

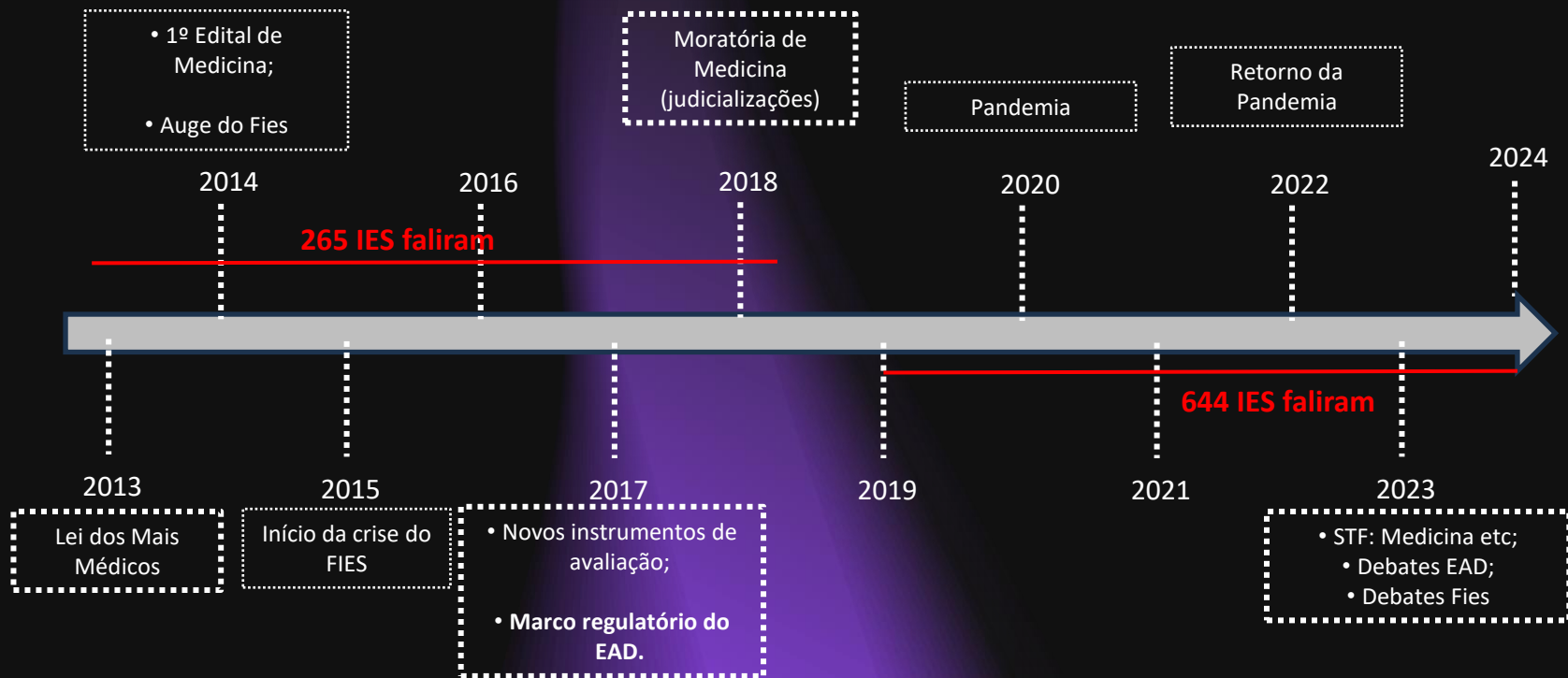
Captação de Estudantes

Além dos Números

somos
young



ALGUNS FATORES QUE IMPACTAM AS IES E ICES



Conquista de Estudantes

Institucional

Inteligência de
Negócios

Decisões
Ousadas

Parcerias

(Re)
Posicionamento

Comunicação

Branding

Propósito

Engajamento

Performance

Comercial

Estratégias

Técnica

Tecnologia

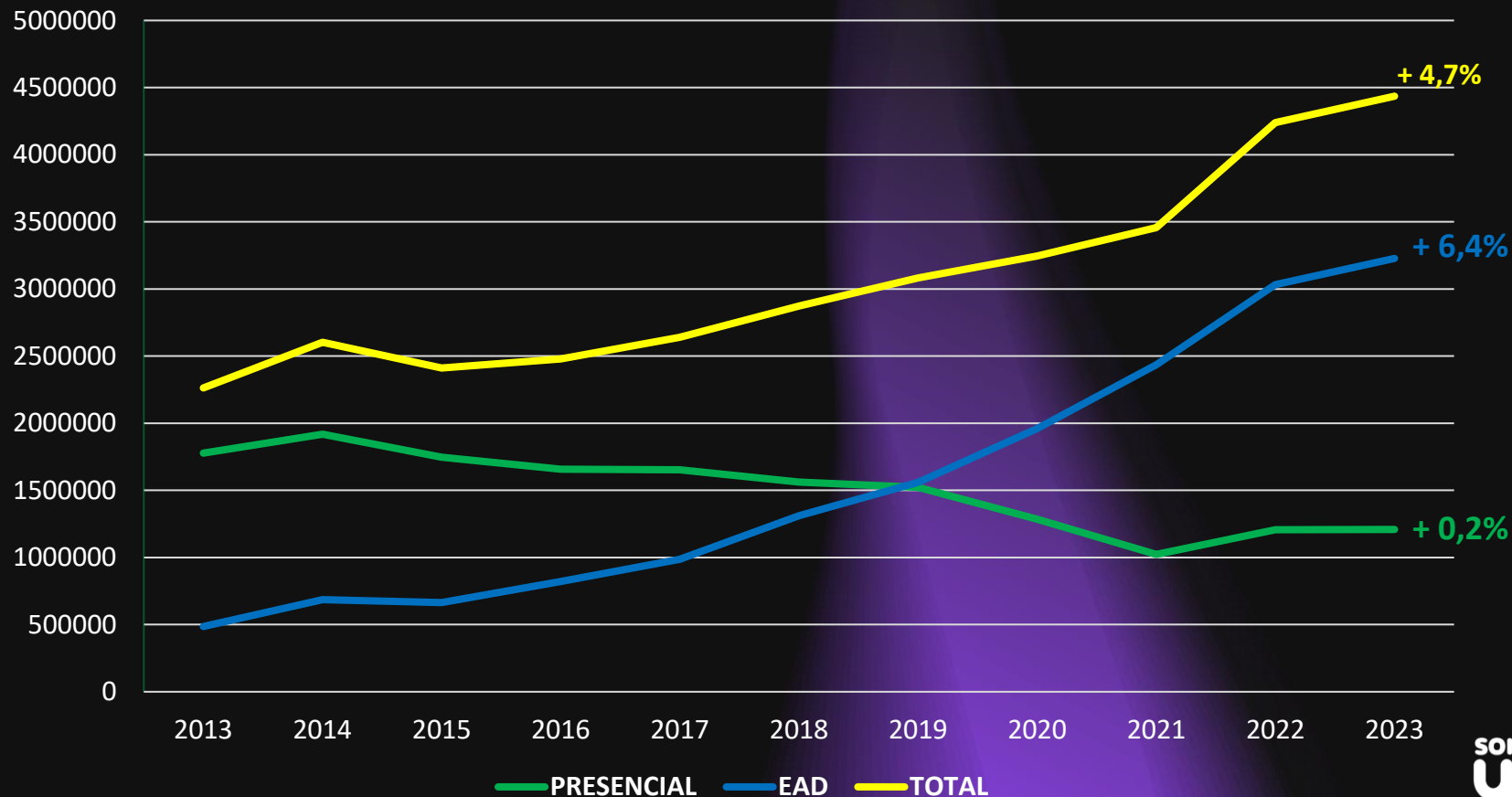
Relacionamento



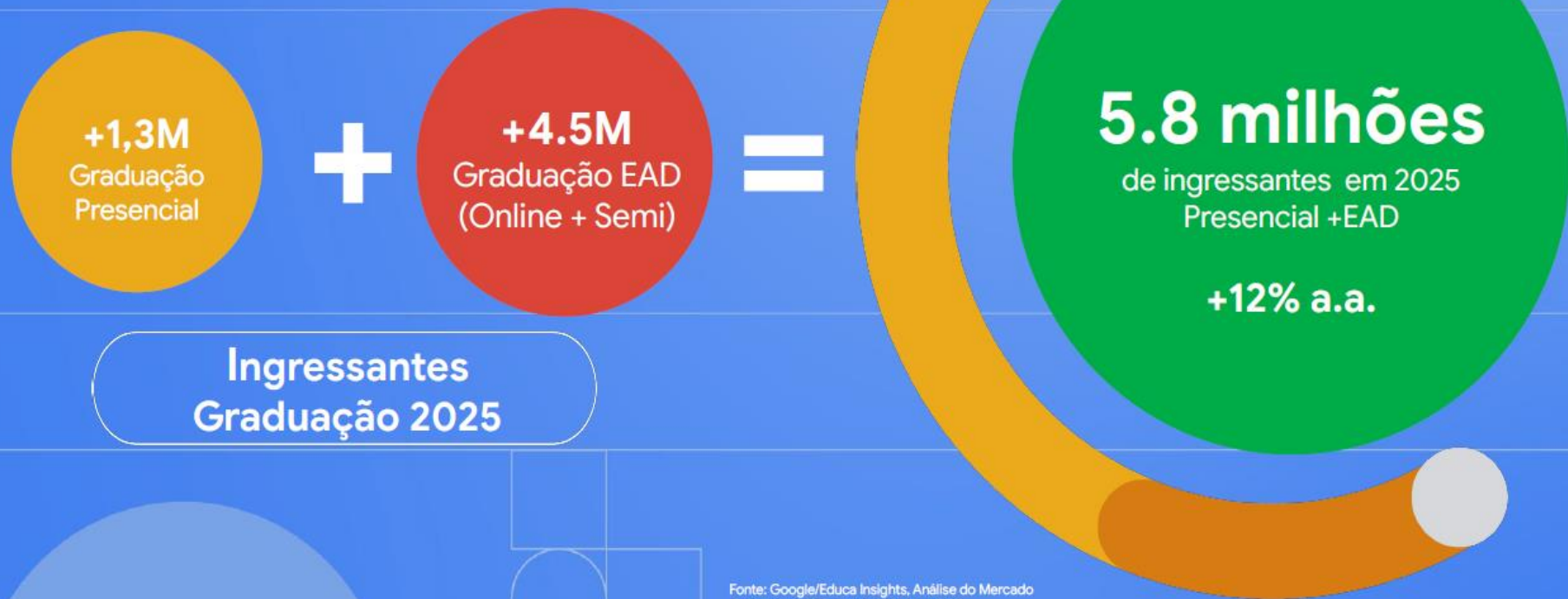
Rodrigo Bouyer
Sócio Fundador e VP de Mercado

