

WEBINAR HOPER[®]

CONECTE-SE COM ESPECIALISTA HOPER EDUCAÇÃO

Captação sob pressão:

como vencer mensalidades,
modalidades e mercado incertos.

Luan Dysman Seixas

Diretor de Marketing
e Comercial

Fernando Cesario

CMO

Gidel Deungaro

Consultora Hoper

SEJA BEM-VINDO

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

Apoio:   

CAPTAÇÃO SOB PRESSÃO | WEBINAR HOPER 2026

Como Vencer Mensalidades, Modalidades e Mercado Incertos

Dados | Diagnóstico | Estratégias para 2026

HOPER[®]
EDUCAÇÃO

Fonte: IndCap Hoper Abr/2026 | Pesquisa de Mensalidades ABMES/Hoper 2026

O DIAGNÓSTICO — Forças Comprimindo o Mercado ao Mesmo Tempo

1

Captação em Queda

- 14% acumulado 1o Tri 2026
- 18% em Abril vs ano anterior
- 15% no Intake 2026.1

2

Mix de Modalidades Invertido

- Semipresencial cresce +43%
- Online cai -39%
- Novo Marco EAD

3

Mensalidades em Queda Real

- Presencial: -4,3% real em 2026
- 26% real acumulado desde 2013
- Mediana presencial: R\$ 835
- EAD queda de + de 59%

4

Comportamento de Compra

- Mais **pesquisa**, menos **impulso**.
- Valor** acima de preço
- **Experiência digital** decisiva
- Decisão influenciada por **provas sociais**
- **Cursos** de capacitação **rápida** atraindo

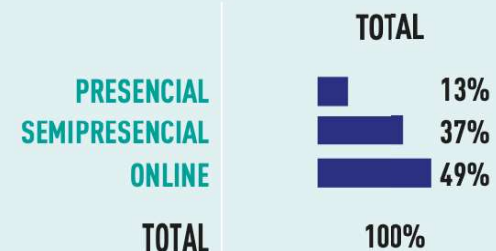
Resultado: o jogo da captação mudou. Quem não entende o novo cenário fica para trás.

CAPTAÇÃO EM QUEDA — IndCap Hoper | Abril 2026 vs 2025

CAPTAÇÃO GRADUAÇÃO ABRIL 2026 / 2025



DISTRIBUIÇÃO DOS INGRESSANTES NO MÊS DE ABRIL/2026



VARIAÇÃO TRIMESTRAL + ABR/26 | INGRESSANTES TOTAIS BRASIL | 2026 -2025

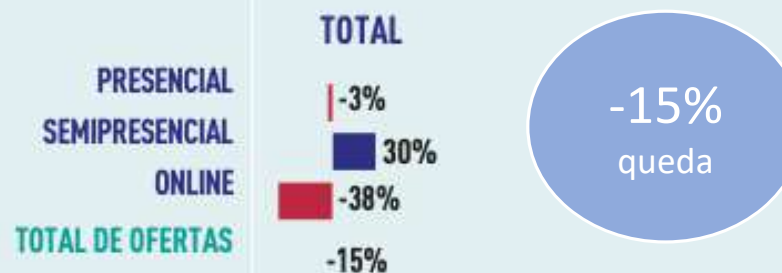


Em abril de 2026, o cenário Brasil apresentou retração de -18% no volume de ingressantes em relação ao mesmo período de 2025, após a recuperação observada em março (+3%). No acumulado do 1º trimestre de 2026, a retração foi de -14%.

