

# Mercado Educacional: análise 2025 + perspectivas 2026.



**Paulo Presse**

Coordenador da Área  
de Estudos de Mercado  
da Hoper.



**Gidel Deungaro**

Especialista em Marketing  
e Vendas no Ensino Superior.  
Consultora Hoper.

## SEJA BEM-VINDO!

- AGUARDE, O WEBINAR JÁ IRÁ COMEÇAR!  
DAS 15H ÀS 16h
- Para perguntar utilize o **Q & A** (*Question and Answers*)  
no canto inferior da tela.
- A gravação e os slides estarão disponíveis até  
o final da tarde de hoje no site da Hoper:  
[www.hoper.com.br/webinars](http://www.hoper.com.br/webinars)

Apoio:





## Paulo Presse

Coordenador da Área de Estudos  
de Mercado da Hoper

**WEBINAR HOPER.**

## Mercado Educacional: Análise 2025 + Perspectivas 2026

- **Balanço 2025.1:** o que os dados já escancararam.
- **EAD e o novo marco:** impacto real do intake extra.

2025

Com o EaD Online em queda, a busca por maior presencialidade fortalece o semipresencial e o presencial, enquanto o cenário econômico empurra o aluno para escolhas de menor custo e maior percepção de valor.



# RESULTADOS CAPTAÇÃO

## 2025.1

**IndCap** Índice da Captação  
de Matrículas

**Amostra Brasil**  
(IC=95% e E.A. = 5%)

O Painel de Indicadores  
Hoper está composto por  
311 IES participantes,  
representado 46% do volume de  
ingressantes totais e 36% das  
matrículas do Brasil  
(referência ano 2023 – Censo  
Educação Superior).



## TIPOS DE OFERTAS

- PRESENCIAL → **PRESENCIAL**
- EAD SEMIPRESENCIAL → **MAIOR GRAU** PRESENCIALIDADE
- EAD ONLINE → **MENOR GRAU** PRESENCIALIDADE

## DISTRIBUIÇÃO VOLUME INGRESSANTES

- PRESENCIAL → **20%**
- EAD SEMIPRESENCIAL → **25%**
- EAD ONLINE → **55%**

## CAPTAÇÃO ACUMULADA<sup>1</sup> INGRESSANTES

- PRESENCIAL → **0%**
- EAD SEMIPRESENCIAL → **15%**
- EAD ONLINE → **-2%**
- **TODAS AS OFERTAS → 2%**



<sup>1</sup> Acumulada até junho 2025 / 2024





## RESULTADOS CAPTAÇÃO

# 2025.1

**IndCap** Índice da Captação  
de Matrículas

### 2024

- Em 2024, o setor de educação superior foi beneficiado por uma economia que **cresceu 3,4 %**, acima do previsto, e pelo **afastamento definitivo dos efeitos da pandemia**. Foi um que surpreendeu até os economistas.

### 2025

- Para 2025, as projeções apontam um crescimento mais moderado, **entre 2 % e 2,3 %**. Superar o patamar elevado de 2024 exige mais força da economia e estratégias de captação ainda mais eficientes para manter o ritmo.



ATTENTION  
PLEASE !!

## Novo Marco da EaD: Impacto Direto na Captação e Oferta dos Cursos

Governo Federal

### Assinado decreto que institui a Nova Política de EaD — Ministério da Educação

O presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, ao lado do ministro de Estado da Educação, Camilo Santana, assinou,...

19 de mai. de 2025



### Novo Marco da EaD – Redesenho do Produto Educacional

Com a promulgação da nova Política Nacional de Educação a Distância, em maio de 2025, o governo federal deu início a uma **reconfiguração significativa do modelo de oferta dos cursos EaD superiores no Brasil.**

Cofen

### NOTA OFICIAL: MEC proíbe EaD na Enfermagem

De acordo com a nova Política de Educação à Distância, cursos de Enfermagem devem ser exclusivamente presenciais. Sistema Cofen/Conselhos...

19 de mai. de 2025



### Enfermagem – Curso Síntese dos Impactos

O curso de **Enfermagem** tornou-se o principal símbolo dessa virada. Até então ofertado amplamente em formato semipresencial, com milhares de matrículas em todo o país, ele **agora está restrito exclusivamente ao modelo presencial.**

***O Novo Marco da EaD mexe no produto e mexe na flexibilidade. Hoje, a gestão das IES está consumindo energia para redesenhar oferta, e a pergunta que fica é: será que o aluno vai topa pagar mais e perder liberdade de agenda nesse novo modelo?***



**Se você NÃO SABE o que o seu ALUNO QUER, o NOVO PRODUTO pode NASCER MORTO.**

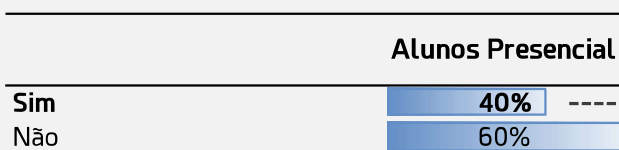


ATTENTION  
PLEASE !!

