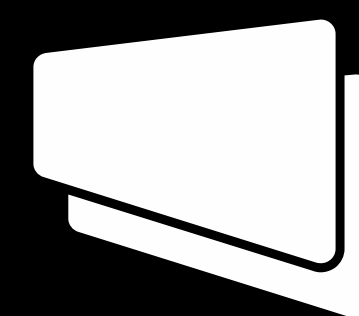




INSIGHTS



negócios SC

ESTUDO DE MERCADO:
EDUCAÇÃO

Este estudo foi construído pelo time de Inteligência de Mercado da NSC Comunicação. Seu principal objetivo é entender o segmento de Educação, mudanças que impactam o negócio e tendências que geram oportunidades para os parceiros Comerciais da NSC.



ÍNDICE

Introdução	04
Conjuntura	07
Tendências	15
Consumo	22
Investimentos	40

INTRODUÇÃO

DIREITO FUNDAMENTAL.

Educação é o principal pilar de mudança de toda a sociedade, transforma o meio social na busca do bem comum.

Responsável por grande parte das experiência de inclusão, cidadania e socialização.

“A educação é um direito humano fundamental que promove sociedades mais justas, equitativas e inclusivas, além de ser um alicerce para o desenvolvimento sustentável”.

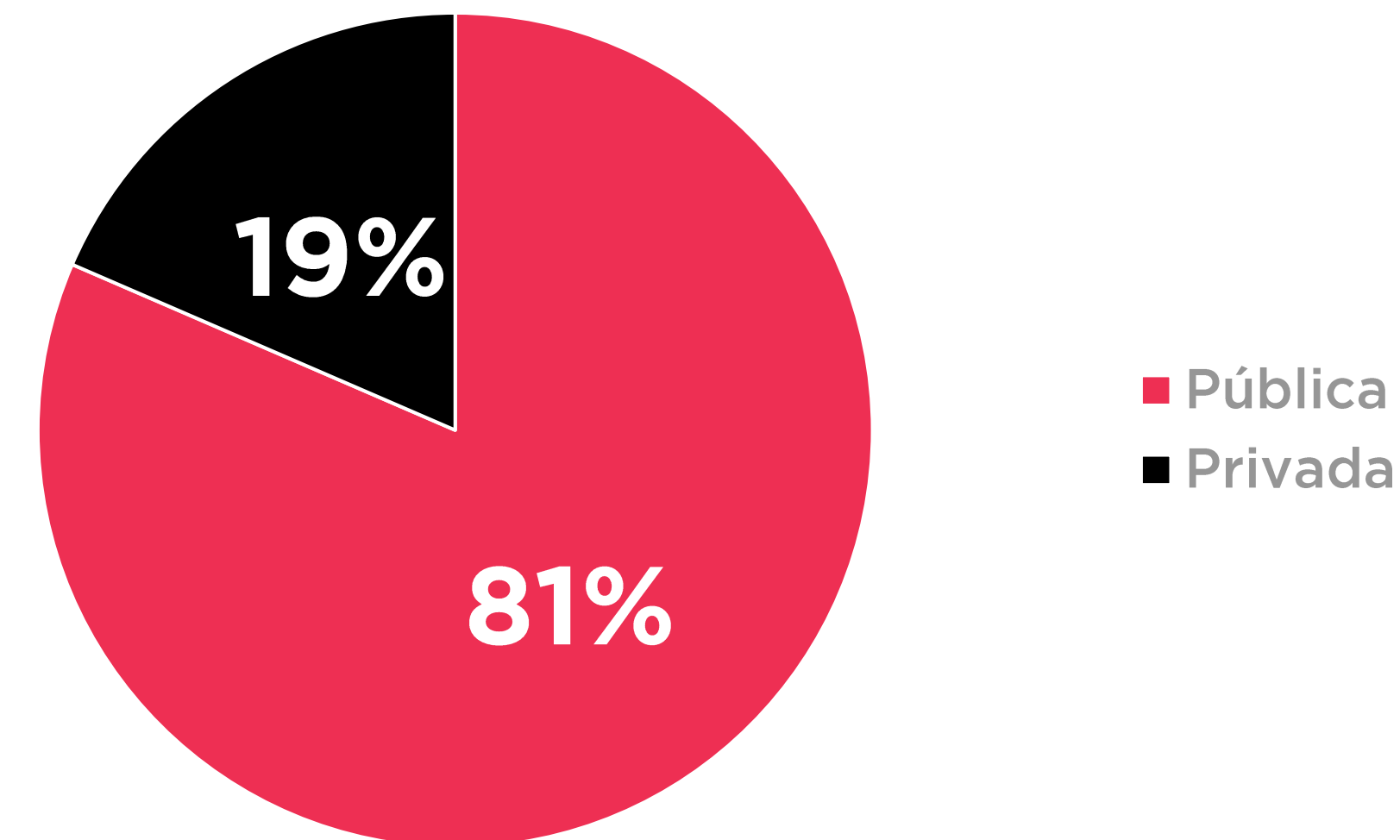
Marlova Jovchelovitch Noletto Diretora e representante da UNESCO no Brasil.



