



COVID-19 vs. Educação Superior: o que pensam os alunos e como sua IES deve se preparar?

Onda 2

05/05/2020

Antes de iniciarmos a Onda 2 do estudo, vale entender o que preparamos neste relatório e como a pesquisa foi executada...



Especificações Técnicas | Descrição do Método

COLETA DE DADOS	Tracking Mensal via Survey Online										
DATAS DE CAMPO – Onda 1	20 a 23 de Março de 2020										
DATAS DE CAMPO – Onda 2	27 a 30 de Abril de 2020										
DATAS DE CAMPO – Onda 3	27 a 30 de Maio de 2020										
QUESTIONÁRIO	7 minutos com questões fechadas										
PERFIL E TAMANHO DA AMOSTRA	<p>Homens, Mulheres, Classes ABCD, 17-50 anos divididos em dois principais perfis:</p> <p>(i) Alunos de graduação, matriculados em cursos presenciais ou EAD há pelo menos 6 meses em IES particulares.</p> <p>(ii) Potenciais alunos que tenham interesse de início em cursos de graduação presencial ou EAD nos próximos 12 meses em IES particulares.</p>										
		PRESENCIAL	EAD	C. OESTE	NORTE	NORDESTE	SUDESTE	SUL	TOTAL		
	ALUNOS	425	329	134	110	168	209	134	754		
	PROSPECTS	494	265	103	97	219	227	113	759		
	TOTAL	977	536	241	171	390	398	313	1.513		
TIPO DE AMOSTRAGEM	Amostragem não-probabilística por cotas										
ERRO AMOSTRAL	Nível de Confiança = 95% (z = 1.96), assumindo-se que p=q=0.5										
	AMOSTRA	100	300	500	1.000	1.500	2.000	3.000	4.000	5.000	6.000
	ERRO AMOSTRAL	9.8%	5.7%	4.4%	3.1%	2.5%	2.2%	1.8%	1.5%	1.4%	1.3%
CONTROLE DE COTAS	A distribuição sociodemográfica da amostra obedeceu o perfil da população de interesse por meio de cotas.										

MINHA BASE ATUAL DE ALUNOS ESTÁ EM RISCO?

A intenção positiva dos alunos se mantém: eles querem continuar estudando! Porém, para que isso se efetive, sua IES precisará aprender a ajudar.

TESE 01

TESE 02

TESE 03



ABMES

educainsights

A intenção ainda é POSITIVA! Mais de 90% dos alunos quer continuar estudando!

CONSIDERANDO O CENÁRIO CRIADO PELA CRISE DO CORONAVÍRUS, O QUE VOCÊ PRETENDE FAZER?

Base: Onda 1 - 485 casos

Base: Onda 2 - 754 casos

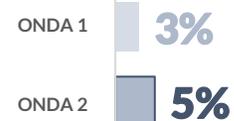
CONTINUAR
ESTUDANDO, NÃO
IMPORTA O
CENÁRIO



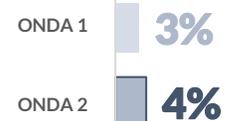
CONTINUAR
ESTUDANDO, MAS
COM RISCO DE
DESISTIR



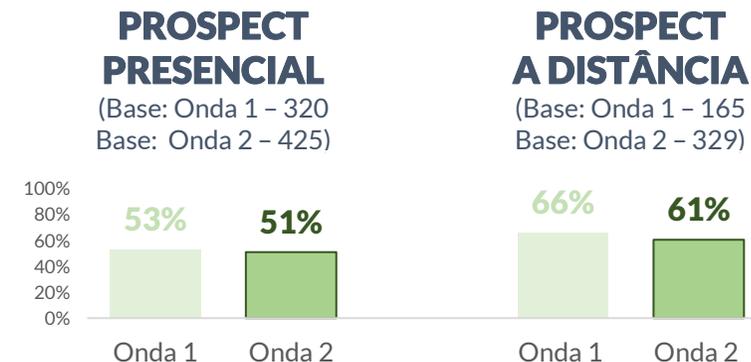
PROVAVELMENTE
DESISTIR DO MEU
CURSO



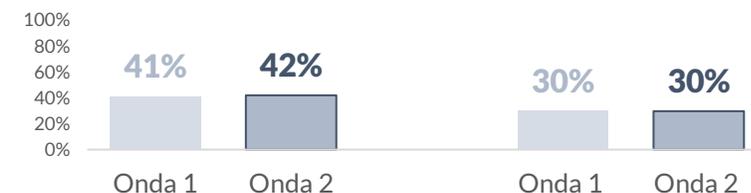
DESISTIR POR CONTA
DO CENÁRIO ATUAL



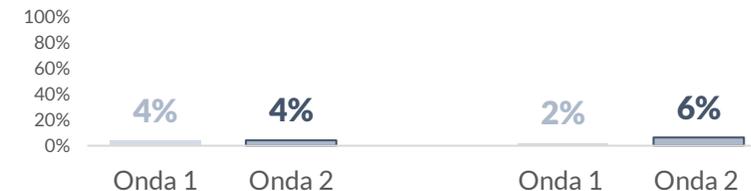
CONTINUAR
ESTUDANDO, NÃO
IMPORTA O
CENÁRIO



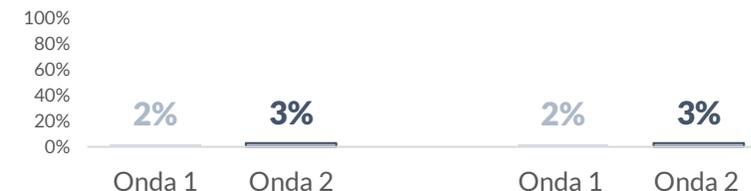
CONTINUAR
ESTUDANDO, MAS COM
RISCO DE DESISTIR



PROVAVELMENTE
DESISTIR DO MEU
CURSO



DESISTIR POR CONTA
DO CENÁRIO ATUAL



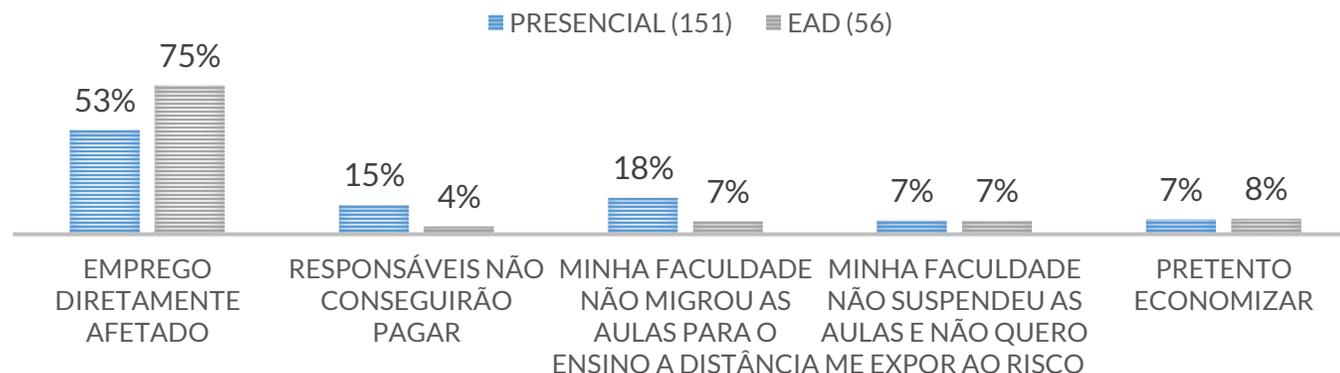
E a razão que leva à desistência é uma só: PERDA DE RENDA! Isso ocorre desde a primeira onda...

QUAIS SÃO OS FATORES QUE LEVAM À SUA DECISÃO DE PARAR DE ESTUDAR?

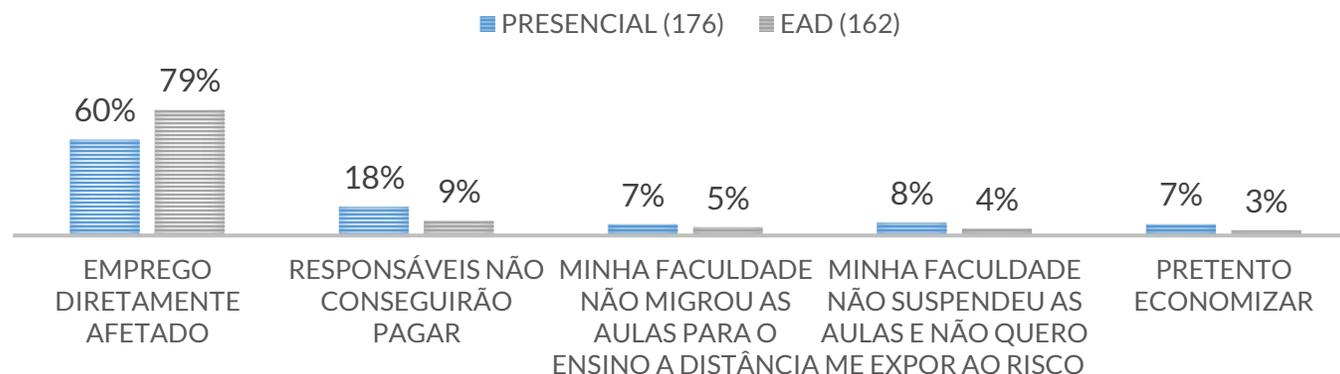
(Base: Onda 1 – 207 casos
Base: Onda 2 – 338 casos)



Análise por Modalidade (%) Onda 1 (Base: 207)



Análise por Modalidade (%) Onda 2 (Base: 338)



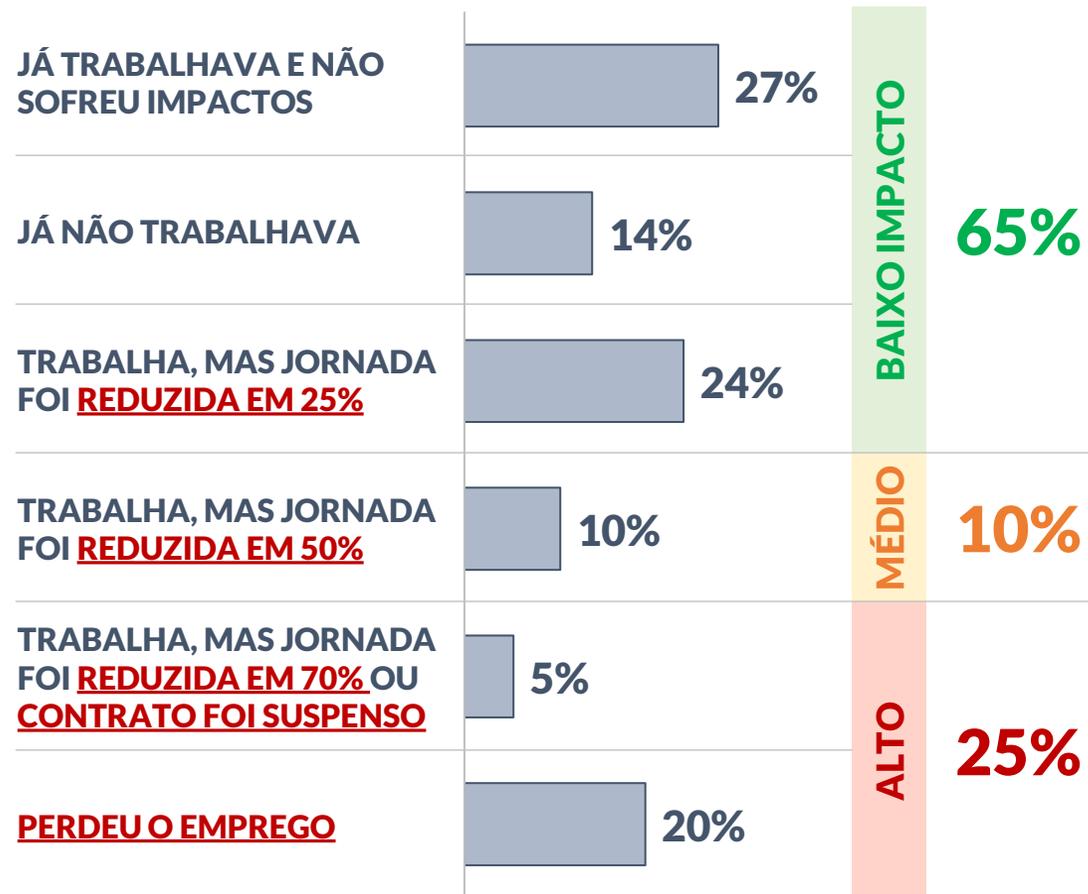
**VAMOS ENTENDER UM
POUCO MELHOR COMO A
PERDA DE RENDA
IMPACTA A INTENÇÃO DE
CONTINUAR
ESTUDANDO...**



A perda de renda entre alunos é REAL! Mas entenda que há diferentes níveis de impacto e que é isso que deve nutrir as suas ações.