# A Flexibilidade do EaD

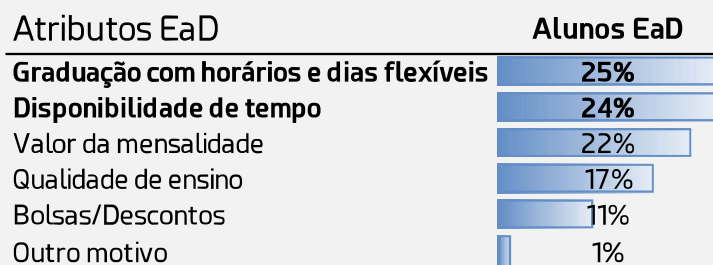
PRESENCIAL

**Pesquisa Hoper Educação – Você faria seu atual curso, se este fosse oferecido na modalidade SEMIPRESENCIAL?**



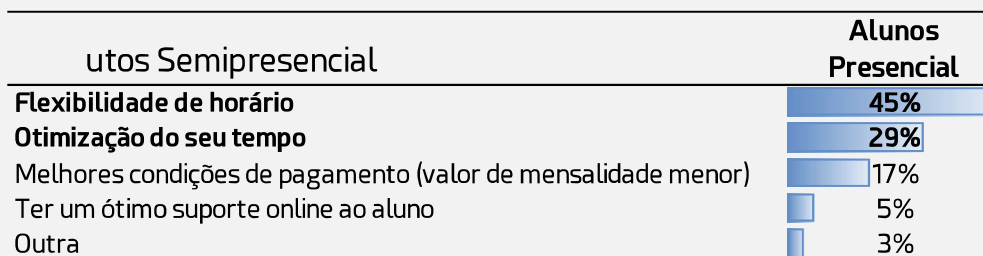
**Fonte:** Pesquisa Quantitativa Hoper - Diagnóstico Mercadológico (11 UFs • N=17.996)

**Pesquisa Hoper Educação – Para você, quais os principais atributos para escolher por um curso a distância?**



**Fonte:** Pesquisa Quantitativa Hoper - Diagnóstico Mercadológico (04 UFs • N=3.496)

**Pesquisa Hoper Educação – Qual principal fator que o levaria a cursar o seu atual curso na modalidade semipresencial?**



**Fonte:** Pesquisa Quantitativa Hoper - Diagnóstico Mercadológico (11 UFs • N=7.219)

***Flexibilidade parece ser moeda cara no ensino superior: no presencial, significa menos dias na instituição; no EAD, é mandar na própria agenda.***

EaD



ATTENTION  
PLEASE !!

## Efeito Xepa?!!

*O mercado entrou no clima de 'xepa': vale tudo para vender o estoque do modelo antigo?*

**Unopar Universidade** Patrocinado ·

Comece pagando R\$59

ÚLTIMA CHANCE

**Última turma de Engenharia EAD**

Perdeu essa, já era

Com o Pague Fácil por

**R\$59\***

no 1º mês

\* Valor válido mediante adesão ao Programa Unopar Pague Fácil. Consulte os cursos, unidades e exceções no regulamento da oferta no site da marca.