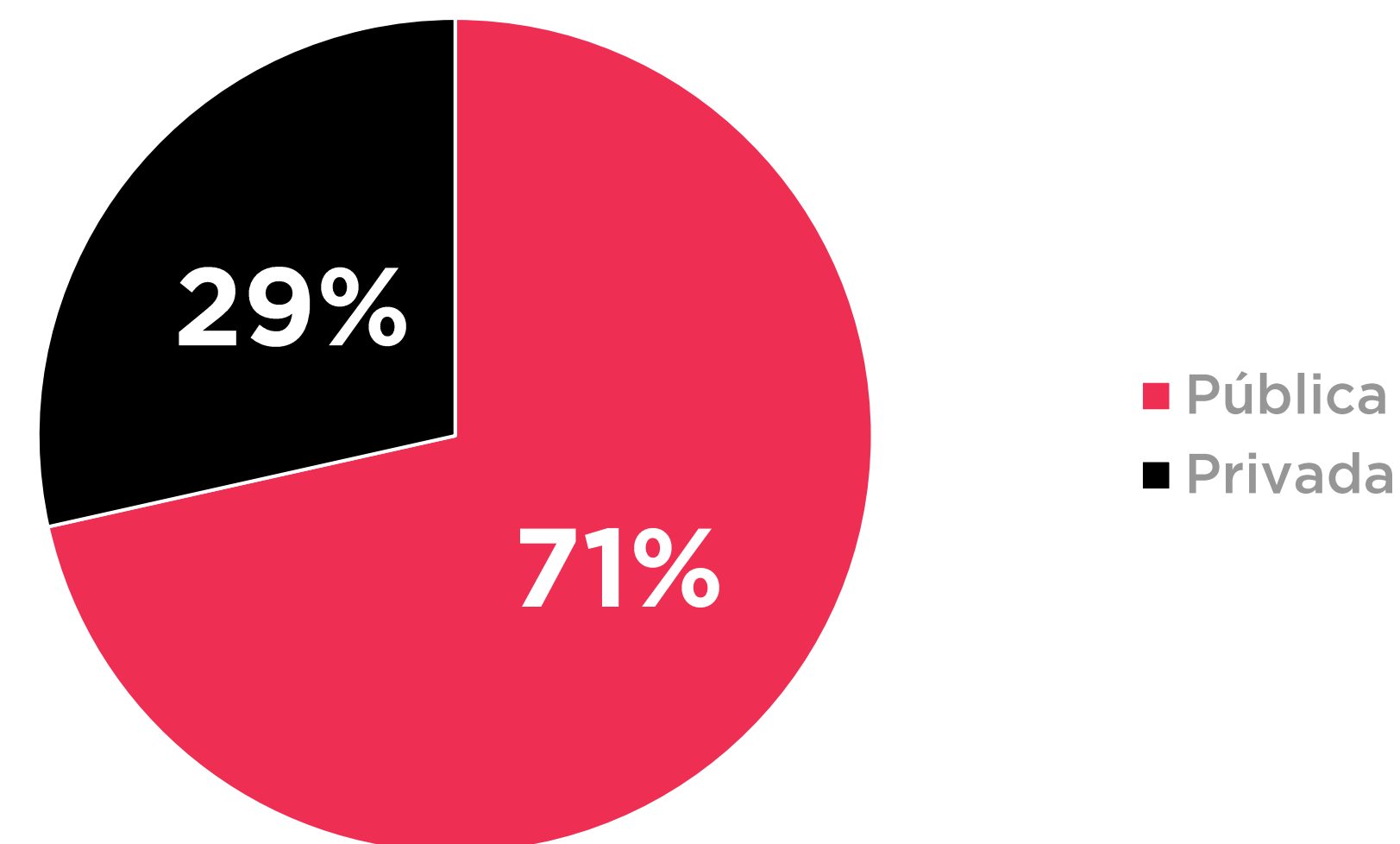
O Brasil tem mais de
60 milhões
de estudantes



Educação Básica



Educação Superior



CONJUNTURA

PERÍODO PANDÊMICO

A pandemia que se estabeleceu no período de 2020, e se estende por 2021, causou efeitos que mudaram o comportamento dos estudantes no mundo todo. No Brasil não foi diferente, os formatos de aula precisaram ser adaptados. Sem o convívio presencial dos alunos, foi necessária a implementação de soluções que possibilitassem a disseminação do conhecimento.

20%

Das escolas brasileiras não tiveram atividades presenciais durante todo o ano de 2020 de acordo com pesquisa realizada pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep)

EDUCAÇÃO NO PAÍS

64 nações

pesquisadas sobre o índice de competitividade pela IMD World Competitiveness Center, o Brasil ficou em **último lugar** no critério educação

Apesar do baixo índice na qualidade do ensino, o Brasil tem um alto investimento em educação com **5,6%** do seu PIB (R\$10,6 mil/estudante), enquanto a média mundial é de 4,4% segundo a OCDE.

O grande problema não se encontra na quantidade de recursos, mas na baixa qualidade de aplicação.

DIGITALIZAÇÃO DO ENSINO

Os avanços tecnológicos chegaram para revolucionar todos os setores econômicos e sociais.

A educação também se utiliza dessas ferramentas para otimizar os serviços oferecidos.

Desde a chegada dos primeiros computadores para auxiliar no ensino nos anos 70 até hoje, houve uma grande evolução nas soluções apresentadas.

Atualmente muitas escolas têm a possibilidade de implementar um sistema híbrido de ensino. Os alunos aprendem e convivem no espaço físico e podem continuar seus estudos e exercitar conhecimentos em plataformas integradas e metrificáveis

DESIGUALDADE DE ACESSO

Apesar da inserção da tecnologia na educação vir numa crescente, os alunos de escola pública ainda têm um baixo índice de acesso.



96%

Dos estudantes sem acesso à internet são alunos de escola pública (4,1 milhões)

