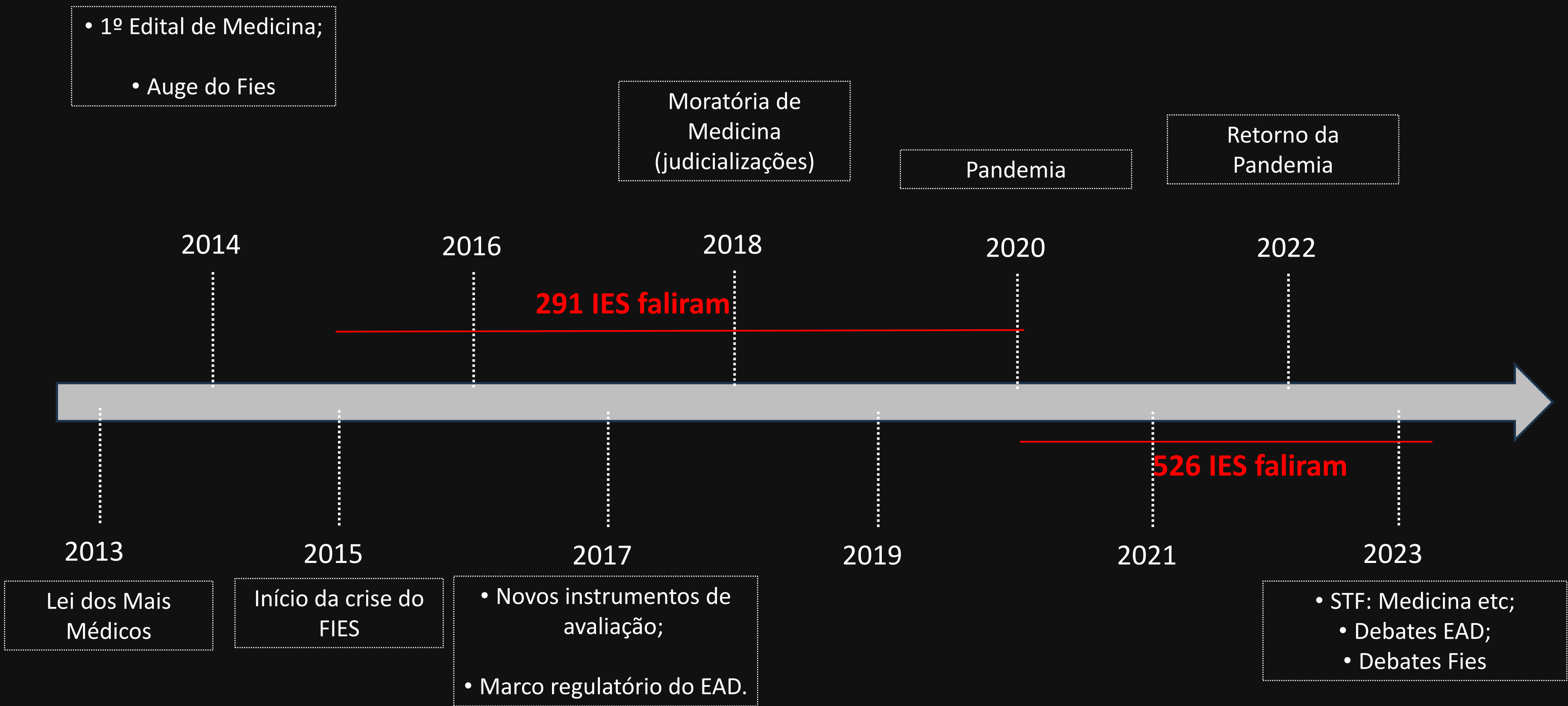


Tendências e Comportamentos

Dos Potenciais Estudantes
para o Ensino Superior



somos
young





Rodrigo Bouyer
Sócio Fundador e VP de Mercado

**Grandes
resultados,
novas
estratégias!**



**somos
young**

Oportunidades

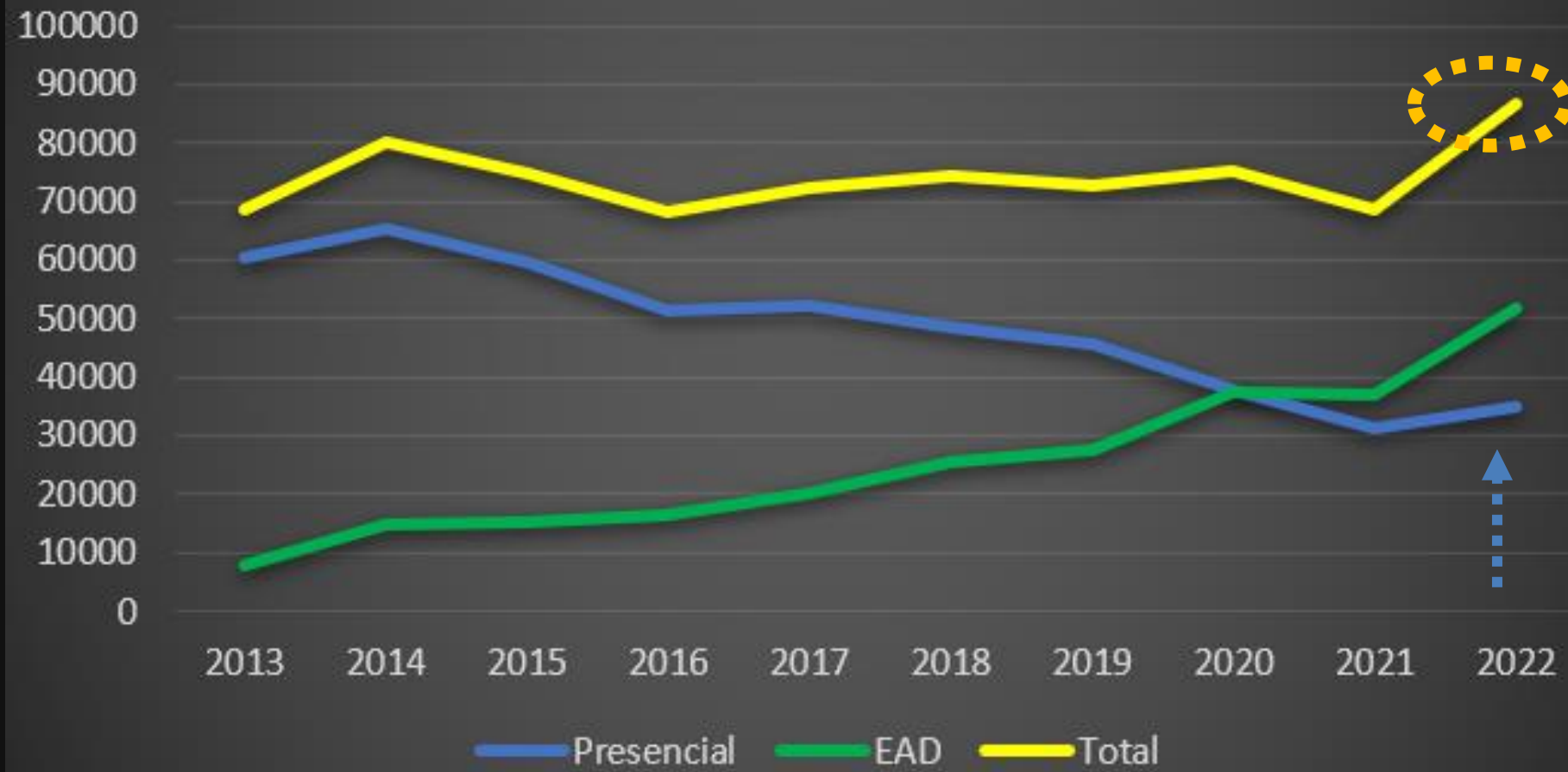
**que surgem a partir da
interpretação do Mapa do
Ensino Superior**

Crescimento

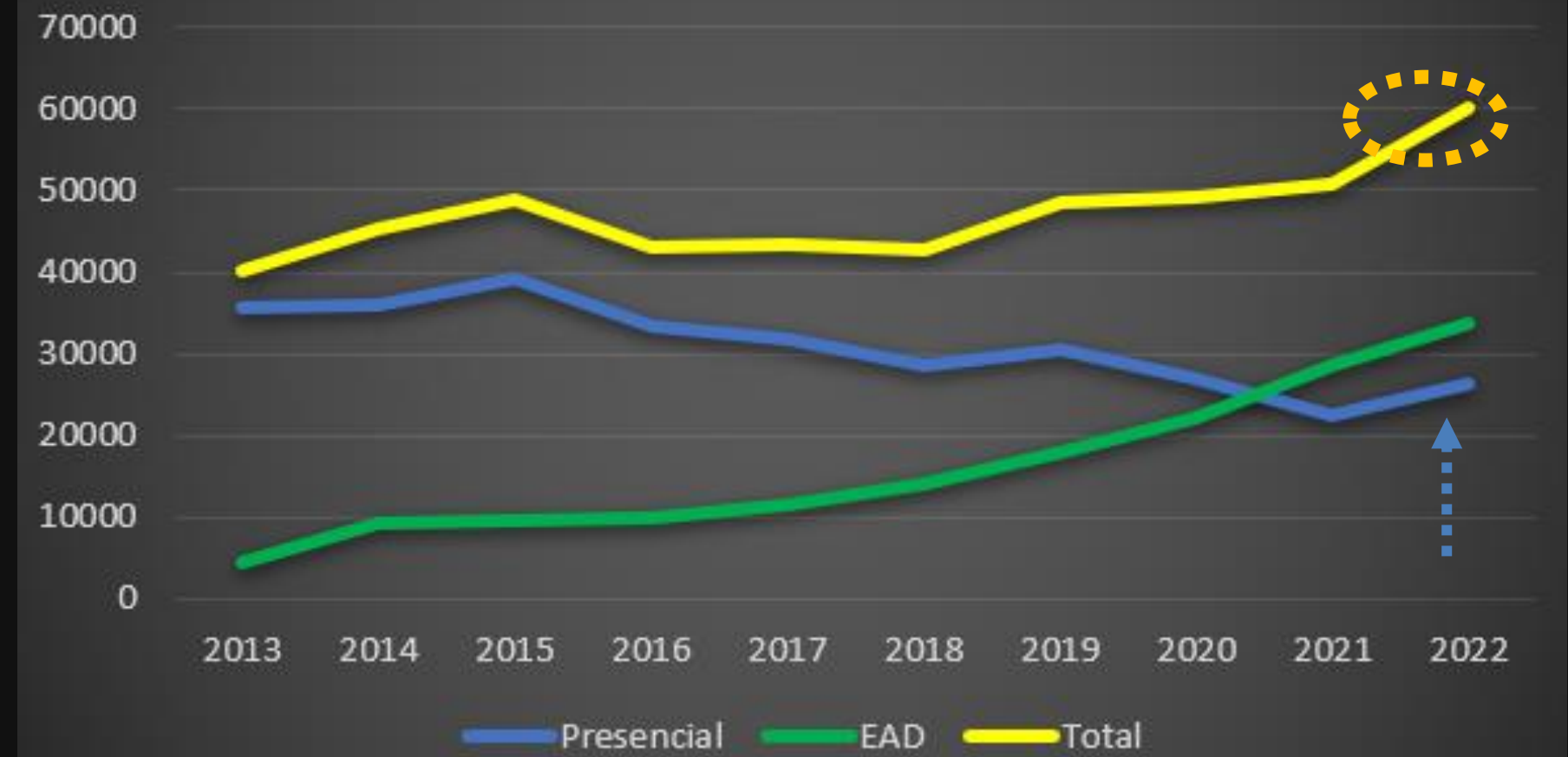
**de receitas das IES e ICES por
meio da inteligência de
mercado com dados
atualizados**