**uniun1ca** Patrocinado

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIun1ca

The End

**O FIM DO EAD**

**GRADUAÇÃO EAD**

Comece a estudar por: **R\$99,90**

**+50%\*** de bolsa

durante todo o curso

\*consulte condições

**Estácio**

**ENGENHARIA É NA MAIOR DO BRASIL**

**GRADUAÇÃO FLEX**

POR **R\$199** /MÊS

NO CURSO TODO

884

66

16

**Estácio**

Estácio: Graduação Flex por R\$199/mês n... mais

**Inscrever-se agora**

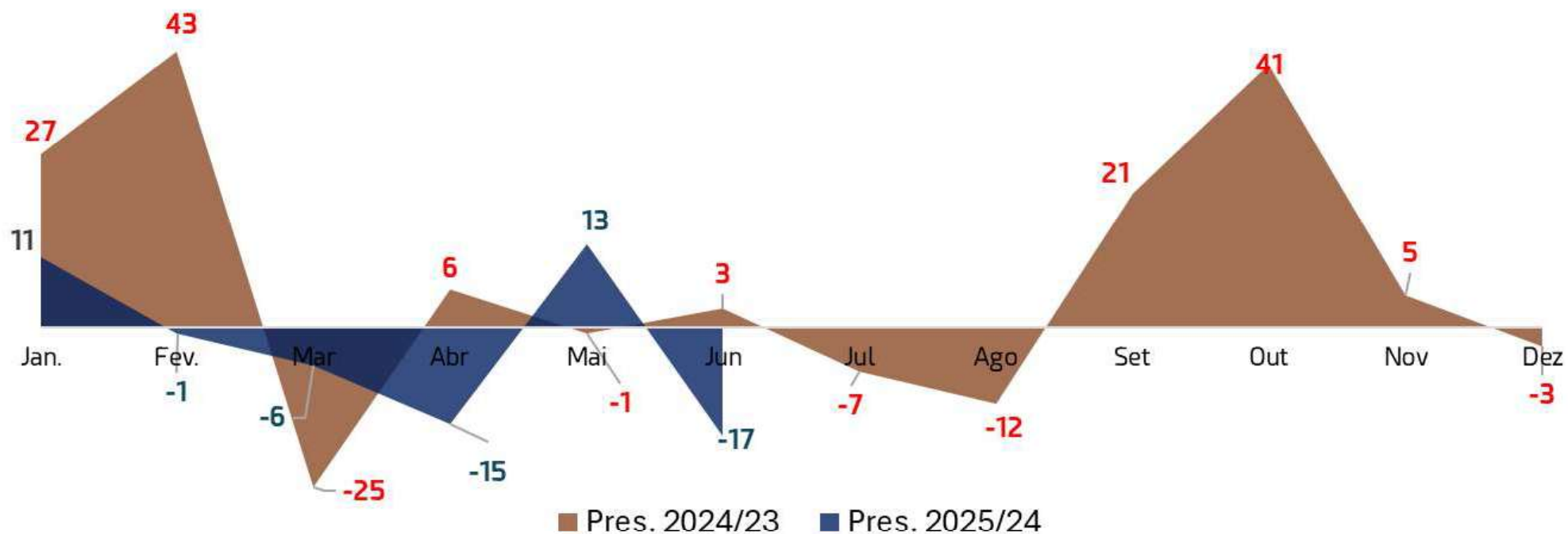
Valor sujeito a reajuste anual.

**Almir De Souza Carvalho, Álvaro José Mello Rosa e Laura Neves seguem Estácio.**

Enviar

Patrocinado

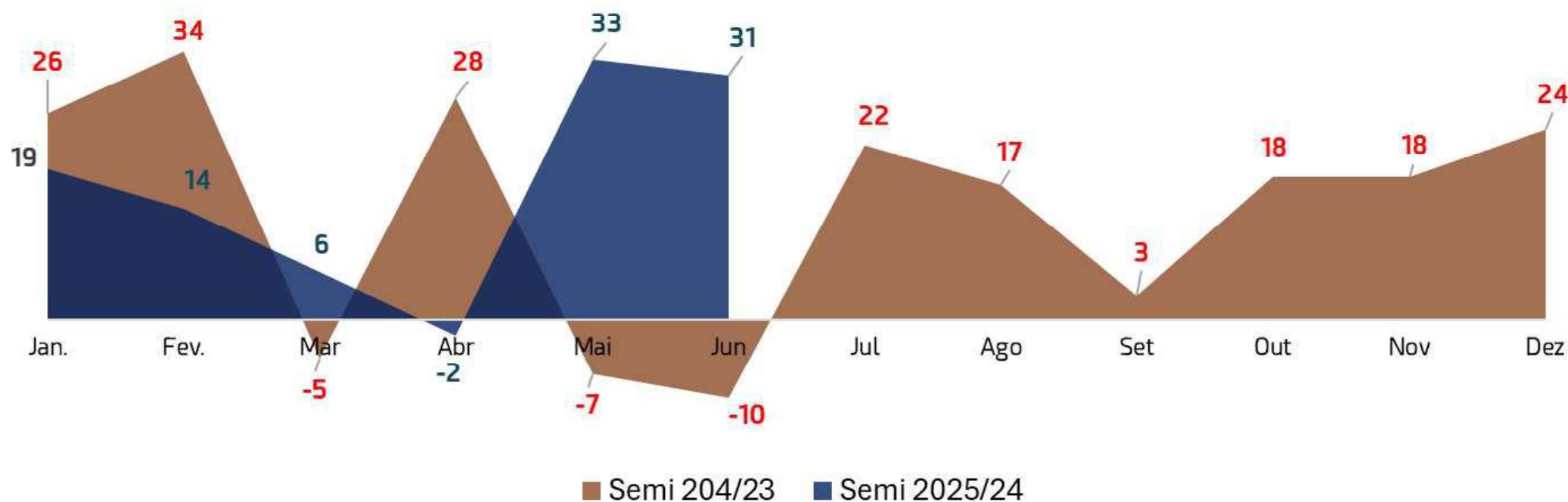
## Desempenho (%) Mensal da Captação de Matrículas Oferta Presencial Cenário Brasil