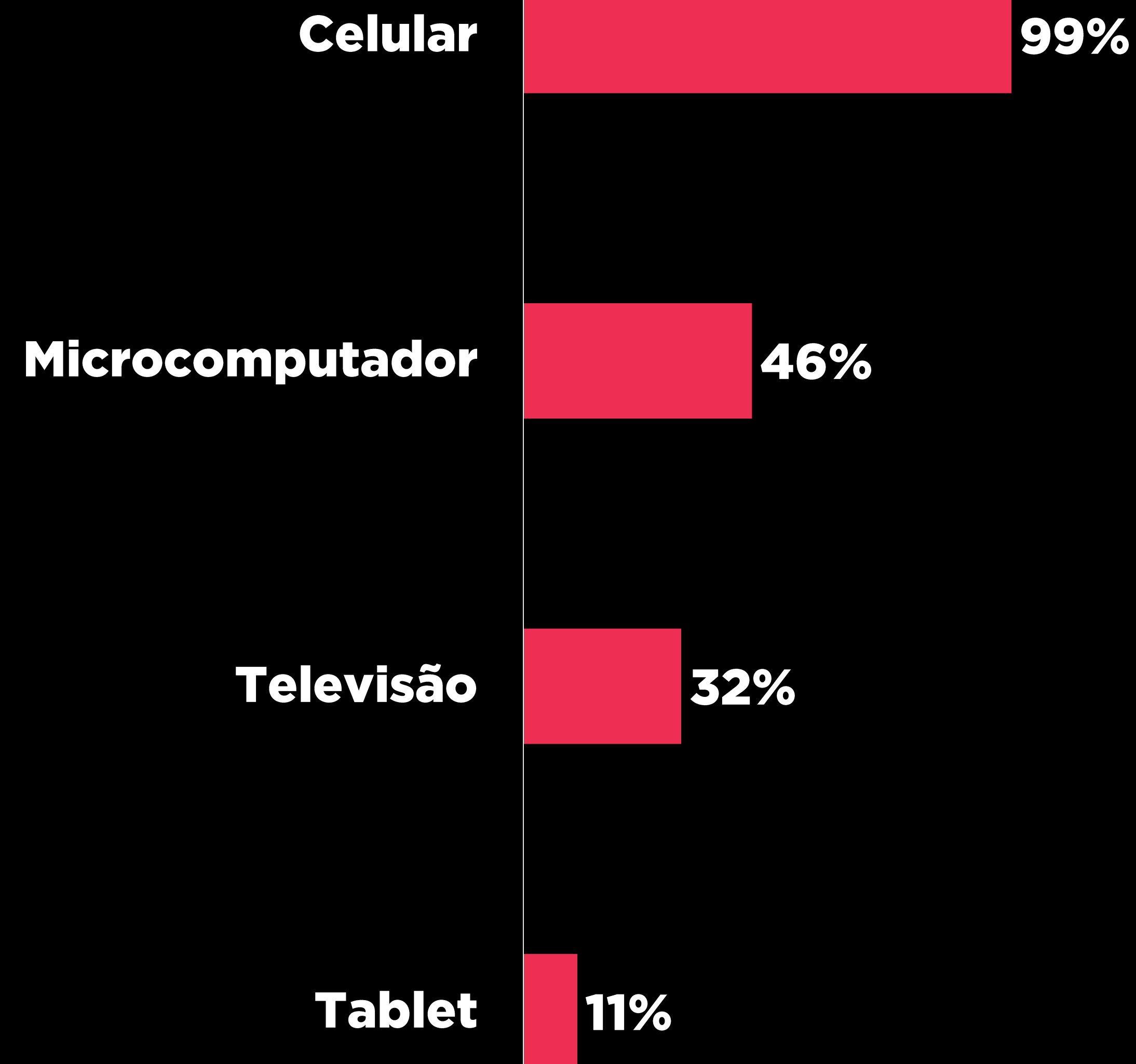
26%

Dos estudantes que não acessaram a internet foi pelo serviço ter um custo alto

19%

Dos estudantes que não acessaram a internet foi pelo custo dos equipamentos eletrônicos

PRINCIPAIS MEIOS DE ACESSO À INTERNET PELOS ESTUDANTES



NOVO ENSINO MÉDIO

A Lei nº 13.415/2017 alterou a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional.

Adaptação das escolas deve ser feita até 2022

Foco nas áreas de conhecimento e na formação técnica e profissional

+200 horas anuais dentro das escolas.



#FAZCOMONINGUÉMFAZ

PAÍS MONOGLÓTA

O Brasil tem um baixo nível de conhecimento em línguas estrangeiras. Isso se deve à precariedade do ensino de idiomas na educação básica. Outro fator é a não adesão do ensino no nível superior, o que é comum em países europeus e asiáticos.



53º

É a classificação do Brasil no nível de proficiência em inglês, de acordo com a EPI (English Proficiency Index).

Desde a criação do relatório em 2011, o país teve a classificação baixa de proficiência, exceto 2012 que a classificação foi muito baixa.

52%

Da população brasileira fala apenas português, não tendo conhecimento algum em língua estrangeira.

TENDÊNCIAS

ENSINO HÍBRIDO

TECNOLOGIAS

O distanciamento dos estudantes do ensino presencial, por conta da pandemia, trouxe uma nova perspectiva de metodologia de ensino. Apesar do convívio com professores e colegas ser essencial para a formação cidadã, as instituições têm a possibilidade de utilizar as novas ferramentas como complemento dos estudos em sala de aula.



nsc

CONSEQUÊNCIAS

A mudança na estrutura da educação vai exigir das instituições uma adaptação de espaços e serviços oferecidos. Algumas delas já vêm se estruturando dessa forma por conta do ensino remoto implantado no último ano. Entretanto, as escolas públicas têm uma dificuldade maior para trabalhar nessas mudanças por dependerem de recursos públicos para capacitação dos professores e implantação e manutenção do suporte tecnológico.

ENSINO HÍBRIDO

DESAFIOS

Quem não é acostumado a lidar com ferramentas tecnológicas, se assusta com a velocidade dos avanços. Boa parte do corpo docente, responsável pela formação desses jovens, não tem o uso da tecnologia para lecionar como algo natural.

O principal desafio será a capacitação dos professores para a nova realidade.



VELOCIDADE DE CONEXÃO

REDE 5G

20x

Mais rápida que a 4G.

Maior alcance

Acesso em áreas mais remotas

Responsividade

Experiências em tempo real



GAMIFICAÇÃO

O brasileiro é um povo apaixonado por games

72%

dos brasileiros jogam algum tipo de game.

Dos gamers **51,4%** estão na faixa **dos 16 aos 29 anos.**

Trazer esse universo que conversa com o público jovem para o ambiente educacional e pedagógico é apontado por especialistas como um diferencial. O sistema proporciona um ambiente de pontuação, recompensas e colaboração tanto dentro quanto fora de sala de aula.