RECUPERAÇÃO DO ENSINO PRESENCIAL

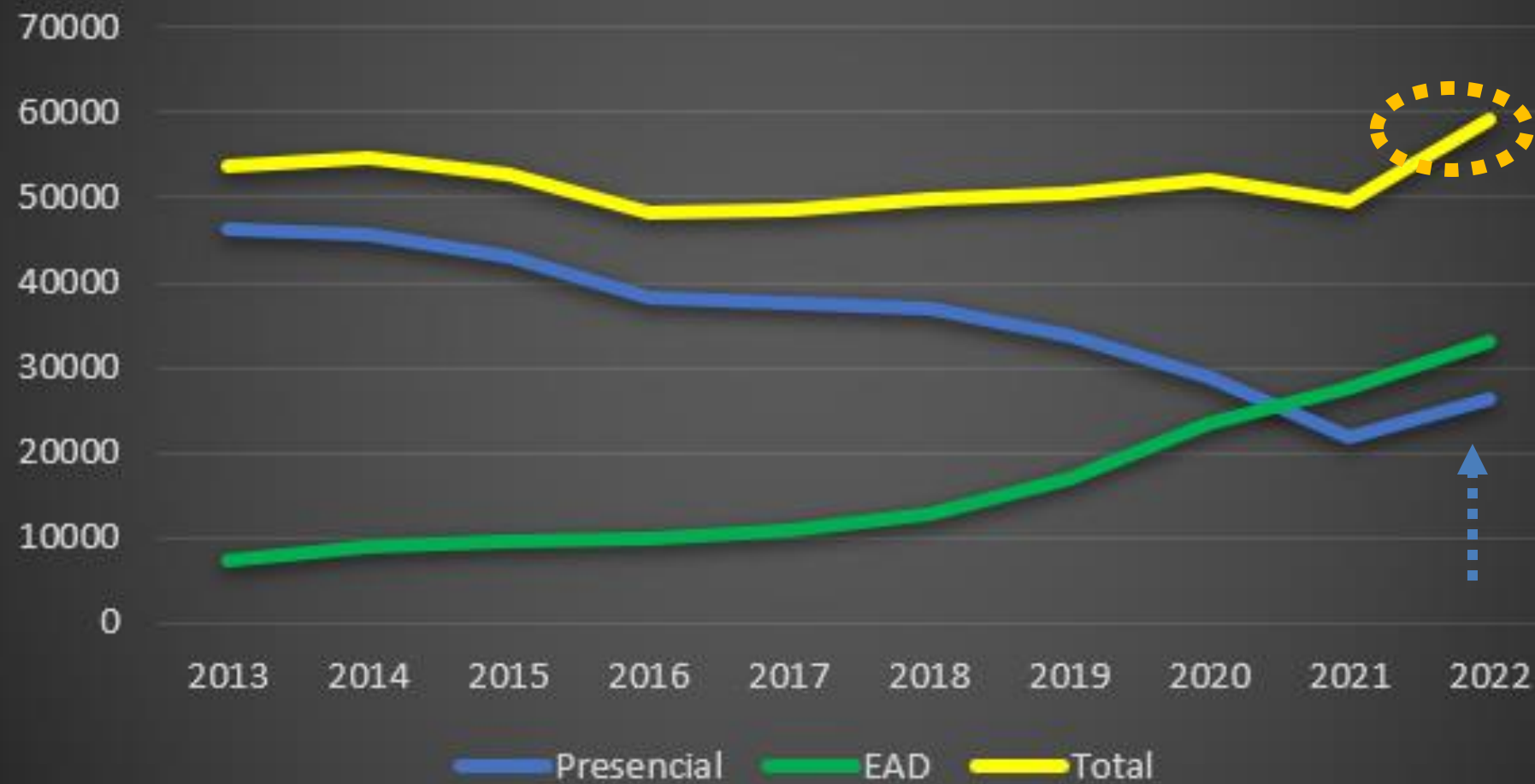
Ingressantes de Graduação - BH



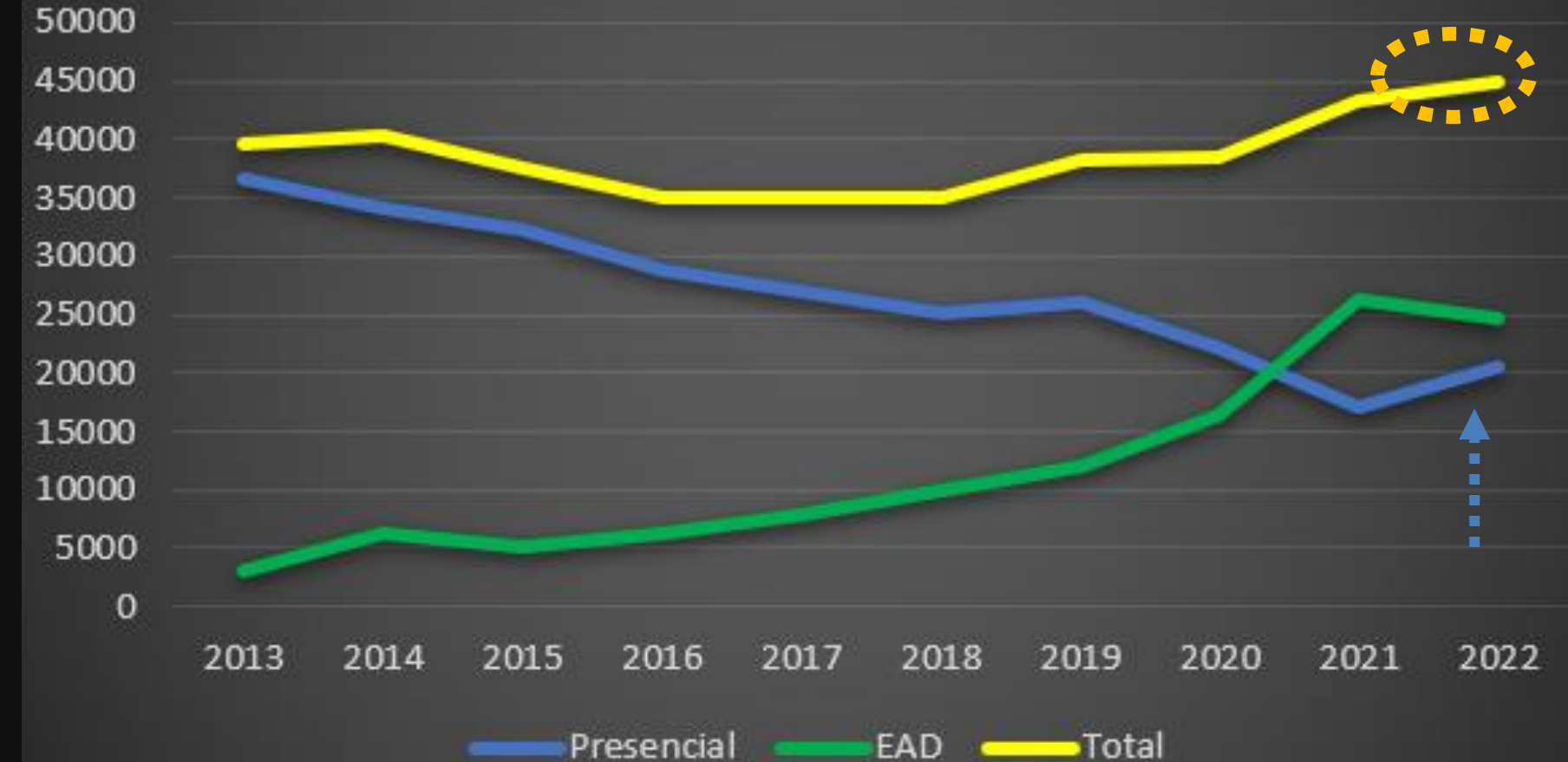
Ingres. Graduação - Manaus



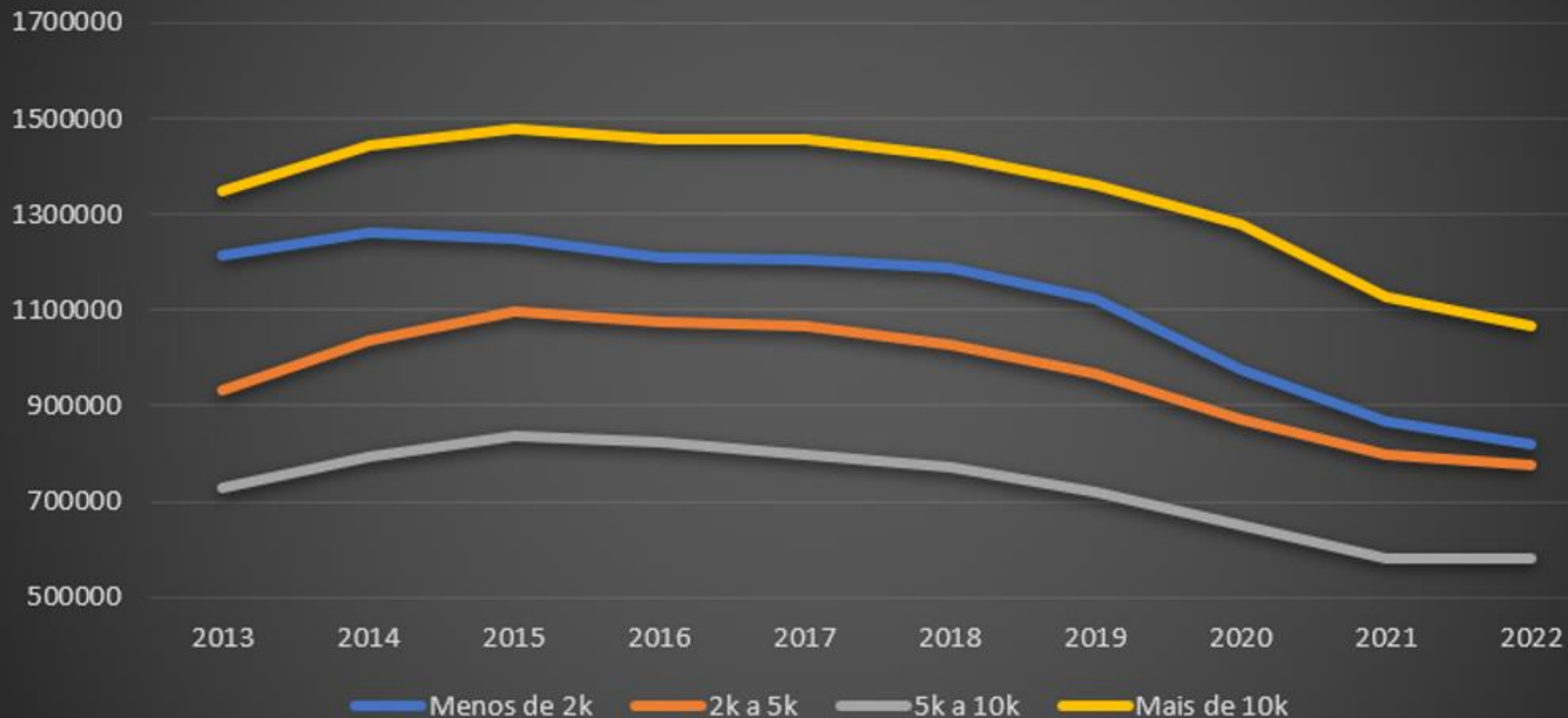
Ingres. Graduação - Salvador



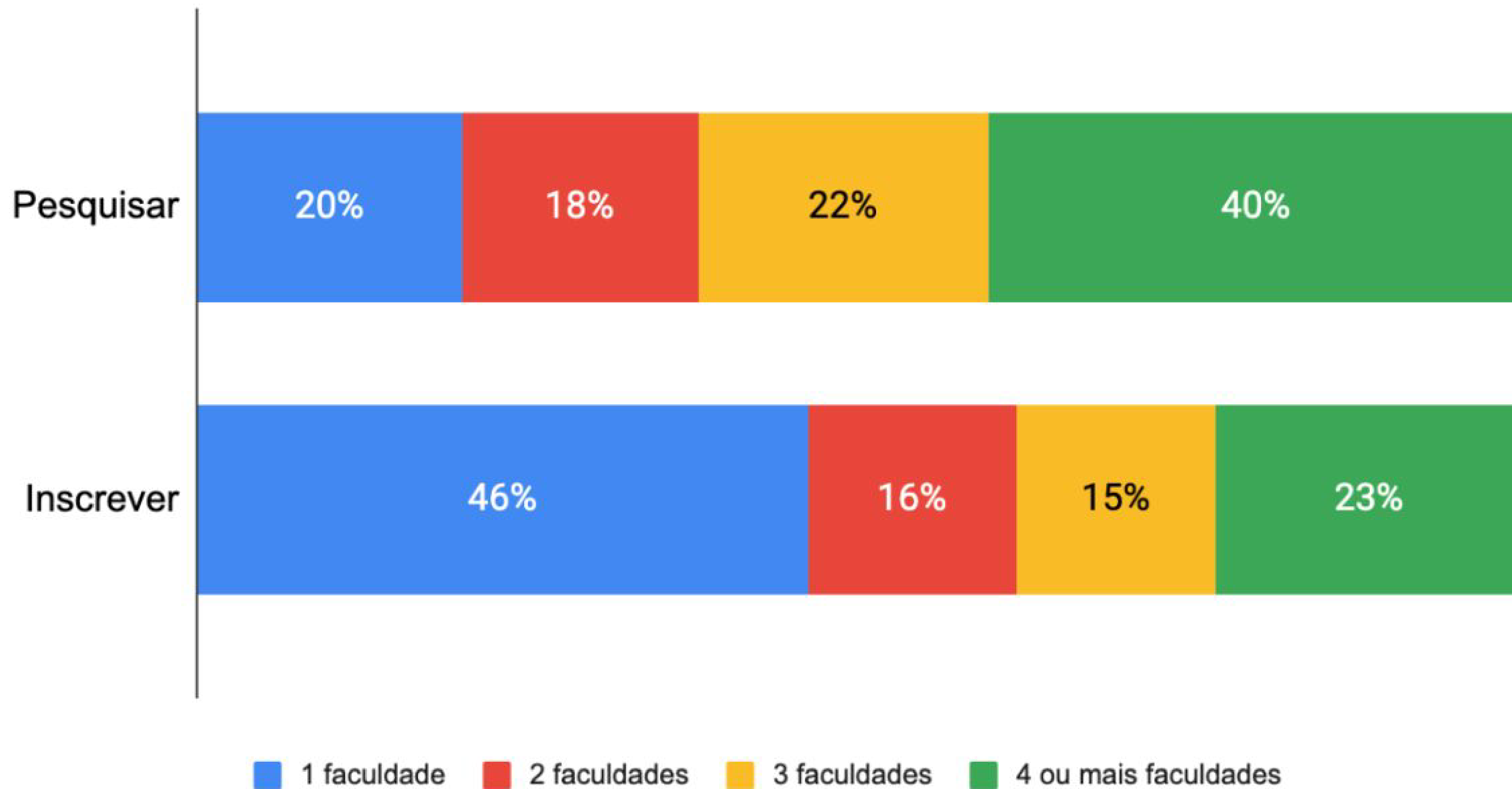
Ingres. Graduação - Goiânia



Matrículas Presenciais por Porte de Alunos