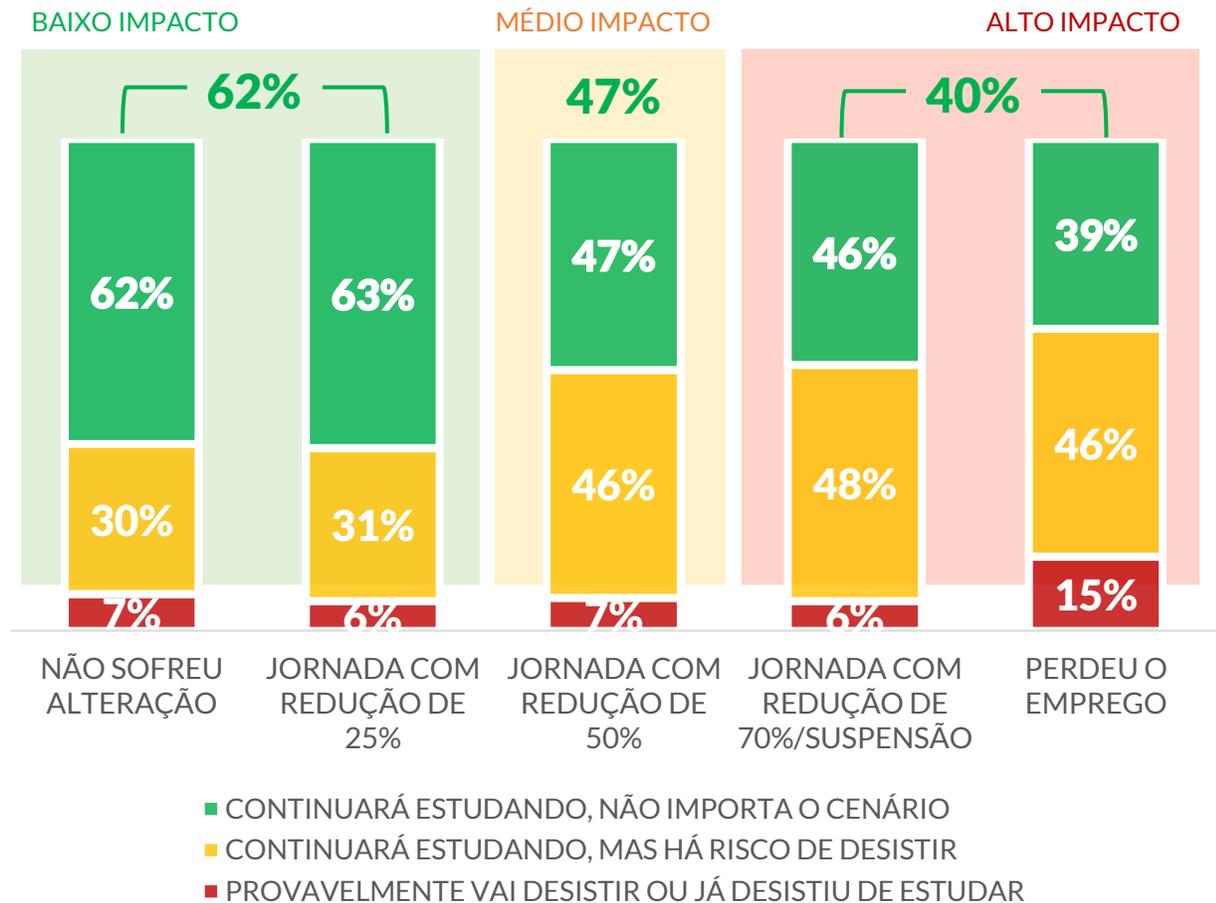
DESDE O INÍCIO DA CRISE, O QUE OCORREU COM A SUA SITUAÇÃO DE TRABALHO?

(Base: 754 casos)

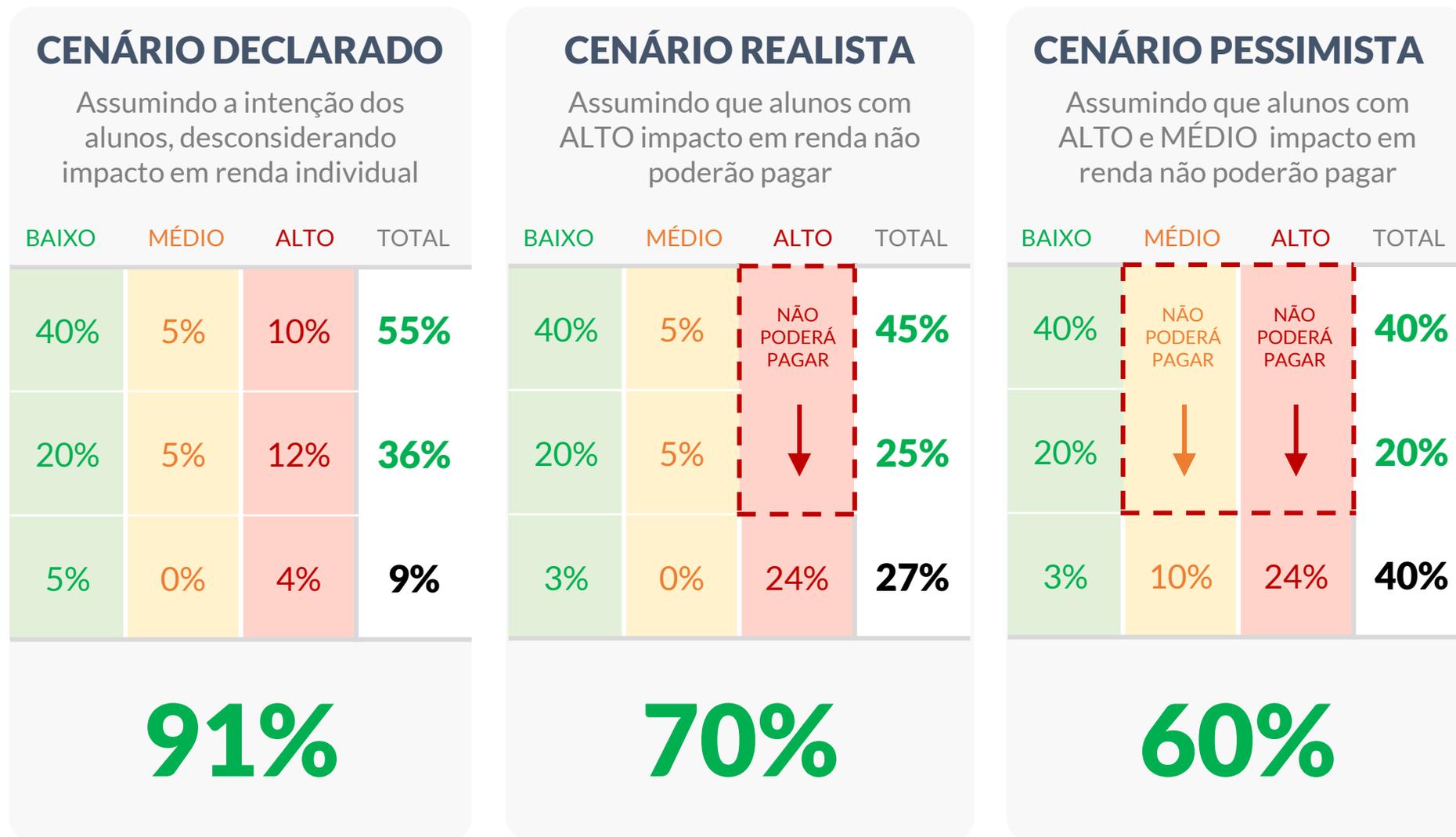


QUAL É O IMPACTO DA PERDA DE RENDA INDIVIDUAL NA INTENÇÃO DE CONTINUAR ESTUDANDO?

(Base: 754 casos)



Mesmo no cenário mais pessimista, 60% dos alunos tem condições de continuar estudando sem que haja um auxílio financeiro significativo



% de respondentes
Base: 754

% de alunos que pretende continuar estudando em cada um dos cenários

NOTA: ALTO IMPACTO = Perda de emprego/Redução de 70% / MÉDIO = Redução de 50% / BAIXO = Manutenção de emprego + Redução de 25%

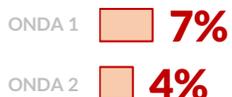
FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA ONDA 2: 754 CASOS

Porém, isso não significa que sua IES não precisa agir! O nível de sensibilidade do “bolso” dos alunos aumenta a cada mês!

MESMO QUE VOCÊ NÃO DESISTA DO SEU CURSO, ATÉ QUANDO VOCÊ ACREDITA QUE CONTINUARÁ PAGANDO PELO SEU CURSO SEM TER DIFICULDADES FINANCEIRAS?