**PRESENCIAL:** estabilidade, sem variação (0%) em relação ao mesmo período de 2024.



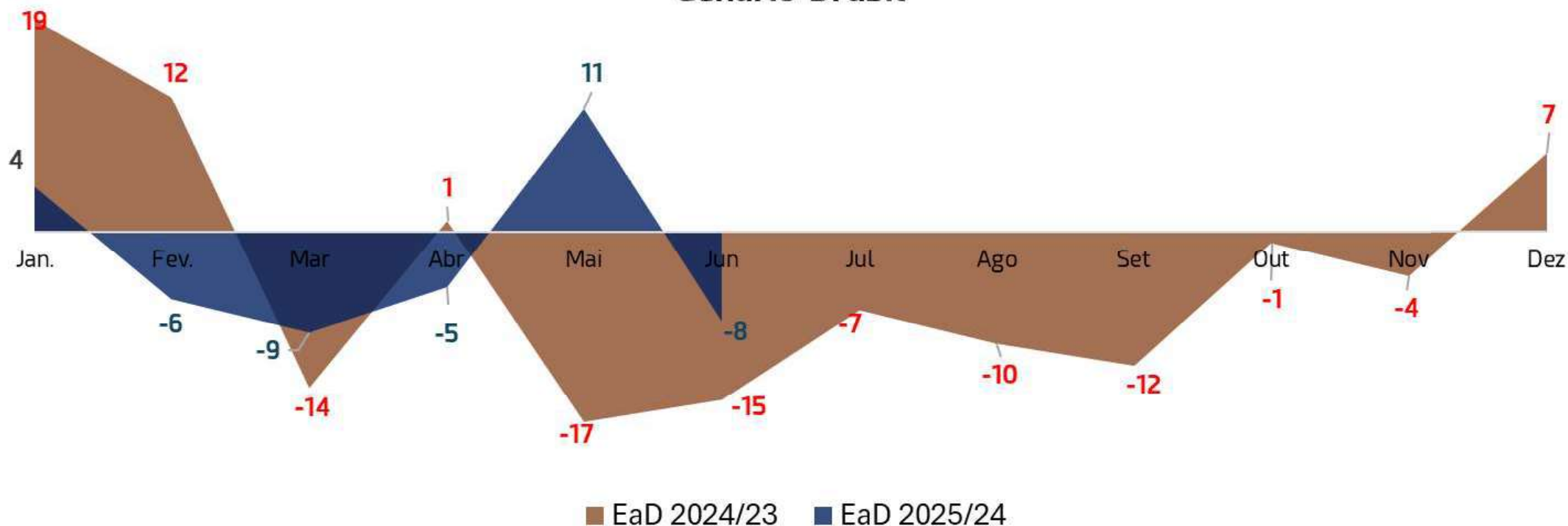
### Desempenho (%) Mensal da Captação de Matrículas Oferta Semipresencial Cenário Brasil



**SEMIPRESENCIAL: crescimento expressivo de 15%, sendo o destaque positivo entre as modalidades.**

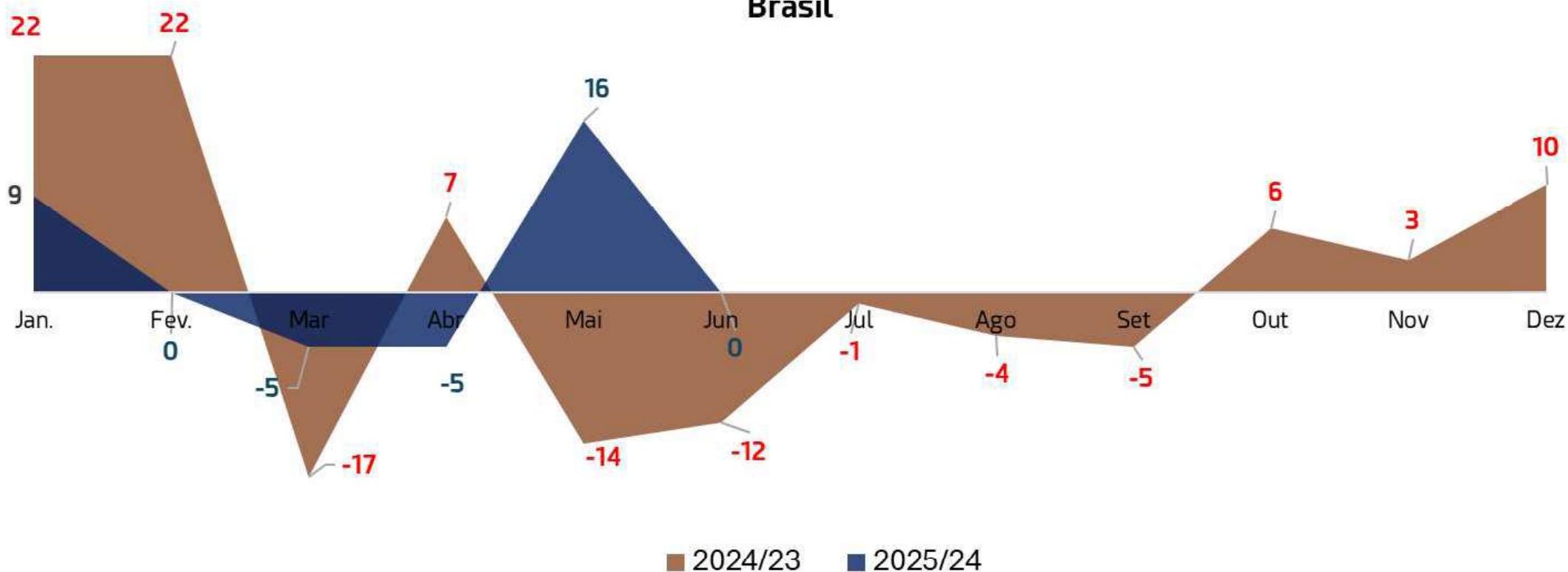


## Desempenho (%) Mensal da Captação de Matrículas Oferta EaD Online Cenário Brasil



**EAD ONLINE: retração de -2%, indicando perda de demanda.**

## Desempenho (%) Mensal da Captação de Matrículas Todos Tipos de Ofertas Cenário Brasil



**TODAS AS OFERTAS:** crescimento modesto de 2%, puxado pelo bom desempenho do semipresencial.



Se o 2º semestre entregar o mesmo resultado de 2024, não será estagnação, será sobrevivência.