AUTONOMIA

**A aula puramente
expositiva está cada
vez mais defasada.**



- Participação ativa;
- Construção de conhecimento;
- Protagonismo do estudante;
- Conhecimentos e habilidades.

FLEXIBILIZAÇÃO CURRICULAR



A nova base curricular aprovada pelo governo federal em 2017 tem prazo até 2022 para adaptação das escolas.

Ensino obrigatório e optativo de acordo com os gostos, aptidões e projetos de vida dos alunos.

CONSUMO

CONSUMO DA REGIÃO SUL

21%

DAS PESSOAS ESTÃO MATRICULADAS
EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO.

DESSAS PESSOAS:

47,9%

Cursando ensino fundamental ou
médio.

29,2%

Cursando ensino superior.

***OS ESTUDANTES DA
REGIÃO SUL QUEREM
APRENDER UM IDIOMA.***

43,5%

Dos estudantes matriculados em instituição de ensino da região sul pretendem estudar algum idioma.

**OS ESTUDANTES DA
REGIÃO SUL QUEREM
APRENDER UM IDIOMA.**

**O interesse cresce proporcional
ao nível de ensino.**

60,8%

Dos estudantes de pós graduação têm intenção de estudar algum idioma no próximos 12 meses

54,5%

Dos estudantes de graduação têm intenção de estudar algum idioma no próximos 12 meses

37,6%

Dos estudantes de ensino fundamental ou médio têm intenção de estudar algum idioma no próximos 12 meses

INVESTIMENTO EM EDUCAÇÃO

R\$ 175

**BILHÕES É O POTENCIAL DE INVESTIMENTO
DAS FAMÍLIAS DO SUL DO PAÍS EM EDUCAÇÃO.**

Os próximos períodos letivos serão voltados para a recuperação do tempo perdido de estudo por conta da pandemia. Por conta disso, ensino de qualidade como cuidados especiais com os alunos serão balizadores da decisão dos estudantes e responsáveis.

PERFIL DE QUEM ESTUDA EM INSTITUIÇÃO DE ENSINO PÚBLICO NO SUL DO PAÍS.



53%



47%

Classe social	segmento	target
A	3,7%	9,2%
B	31,1%	11,3%
C	52,3%	12%
DE	12,9%	11,9%

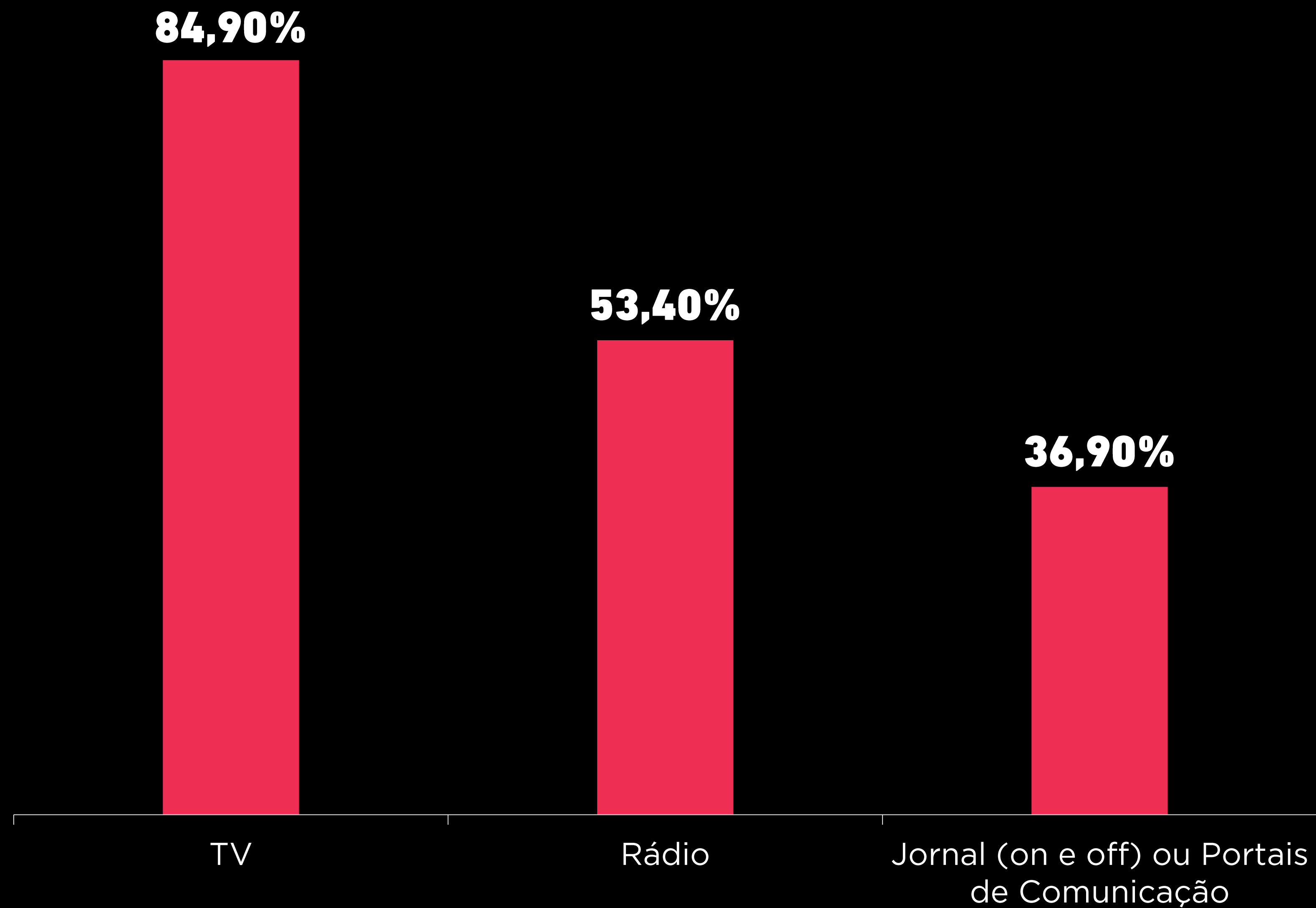
faixa etária	segmento	target
12 - 19 anos	68,6%	63,8%
20 - 24 anos	13,2%	18%
25 - 34 anos	10,4%	6,88%
35 - 44 anos	4,3%	2,6%
45 - 54 anos	1,4%	1%
55 - 64 anos	2,14%	1,6%
65 - 75 anos	0%	0%

estado civil	segmento	target
Solteiro/a	85,8%	34,1%
Vivo com companheiro/a	9,8%	5,8%
Casado/a	4,4%	1,6%
Separado/a	0%	0%
Divorciado/a	0%	0%
Viúvo/a	0%	0%