(Base: Onda 1 - 147 casos
Base: Onda 2 - 258 casos)

NÃO TEREI PROBLEMAS PARA CONTINUAR PAGANDO



POR ATÉ 3 MESES



POR ATÉ 6 MESES



POR ATÉ 12 MESES

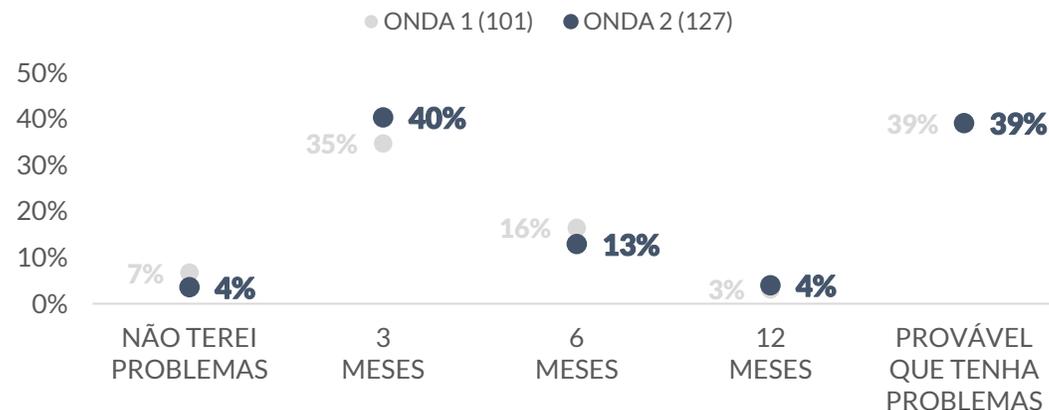


NÃO CONSIGO ESTIMAR AGORA, MAS É PROVÁVEL QUE EU TENHA PROBLEMAS

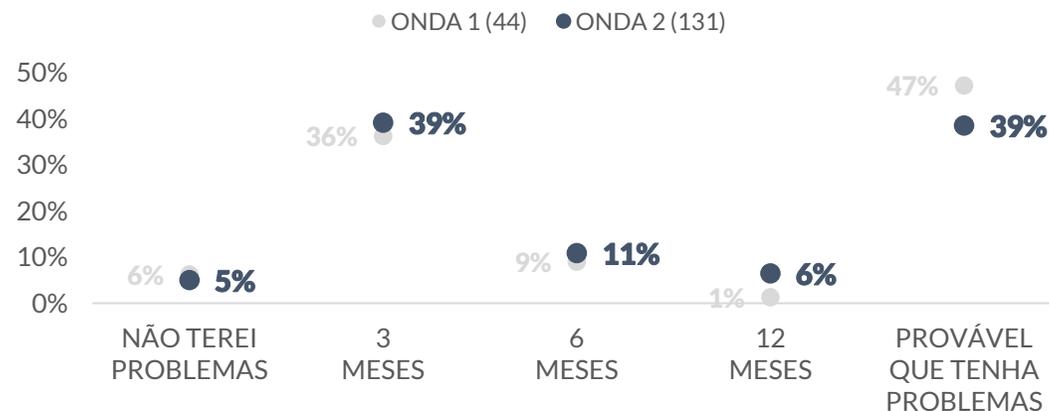


96%

PARA ALUNOS MATRICULADOS EM CURSOS PRESENCIAIS:



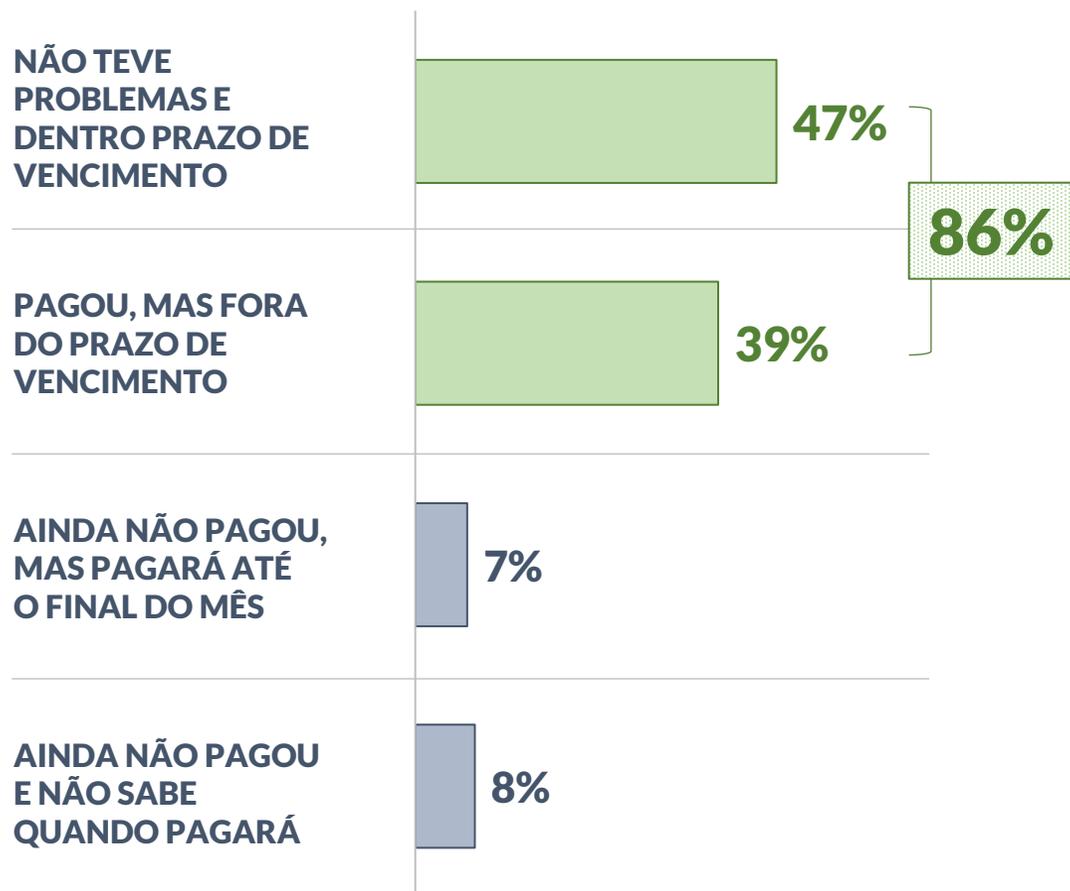
PARA ALUNOS MATRICULADOS EM CURSOS A DISTÂNCIA:



E o pior NÃO ACONTECEU no mês de Abril...

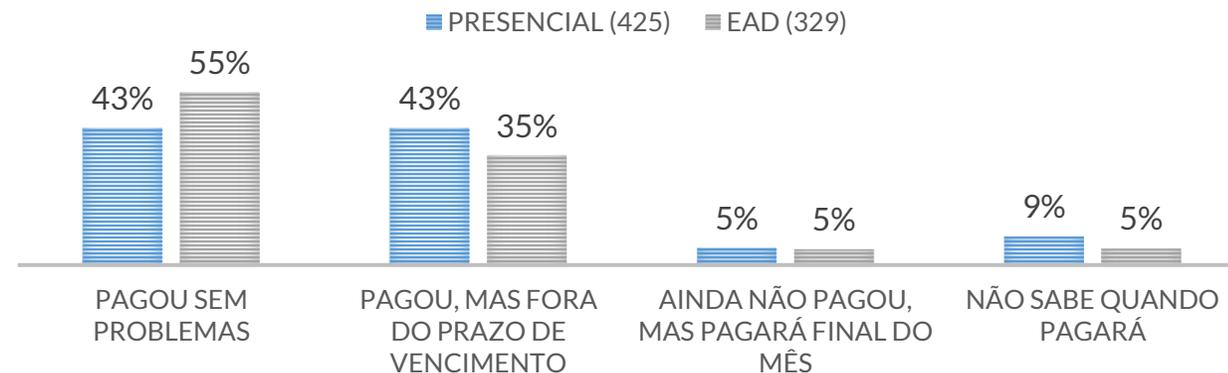
FALANDO ESPECIFICAMENTE DA MENSALIDADE DO MÊS DE ABRIL, VOCÊ:

(Base: 754 casos)



Análise por Modalidade (%)

(Base: 754)



Análise por Mensalidade que Paga (%)

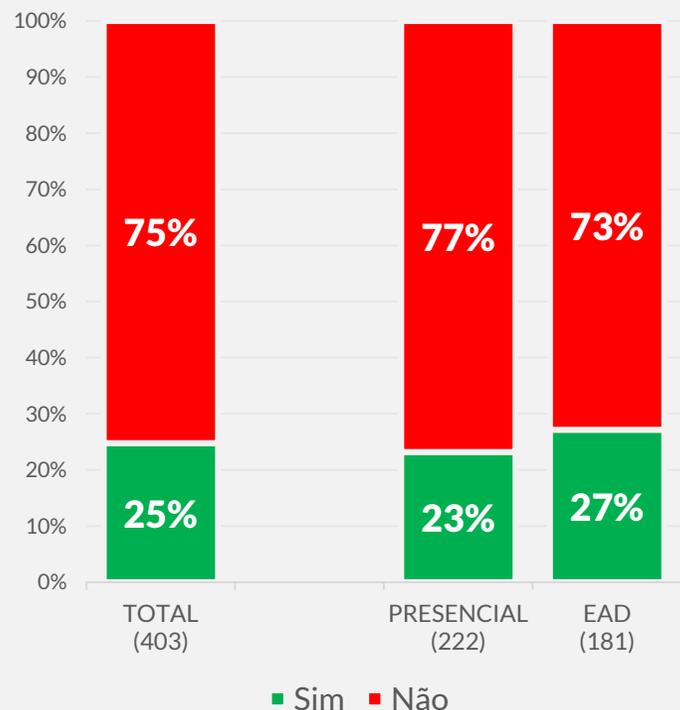
(Base: 754)



São poucas as IES que conseguiram criar planos de auxílio efetivos às necessidades de seus alunos. Quem fez bem feito, se deu bem!

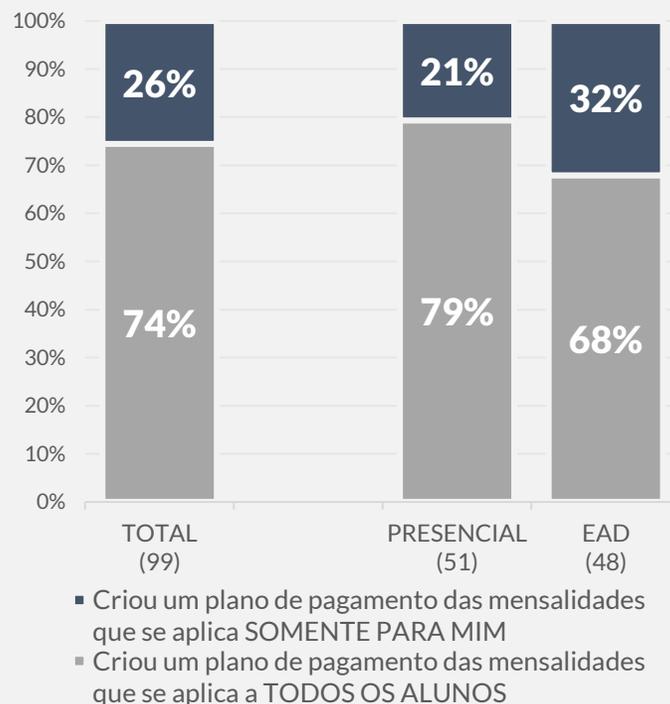
Sua faculdade disponibilizou algum auxílio para que você pudesse continuar pagando por suas mensalidades?

(Base: 403)



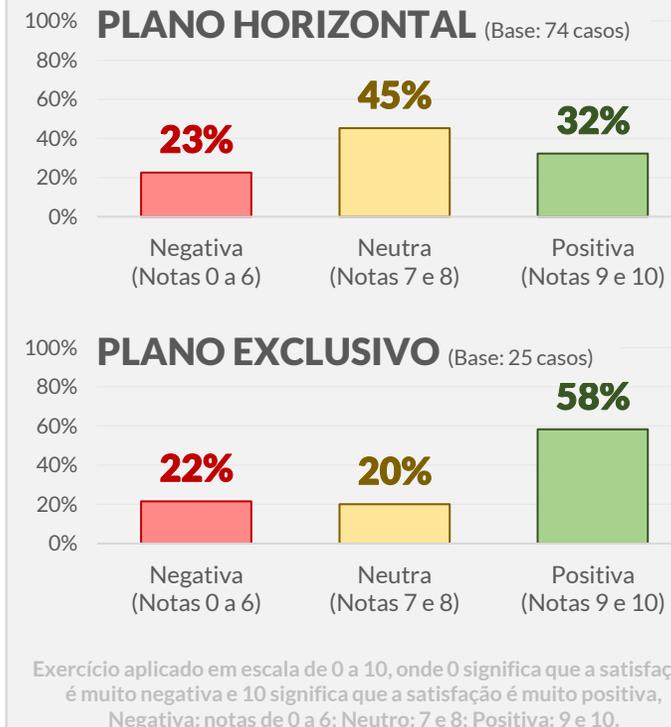
E qual ação foi tomada pela sua faculdade para auxiliar nas próximas mensalidades?