**A pergunta é: sua estratégia está preparada para isso?**

## Enquete: Captação 2025.2 – Percepção dos Gestores

**Com base no desempenho até julho, como você projeta a captação no 2º semestre de 2025?**

Alternativas:

- (A) EaD Online segue em queda; Semipresencial mantém crescimento; Presencial estável
- (B) EaD Online melhora um pouco; Semipresencial mantém crescimento; Presencial cresce
- (C) EaD Online segue em queda; Semipresencial acelera crescimento; Presencial estável
- (D) Retração nas três modalidades
- (E) Não sei responder / Cenário indefinido

# VOCÊ...

- *MONITORA, MENSALMENTE, A CAPTAÇÃO DAS MATRÍCULAS?*
- *SABE COMO PERFORMA SEU MERCADO?*





## Inteligência de Mercado Hoper

**Estudos, análises, pesquisas e acompanhamentos** sobre o desenvolvimento do cenário educacional brasileiro que impactam nos processos decisórios de gestores, mantenedores e investidores do setor.

- Palestra Mercado Educacional do Brasil
- Reunião Técnica sobre Mercado
- Análise de Portfólio de Cursos
- Diagnóstico Estratégico Mercadológico
- *Mentoring* para Inteligência de Mercado
- Educação Básica



Fale com o nosso time  
e descubra como a Hoper **pode auxiliar**  
a sua **Instituição de Ensino**

### Cenário Brasil – Graduação Total

• Histórico do Volume Total de Matrículas (em MM) no Brasil da Graduação (Presencial/EaD e Público/Privado)

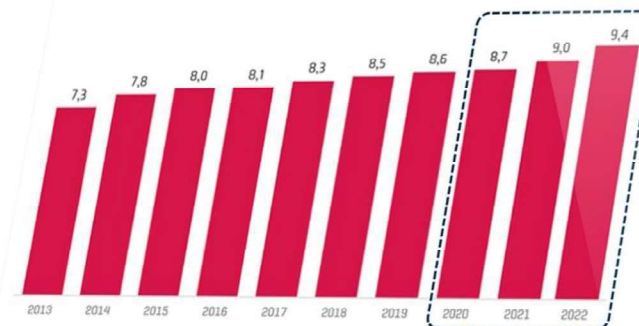


Gráfico 1.1 – Fonte: MEC/Inep – Elaborado por Hoper Educação.



**Paulo Presse**  
Coordenador da Área de Estudos de  
Mercado da Hoper Educação



**HOPER**<sup>®</sup>  
EDUCAÇÃO

+55 (45) 3026 0100 | [hoper@hoper.com.br](mailto:hoper@hoper.com.br) | [www.hoper.com.br](http://www.hoper.com.br)

Av. República Argentina . 3370 . Sala 3 . Jd. Panorama . CEP 85856-578 . Foz do Iguaçu/PR

/hopereducacao



/hopergrp



/Hoper-Educacao



/HoperEducacao



**Gidel Deungaro**  
**Consultora Área de Marketing**



<https://www.linkedin.com/feed>

- **Marketing & captação: por que 2025 exige virada imediata.**
- **Sair na frente: IA, SEO e inteligência comercial em ação.**

A “virada imediata” significa reconfigurar produtos, rever a comunicação,  
ajustar precificação e

**alinhar marketing e comercial**

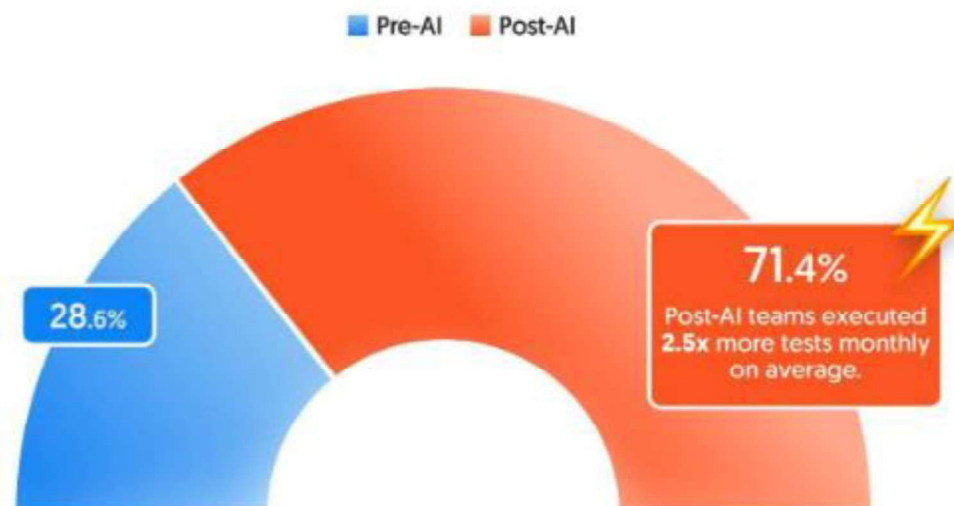
para responder ao novo mix de demanda e buscar a