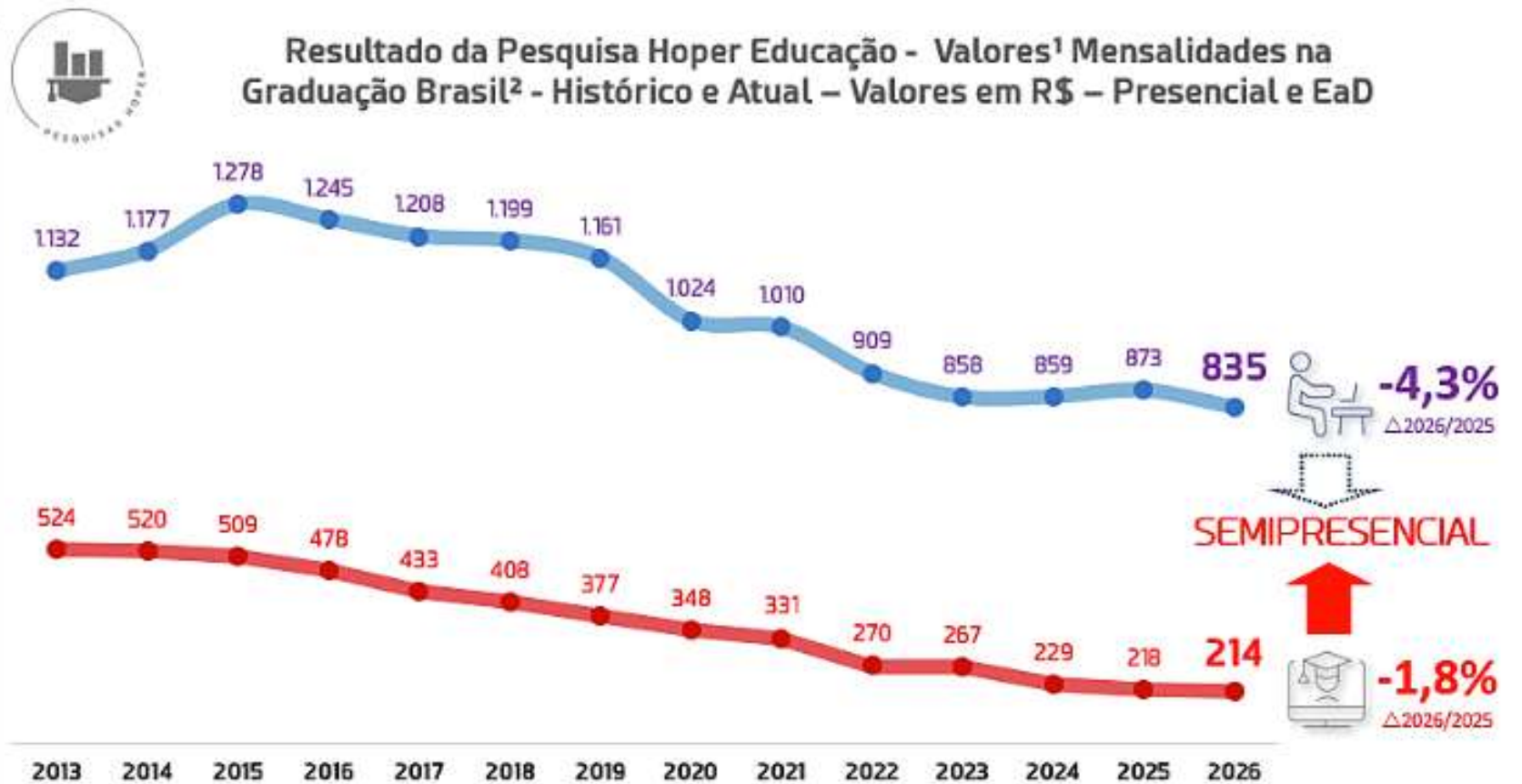
CAPTAÇÃO GRADUAÇÃO INTAKE 2025/2024 (2025.1) POR REGIÃO*



CAPTAÇÃO GRADUAÇÃO INTAKE 2026/2025 (2026.1) POR REGIÃO*



MENSALIDADES QUEDA REAL — O Preço Caiu, Mas a Exigência do Aluno Subiu



-4,3%
Presencial 2026
vs 2025 (real)

-26%
Acumulado
2013-2026 presencial

R\$ 835
Mediana presencial
Brasil 2026

-59%
Acumulado
2013-2026 EAD

R\$ 214
Mediana EAD
Brasil 2026

COMPORTAMENTO

"Hoje, o aluno não apenas pergunta quanto custa — ele pergunta se vale."