(Base: 99)



E qual seu grau de satisfação com a ação tomada para te auxiliar no pagamento de suas mensalidades?

(Base: 99)



ABMES

educa insights



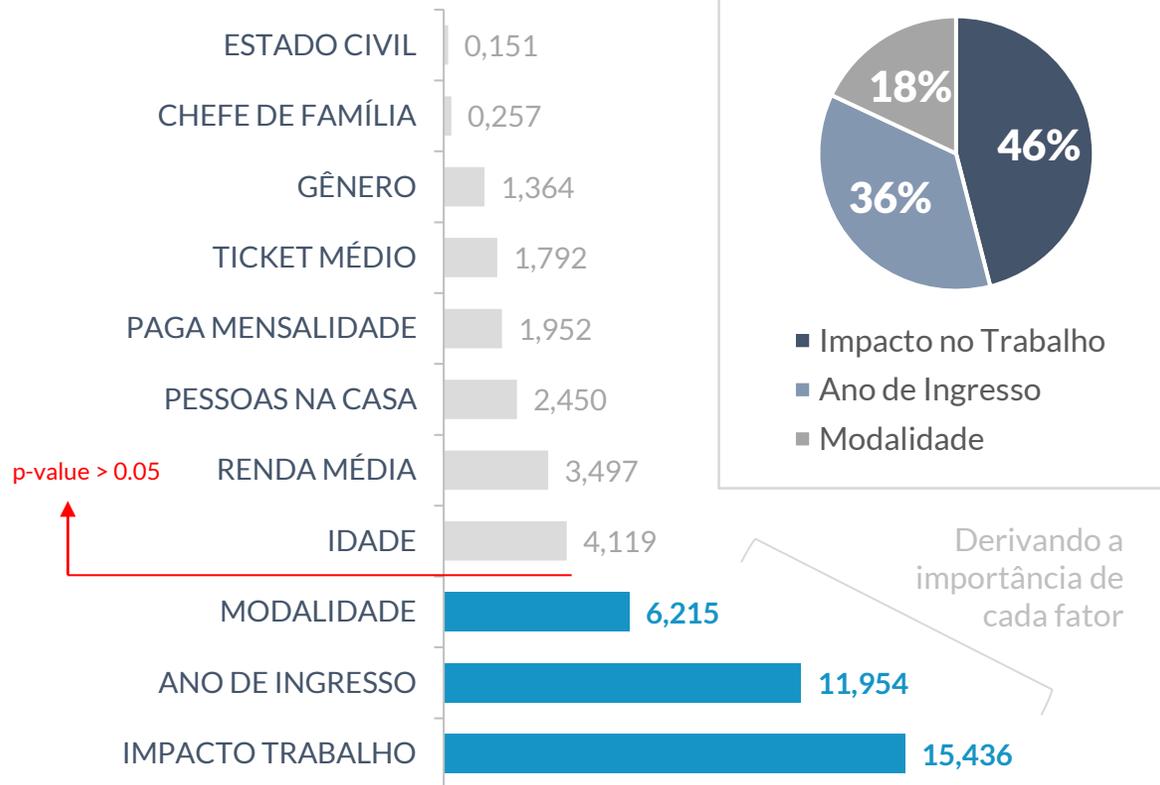
MAS COMO FAÇO PARA IDENTIFICAR AQUELES ALUNOS QUE TÊM MAIOR PROBABILIDADE DE DESISTIR?

Vamos a um exercício...

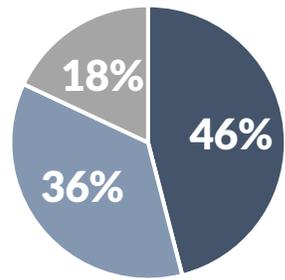
Como saber quais alunos devo priorizar? Para iniciar esta análise, mapeie três simples critérios!

QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS QUE PODEM AFETAR A PROBABILIDADE DO ALUNO DESISTIR DO CURSO?

Estatística Chi-Square



Drivers para Desistência

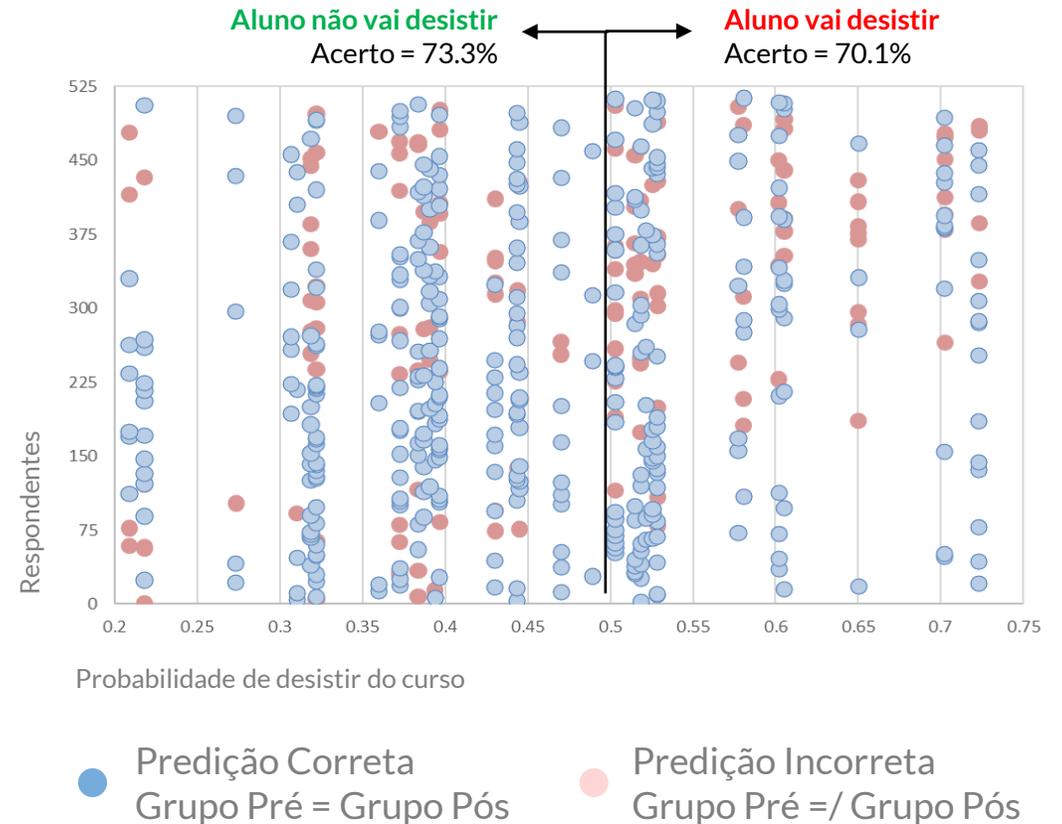


- Impacto no Trabalho
- Ano de Ingresso
- Modalidade

Derivando a importância de cada fator

E QUAL FOI A CAPACIDADE DE ACERTO DO MODELO QUE FIZEMOS?

Acerto de Classificação: 71.7%



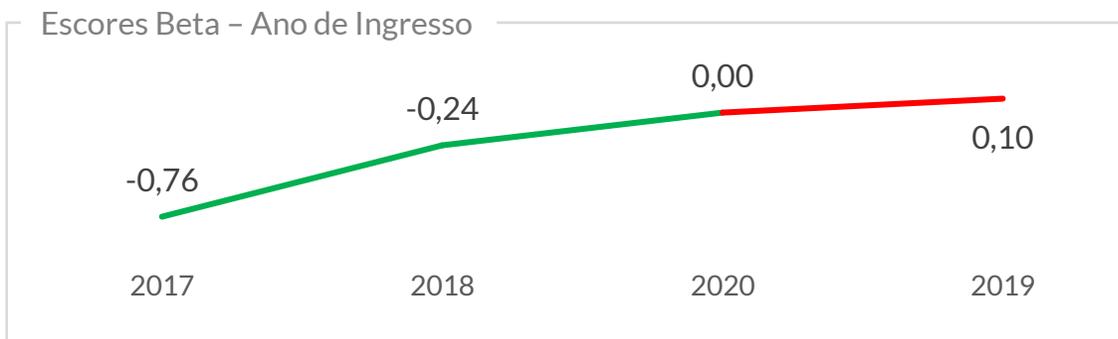
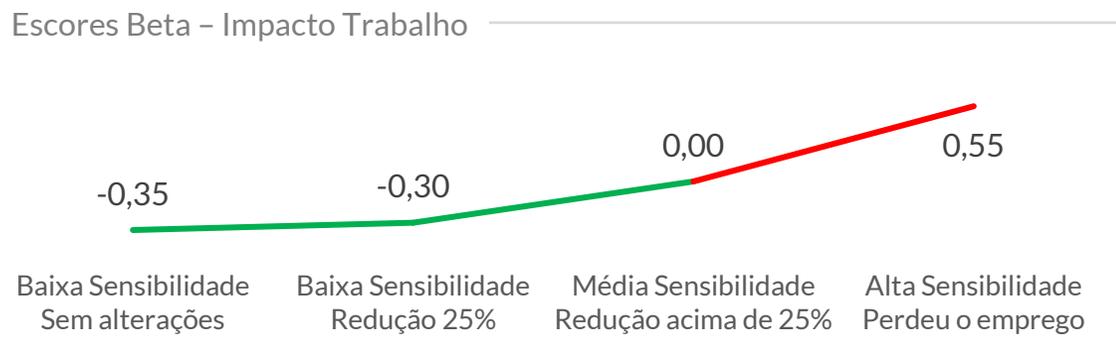
Uma breve pausa para entendermos o modelo...