**eficiência operacional.**

O cenário de 2025 já mostrou sinais claros de mudança no comportamento do aluno e na dinâmica de oferta das IES:

- **Novo Marco da EaD:** o redesenho dos produtos, com redução da flexibilidade e aumento da presencialidade, mexe diretamente na atratividade e no preço percebido. Se a instituição não souber exatamente o que o aluno quer, há risco de criar ofertas desalinhadas e com baixa adesão.
- **Mudança na demanda por modalidades:** o EAD Online caiu **-2%** enquanto o semipresencial cresceu **+15%** e o presencial manteve estabilidade (0%). Isso significa que a “fórmula vencedora” de anos anteriores perdeu força, exigindo reposicionamento rápido.
- **Crescimento econômico mais lento:** após um 2024 atípico e forte (+3,4%), 2025 deve crescer apenas entre **2% e 2,3%**, pressionando o bolso do aluno e aumentando a competição por preço e valor percebido.
- **Risco do “efeito xepa”:** muitas IES estão queimando estoque do modelo antigo, o que pode saturar o mercado e desvalorizar ofertas se não houver estratégia clara de diferenciação.

## AI's Impact On Testing Speed

**WHAT TO DO NEXT:**

**Stop treating testing like a luxury.** AI makes it a volume game now. Shift from “which idea” to “how many ideas” by building systems that scale experiments, not just launch campaigns.

Source: NP Digital — Jul/2025. Data from internal benchmark across 12 enterprise marketing teams (2024/2025) comparing average campaign testing volume before and after integrating AI-driven tools [e.g., copy generation, targeting automation, and multivariate testing]. Figures are directional and meant to visualize capacity shifts enabled by AI.

07281A\_K

**Pré-IA (28,6%):** Representa a capacidade de execução de testes antes da adoção de ferramentas de IA.

**Pós-IA (71,4%):** Mostra o aumento significativo na quantidade de testes executados após a integração de IA, indicando 2,5 vezes mais testes mensais, em média.

**Antes:** escolher qual ideia testar (processo mais seletivo devido a recursos limitados).

**Agora:** testar quantas ideias for possível (alto volume de experimentação).

**"Pare de tratar teste como luxo" — passe a criar sistemas que permitam **escalar experimentos**, e não apenas lançar campanhas.**



- 1. Decisões guiadas por dados, não por achismos**
- 2. Foco em quem realmente importa**
- 3. Comunicação que conversa de verdade**
- 4. Automações que trabalham por você**
- 5. Indicadores que fazem sentido**
- 6. Processos mais rápidos e inteligentes**

## Sair na frente: IA, SEO e inteligência comercial em ação

Para ganhar vantagem competitiva em um semestre de incerteza e mudança, as instituições precisam integrar três frentes:

### O fim do SEO tradicional

**SEO tradicional:** envolve pesquisa de palavras-chave, otimização on-page, link building, melhoria de experiência do usuário e análise de performance.

**SEO com LLM:** usa IA avançada para gerar, analisar e otimizar conteúdo, prevendo intenções de busca e adaptando a estratégia com base em tendências de linguagem e comportamento.

- Transformar o conteúdo para que seja facilmente identificado e valorizado pelas ferramentas de inteligência artificial.
- Organizar as informações dos cursos e diferenciais de forma estruturada, facilitando o entendimento pelos sistemas.
- Acompanhar como a instituição aparece nos resultados das buscas com IA e agir rapidamente para manter ou conquistar espaço.

## Automação

- Automatizar a análise de dados de captação e comportamento do aluno em tempo real.
- Usar IA para prever demanda por modalidade/curso e personalizar ofertas e comunicações.
- Otimizar campanhas de mídia com ajustes instantâneos conforme o desempenho.

**Inteligência Comercial - Inteligência Comercial em Ação significa usar dados e IA para tomar decisões mais rápidas e precisas sobre quem abordar, quando abordar e como abordar cada lead — aumentando as chances de conversão e reduzindo o desperdício de esforço comercial.**

- Unificar dados de marketing e vendas para mapear todo o funil (do lead à matrícula).
- Criar réguas de relacionamento dinâmicas para conversão mais rápida.
- Antecipar objeções do aluno frente ao novo modelo de curso, ajustando argumentação da equipe comercial.

**Inteligência Comercial em Ação** significa usar dados e IA para tomar decisões mais rápidas e precisas sobre quem abordar, quando abordar e como abordar cada lead — aumentando as chances de conversão e reduzindo o desperdício de esforço comercial.