**DADOS DE MERCADO NÃO
SÃO INTELIGÊNCIA DE
MERCADO ENQUANTO NÃO
GERAREM RESULTADOS.**

Ingressantes Não Gratuitos - Brasil



5.8M já decidiram que **vão entrar na faculdade** nos próximos 12 meses



Outros desafios para iniciar a graduação entre pessoas **interessadas em estudar**



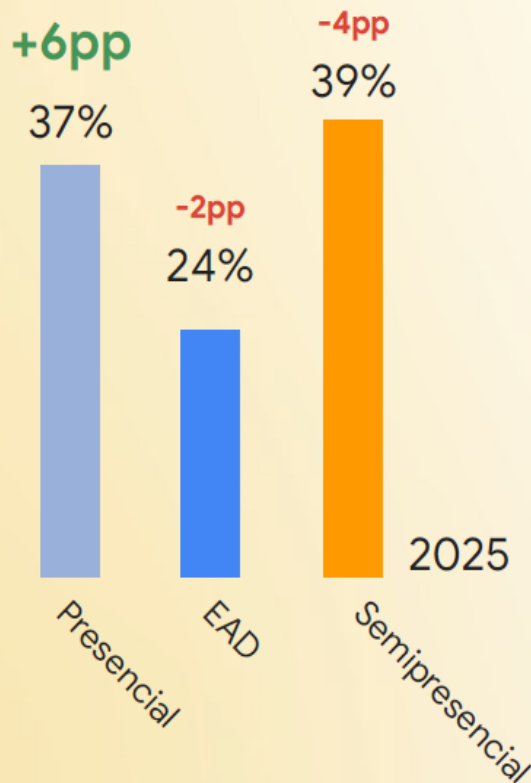
41% conciliar trabalho e estudos

37% tempo disponível para estudar

35% medo de não conseguir acompanhar o ritmo dos estudos

27% conciliar família e estudos

EAD e Semipresencial seguem sendo a preferência de quem vai **ingressar** na faculdade em 2025...



...mas o **Presencial** cresce em relação a 2024

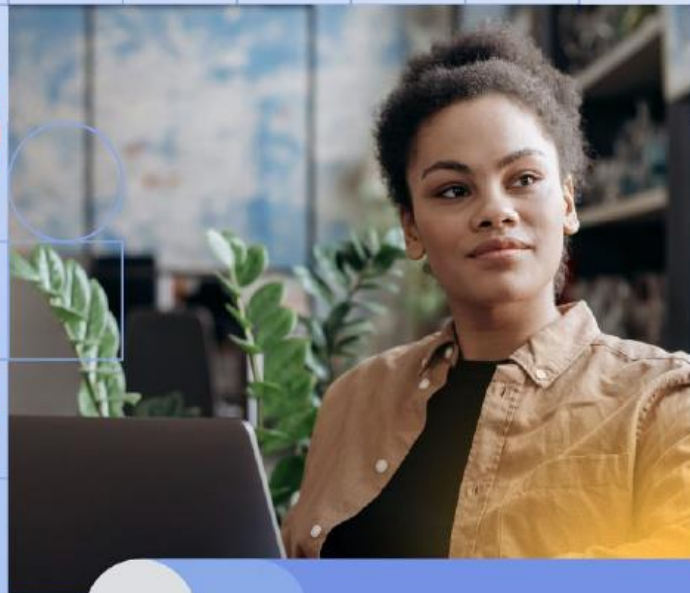


01. Ensino Presencial

Instituições consideradas em graduação

2 a 3 em 2024

3 a 4 em 2023



IMPORTÂNCIA DO BRANDING



200 milhões mês

+103% YoY

 **56%**
Genérico

 **44%**
Marca

 **44%** Marcas



55%
Privadas

45%
Públicas

99%
Sem modalidade
declarada

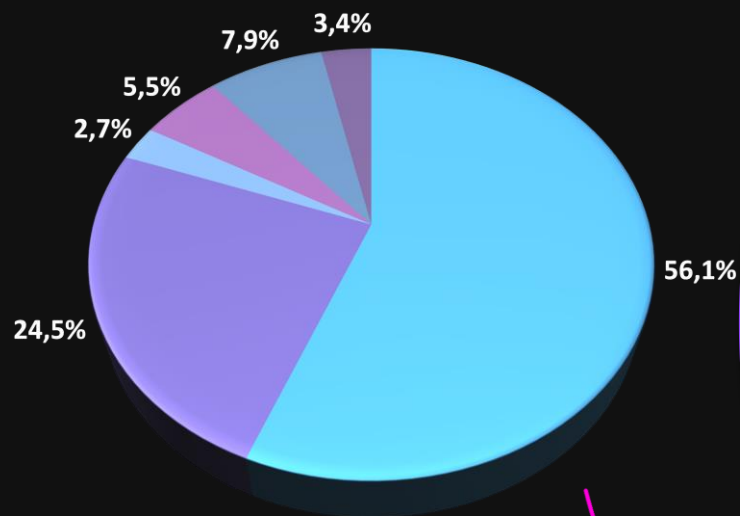
1%
EAD

Brand 



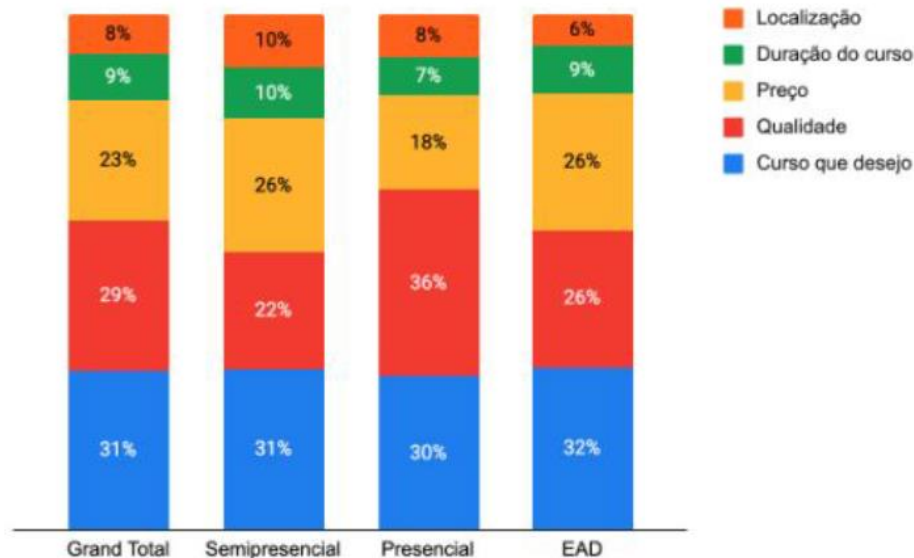
MOTIVOS DE ESCOLHA PELA IES

somos
young



- 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

Atributos que os prospects de **graduação** mais levam em consideração na hora de escolher uma instituição

(presencial + semipresencial + EAD)

1

Professores qualificados e experientes

2

Flexibilidade de horários para estudar

3

Oferta de bolsas de estudo e financiamento estudantil

4

Oferta de bom custo-benefício

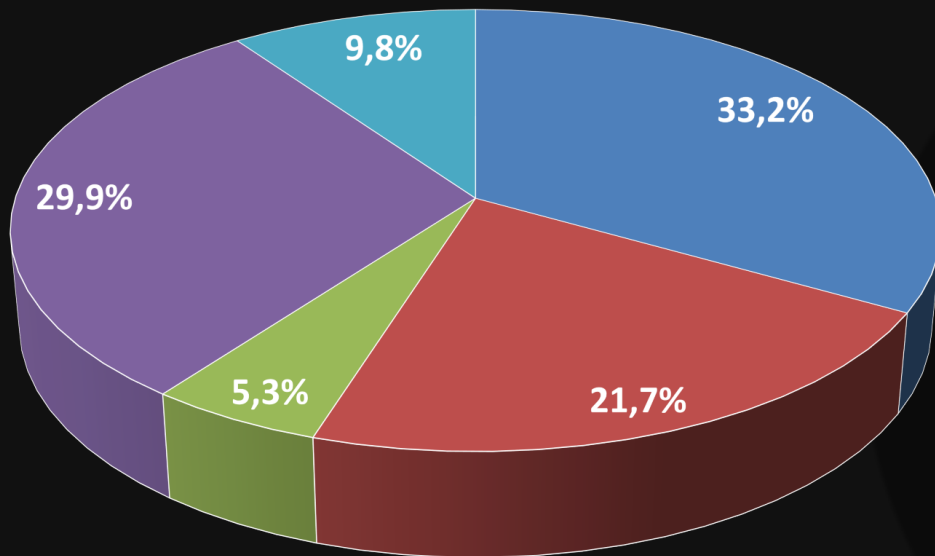
5

Infraestrutura para ensino digital (EAD e/ou híbrido)