Indecisos Faculdades Particulares: Número de faculdades que pretendem pesquisar e/ou se inscrever



IMPORTÂNCIA DO BRANDING



200 milhões mês

+103% YoY

56%
Genérico

44%
Marca

44% Marcas

55%
Privadas

45%
Públicas

99%
Sem modalidade
declarada

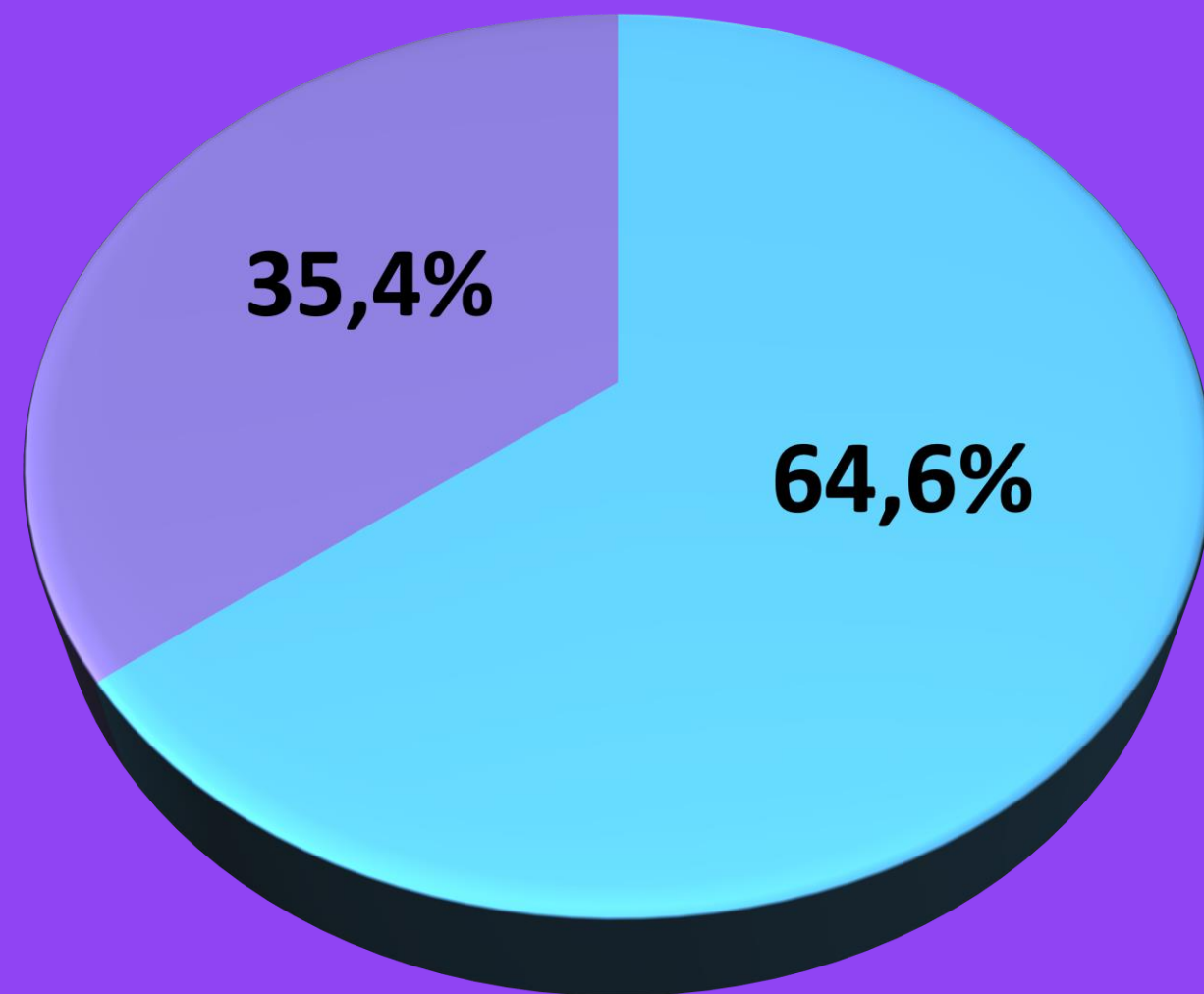
1%
EAD

Brand U



JÁ ESCOLHEU SUA INSTITUIÇÃO?