Modelo de Regressão Logística pelo Método Forward Stepwise

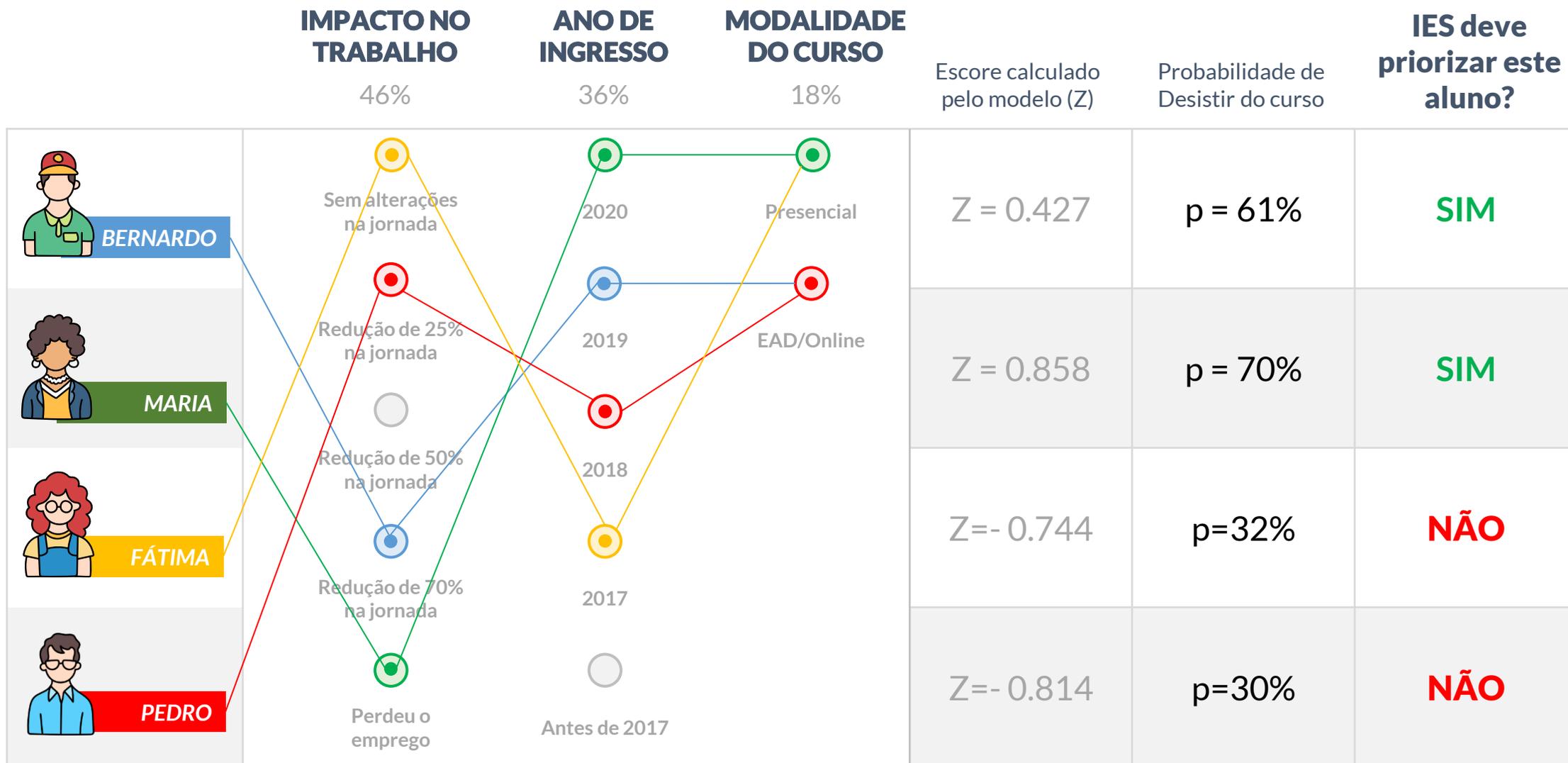
Variáveis (Dummy)	Níveis	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ANO_INGRESSO	2020			11.507	3	.009	
ANO_INGRESSO(3)	2019	.102	.247	.170	1	.680	1.107
ANO_INGRESSO(2)	2018	-.239	.267	.796	1	.372	.788
ANO_INGRESSO(1)	2017	-.756	.279	7.361	1	.007	.469
MODALIDADE(1)	EAD/Online	-.533	.188	8.081	1	.004	.587
IMPACTO_TRABALHO	Média Sensibilidade/Redução acima de 25%			13.221	3	.004	
IMPACTO_TRABALHO (2)	Alta Sensibilidade/Perdeu o emprego	.547	.291	3.529	1	.060	1.727
IMPACTO_TRABALHO(3)	Baixa Sensibilidade/Redução 25%	-.300	.247	1.479	1	.224	.741
IMPACTO_TRABALHO(1)	Baixa Sensibilidade/Sem alterações	-.355	.301	1.391	1	.238	.701
Constant		.312	.279	1.251	1	.048	1.366

Cox & Snell R Square = 0.463 / Nagelkerke R Square = 0.585 / Hosmer and Lemeshow Test = 6.399 p-vale = 0.603

$$Z = 0.312 + \text{ANO_INGRESSO}(3) * 0.102 + \text{ANO_INGRESSO}(2) * -0.239 + \text{ANO_INGRESSO}(1) * -0.756 + \text{MODALIDADE}(1) * -0.533 + \text{IMPACTO_TRABALHO}(2) * 0.547 + \text{IMPACTO_TRABALHO}(3) * -0.300 + \text{IMPACTO_TRABALHO}(1) * -0.355$$



O que isso significa na prática?



O ANO JÁ ACABOU?

Até o momento, tudo indica que não. Mas entenda que o ciclo deste meio de ano será diferente: nossa demanda mudou e sua operação também precisa mudar!

TESE 01

TESE 02

TESE 03



ABMES

educa insights

Será um ciclo de captação diferente, mas a demanda existe!

Temos 60% do mercado que ainda pode decidir no meio do ano

CONSIDERANDO A CRISE DO CORONAVÍRUS, QUANDO VOCÊ PLANEJA INICIAR O SEU CURSO DE GRADUAÇÃO?

Base: Onda 1 - 512 casos
Base: Onda 2 - 759 casos

AGORA NO MEIO DO ANO:



APENAS NO INÍCIO DE 2021



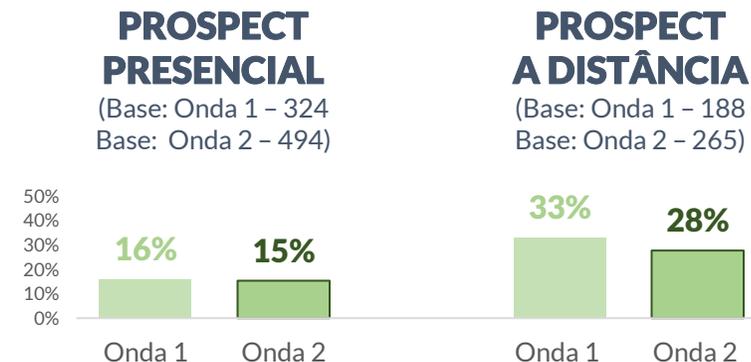
APENAS NA METADE DE 2021



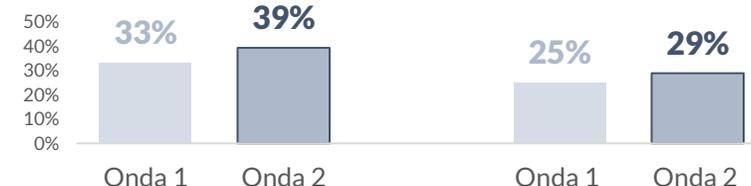
DECIDIRÁ APENAS QUANDO NORMALIZAR:



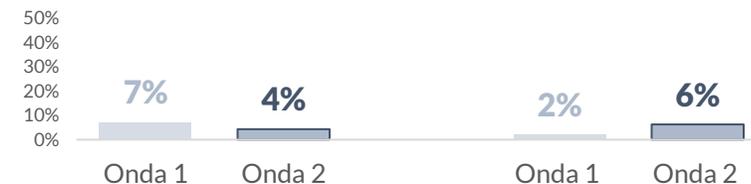
AGORA NO MEIO DO ANO:



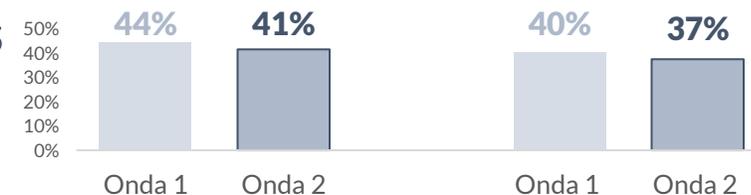
APENAS NO INÍCIO DE 2021



APENAS NA METADE DE 2021



DECIDIRÁ APENAS QUANDO NORMALIZAR:

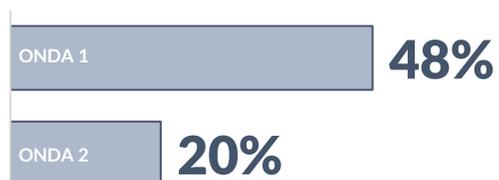


E a corrida até a decisão começa, realmente, AGORA!

CICLO DE MEIO DE ANO/INVERNO: QUANDO VOCÊ COMEÇARÁ A PENSAR NA ESCOLHA SUA DA FACULDADE?

Base: Onda 1 - 114 casos
Base: Onda 2 - 148 casos

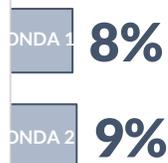
O QUANTO
ANTES, ATÉ O FINAL
DE **ABRIL**



VOU AGUARDAR
UM POUCO E DEVO
DECIDIR ENTRE
MAIO E JULHO.



O MAIS TARDE
POSSÍVEL, SÓ NO
FINAL DO JULHO OU
INÍCIO DE AGOSTO.



COMPARAÇÃO ENTRE ONDAS: PRESENCIAL vs. EAD



	ATÉ O FINAL DE ABRIL		ENTRE MAIO E JULHO		EM AGOSTO OU DEPOIS	
	ONDA 1	ONDA 2	ONDA 1	ONDA 2	ONDA 1	ONDA 2
C. OESTE (O1 26 / O2 24)	40%	31%	56%	69%	4%	
NORDESTE (O1 22 / O2 30)	50%	30%	50%	55%	-	15%
NORTE (O1 22 / O2 21)	45%	8%	50%	85%	5%	7%
SUDESTE (O1 27 / O2 53)	52%	17%	37%	74%	11%	9%
SUL (O1 20 / O2 20)	45%	20%	40%	70%	15%	10%

Legenda: "O1" é o termo utilizado para "Onda 1" / "O2" é o termo utilizado para "Onda 2"

ESTE CICLO SERÁ FOCADO NA MAXIMIZAÇÃO DA SUA CONVERSÃO!

POR ISSO, TENHA DUAS AÇÕES NO SEU
RADAR:

- 1) INOVE NO PROCESSO SELETIVO E SAIBA ENGAJAR DA INSCRIÇÃO À MATRÍCULA!
- 2) POTENCIALIZE O “EFEITO PREÇO”, SABENDO COMO E QUANTO TRABALHAR SUAS POLÍTICAS COMERCIAIS;



Para entender o que isso quer dizer, fizemos um exercício..

O QUE É O EXERCÍCIO?

A técnica estatística utilizada para este modelo é chamada de **CONJOINT ANALYSIS**.

Trata-se de uma técnica multivariada para entendermos como o prospect (potencial aluno) desenvolve sua escolha do melhor processo seletivo possível através de cenários randômicos de 5 principais variáveis.

VARIÁVEIS E OPÇÕES TESTADAS

VARIÁVEIS	OPÇÕES			
SESSÃO VIRTUAL COORDENADOR OU PROFESSORES	SIM	NÃO		
TOUR VIRTUAL PELO CAMPUS	SIM	NÃO		
WEBINAR COM PROFISSIONAIS DO CURSO	SIM	NÃO		
CURSO ONLINE GRATUITO DE FINANÇAS PESSOAIS	SIM	NÃO		
DESCONTO NA MENSALIDADE	10%	20%	30%	50%

APLICAÇÃO DO MODELO

Foram apresentados 8 cenários distintos. Em cada cenário, o respondente deveria selecionar a opção que melhor compõe um modelo de processo seletivo a distância/virtual.