EXPECTATIVA C/ ENS. SUP

somos
young

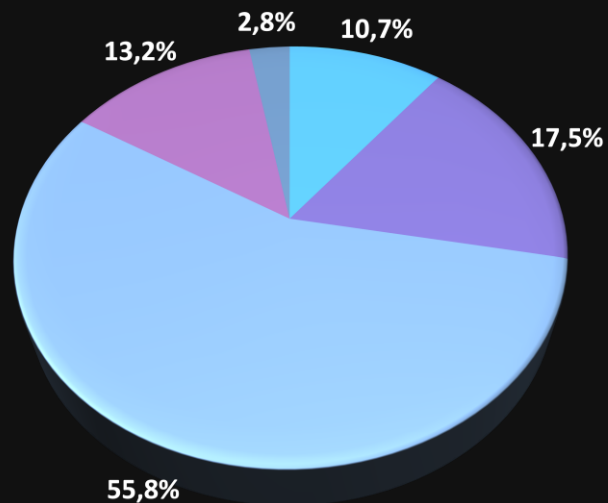


- Eleve Chances de Bom Emprego
- Aumente Chance de Promoção
- Melhore Autoestima
- Vida Mais Confortável P/ Família
- Permita Carreira Internacional



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%);



PRESSÃO SOBRE O CAIXA

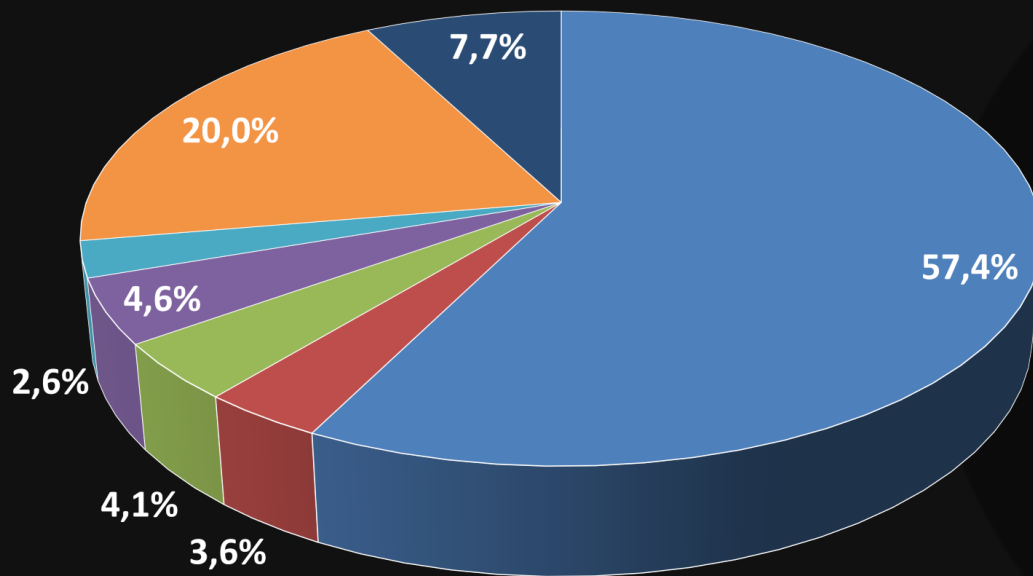
somos
young





PRESSÃO SOBRE O CAIXA

somos
young



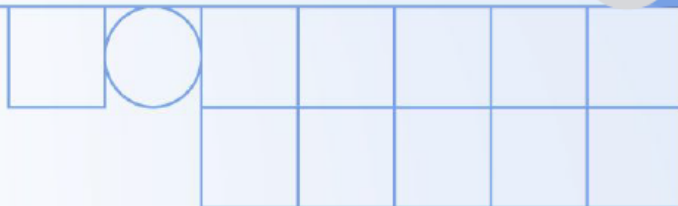
- Maior Desconto de Pontualidade
- Desc. Maior na Matric. e Menor no Curso
- Desc. Menor na Matric. e Maior no Curso
- FIES
- Parcelamento Estudantil
- Mensalidades Fixas ao Longo do Curso
- Progr. De Benefícios ou Cashback

Desafios

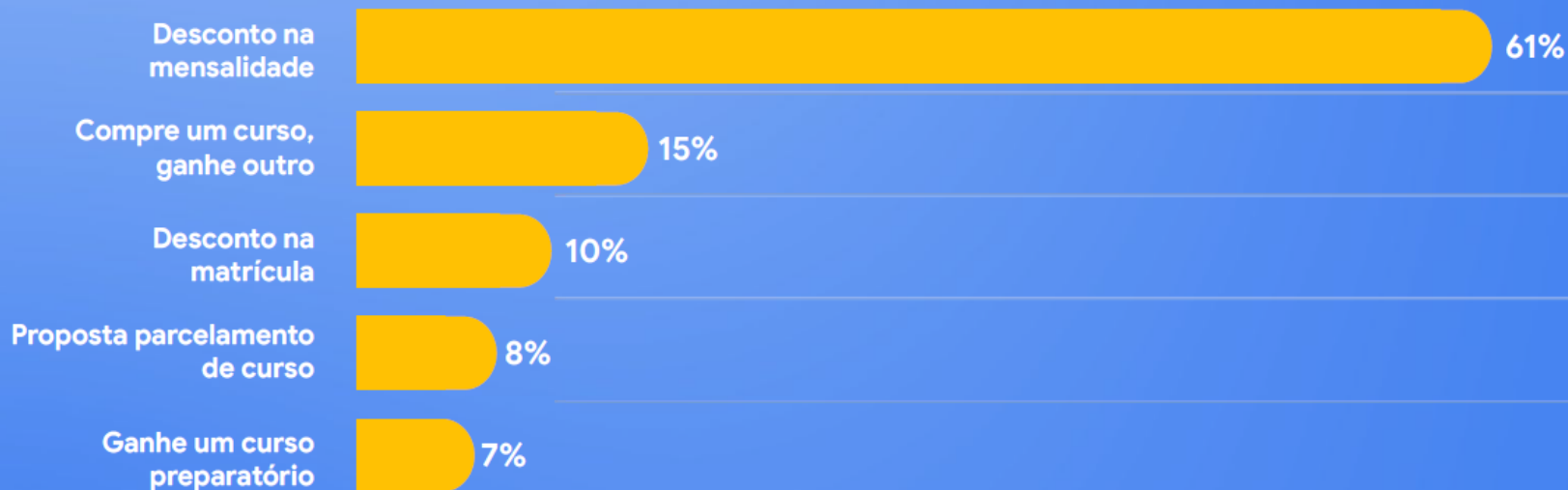
para iniciar a graduação
entre pessoas interessadas
em estudar

53%

questões
financeiras
ou custo
dos cursos



Desconto é o tipo de oferta preferida em educação



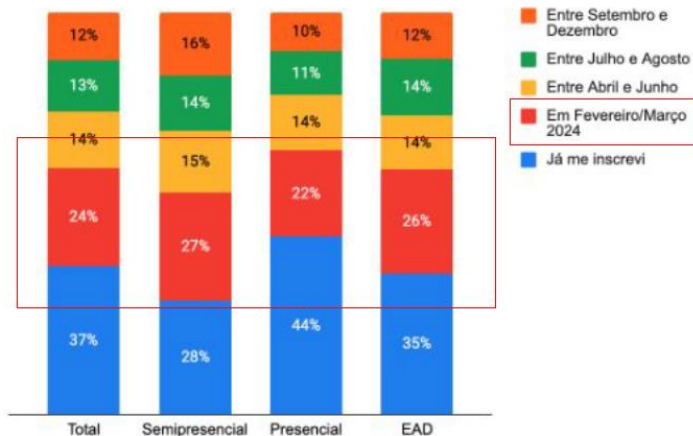
Fonte: Pesquisa Google encomendada da Offerwise
1350 respondentes - Jul 2024

SAZONALIDADE EM CHEQUE?