somos
young



● Sim
● Não

Por serem estas instituições de maior reputação, é natural que os estudantes estejam decididos por elas. Contudo isso não significa que conseguirão converter em matrícula;

Detalhe relevante **é que ainda tem pouco mais de 1/3 deste mercado em aberto**, o que pode ser uma boa oportunidade para marcas de qualidade, porém não líderes do seu mercado local;

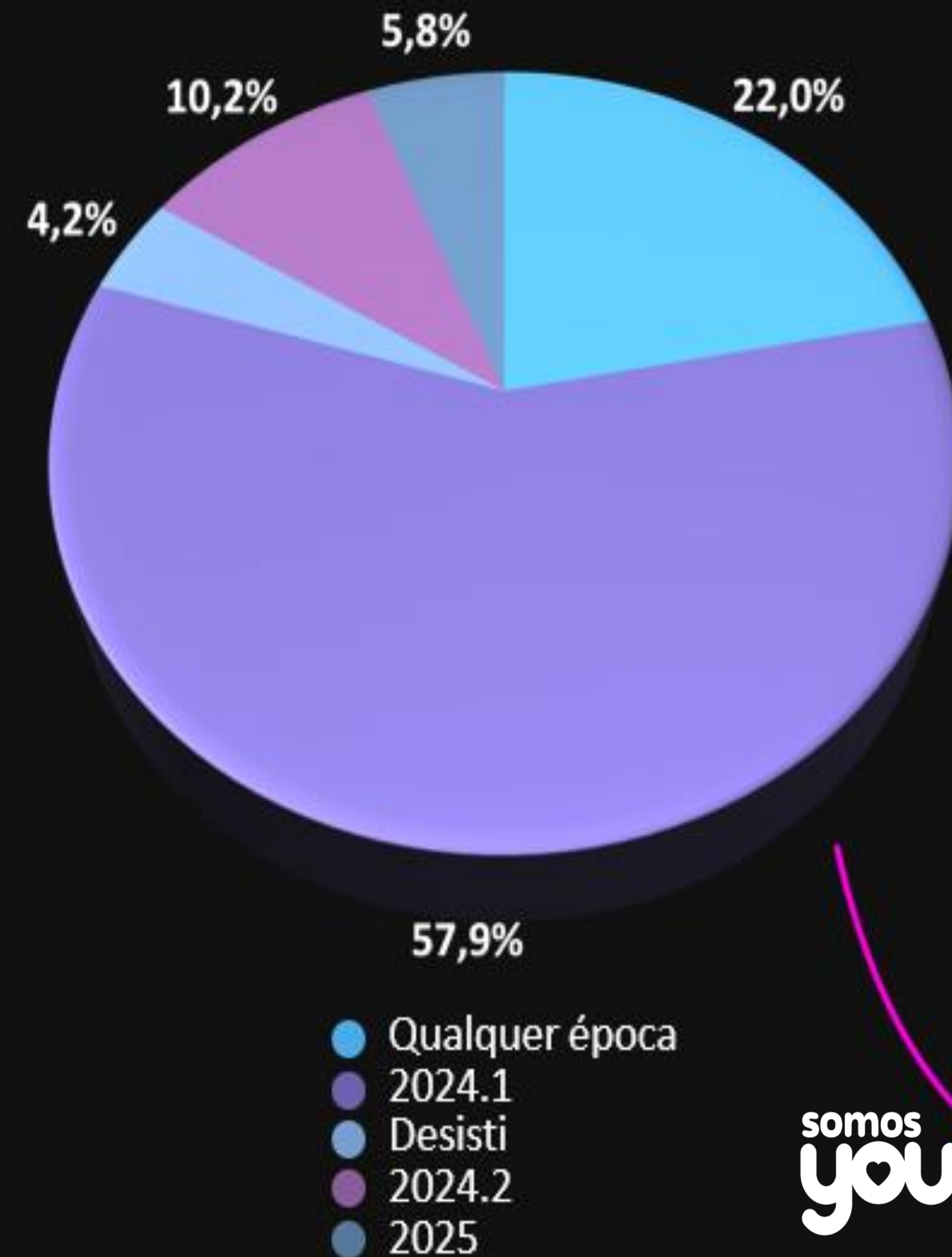
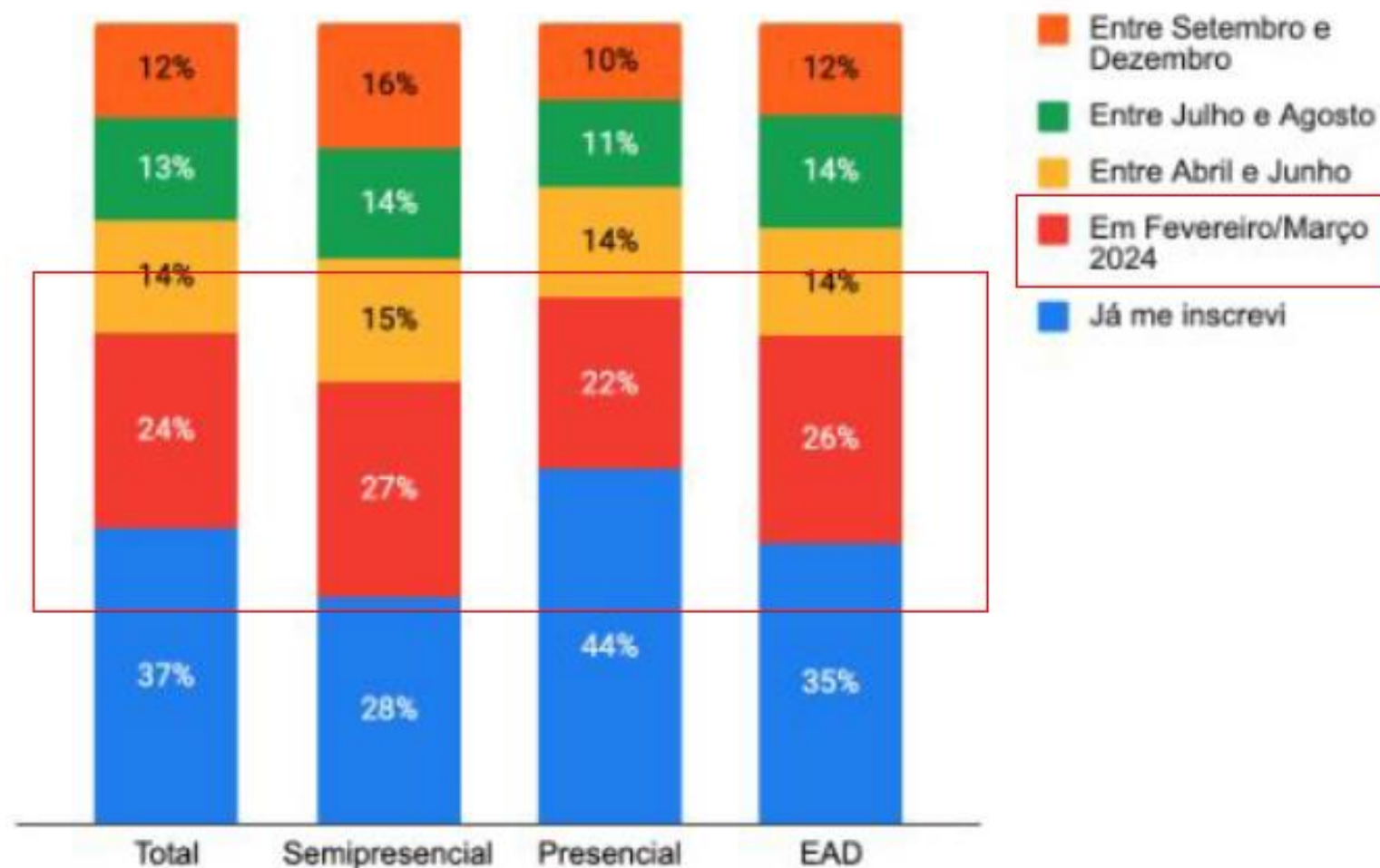
Para conquistar os 35,4% indecisos porém desejosos por qualidade, a ajuste da relação custo-benefício será decisivo.

SAZONALIDADE EM CHEQUE?

Distribuição do Volume de Buscas por Trimestre

	Q1	Q2	Q3	Q4
2020	35%	24%	21%	20%
2021	30%	24%	23%	23%
2022	29%	24%	23%	24%
2023	29%	24%	21%	26%

Quando você pretende se inscrever na faculdade?



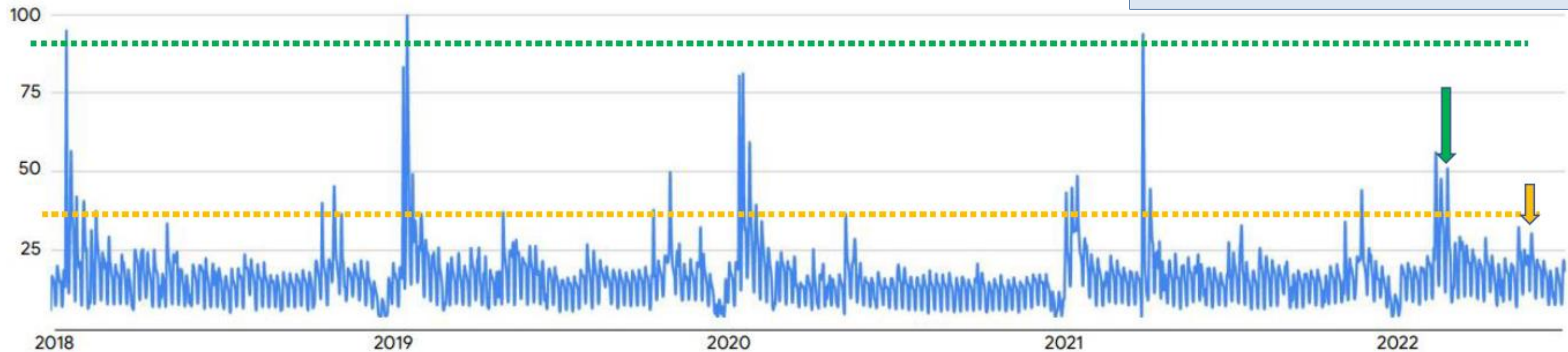
somos
young

SAZONALIDADE EM CHEQUE?