CENÁRIO 1

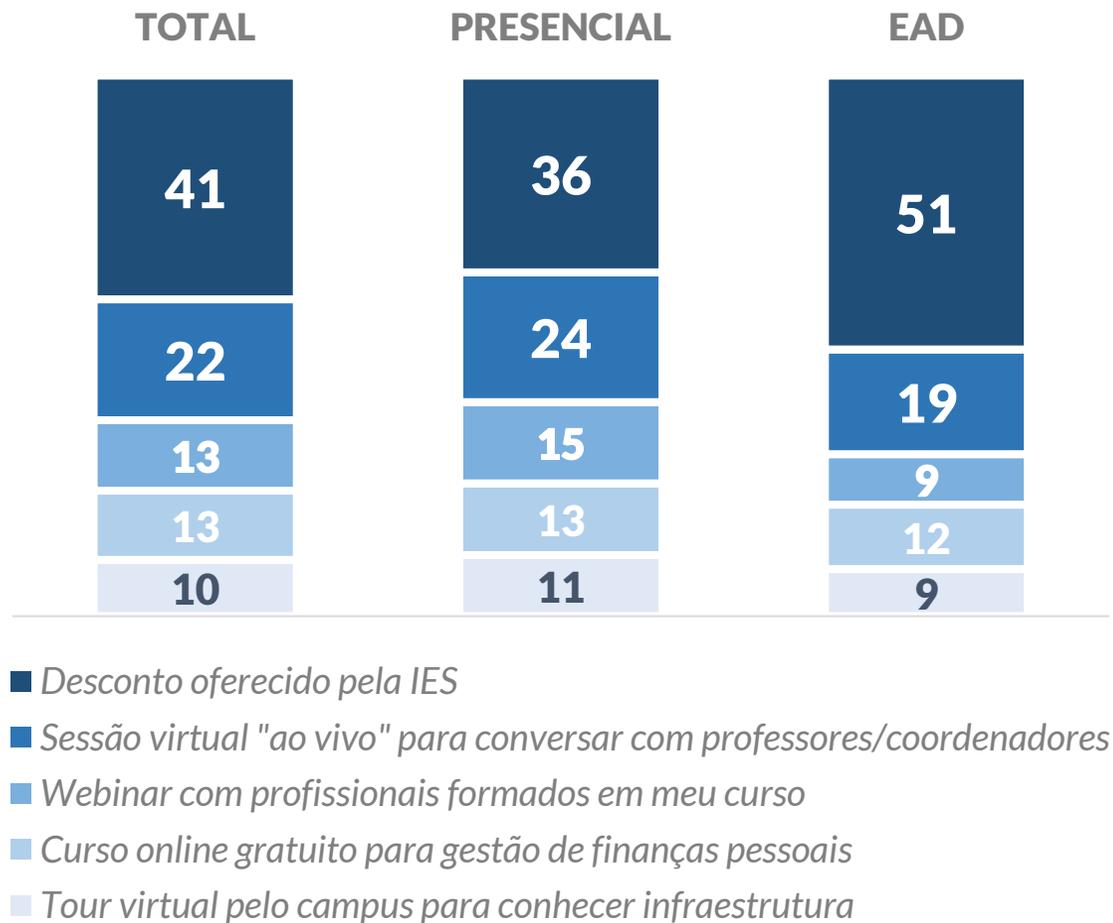


CENÁRIO 2

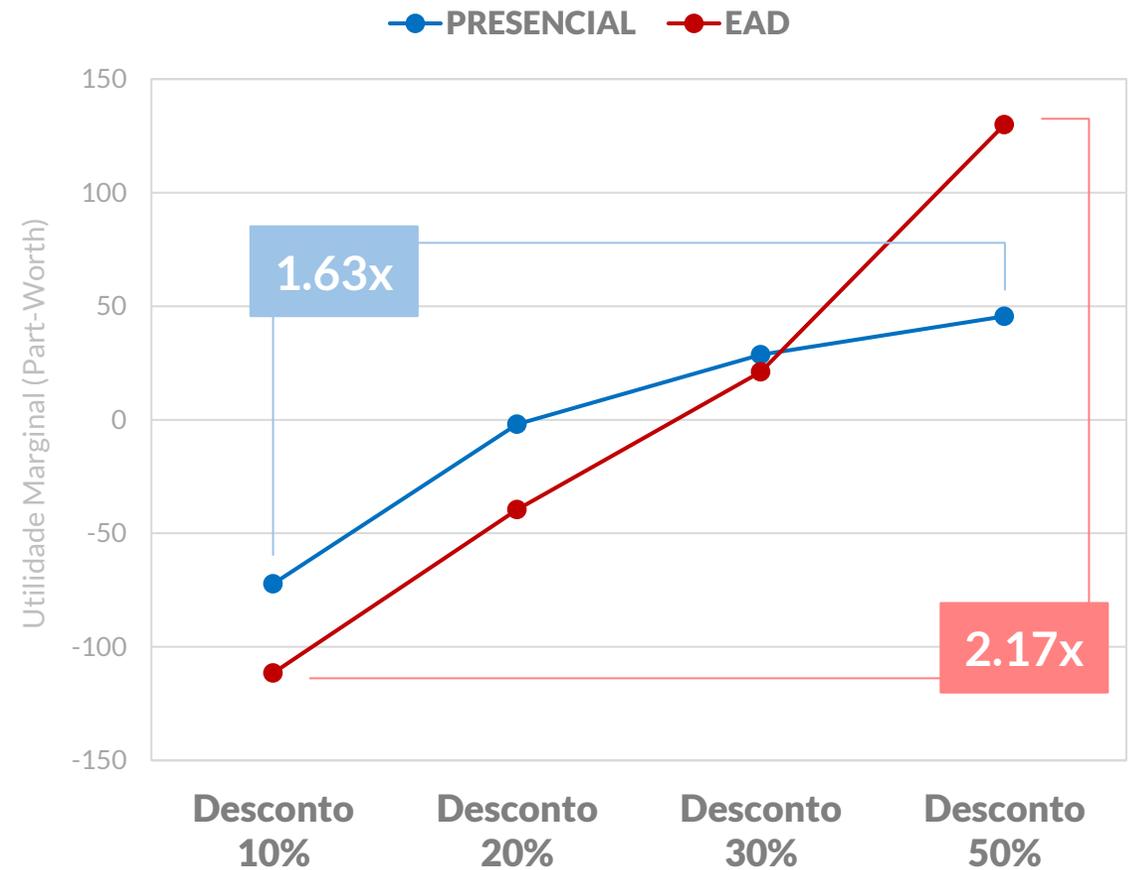


Acertar no PREÇO é, com certeza, fundamental para o momento...

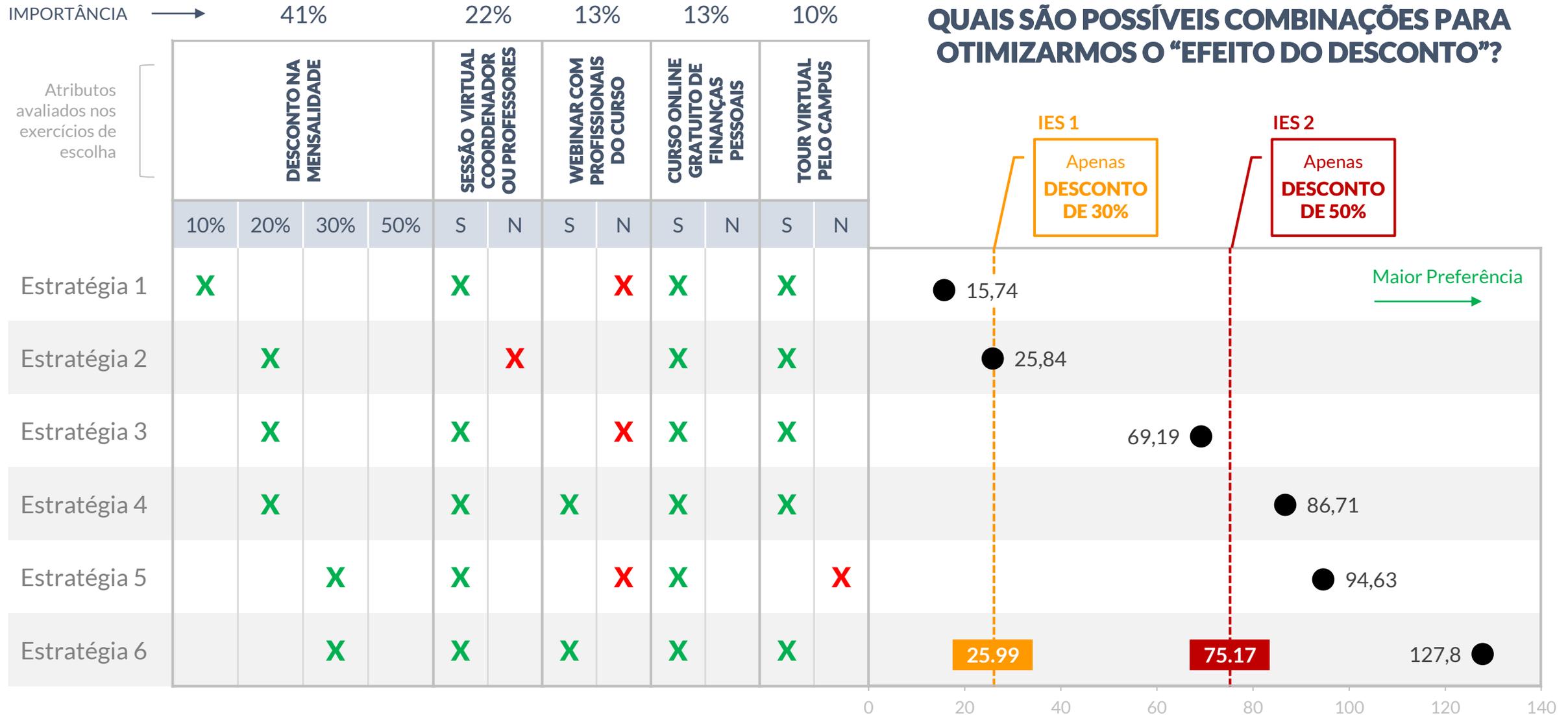
QUAL É A IMPORTÂNCIA DE CADA ATRIBUTO NA DECISÃO? (%)



QUAL É O INCREMENTO EM PREFERÊNCIA AO MOVERMOS O NÍVEL DE DESCONTO?



Mas não assumamos que seu processo seletivo se resume a isso... A lógica do “desconto máximo” não é a que traz o melhor resultado





**FIZEMOS UM
RÁPIDO CLIENTE
OCULTO PARA
AVALIAR O QUE O
MERCADO TEM
FEITO ATÉ AGORA...**



ABMES

educainsights

Cliente Oculto – Covid19 no Ensino Superior

1

Criação de Topline

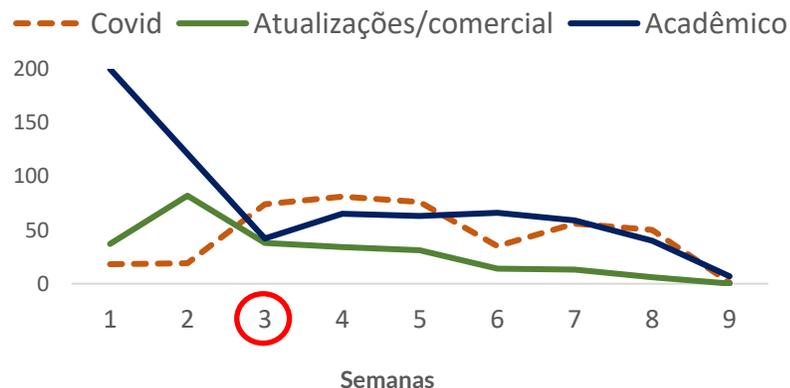


Inscrição

- **Google Ads:** Amplamente usado, mas pouquíssimos ajustes no speech (10% dos players);
- **Redes Sociais:** esforço de postagem não coordenado com a captação – Outras IES sem postagem alguma
- **Caminho no Funil:** processo de inscrição continua o mesmo, com mais agilidade na disponibilização da prova

- **Website:** destaque maior para meios de comunicação de massa e alertas sobre a situação da IES

Frequência de Postagem



Comunicação

- **Comunicação:** Mais do mesmo – meios de comunicação oferecidos continuam os iguais, mas com menos atendentes e menos eficiência