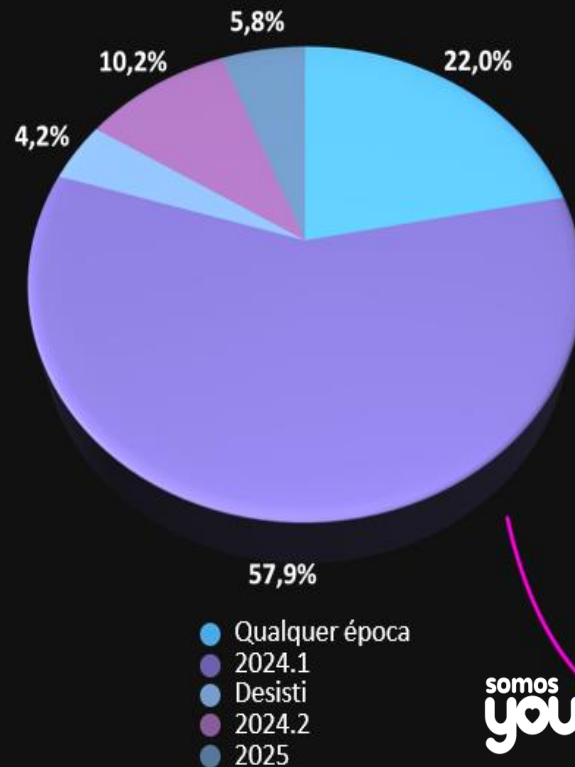
Distribuição do Volume de Buscas por Trimestre

	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?



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



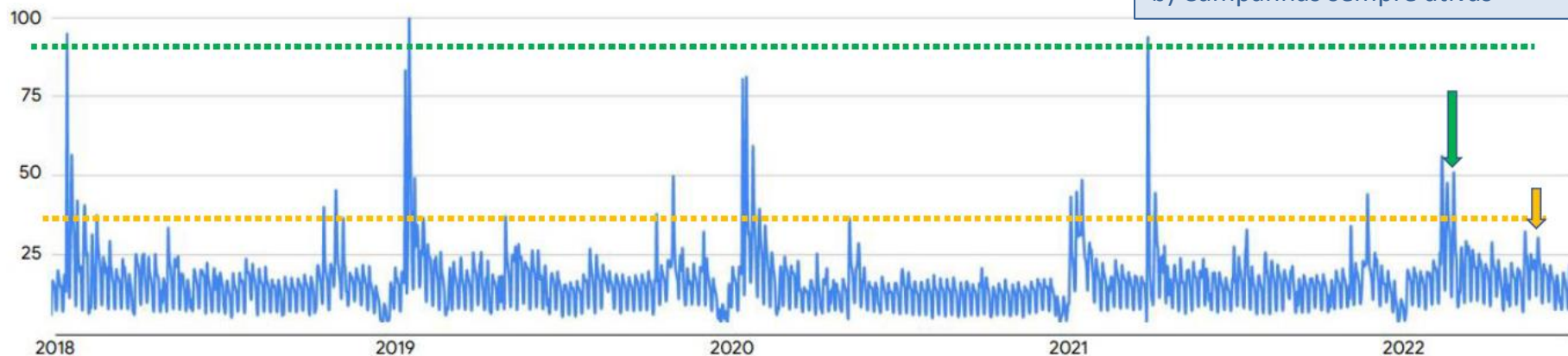
somos
young

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.

Interesse Antecipado

Novembro é o mês chave para captar buscas por graduação no geral. Mas a *antecipação* é essencial para a modalidade de EAD.

Concentração das buscas mensais em 2023 no período

Categorias	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Graduação	78	89	100	73

Concentração das buscas mensais por modalidade em 2023

Categorias	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
EAD	98	100	96	83
Presencial	89	95	100	81
Semipresencial	84	94	100	85

CPC em 2023 no período

Categorias	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Graduação	95	98	98	100

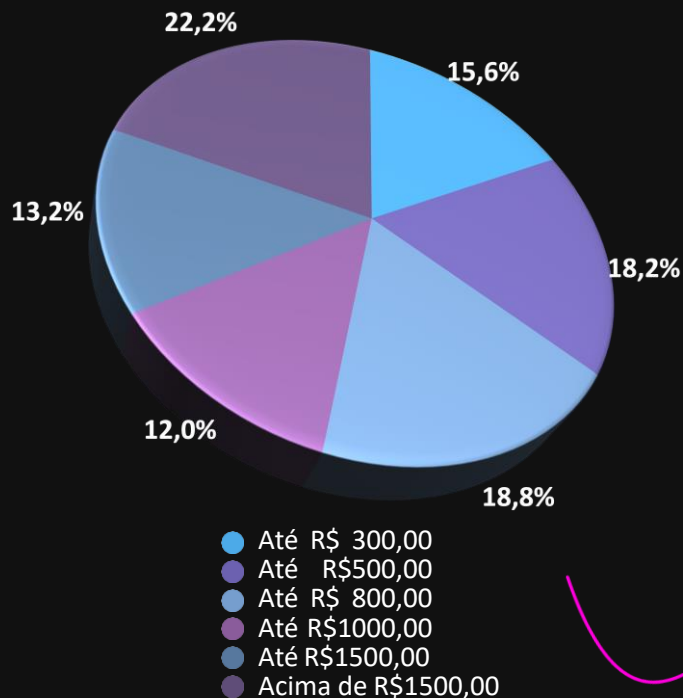
CPC em 2023 no período

Categorias	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
EAD	94	91	100	94
Presencial	91	94	100	95
Semipresencial	100	85	87	90



SOBRE MENSALIDADE ACESSÍVEL PRESENCIAL

somos
young



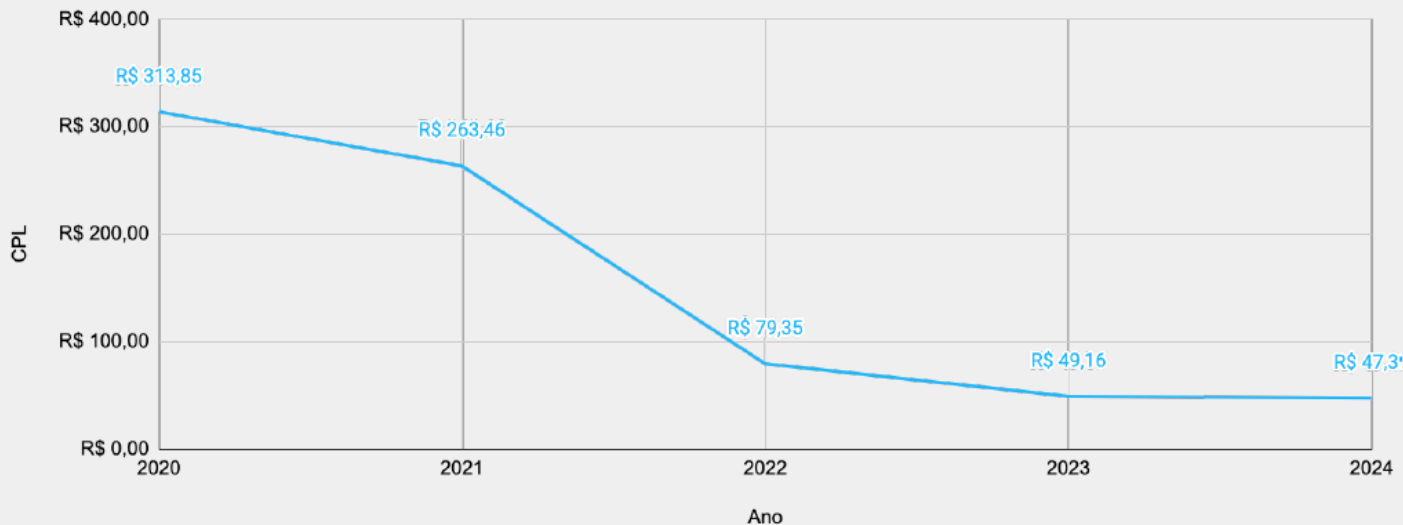
Para 47,4% dos entrevistados, mensalidades de acima R\$ 800,00 são consideradas justas e para 35,4% acima de R\$ 1.000,00 faz sentido (praticamente o percentual de egressos do ensino médio particular);

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;

Além do tagging, fizemos ajustes no layout da página de captação, facilitando o acesso às informações e melhorando a experiência do usuário.