Atenção para dois aspectos:

- a) Antecipação de sazonalidade;
- b) Campanhas sempre ativas

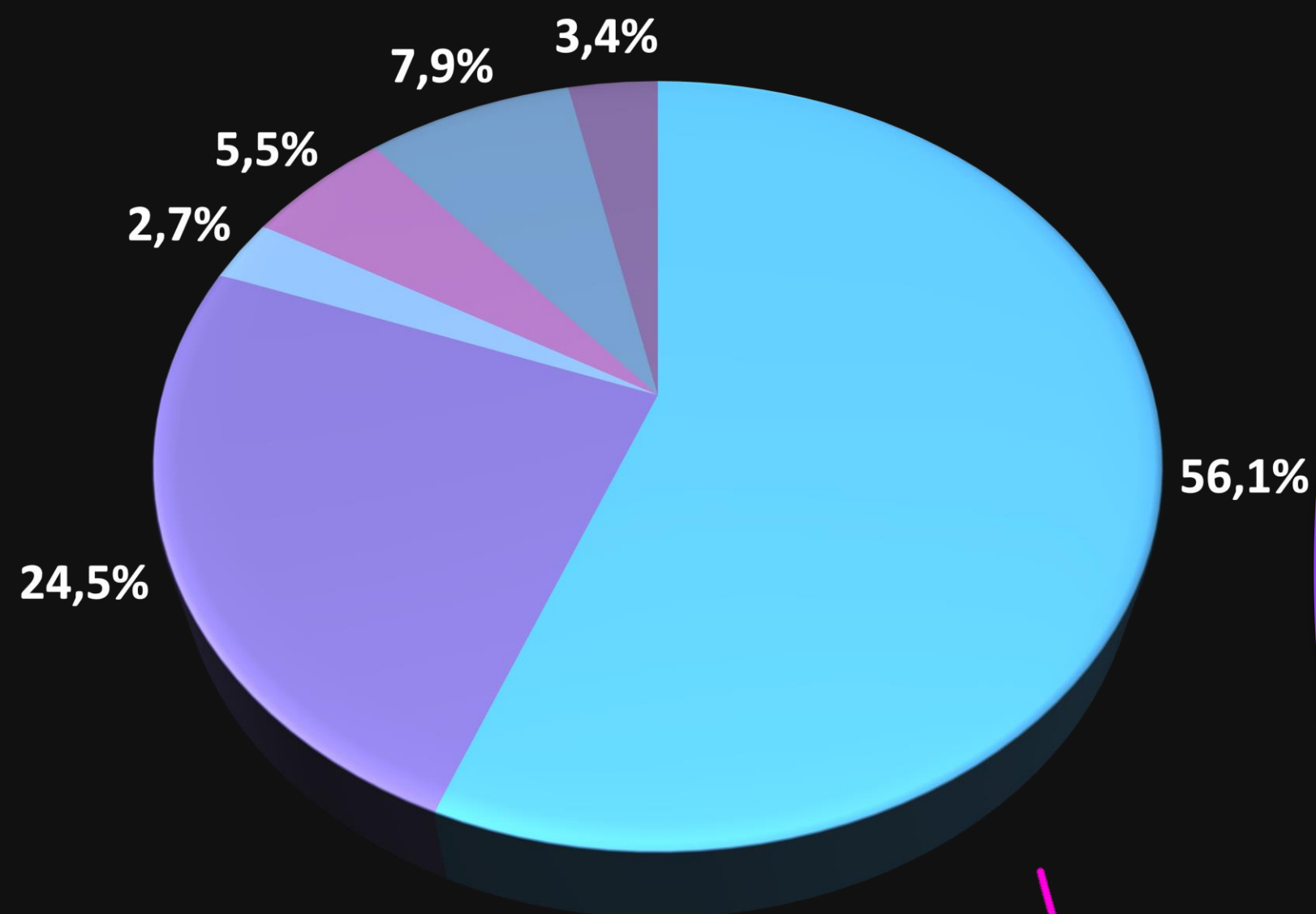
Evolução buscas Graduação



Fonte: Dados internos do Google. Buscas por graduação, Janeiro de 2018 a Junho 2022.

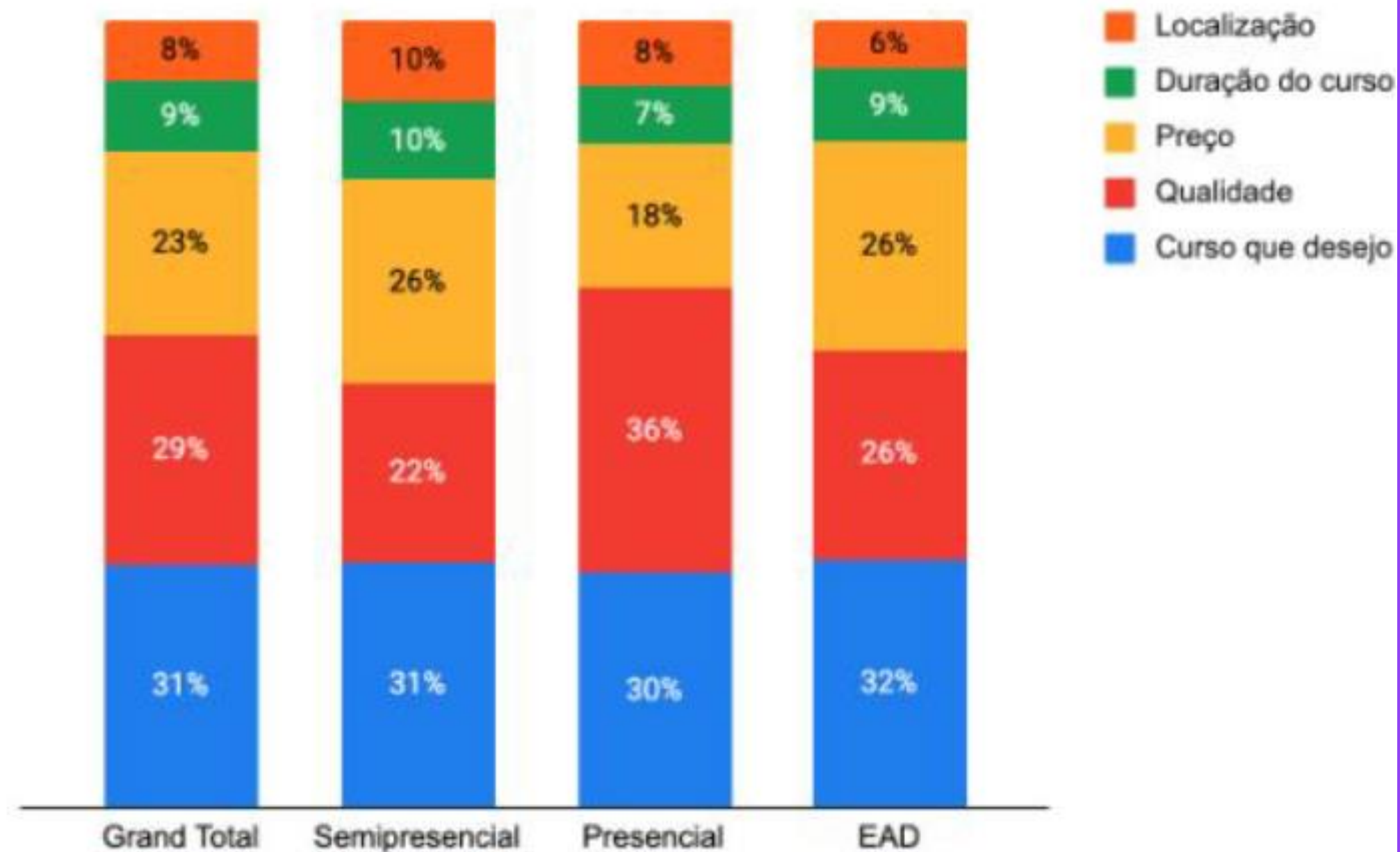


MOTIVOS DE ESCOLHA PELA IES



- Credibilidade da IES
- Mensalidades Acessíveis
- Currículo Flexível
- Transporte Fácil
- Perto de Casa ou Trabalho
- Empregabilidade