Adoção dos Meios de Comunicação

	Pré Covid	Pós Covid	Eficiência
Telefone	90%	70%	5 min p/ atender
Email	90%	80%	4 horas p/ responder
Chat	70%	70%	2 min p/ responder
Whatsapp	70%	85%	30 min p/ responder



ABMES

educa insights

Cliente Oculto – Covid19 no Ensino Superior

2

Execução de Processos



Processo Seletivo

- **ENEM:** todas as IES utilizam. Porém, já era amplamente utilizado anteriormente
- **Vestibular Online:** Modelo do Presencial: Substituição do Processo Seletivo, sem a adaptação do processo para o Online

Características dos Vest. Online

- 85% possuem vestibular online;
- 80% - Redações / 20% - Múltipla Escolha;
- 95% tinham limite de tempo;
- 100% das redações possuíam sistema que impossibilitava “copiar e colar”;
- Apenas 15% possuíam algum sistema anti-fraude (reconhecimento facial, por ex)

Problemas Encontrados (minoria)

- Falha ao entrar no sistema;
- Impossibilidade de entregar a prova;
- Ter que agendar horário para fazer a prova;
- Não Envio de Comunicação de Aprovação

Processo Defasado (maioria)

- Ausência de mudança na **régua de comunicação**;
- Demora no envio da **Aprovação**
- Ausência de proximidade no **atendimento**;
- Ausência de possibilidade de conhecer a **infraestrutura**, física e online da IES



Campanhas Comerciais

- **Condições Comerciais:** há poucas alternativas com “abordagem humana”, levando a um encantamento; apenas oferecem mais descontos

Condições Diferenciadas (minoria)

- Seguro educacional;
- Parcelamento;
- Parceria com operadoras telefônicas;
- Disponibilização de cursos livres;

Condições de Desconto (maioria)

- Isenção de Mensalidades Iniciais;
- Descontos Semestrais e Permanentes



ABMES

educainsights

E como devemos operar no meio do ano?

3

Operação da Captação no Meio do Ano



Características do Meio de Ano

Meio de Ano vs. Início de Ano

- Representam 1/3 da Captação Anual
- São mais dependentes do Vestibular Agendado e concentradas nos Cursos de Negócios
- Transferências Externas são mais importantes
- Perfil do Prospect é parecido com o de Jan. e Fev.

E os descontos?

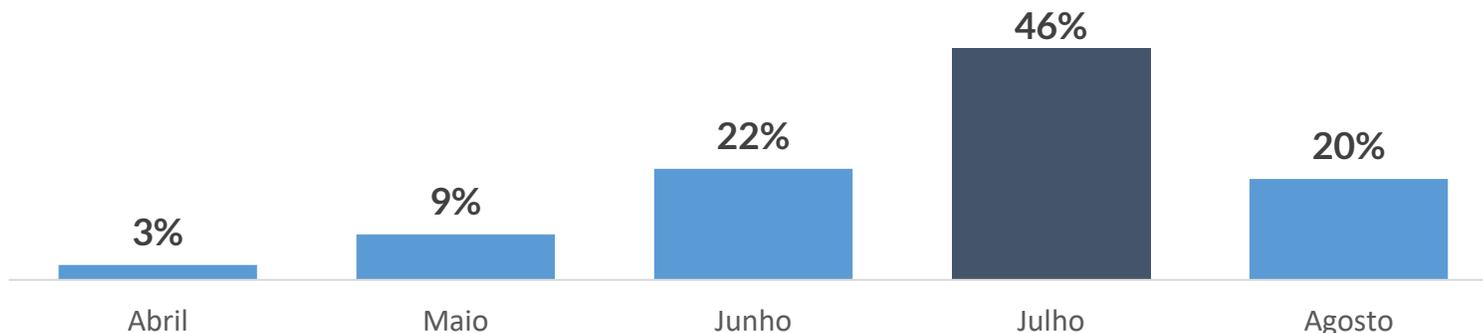
- Custo de Aquisição do aluno de Meio de Ano é MAIOR que o do Início

29%

19.1 vs. 19.2

35%

Quando esperar as Matrículas?



Você sabe quais KPIs deve acompanhar?

- **VOCÊ SABE O QUE ESPERAR DE 20.2?** Entender o que será diferente de 19.2 e como se adaptar é vital nesse processo!
- **NÃO EXISTE FÓRMULA MÁGICA:** O nível de descontos depende da sua META DE CAPTAÇÃO.
- **LUGAR CERTO NA HORA CERTA:** Precisamos aplicar as ações certas para cada tipo de problema – Se não sabemos diagnosticar qual é o problema, como aplicar o remédio certo?



ABMES

educainsights

ACELERAÇÃO DO ENSINO A DISTÂNCIA

Este é o principal legado da crise! Além de ser a melhor solução para o momento, é o que garantirá a sua competitividade e sobrevivência no future.

TESE 01

TESE 02

TESE 03



ABMES

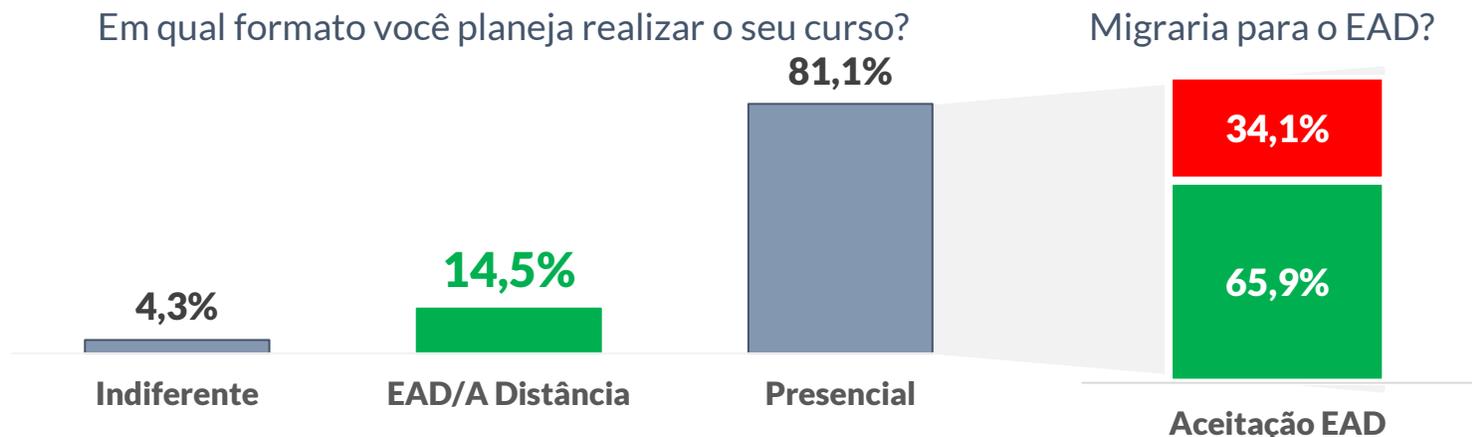
educainsights

Aceitação do EAD: muito mudou em 3 anos!

Evolução da ACEITAÇÃO do EAD:

Aceitação EAD
2017

Base: 3.287



Aceitação EAD
2020

Base: 4.859



Delta
2017-20

+0.3pp

+20.8pp

-21.0pp

+24.2pp

É a diferença entre 2017 e 2020 na aceitação do modelo EAD entre quem tem intenção de começar um curso superior!



ABMES

educa insights

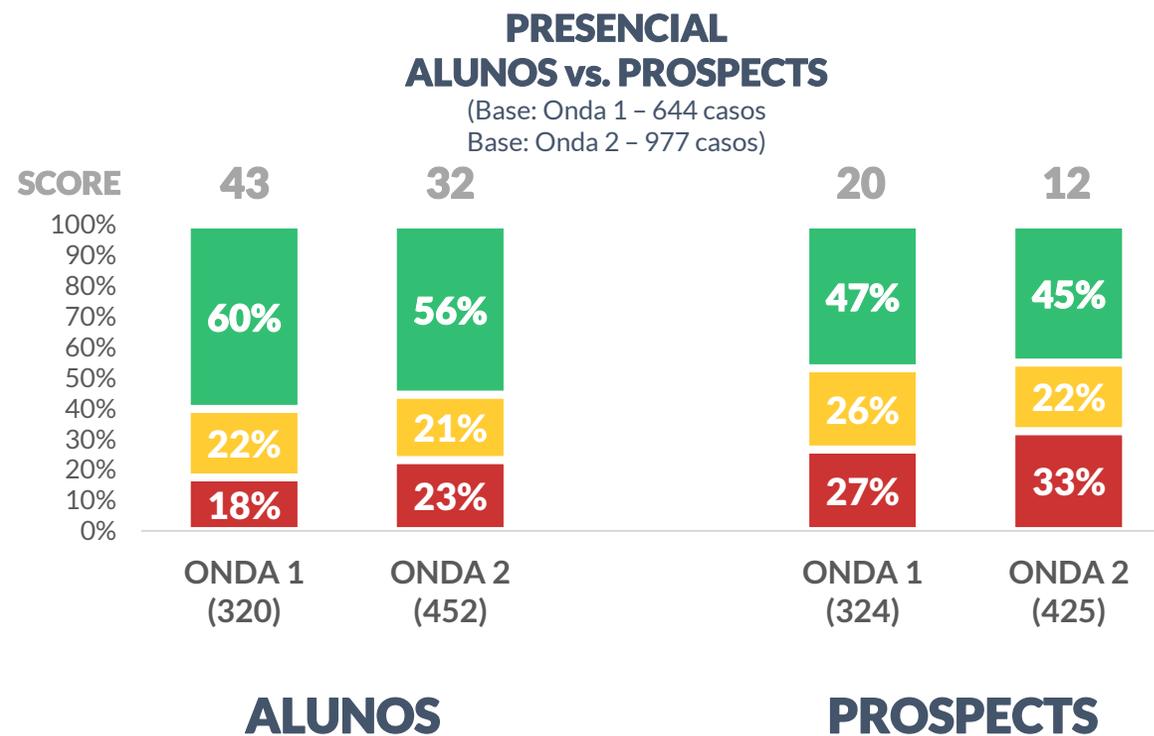
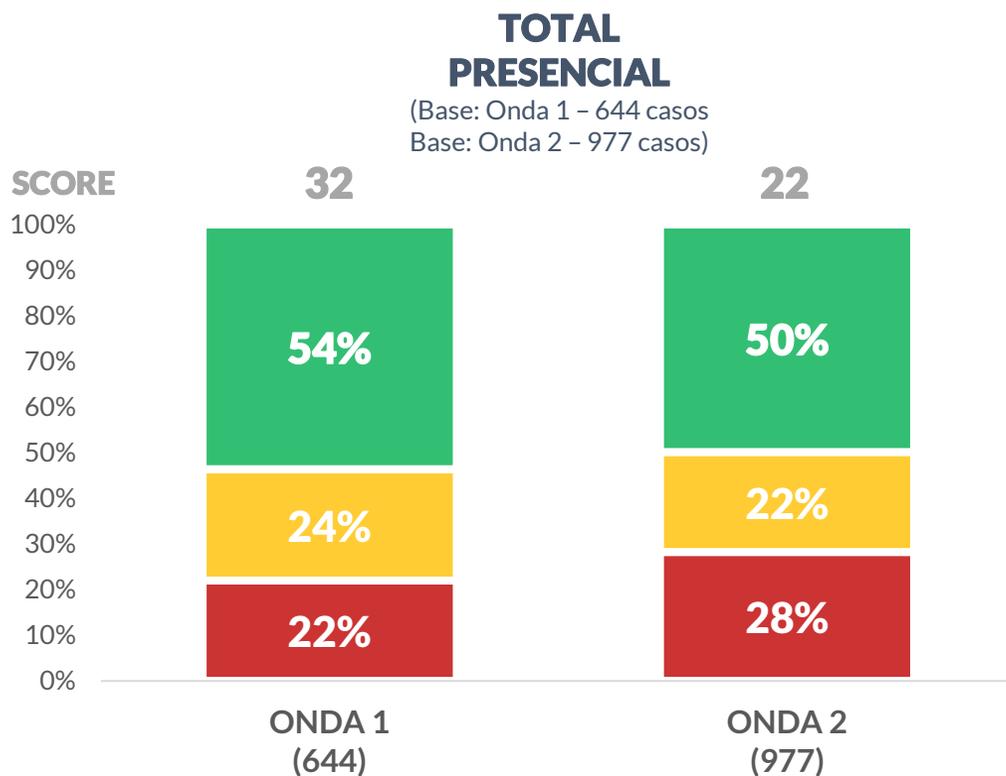
O EAD continua sendo a MELHOR solução para o momento!