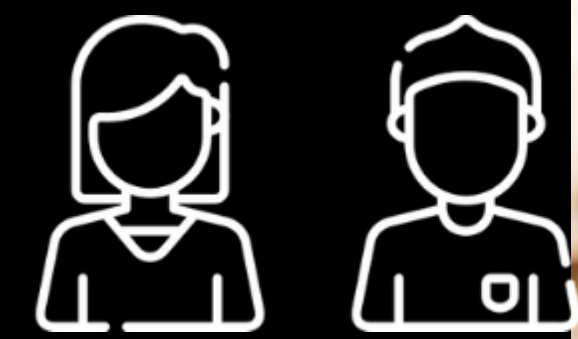
QUANDO ANALISAMOS O PÚBLICO ESTUDANTE DE INSTITUIÇÕES PÚBLICAS, TEMOS QUE A MAIOR PARTE DELE SE ENCONTRA ENTRE 12 E 24 ANOS, PERTENCEM AS CLASSES BC E SÃO SOLTEIROS OU VIVEM COM COMPANHEIRO(A).

**SE FORMOS FALAR EM TARGET, O PÚBLICO COM
MAIOR CONCENTRAÇÃO EM INSTITUIÇÕES PÚBLICAS
SÃO PESSOAS DA CLASSE B, C E DE, ENTRE 12 E 19
ANOS, SOLTEIRAS.**

**CONSUMO DOS MEIOS
NOS ÚLTIMOS 30 DIAS
DE ESTUDANTES DE
INSTITUIÇÕES
PÚBLICAS:**



PERFIL DE QUEM ESTUDA
EM INSTITUIÇÃO DE ENSINO
PRIVADO NO SUL DO PAÍS.



50% 50%

Classe social	segmento	target
A	8,6%	12,5%
B	58,8%	12,5%
C	28,7%	3,8%
DE	3,8%	2,1%

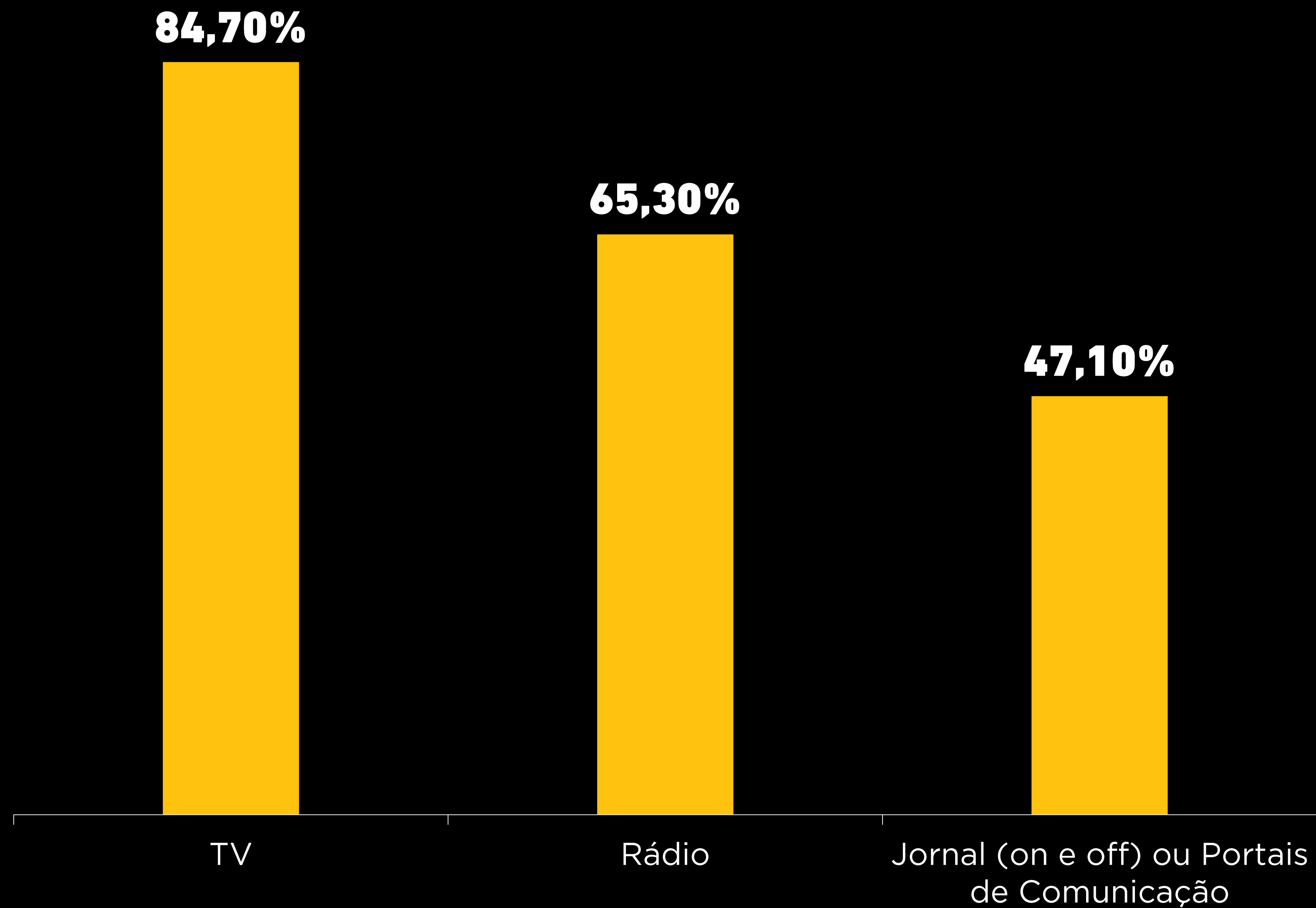
faixa etária	segmento	target
12 - 19 anos	24,1%	13,1%
20 - 24 anos	28,3%	22,5%
25 - 34 anos	28,5%	11%
35 - 44 anos	13,8%	5%
45 - 54 anos	3,8%	1,5%
55 - 64 anos	1,5%	0,7%
65 - 75 anos	0%	0%