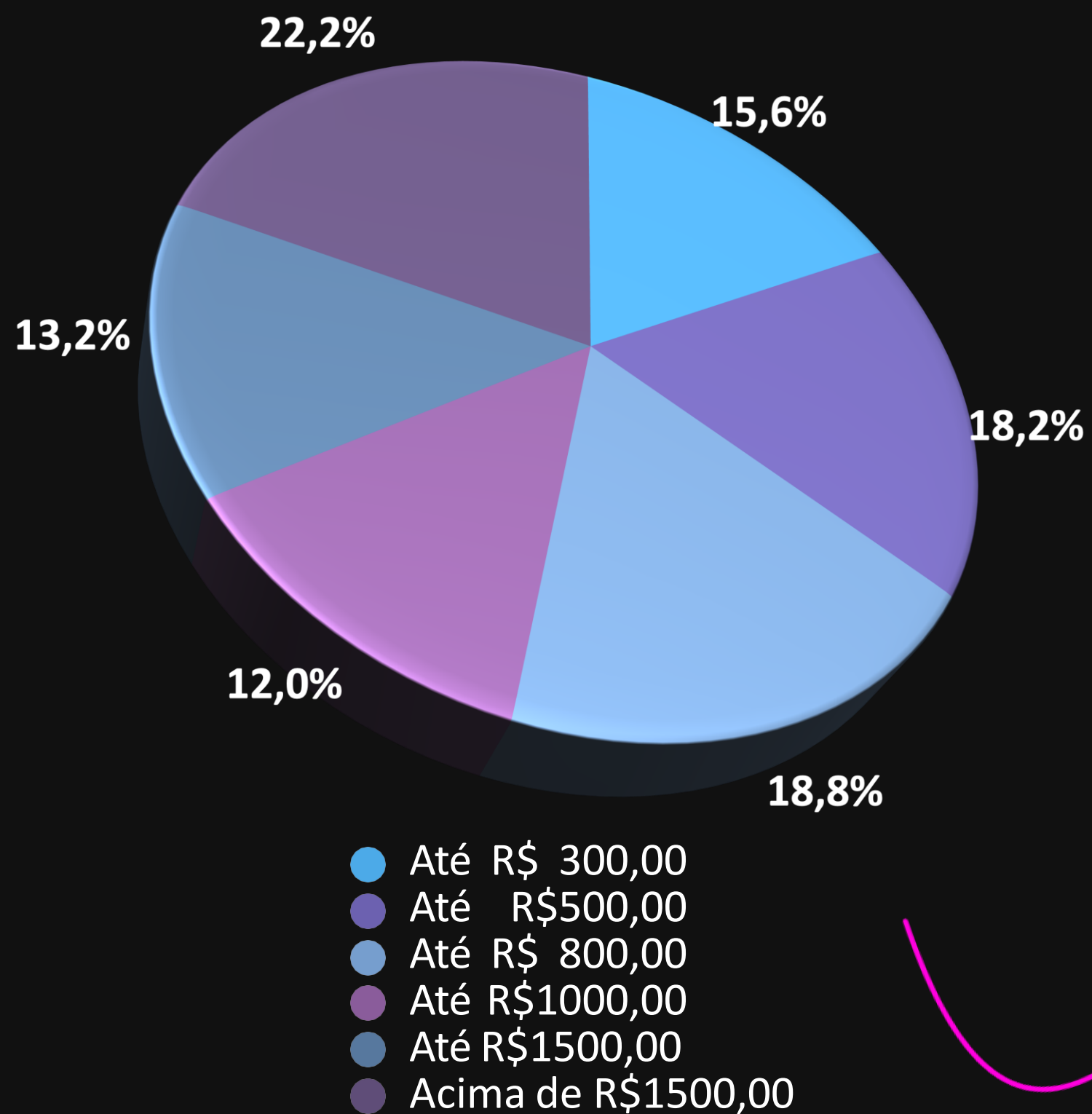
O que é mais importante na hora de escolher a faculdade?



Fonte: Google Consumer Survey, Brasil, Homens e Mulheres 18+, Filtro: Intenção de ingressar em faculdades privadas, N= 1000 por semana, último dado: 2024-02-02



SOBRE MENSALIDADE ACESSÍVEL PRESENCIAL



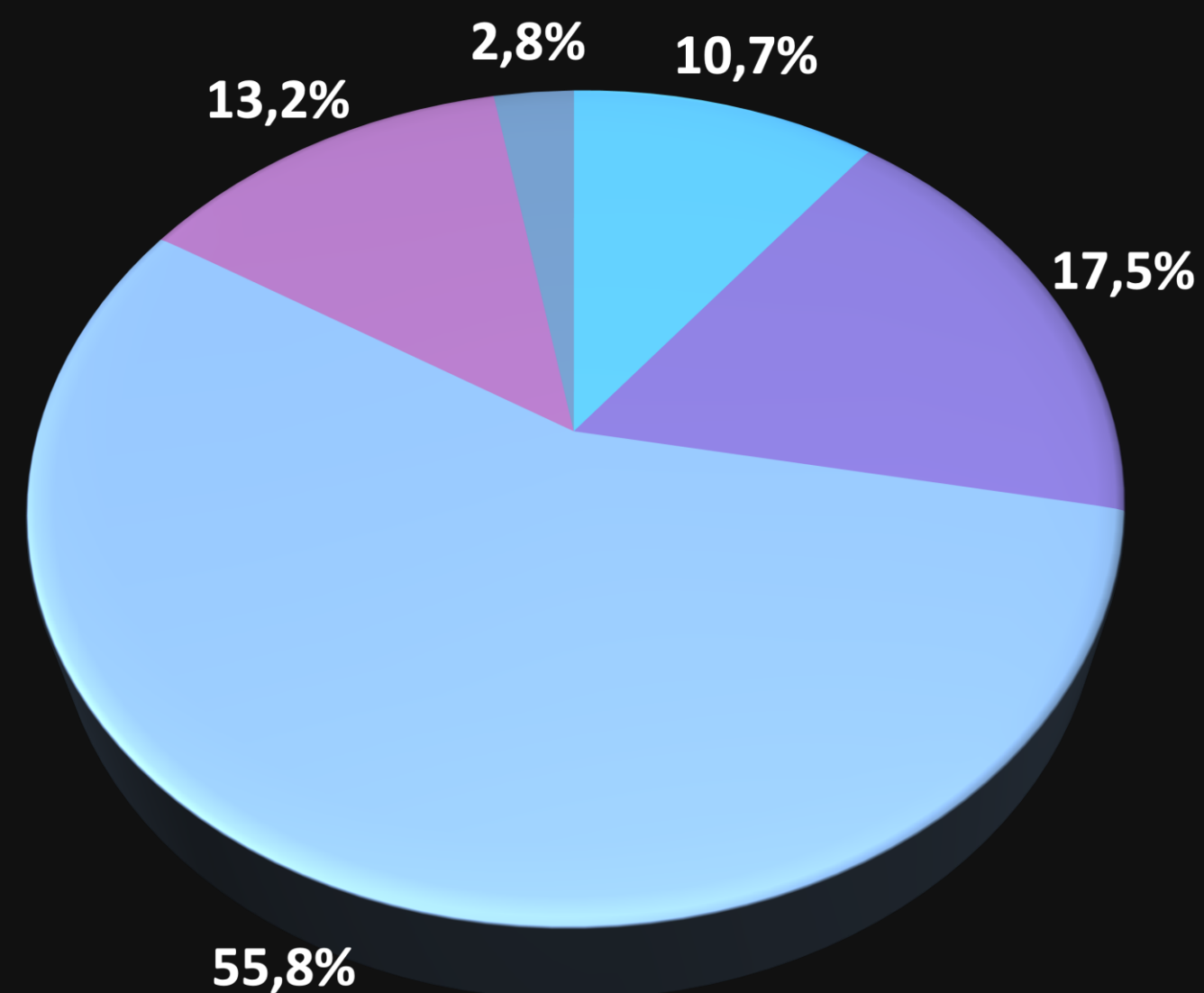
Para 47,4% dos entrevistados, mensalidades de acima R\$ 800,00 são consideradas justas e para 35,4% acima de R\$ 1.000,00 faz sentido (praticamente o percentual de egressos do ensino médio particular);

Como a média das mensalidades presenciais está em torno de R\$ 750,00, quase a metade dos entrevistados considera valores acima desta média justos para o ensino de qualidade;



MOTIVO DE ESCOLHA PRESENCIAL

somos
young



- Maior empregabilidade
- Tirar dúvidas com professores
- Maior qualidade
- Muito mais aulas práticas
- Outros

55,8% acreditam que a qualidade da educação presencial é incomparável com as demais modalidades, o que os faz acreditar que **a relação custo-benefício das suas mensalidades é mais vantajoso;**

Tirar dúvidas direto com os professores, a maior quantidade de aulas práticas e a confiança em maior empregabilidade após formados aparecem como fatores também relevantes para estes estudantes (41,4%);

Este gráfico, portanto, mostra os **atributos de qualidade que esta modalidade precisa consolidar e reforçar** para seguir sem canibalizar a base de estudantes pagantes regulares do ensino presencial aqueles que optam pela modalidade híbrida ou EAD.

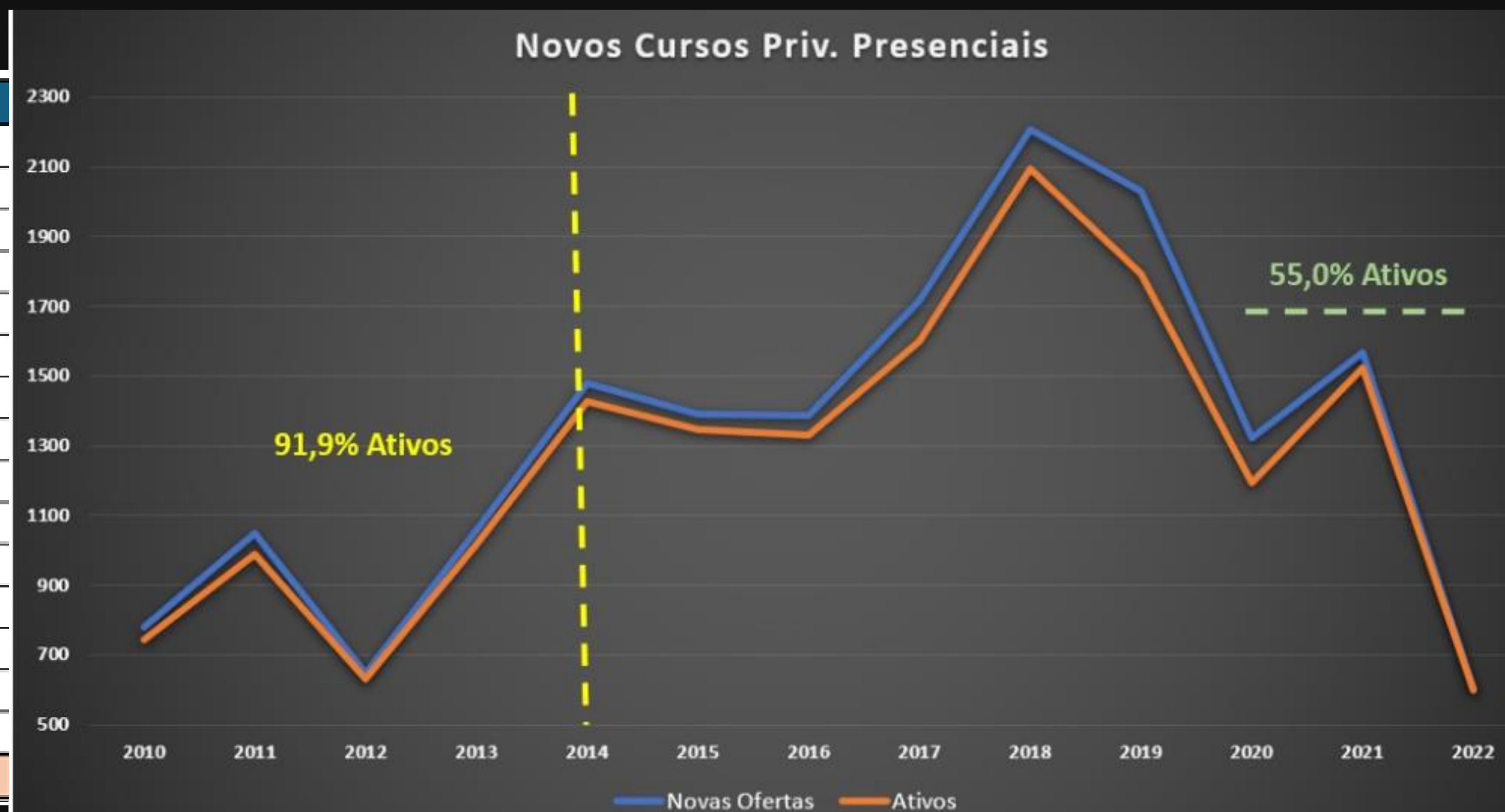
DECISÕES ESTRATÉGICAS – PORTFÓLIO

	Curso	23 vs. 22 Δ	Index
1	Medicina	2%	100
2	Psicologia	20%	31
3	Enfermagem	-2%	26
4	Direito	12%	23
5	Administracao	7%	18
6	Pedagogia	27%	15
7	Biomedicina	16%	11
8	EducacaoFisica	33%	11
9	Nutricao	22%	10
10	TecnologiaInformacao	19%	10
11	Estetica	-1%	9
12	Odontologia	10%	9
13	Veterinaria	1%	9
14	Computacao	13%	8
15	Letras	14%	7