- **Mapeamento de Perfis com Maior Probabilidade de Conversão**
  - Análise de histórico: IA identifica padrões de leads que já se tornaram clientes, cruzando dados como canal de origem, tempo de resposta, interação com campanhas e perfil socioeconômico.
  - Lead scoring inteligente: o algoritmo atribui uma pontuação dinâmica que muda conforme o lead interage com a marca.
  - Segmentação preditiva: divide os leads em grupos com base no comportamento esperado (ex.: “alta probabilidade de matrícula nos próximos 15 dias”).
- **Uso de Dados em Tempo Real**
  - Monitoramento contínuo: sistemas de CRM e BI integrados mostram em tempo real quais leads estão mais ativos (abrindo e-mails, clicando em anúncios, baixando materiais).
  - Ações imediatas: quando um lead atinge um gatilho (por exemplo, visita a página de matrícula), a equipe é notificada para contato rápido.
  - Ajustes de campanha: dados mostram quais anúncios, canais ou mensagens estão atraindo perfis mais qualificados, permitindo otimizações instantâneas.

- **Otimização da Conversão com IA**

- Previsão de comportamento: machine learning estima a probabilidade de um lead avançar no funil e indica o próximo passo ideal.
- Personalização de abordagem: IA sugere mensagens e ofertas adaptadas ao perfil, histórico e momento do lead.
- Automação estratégica: workflows automáticos cuidam de leads frios enquanto a equipe foca nos de alta prioridade.

- **Resultados Esperados**

- Redução do custo por matrícula (menos esforço com leads que não convertem).
- Aumento da taxa de conversão por atendimento mais rápido e relevante.
- Clareza sobre quais canais e mensagens realmente trazem resultados.
- **EFICIÊNCIA OPERACIONAL**





NOVOS PARADIGMAS PARA TRANSFORMAR O MUNDO

GESTÃO COM  
RESULTADO

INFORMAÇÕES  
ESTRATÉGICAS

SOLUÇÕES DE  
APRENDIZAGEM



Tecnologia para transformar a Educação

# O PARCEIRÃO PRO SEU SUCESSO

CONTE COM O

**FINANCIAMENTO ESTUDANTIL**

QUE **MAIS CRESCE** NO PAÍS E

**ESQUEÇA A BUROCRACIA**

**FINANCIAMENTO**

**ESTUDANTIL**

**FACILITADO**

CONHEÇA NOSSO PLANO DE AÇÃO



# Mais que uma empresa de tecnologia, somos seu parceiro

Em um cenário educacional em constante mudança, você precisa de mais que um LMS.

A D2L é uma empresa global de inovação em aprendizagem que ajuda as organizações a redefinirem o futuro da educação e do trabalho.

O principal produto da D2L, a Brightspace, é um LMS premiado, desenvolvido para criar experiências de aprendizagem envolventes e personalizadas. Com foco em acessibilidade, usabilidade e integração, a Brightspace é o LMS flexível escolhido por instituições e organizações no mundo inteiro.

# D2L

Contate-nos:  
[D2L.com/pt-br](https://D2L.com/pt-br)





# principia

## Receita garantida e gestão financeira completa

Garantimos 100% das suas mensalidades, inclusive dos alunos inadimplentes. Com a Receita Garantida, a instituição tem mais dinheiro no mês, recebendo as mensalidades na data programada, facilitando a vida do seu estudante.



[www.principia.net/ies](http://www.principia.net/ies)





# Nova direção Comercial Hoper

Novos caminhos no comercial  
Hoper Educação.

**Samuel Treicik**

Diretor Comercial na Hoper Educação.