estado civil	segmento	target
Solteiro/a	61,1%	14,2%
Vivo com companheiro/a	12,9%	4,4%
Casado/a	18,7%	4%
Separado/a	4,5%	3,7%
Divorciado/a	2,8%	3,4%
Viúvo/a	0%	0%

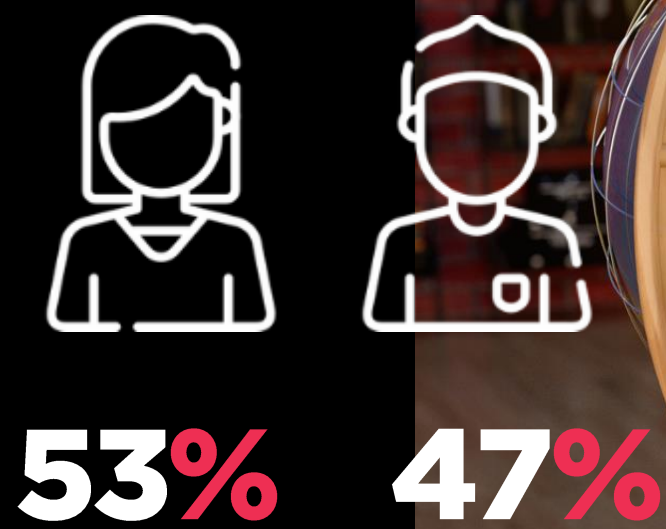
QUANDO ANALISAMOS O PÚBLICO ESTUDANTE DE INSTITUIÇÕES PRIVADAS, TEMOS QUE A MAIOR PARTE DELE SE ENCONTRA ENTRE 12 E 34 ANOS, PERTENCEM AS CLASSES BC E SÃO SOLTEIROS(AS), VIVEM COM COMPANHEIRO(A) OU CASADOS(AS).

**SE FORMOS FALAR EM TARGET, O PÚBLICO COM
MAIOR CONCENTRAÇÃO EM INSTITUIÇÕES
PRIVADAS SÃO PESSOAS DA CLASSE AB,
ENTRE 12 E 34 ANOS, SOLTEIRAS.**

**CONSUMO DOS MEIOS
NOS ÚLTIMOS 30 DIAS
DE ESTUDANTES DE
INSTITUIÇÕES
PRIVADAS:**



PERFIL DE QUEM PRETENDE
ESTUDAR ALGUM IDIOMA
NOS PRÓXIMOS 12 MESES
NO SUL DO PAÍS.



Classe social	segmento	target
A	8,1%	39,3%
B	36,6%	26%
C	45,1%	20,2%
DE	10,2%	18,4%

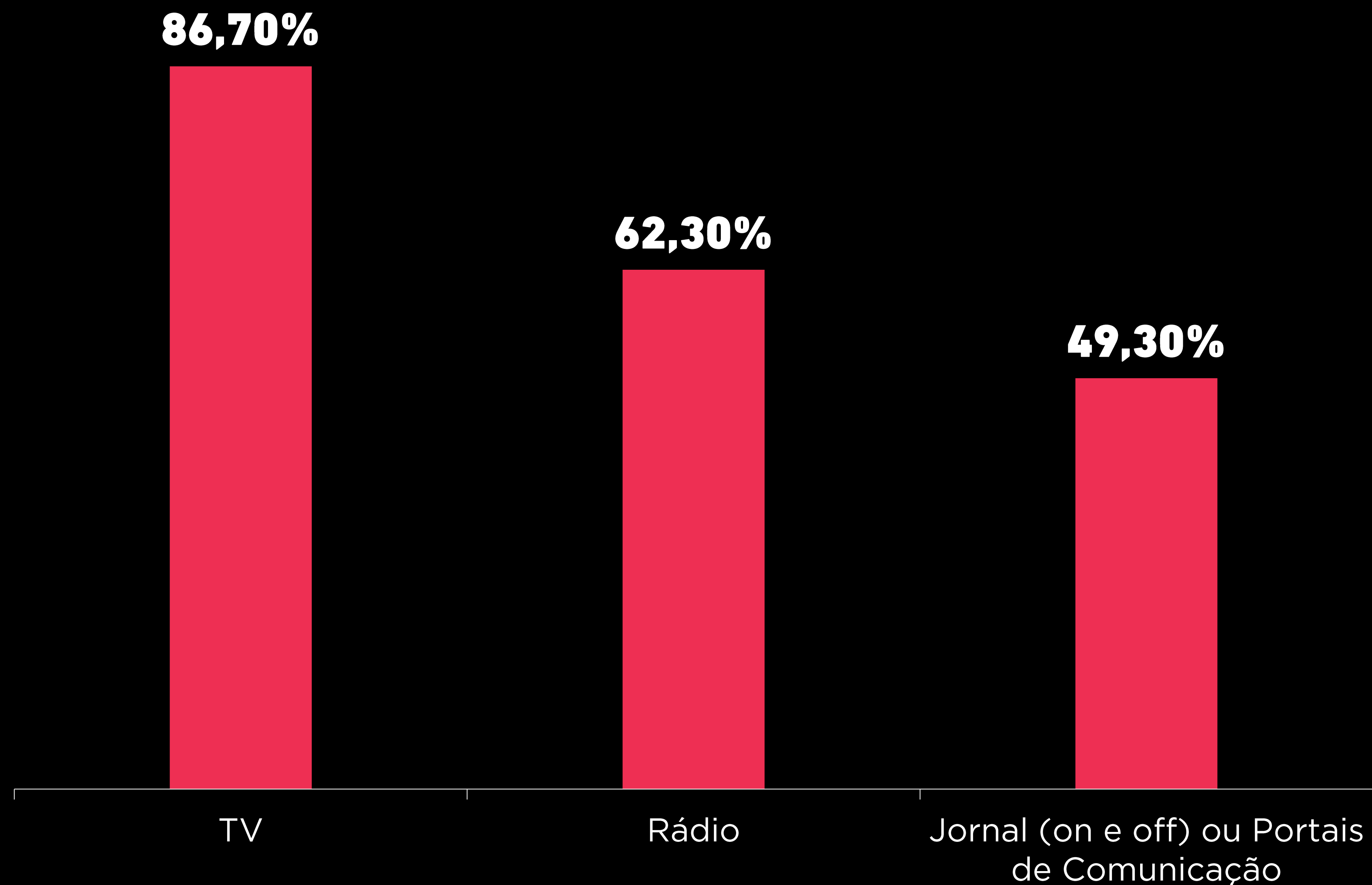
faixa etária	segmento	target
12 - 19 anos	21,1%	38,4%
20 - 24 anos	15,2%	40,6%
25 - 34 anos	27%	34,9%
35 - 44 anos	14,9%	17,8%
45 - 54 anos	11,3%	15%
55 - 64 anos	8,2%	12,2%
65 - 75 anos	2,1%	5%