	Curso	23 vs. 22 Δ	Index
16	Economia	23%	6
17	Agronomia	17%	6
18	Radiologia	-6%	5
19	Arquitetura	18%	5
20	Logistica	-1%	5
21	Gastronomia	4%	5
22	Contabilidade	12%	5
23	Jornalismo	10%	5
24	Fisioterapia	23%	5
25	EngenhariaCivil	-3%	4
26	Biologia	21%	4
27	Artes	13%	3
28	Farmacia	63%	3
29	Fonoaudiologia	47%	3
30	EngenhariaSoftware	26%	3

Curso Presencial	%
Direito	17,1%
Psicologia	9,5%
Enfermagem	8,1%
Administração	5,5%
Odontologia	3,8%
Fisioterapia	3,7%
Medicina Veterinária	3,6%
Medicina	3,4%
Biomedicina	3,2%
Farmácia	2,8%
ADS	2,7%
Educação Física	2,4%
Ciências Contábeis	2,4%
Nutrição	2,3%
Arquitetura e Urbanismo	2,2%
TOP 15	72,9%

Curso EAD	%
Pedagogia	11,9%
Administração	8,2%
Educação Física	4,9%
ADS	4,8%
Gestão De RH	4,6%
Enfermagem	4,4%
Ciências Contábeis	3,9%
Logística	2,8%
Serviço Social	2,1%
Biomedicina	2,0%
Gestão Comercial	1,9%
Nutrição	1,8%
Gestão Financeira	1,7%
Farmácia	1,6%
Fisioterapia	1,5%
TOP 15	58,0%



Fonte: Sistema E-MEC (02/04/2023)

PRESENCIAL: SITUAÇÕES ESPECIAIS

MEDICINA

A concorrência mais elevada, exigirá:

- Diferenciação por qualidade;
- Redução de receitas (mensalidades, inadimplência e vagas ociosas);
- Aumento de custos e/ou de contrapartidas;
- Escassez dos campos de práticas.

CURSOS LIVRES E PÓS-GRADUAÇÃO

O avanço acelerado do EAD e da Medicina abrem oportunidades para:

- Cursos de curta duração e aplicados ao trabalho (aperfeiçoamento ou atualização);
- Pós-graduação em IES de mais credibilidade para melhorar conhecimento e currículo, voltadas para recém-formados;
- Pós-graduação médica como alternativa às residências.

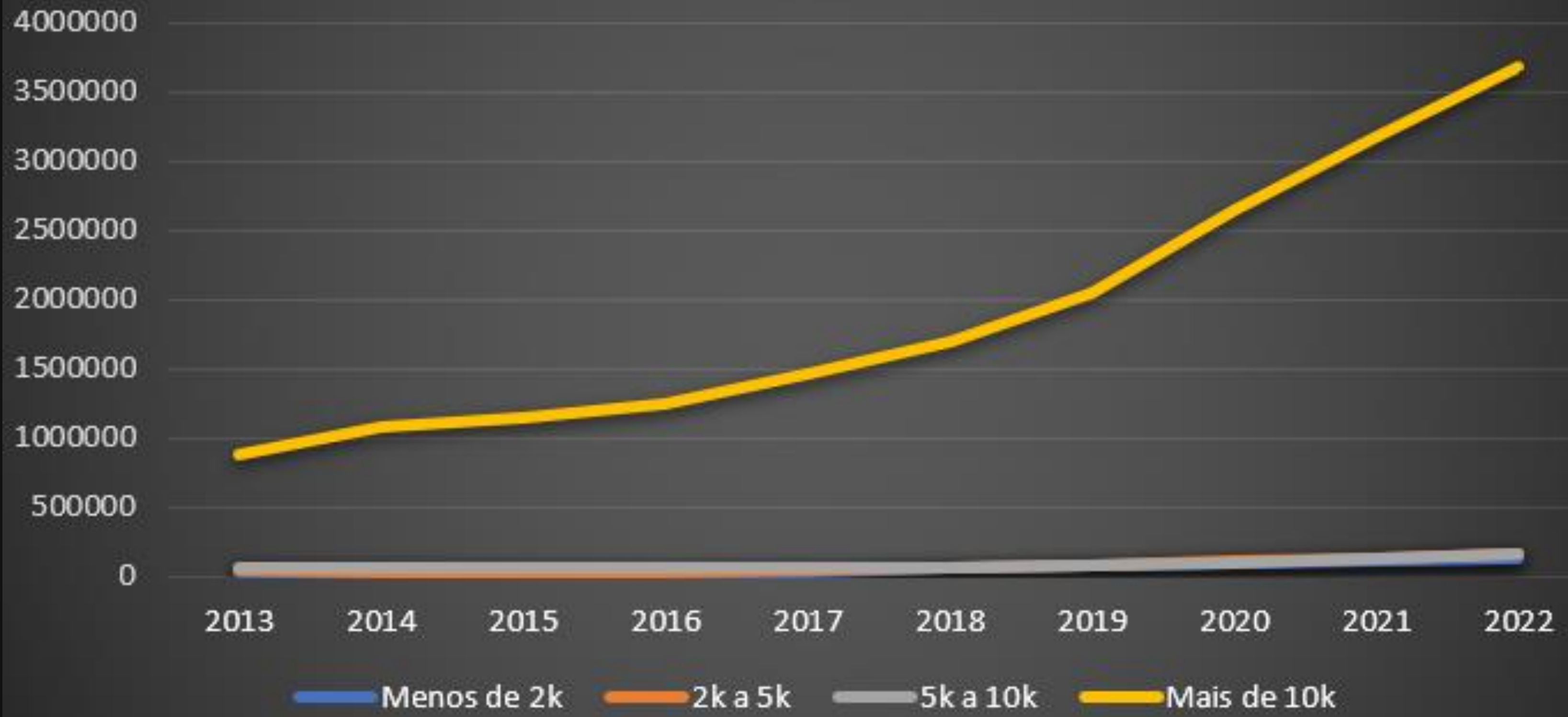
FOMENTOS E PARCERIAS

"Novas" formas de receitas/parcerias:

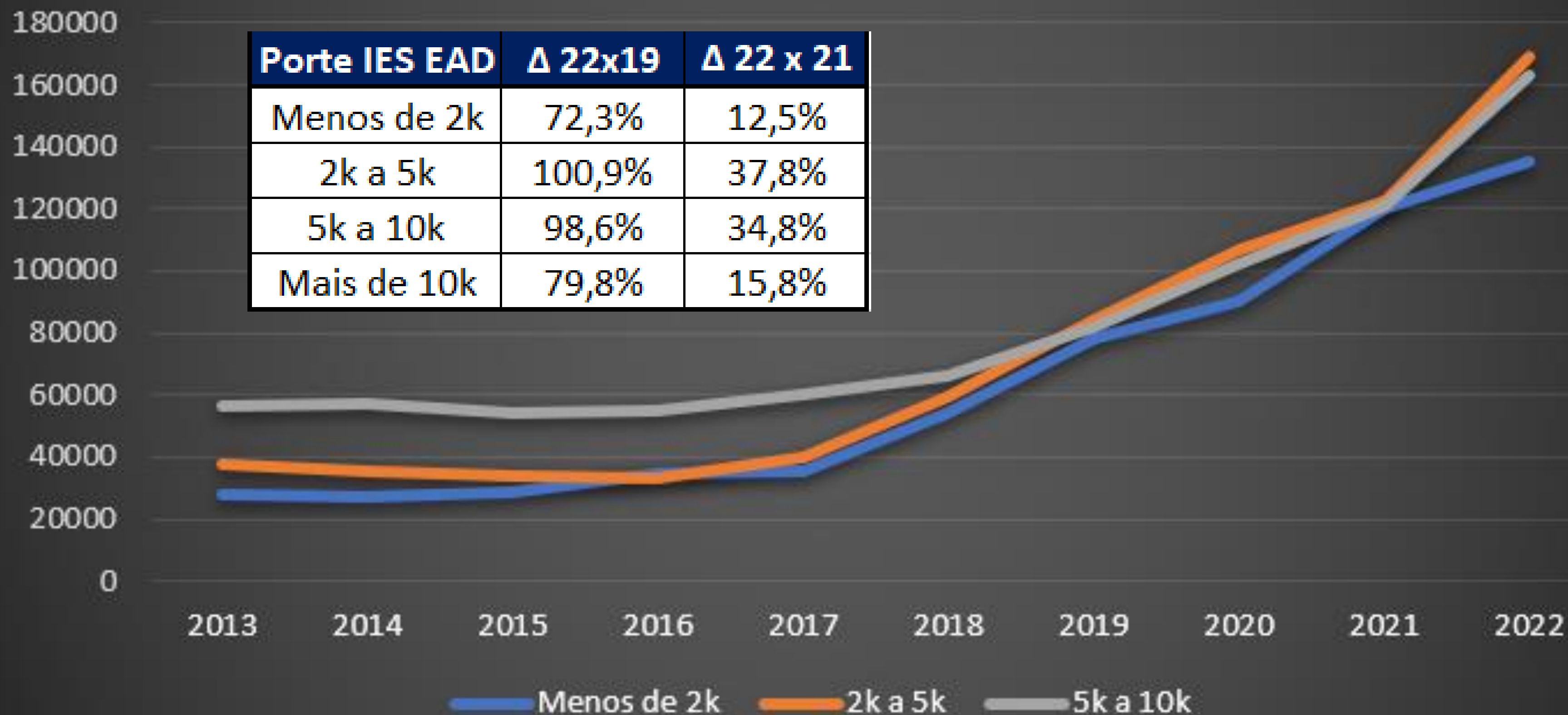
- Participação dos governos estaduais (Universidade Gratuita – SC e Programa Professor do Amanhã – RS);
- Participação dos governos municipais (PROBEM – PB, Praia Grande – SP, Guarulhos – Sp...)
- Lei do Bem, hubs de inovação e editais públicos para P&D;

EAD: Novas Tendências?