EVOLUÇÃO DO CUSTO POR LEAD

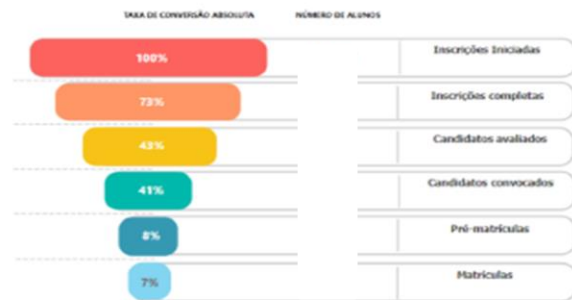


REDUÇÃO DO CUSTO EM

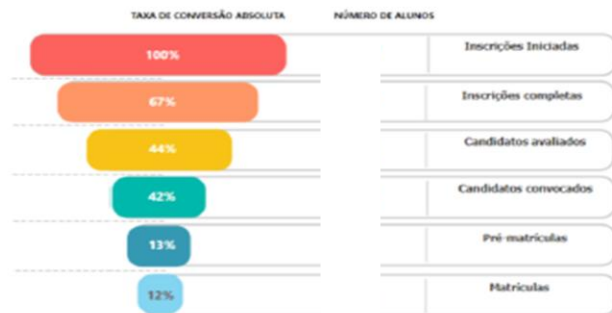
81,9%



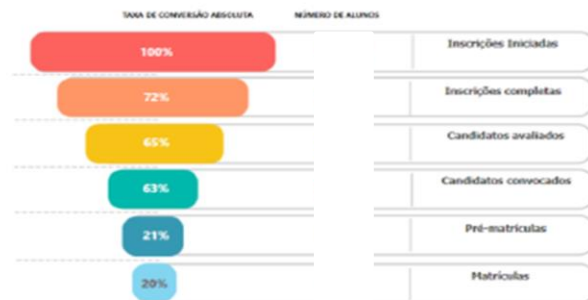
2021/2



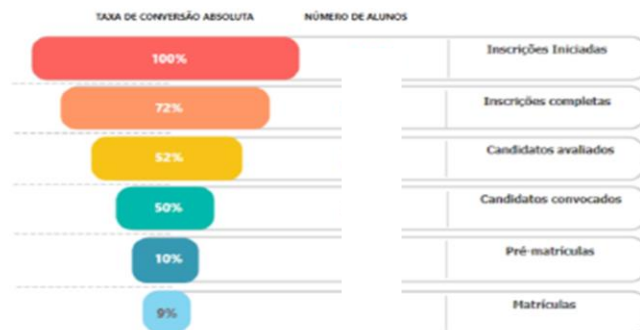
2022/2



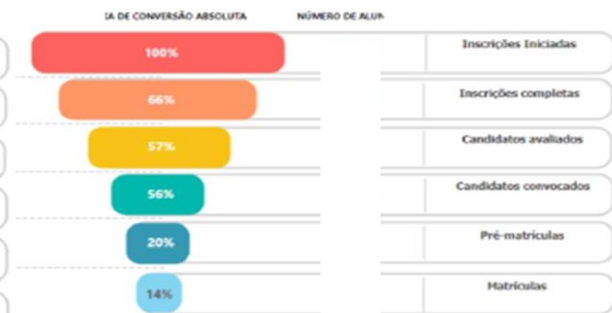
2023/2



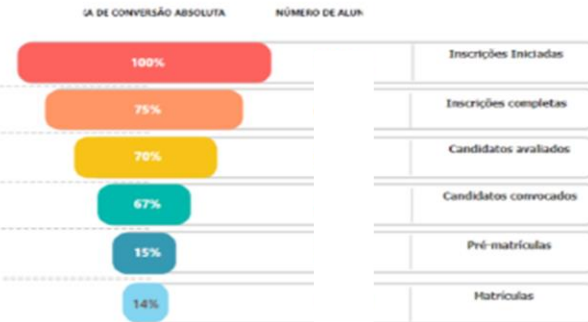
2022/1



2023/1



2024/1

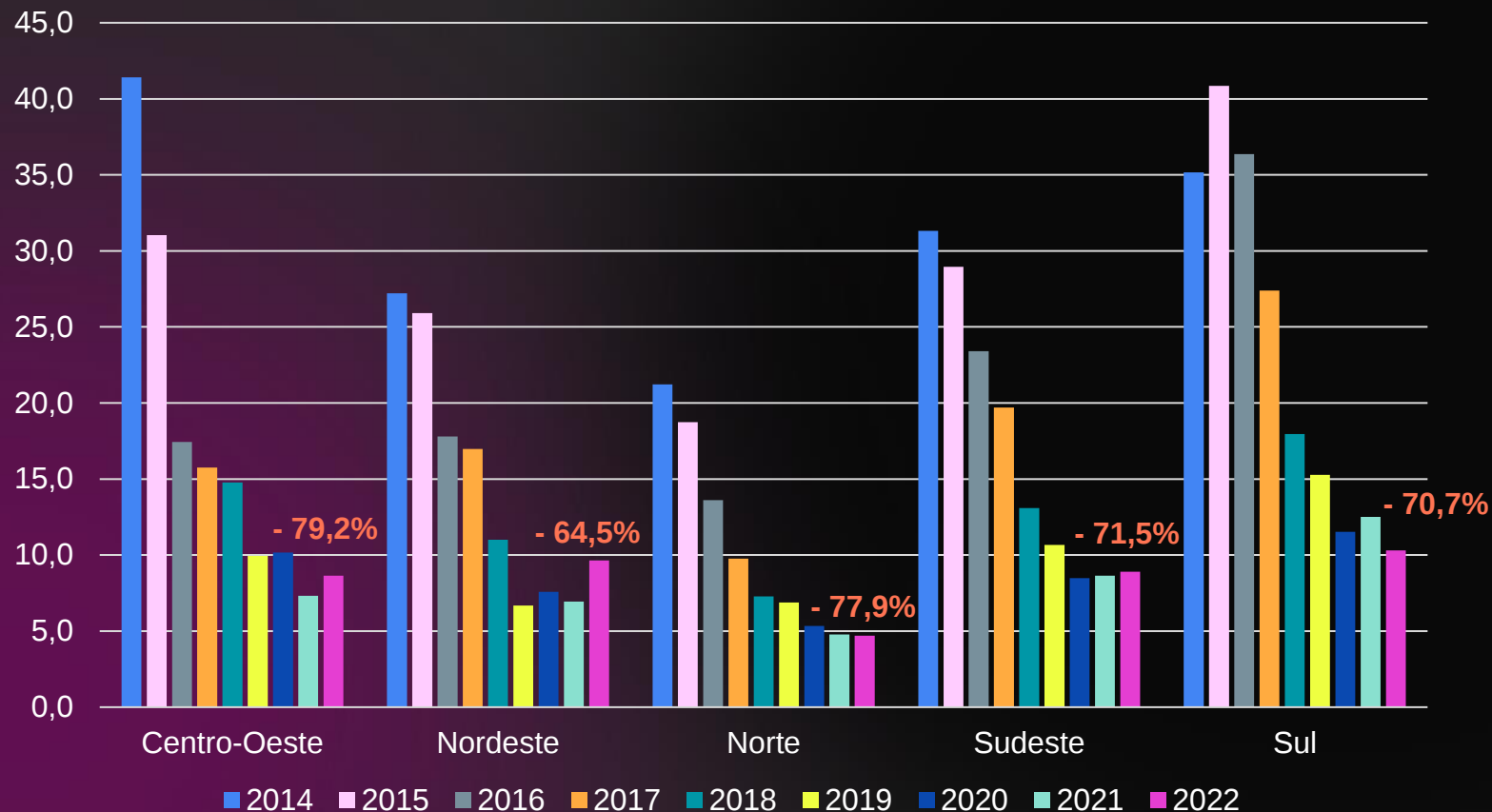




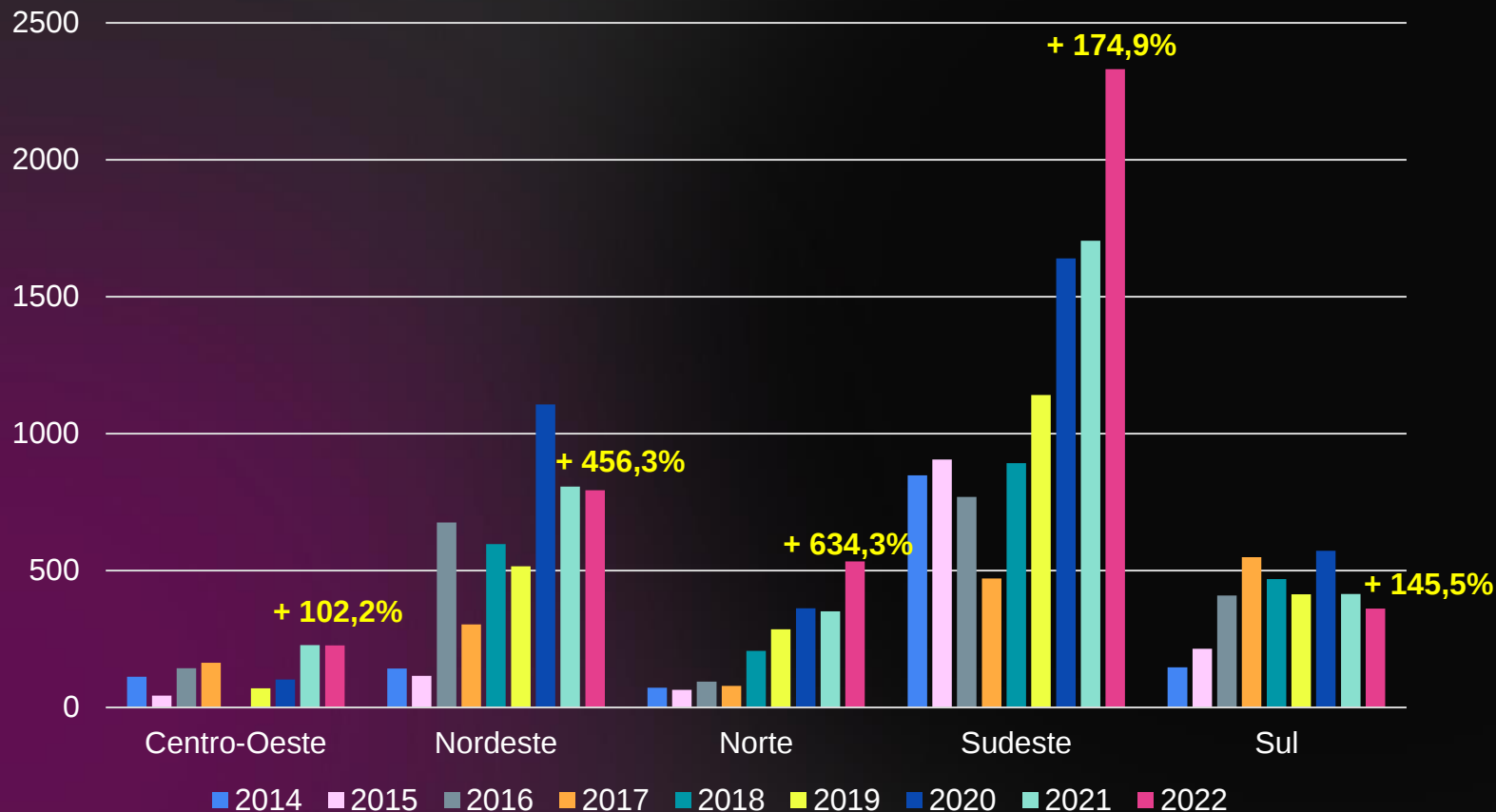
02. Medicina: Contexto



Relação Candidato x Vaga



Novas Ociosas - Vestibulares



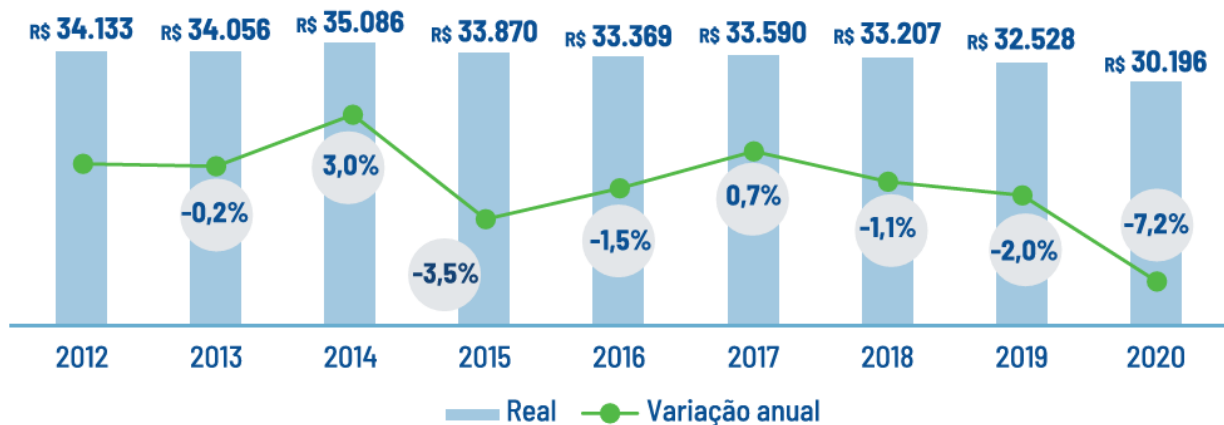
QUEDA DE RENDIMENTO DOS MÉDICOS



Figura 1

Rendimento médio mensal de médicos declarantes de Imposto de Renda da Pessoa Física (IRPF), segundo ano de declaração, de 2012 a 2020

| Brasil, 2023



► Fonte: Scheffer M. et al., Demografia Médica no Brasil 2023; Receita Federal