O EAD como **SOLUÇÃO** para o cenário atual:

O quanto concorda com a seguinte afirmação:

“Considero o ensino a distância como a melhor solução para o momento que estamos vivendo atualmente”

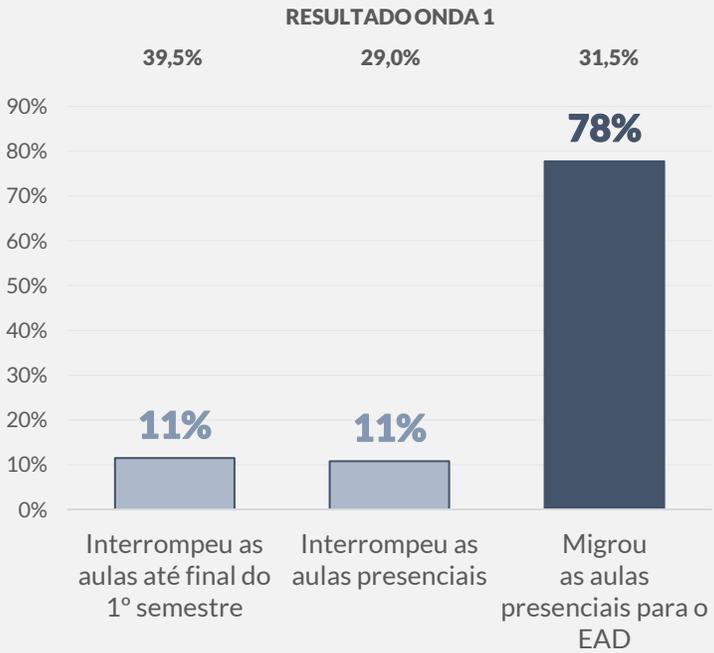
Em escala de 0 a 10, onde 0 representa não concorda em nada e 10 significa concorda muito.
 Não concorda: 0 a 6; Neutros: 7 a 8; Concorda muito: 9 a 10



Quase 80% do mercado já migrou e, embora a maioria dos alunos esteja satisfeita, manteria a sua decisão pelo formato presencial.

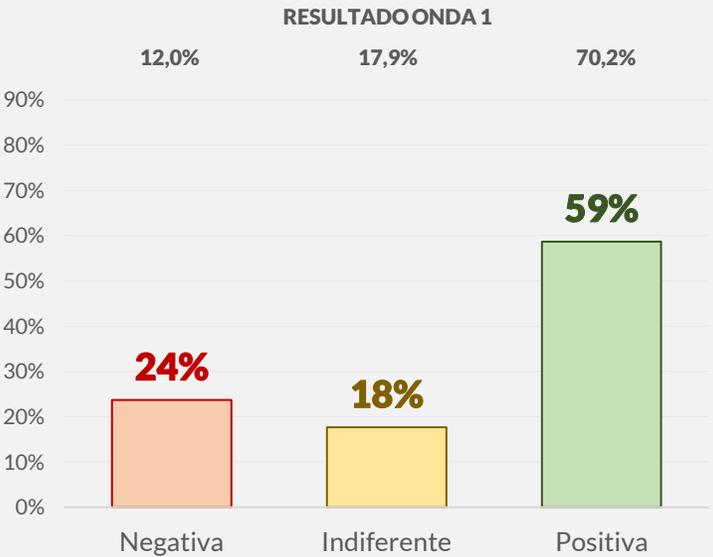
Sua faculdade tomou alguma ação para tentar se adaptar ao cenário atual?

(Base: Onda 1 – 312 casos
Base: Onda 2 – 425 casos)



Após a migração do formato de suas aulas, como você avalia a sua experiência com o EAD?

(Base: Onda 1 – 98 casos
Base: Onda 2 – 288 casos)



Exercício aplicado em escala de 1 a 7, onde 1 significa que a experiência é muito negativa e 7 significa que a experiência é muito positiva, Negativa: notas de 1 a 3; Indiferente: 4; Positiva: 5 a 7.

Pensando no momento que você decidiu pelo presencial e considerando a experiência que teve com o EAD, você:

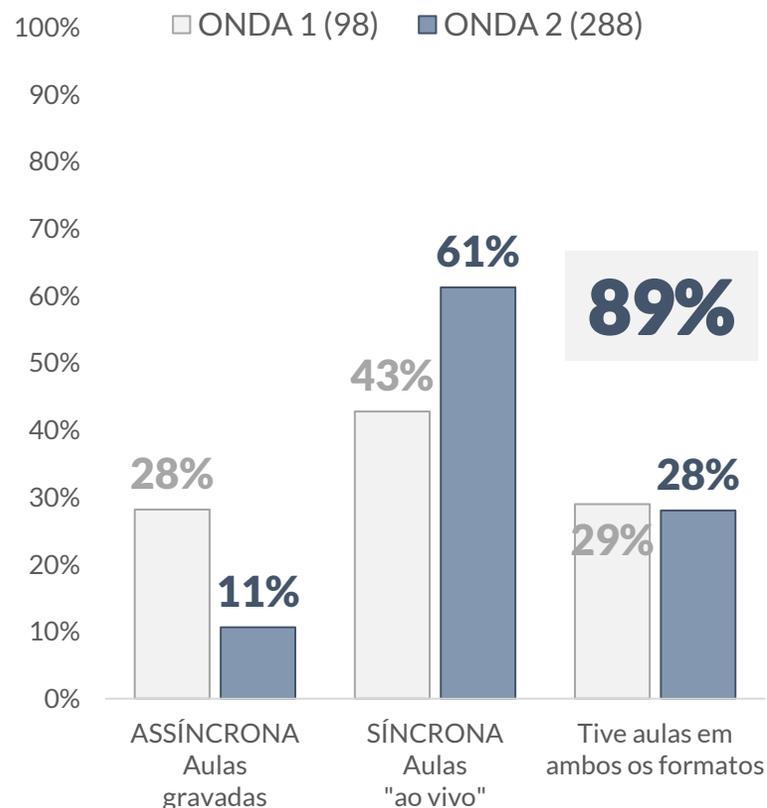
(Base: Onda 1 – 98 casos
Base: Onda 2 – 288 casos)



Lembre-se: o EAD da pandemia, não é o EAD de verdade!

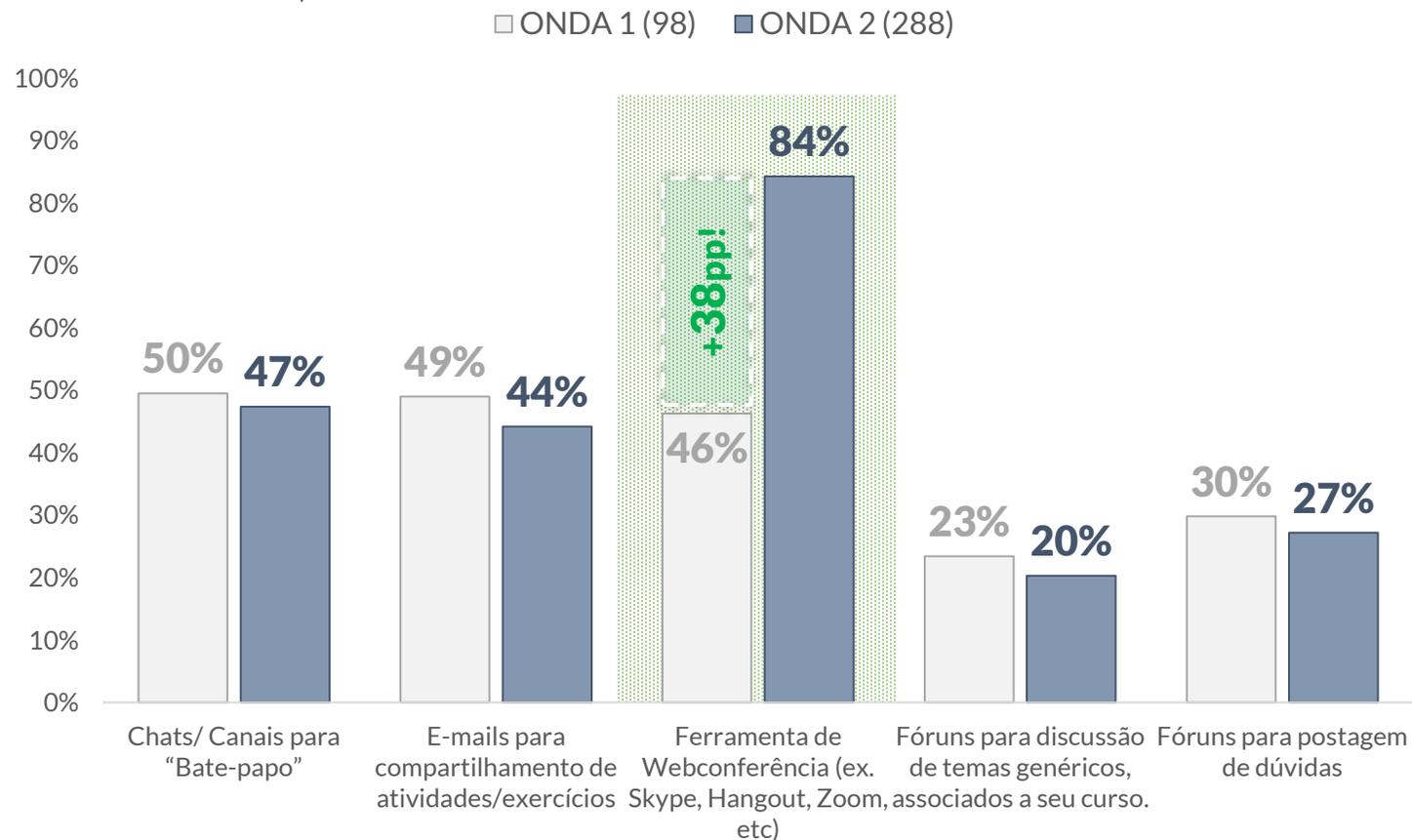
E AS AULAS QUE MIGRARAM PARA O FORMATO EAD/ ONLINE ACONTECERAM DE QUE FORMA?

(Base: Onda 1 – 98 casos
Base: Onda 2 – 288 casos)



QUAIS CANAIS DE COMUNICAÇÃO REMOTA/ONLINE A SUA FACULDADE DISPONIBILIZOU PARA QUE VOCÊ SE COMUNICASSE COM SEUS PROFESSORES?

(Base: Onda 1 – 98 casos
Base: Onda 2 – 288 casos)



**A ABMES e a Educa Insights
agradecem a
participação de todos.**



ABMES[®]

educainsights