- + IES sem diferenciação clara compete apenas no desconto
- + Preço e teste de posicionamento: quem não prova valor, disputa desconto
- + A queda de mensalidade é sintoma do novo ciclo competitivo da graduação

POSICIONAMENTO PREMIUM

A

Captação por valor

Mkt de conteúdo, prova social, empregabilidade. Aluno paga mais quando vê resultado.

B

Funil qualificado

Leads por proposta de valor, não só por preço. CRM com foco em qualidade. Automação.

C

Semipresencial Premium

Semi como extensão da experiência presencial, não como EAD remarcado.

D

Retenção como estratégia

Churn custa mais que captação. Jornada do aluno como produto de Marketing.

POSICIONAMENTO CONVENIÊNCIA

A

Escala inteligente

Semi e presencial em mercados com demanda reprimida. Portfólio aderente.

B

Diferenciar dentro do preço

Não ópor mensalidade: flexibilidade, tecnologia, suporte.

C

Segmentação geográfica

Regiões N/NE com maior elasticidade exigem foco em acesso e volume.

D

Digital First na jornada

Processo de captação 100% digital, lead a matrícula sem fricção.

DE (modelo atual)

Campanha de preço e desconto

>

Foco em CPL (custo por lead)

>

Comunicar modalidade

>

Captação como campanha pontual

>

Desconto como fechamento

>

PARA (modelo 2026)

Campanha de valor e resultado percebido

Foco em custo por matrícula e LTV do aluno

Comunicar proposta de experiência e empregabilidade

Captação como processo contínuo baseado em dados

Prova de valor como argumento de fechamento

CONCLUSÃO

Instituição que entende o novo jogo arranca na frente.

- Mercado menor exige inteligência, não só volume de leads
 - Preço não é mais a única arma —é a última para quem não tem posicionamento
 - Semi é oportunidade real, mas exige produto e entrega à altura
 - Marketing precisa migrar de campanha para gestão de valor percebido
 - Cadência comercial estruturada
-



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



Parceria de verdade é assumir o risco para você ir além

Receita Garantida todos os meses

Mais receita

Menos evasão

Mais liberdade pra crescer

 principia





Gestão Sistêmica

para Instituições de Educação Superior

*O próximo passo para uma gestão
mais estratégica começa agora.*

Não deixe para depois a oportunidade de aprender com especialistas e aplicar práticas que geram impacto real nas instituições.

GARANTA SUA VAGA



CONSULTORIA HOPER

Marketing

Captação

Ampliar o número de alunos ingressantes por meio de estratégias de comunicação online e offline.

Retenção

Reduzir a evasão de alunos através de ferramentas inovadoras de relacionamento.

Conversão

Estruturar um escritório de conversão, suportado por ambiente digital, call center e CRM visando ampliar o número de alunos.

Fale com um especialista da Hoper e descubra oportunidades de crescimento.



Cibele Schuelter



Gidel Dehungaro



Leonardo Spaine





Um encontro para enfrentar as mudanças do setor

Decisões construídas com especialistas em educação médica.

GARANTA SUA VAGA



 **Faculdades Pequeno Príncipe**

 **17 de junho de 2026** - Curitiba, Paraná.

Caio Polizel

Novo **CEO** Hoper



Jeferson Vinhas

Presidente do Conselho da Hoper



HOPER[®]
EDUCAÇÃO



hoper@hoper.com.br

Samuel Treicik

Diretor Comercial Hoper



comercial@hoper.com.br



comercial@hoper.com.br
www.hoper.com.br

Fale com a nossa equipe



+55 45 9970 0403

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

 @hopereducacao.oficial

 /HoperEducacao

 @hopergrp

 /hoper-educacao