- De 2014 para hoje, houve um **aumento de 167,2% de vagas**, o que deve acentuar este cenário;
- E segue aumentando....



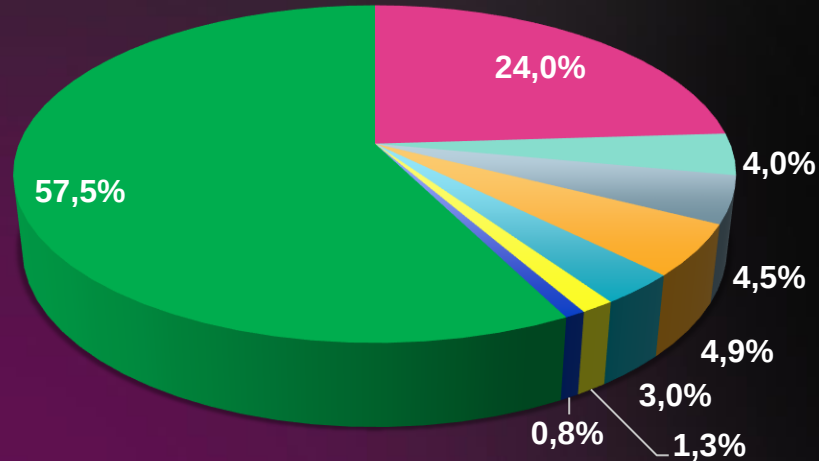
Projeção de Vagas Novas e Ociosidade



* Dados projetados

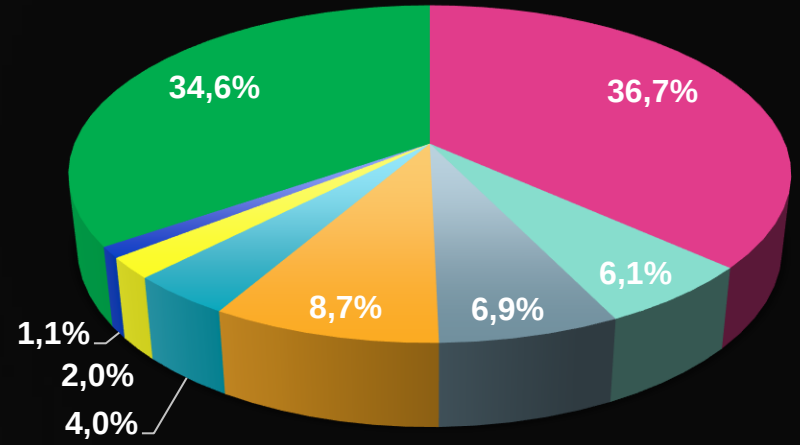


Medicina c/ 240 vagas – 2024



Folha Docente Folha Adm Despesas Contrapartidas
Aluguel Vendas Investimento Lucro Líquido

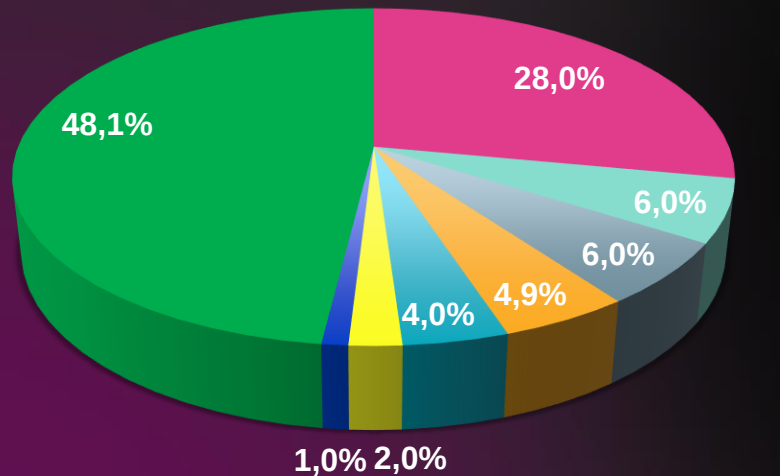
Medicina c/ 240 vagas - 2029



Folha Docente Folha Adm Despesas Contrapartidas
Aluguel Vendas Investimento Lucro Líquido

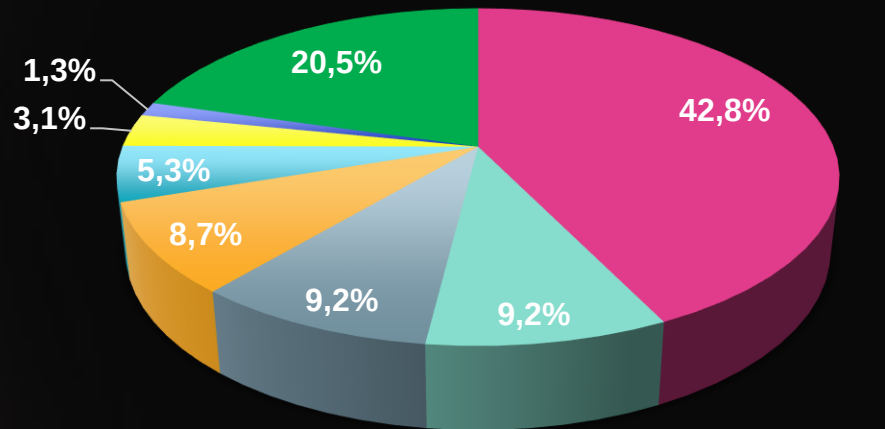


Medicina c/ 120 vagas – 2024



Folha Docente Folha Adm Despesas Contrapartidas
Aluguel Vendas Investimento Lucro Líquido

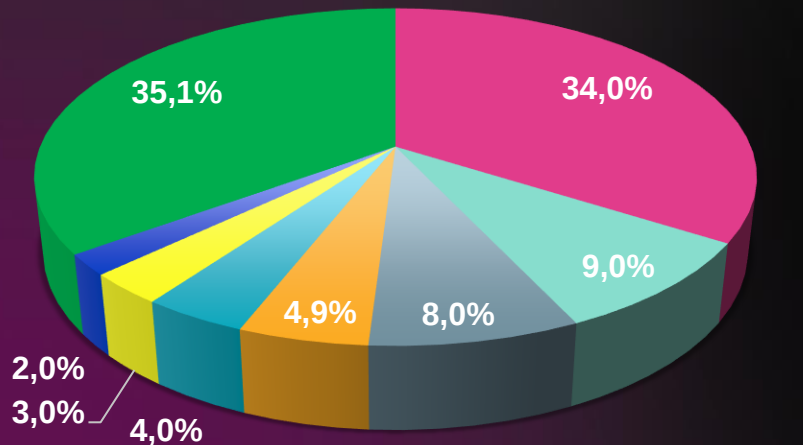
Medicina c/ 120 vagas - 2029



Folha Docente Folha Adm Despesas Contrapartidas
Aluguel Vendas Investimento Lucro Líquido