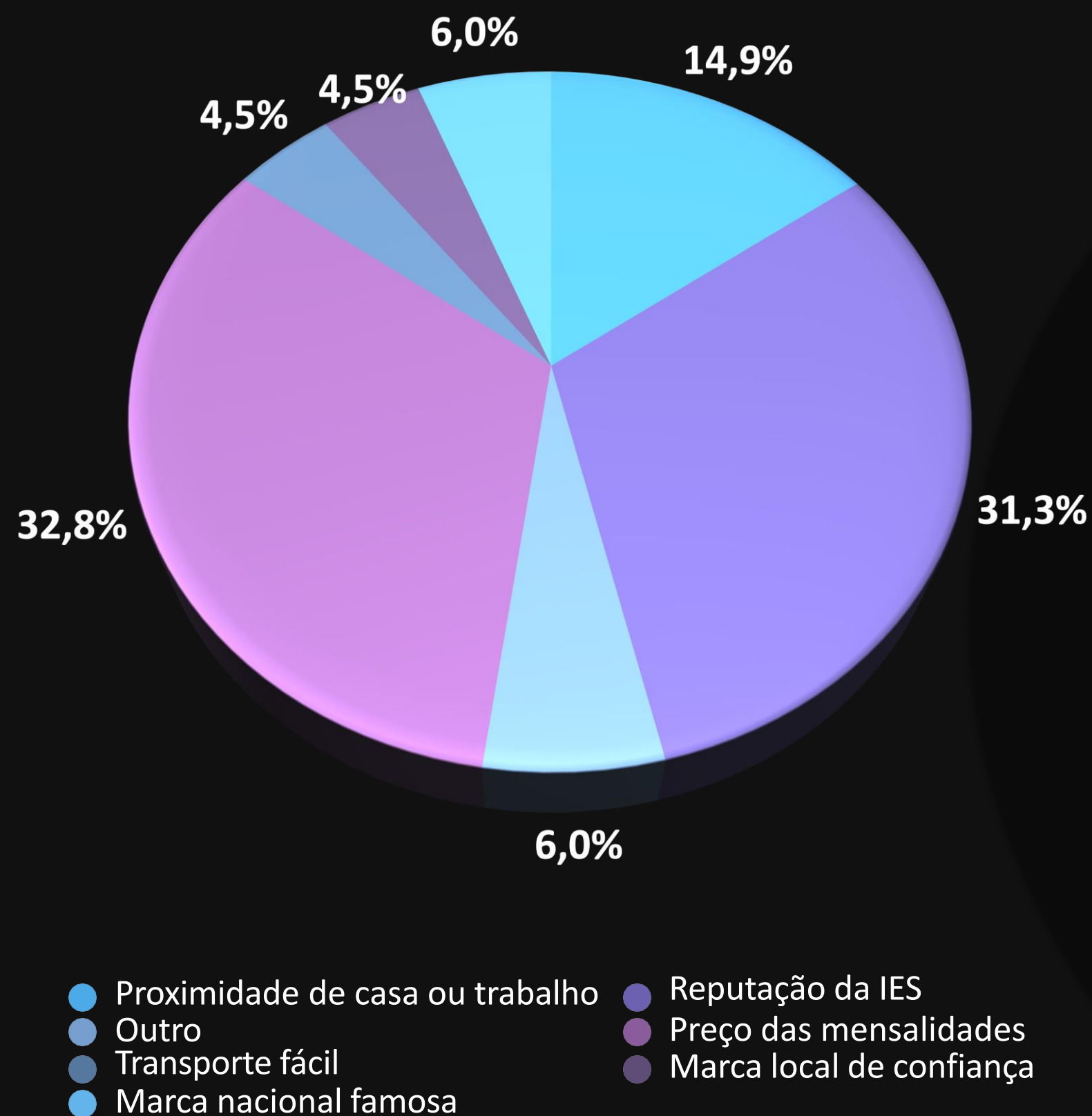
Matrículas EAD Por Porte de Alunos



Matrículas EAD Por Porte de Alunos



ESCOLHA DA IES - EAD

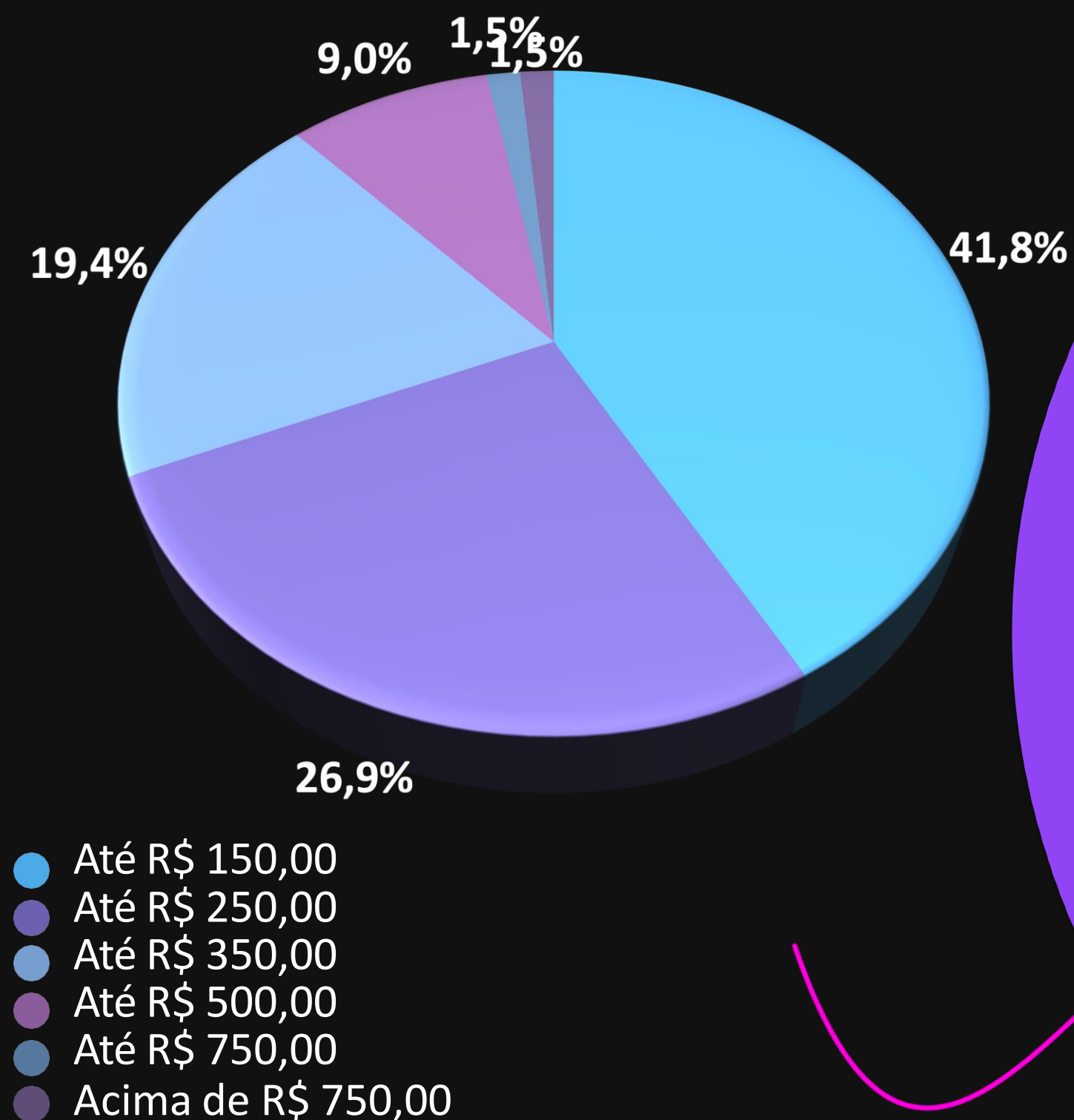


Para este público, preço das mensalidades e reputação da IES correm muito próximas como o principal fator de escolha pela IES;

A localização do polo próxima de casa ou do trabalho e com fácil acesso somam 19,4%, mostrando a importância da conveniência e da estratégia para implantação de polos;

Pelos dois aspectos anteriores é possível entender o atual fenômeno trazido pelo Censo da Educação de 2022, no qual **marcas regionais cresceram mais a captação de alunos em EAD, proporcionalmente**, e dá pistas de que as instituições de confiança locais ou regionais, com polos bem localizados onde suas marcas são bem conhecidas e com valores de mensalidades compatíveis com o mercado de EAD tendem a ter sucesso no médio prazo.

MENSALIDADE ACESSÍVEL - EAD



Mesmo para inscritos em instituições de qualidade a percepção de custo-benefício do EAD está deteriorada.

68,7% dos respondentes acha acessível mensalidades menores de R\$ 250,00 e apenas 3% acha acessível uma mensalidade acima de R\$ 500,00.

Essa avaliação ruim do valor agregado por um curso em EAD dificulta iniciativas institucionais em direção ao EAD de qualidade, uma vez que a inclinação para compra destes produtos é muito baixa, até mesmo neste perfil de público que busca instituições de qualidade.



Rodrigo Bouyer
Sócio Fundador e VP de Mercado

**É FUNDAMENTAL INVESTIR
EM SER MAIS COMPETITIVO,
TODO DIA.**



Obrigado!

somos
young

brand.U
by somos young

young

you
bank

you pay
by somos young

cobrafix

somosyoung.com.br