 (41) 99605-4062

**HOPER**  
EDUCAÇÃO



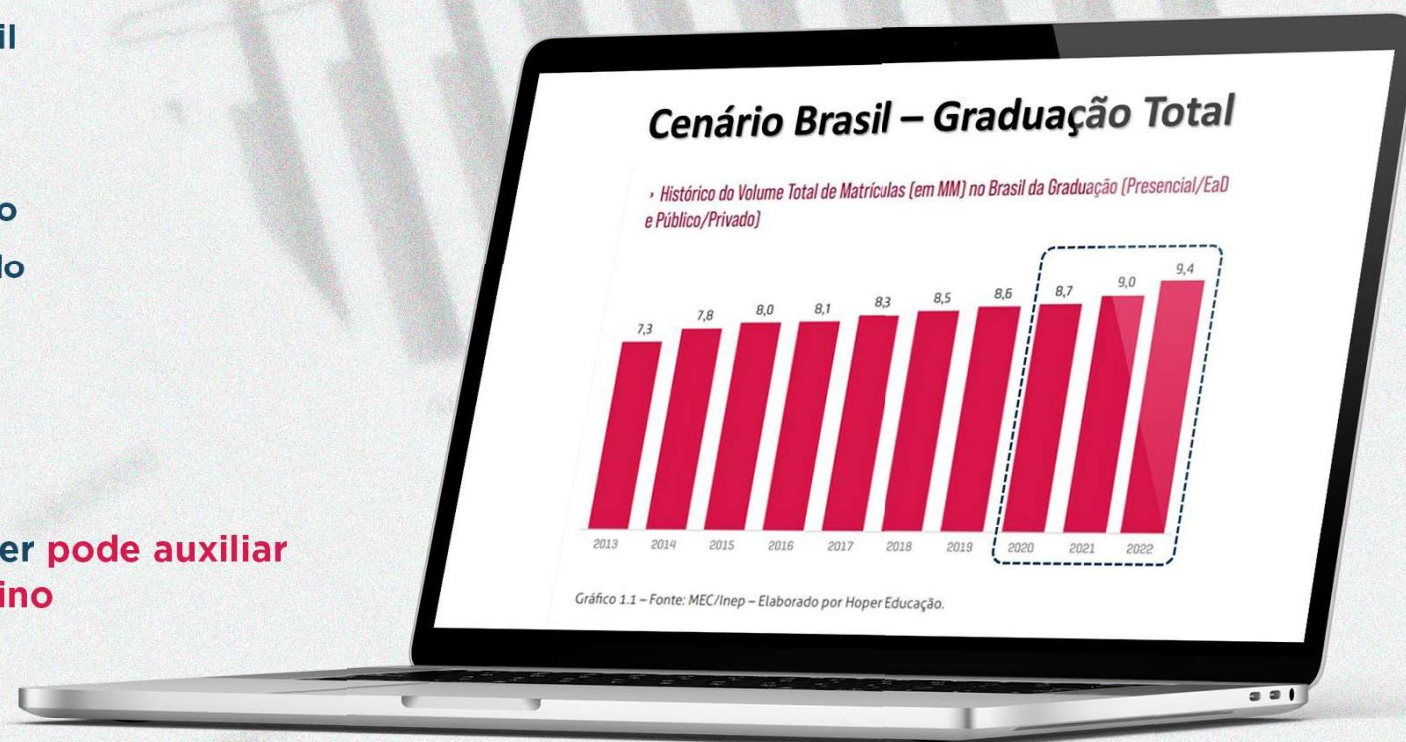
## Inteligência de Mercado Hoper

**Estudos, análises, pesquisas e acompanhamentos** sobre o desenvolvimento do cenário educacional brasileiro que impactam nos processos decisórios de gestores, mantenedores e investidores do setor.

- Palestra Mercado Educacional do Brasil
- Reunião Técnica sobre Mercado
- Análise de Portfólio de Cursos
- Diagnóstico Estratégico Mercadológico
- *Mentoring* para Inteligência de Mercado
- Educação Básica



Fale com o nosso time  
e descubra como a Hoper **pode auxiliar**  
a sua **Instituição de Ensino**





Curso On-line

## Gestão Estratégica de Finanças para Gestores Educacionais

**HOPER**  
EDUCAÇÃO

# Descubra o Caminho para uma Gestão Financeira de Sucesso em sua IES



### CARGA HORÁRIA

10 horas

(8 horas de aulas síncronas via Zoom e 2 horas de atividades complementares)



### DATAS

18 e 19 de setembro, 2025

2 e 03 de outubro, 2025



### INVESTIMENTO

R\$ 850,00

Em até 3 vezes com cartão de crédito ou a vista com boleto bancário ou PIX



Professor  
**Jeferson Vinhas**

CEO do Grupo Integrado  
Presidente do Conselho da Hoper



Mais informações  
[www.hoper.com.br](http://www.hoper.com.br)

# Novas Legislações para Educação Superior:

Decreto No 12.456/2025 (Marco Regulatório do EaD) e Portarias Complementares



## Modalidades

### Assíncrono

 Valor  
R\$ 800,00

 Carga Horária  
20 horas

### In Company

 Valor  
Solicite uma proposta

 Carga Horária  
1 Encontro Presencial, totalizando  
4 horas de curso na IES.

**Consultor Conferencista:**  
**Wildenilson Senhorini**

Consultor da Hoper Educação



Descubra como adaptar  
sua instituição às **novas exigências**  
**legais** com segurança e clareza

Fale com nossa equipe  
e saiba mais:



# A Oferta de Cursos Técnicos pelas IES no PROPAG da SETEC/MEC



**Marcelo Bregagnoli**

Secretário da SETEC MEC



**Cleunice Rehem**

Presidente da BrasilTEC  
e Conselheira no CNE



**Francisco Borges**

Consultor de Políticas Públicas  
da Fundação FAT

**WEBINAR HOPER.**  
**20/AGO - QUA**

15h até 16h

Inscrições **gratuitas**

Mediação:

**João Vianney**

Sócio-consultor Hoper e Jornalista

Apoio: **principia** **Lyceum** **D2L** **FICOU FÁCIL**



+55 45 3026 0100    [hoper@hoper.com.br](mailto:hoper@hoper.com.br)    [www.hoper.com.br](http://www.hoper.com.br)

Av. República Argentina . 3370 . Sala 3 . Jd. Panorama . CEP 85856-578 . Foz do Iguaçu/PR

 /HoperEducacao

 @HoperEducacao

 /Hoper-Educacao

 /hopergrp