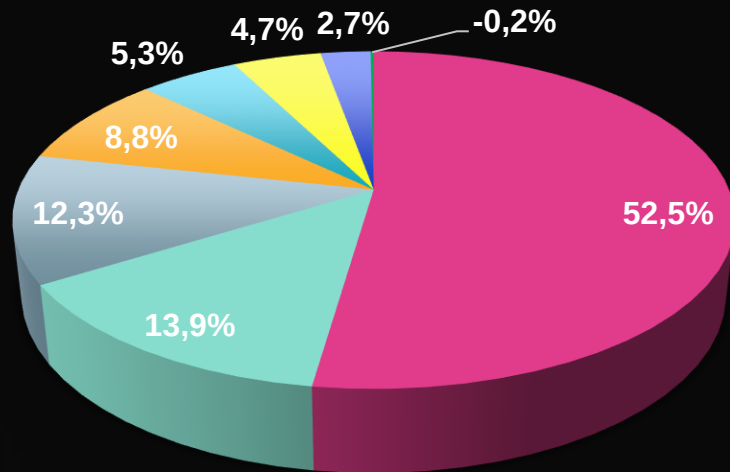


Medicina c/ 60 vagas – 2024



Folha Docente Folha Adm Despesas Contrapartidas
Aluguel Vendas Investimento Lucro Líquido

Medicina c/ 60 vagas - 2029



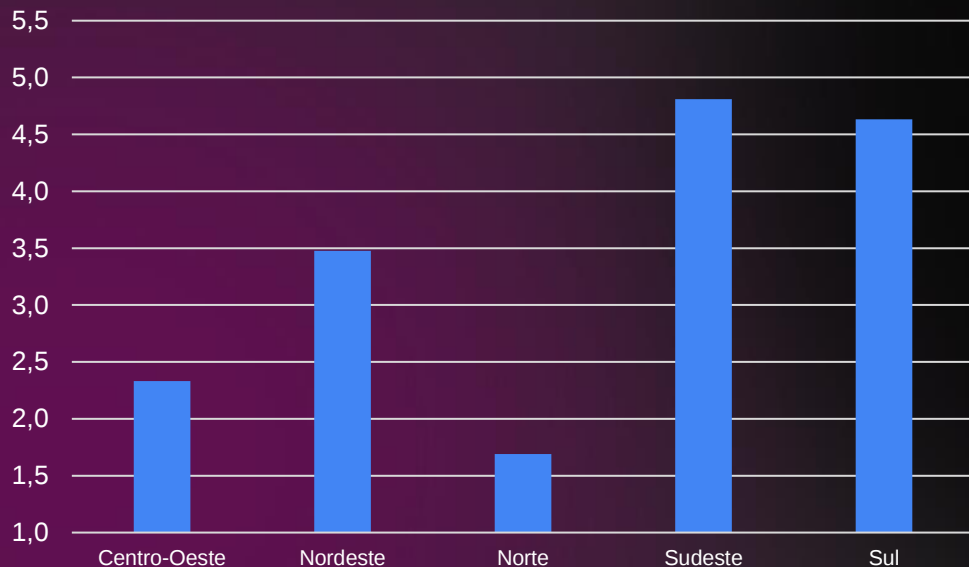
Folha Docente Folha Adm Despesas Contrapartidas
Aluguel Vendas Investimento Lucro Líquido

IMPACTOS ESPERADOS (JÁ EXISTENTES)



- *Queda nos números de captação* de ingressantes em Medicina;

Projeção de Relação Cand/Vaga Med - 26



Custos de Captação Crescentes

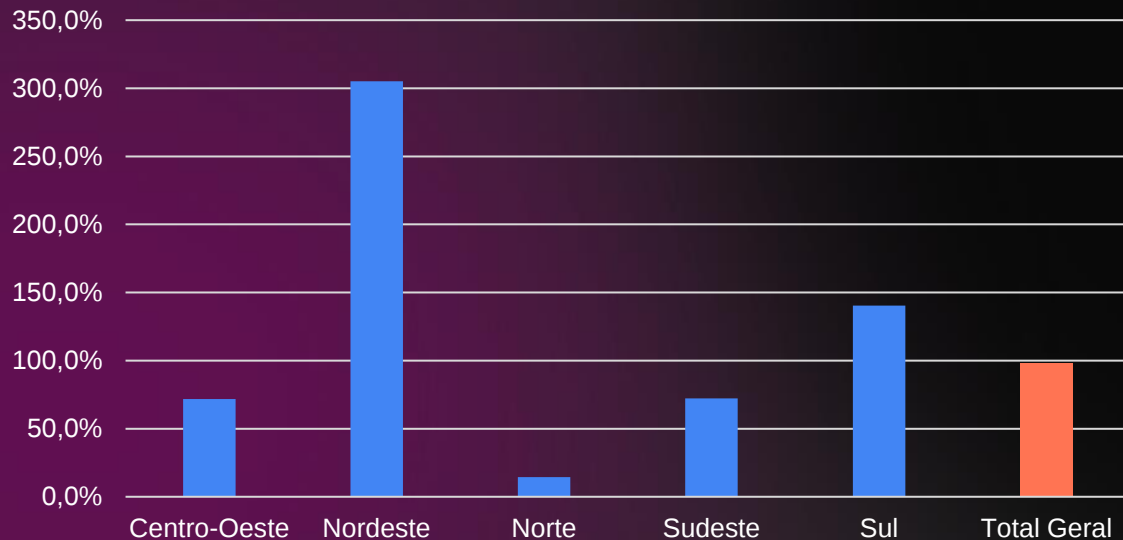
- Custo médio do *lead* + 27,6%;
- Custo médio da *matricula* + 50,7%;
- Parâmetros de Mercado:
 - Entre R\$ 3.500,00 e R\$ 4.000,00 (Atmã)
 - Entre R\$ 2.200,00 e R\$2.800,00 (Young)

IMPACTOS ESPERADOS (JÁ EXISTENTES)



- Chegada da classe C de maneira intensa para manter este mercado → **elevação de descontos e redução de mensalidades;**

Aumento de Descontos – (22 x 13)



Acomodação da Classe C

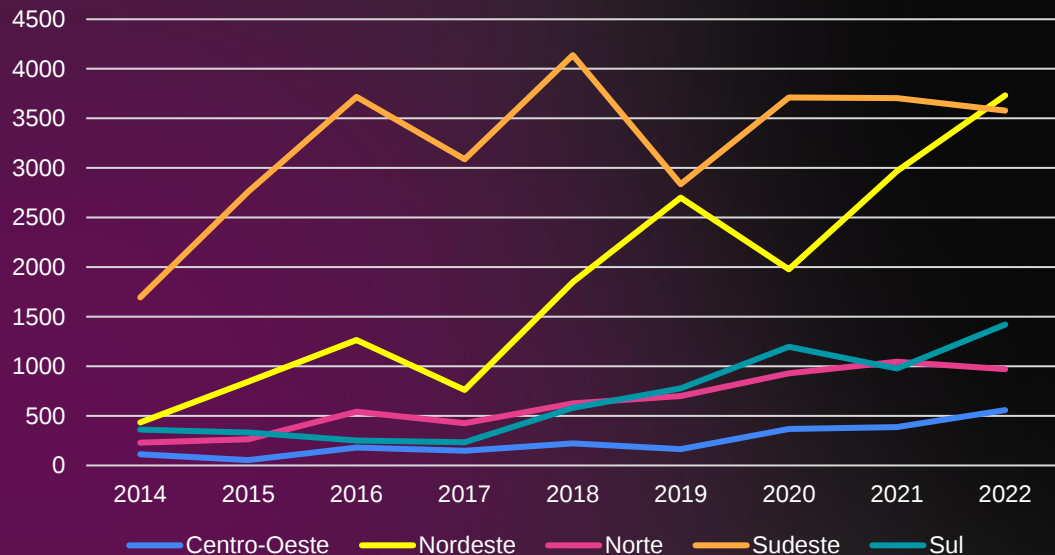
- Rumores de quedas de mensalidades até 6,5 ou 7 mil;
- Classe C vai precisar ser acomodada → importante criar e investir numa forma de parcelamento que pressione o mínimo possível o caixa.

IMPACTOS ESPERADOS (JÁ EXISTENTES)



- Aumento da evasão e da mobilidade por transferência para próximo de casa ou grandes centros (oportunidades);

Ociosidade de Vagas - Medicina



Evasão e Mobilidade

- A ociosidade de vagas **aumentou 262,0%** na última década;
- O deslocamento por transferência **subiu 81,1%** no mesmo período;
- Importante considerar preditores e mitigadores deste movimento.

IMPACTOS ESPERADOS (JÁ EXISTENTES)



- Aumento dos custos com contrapartidas em unidades hospitalares.

- Com o exponencial aumento de vagas e o atual edital 5/2024, os leitos disponíveis para convênio serão cada dia mais raros e, conseqüentemente, mais caros.
- Quando houver “estabilização” das vagas pelas regiões, é fundamental um mapeamento dos riscos de cada instituição para fins de mitigar os “danos” acadêmicos e financeiros.

Custos em Elevação

- Já existem instituições que pagam entre **40 e 60% das mensalidades** nos últimos dois anos como contrapartida aos campos de internato.