estado civil	segmento	target
Solteiro/a	45,9%	14,2%
Vivo com companheiro/a	18,9%	4,4%
Casado/a	21,7%	4%
Separado/a	7,6%	3,7%
Divorciado/a	5,3%	3,4%
Viúvo/a	0,6%	0%

**QUANDO ANALISAMOS O PÚBLICO QUE
PRETENDE ESTUDAR UM IDIOMA NOS
PRÓXIMOS 12 MESES, TEMOS QUE A MAIOR
PARTE DELE SE ENCONTRA ENTRE 12 E 44
ANOS, PERTENCEM AS CLASSES B E C E SÃO
SOLTEIROS(AS), VIVEM COM COMPANHEIRO(A)
OU CASADOS(AS).**

**SE FORMOS FALAR EM TARGET, O PÚBLICO COM
MAIOR CONCENTRAÇÃO EM INTENÇÃO DE ESTUDAR
UM IDIOMA NOS PRÓXIMOS 12 MESES SÃO PESSOAS
DA CLASSE A, B E C, ENTRE 12 E 34 ANOS, SOLTEIRAS.**

**CONSUMO DOS MEIOS
NOS ÚLTIMOS 30 DIAS
DE QUEM PRETENDE
ESTUDAR UM IDIOMA NOS
PRÓXIMOS 12 MESES:**



FRASES QUE AS PESSOAS DA REGIÃO SUL CONCORDAM SOBRE EDUCAÇÃO:

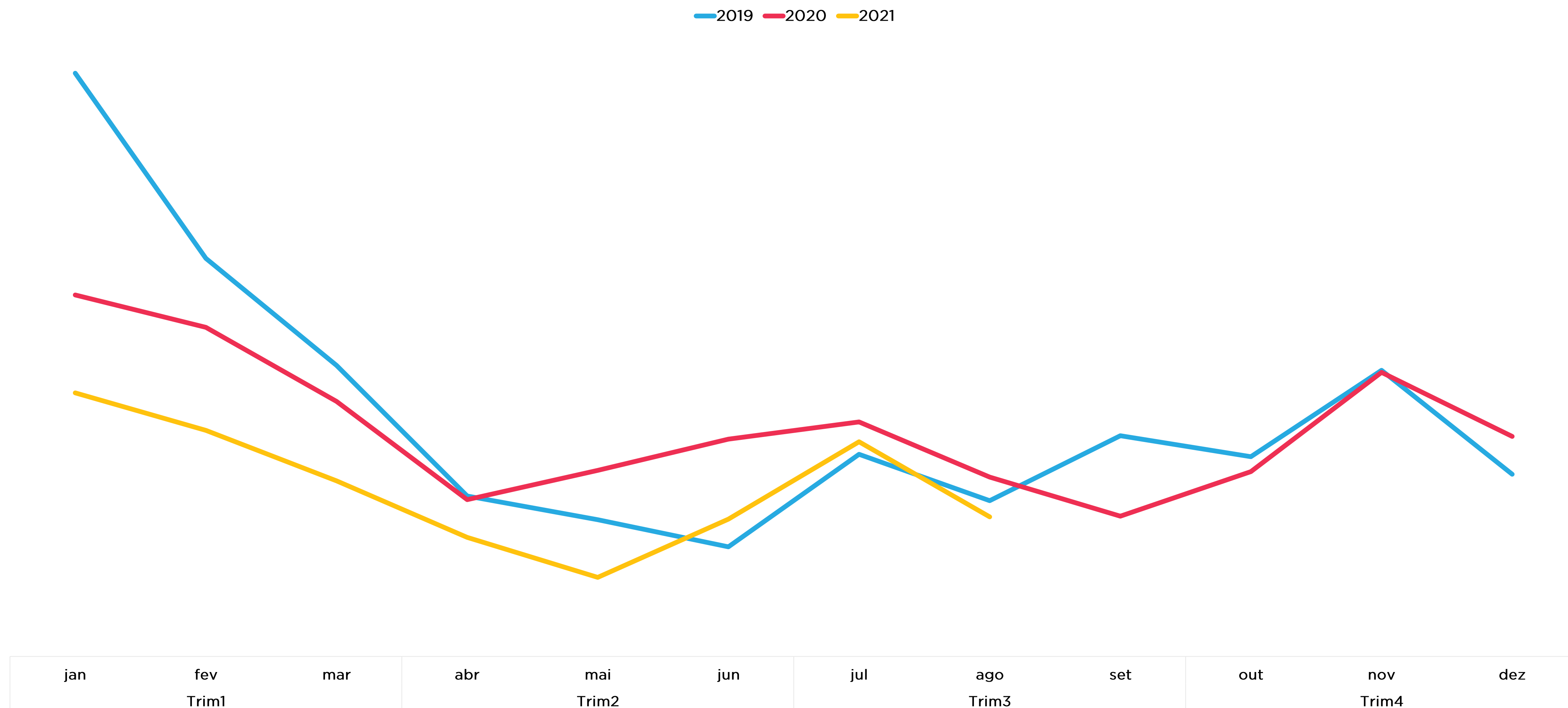


Mais importante que o diploma é a qualidade do ensino	74,8%
Pretendo ingressar em alguma faculdade	41,2%
É importante seguir aprendendo coisas novas no decorrer da vida	86,1%
A educação dos meus filhos é prioridade	65,4%
Eu me interesso em conhecer outras culturas	67,7%
Deve-se aproveitar as oportunidades quando surgem na vida	85,3%
Algum dia, eu gostaria de começar meu próprio negócio	65,1%
Compensa pagar mais caro por produtos de qualidade	66,6%



INVESTIMENTOS

SAZONALIDADE DE INVESTIMENTOS NO SETOR



SAZONALIDADE DE INVESTIMENTOS NO SETOR

OS PICOS DE INVESTIMENTOS DO SETOR EM MÍDIAS SÃO EM JANEIRO E JULHO.

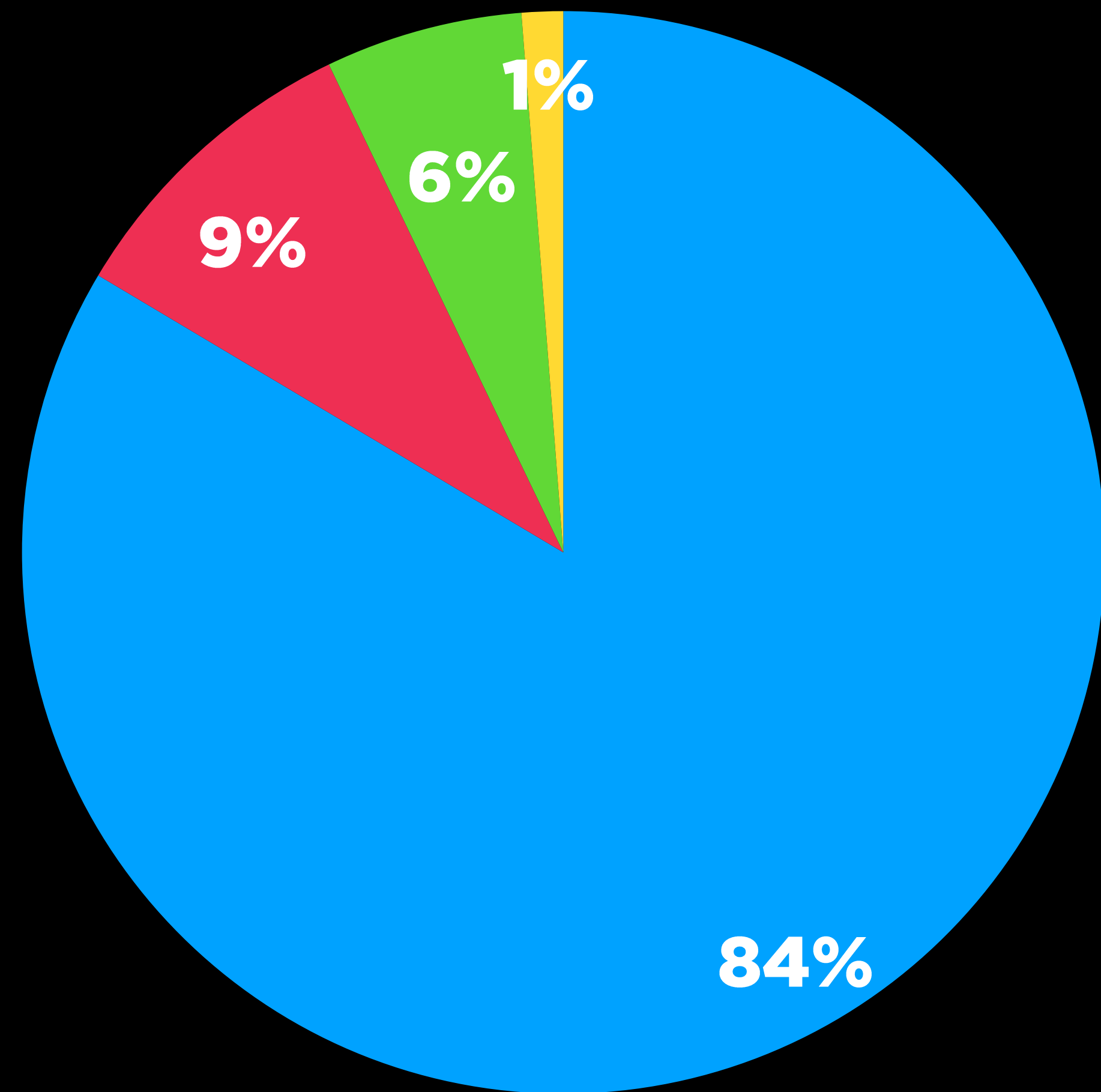
Atentar para período de ativação.

O período de férias escolares que separam semestres letivos são os momentos em que as instituições de ensino mais concentram seus investimentos em publicidade. Podemos verificar uma grande preocupação na conversão de alunos.

MONEY SHARE CATEGORIA EDUCAÇÃO

A NSC TV possui 84% do investimento publicitário do meio na categoria educação.

Os 10 principais anunciantes são responsáveis por aproximadamente 70% dos investimentos.



■ NSC TV ■ Emissora B ■ Emissora C ■ Emissora D