IMPACTOS ESPERADOS (JÁ EXISTENTES)



- *Redução nos valores médios de hora-aula dos medicos (media em torno de R\$218,00);*
- *Aumento de oportunidades de cursos de aperfeiçoamento e pós-graduação (vendas complexas);*
- *Elevação dos investimentos em qualidade tangível do curso para instituições mais tradicionais;*
- *Entrada de novos players sérios e com reputação ilibada ou lado de players de oportunidade, que aumentarão a consolidação do mercado de medicina.*



03. EAD

Contexto | EAD

somos
young

PISTAS SOBRE 2024...

26/08/2024, 10:51

Após forte alta no pós-pandemia, busca por cursos on-line cai | Empresas | Valor Econômico

Lousa digital

Desempenho dos grupos de ensino superior com capital aberto, no primeiro semestre

Graduação on-line

Companhias	Volume de calouros (mil)	Variação (%)	Mensalidade média (R\$) **	Variação (%)
Ânima	46,5	-14,18	228	12,41
Cruzeiro do Sul	155	0,2	218	2,8
Kroton (Cogna)	463,6	13	241	-0,9
Ser Educacional	62,5	-12,8	189,3	-1,1
Yduqs	254,9	-7,6	230	-3,7
Vitru*	452	9,5	278,6	3,4

Graduação presencial

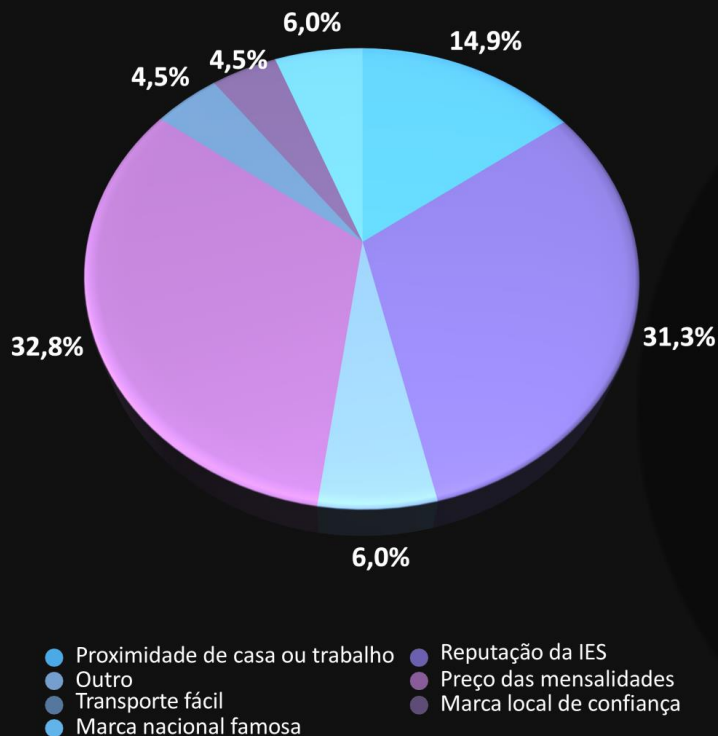
Companhias	Volume de calouros (mil)	Variação (%)	Mensalidade média (R\$) **	Variação (%)
Ânima	58	-18,66	840	8
Cruzeiro do Sul	62	2,5	952	0,2
Kroton (Cogna)	52,1	9,4	829	-2,3
Ser Educacional	57	12,7	853	-1,2
Yduqs	96	15,5	606	-8,7
Vitru*	ND	-	-	-

Fonte: Empresas. *Vitru ainda não divulgou dados do segundo trimestre. ** Valor médio das mensalidades de calouros e veteranos

PISTAS SOBRE 2024...

Ingressantes	IES	Δ 23 x 22
Mais de 10k	31	0,9%
Entre 5 e 10k	23	17,5%
Entre 2 e 5k	35	12,3%
Menos de 2k	434	206,0%

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;

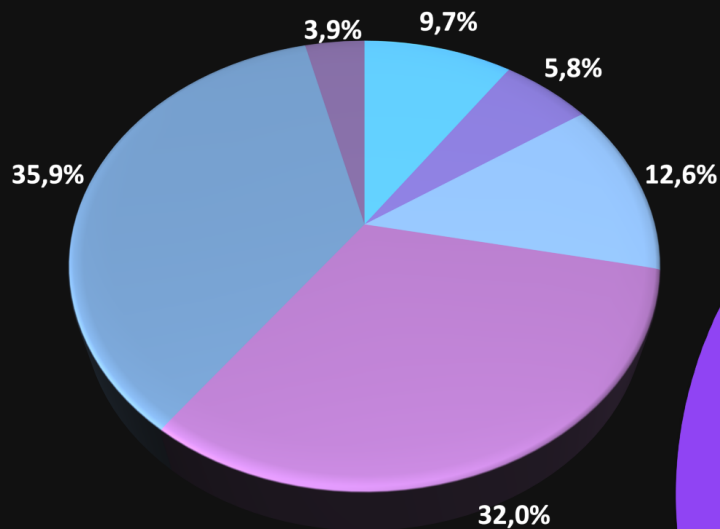
A localização do polo próxima de casa ou do trabalho e com fácil acesso somam 19,4%, mostrando a importância da conveniência e da estratégia para implantação de polos;

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.



MOTIVO DE ESCOLHA - EAD

somos
young



- Gosto de estudar sozinho
- Não existe o curso presencial na minha cidade
- Não tem faculdade presencial na minha cidade
- Não tenho tempo de ir para a faculdade todo dia
- Preço das mensalidades cabem no orçamento
- Outros

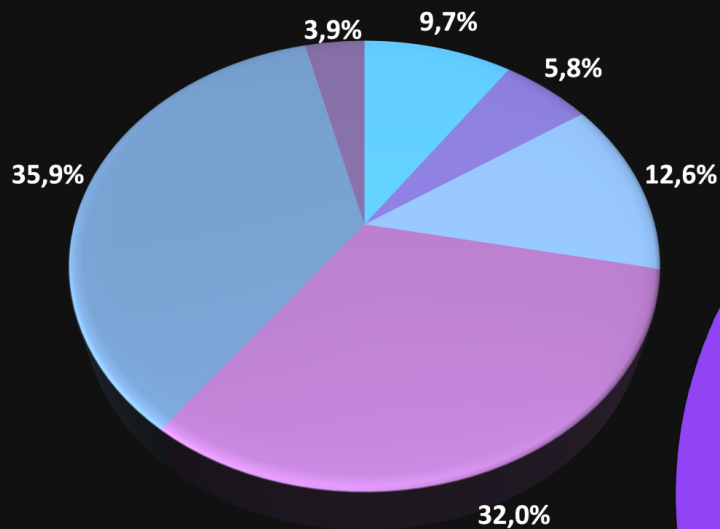
Para este perfil de estudantes, **o motivo principal de escolha do EAD está bem dividido** entre valores de mensalidades mais baixos e falta de tempo de ir a faculdade todos os dias. Ambos os argumentos são aplicáveis ao ensino híbrido também;

Não ter a faculdade ou o curso presencial na cidade somam 18,4%, indicando que **grandes deslocamentos para estudar no ensino superior estão ficando menos aceitáveis**. Este fato é um alerta para o volume crescente de jovens susceptíveis à conveniência, sobretudo no interior, o que corrobora com a tendência que põe em dúvida a futura aplicabilidade do modelo de campus único e gigante.



MOTIVO DE ESCOLHA - EAD

somos
young



- Gosto de estudar sozinho
- Não existe o curso presencial na minha cidade
- Não tem faculdade presencial na minha cidade
- Não tenho tempo de ir para a faculdade todo dia
- Preço das mensalidades cabem no orçamento
- Outros

Para este perfil de estudantes, **o motivo principal de escolha do EAD está bem dividido** entre valores de mensalidades mais baixos e falta de tempo de ir a faculdade todos os dias. Ambos os argumentos são aplicáveis ao ensino híbrido também;

Não ter a faculdade ou o curso presencial na cidade somam 18,4%, indicando que **grandes deslocamentos para estudar no ensino superior estão ficando menos aceitáveis**. Este fato é um alerta para o volume crescente de jovens susceptíveis à conveniência, sobretudo no interior, o que corrobora com a tendência que põe em dúvida a futura aplicabilidade do modelo de campus único e gigante.



04. Mudanças no EAD?



Próximos Atos Regulatórios

Até 31/12/2024:

- *Novos referenciais de qualidade para cursos de graduação;*
- *Novo marco regulatório do EAD*

Até 01/03/2025:

- *Novos instrumentos de avaliação de cursos de graduação em EAD.*



04. Tecnologias na Captação



NÃO É UMA VENDA



Não cansa
Não falta
Não reclama
Não enrola
Não erra

Matricula MUITO!



82 3142-7024



GANHO DE PERFORMANCE MÉDIA POR ETAPA

Atendimento

100% DE
AUMENTO

- ✓ Velocidade
- ✓ Integridade
- ✓ Satisfação

Inscrição

60% VOLUME
INSCRITO

- ✓ Velocidade
- ✓ Integração

Matrícula

30% AUMENTO
VOLUME

- ✓ Argumentação
- ✓ Velocidade

Onboarding

100% DE
AUMENTO

- ✓ Velocidade
- ✓ Integridade
- ✓ Satisfação



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

youpay
by somos young

cobrafix

somosyoung.com.br