educainsights

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

04 de Maio de 2020 – ONDA 2
Relatório Final

educainsights

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

educa insights

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	Homens, Mulheres, Classes ABCD, 17-50 anos divididos em dois principais perfis:
TIPO DE AMOSTRAGEM	Amostragem não-probabilística por cotas
ERRO AMOSTRAL	
CONTROLE DE COTAS	A distribuição sociodemográfica da amostra obedeceu o perfil da população de interesse por meio de cotas.

TRACKING MENSAL!

A EDUCA REALIZARÁ ESTE ESTUDO DE FORMA RECORRENTE, ANALISANDO OS IMPACTOS CONFORME A EVOLUÇÃO DA PANDEMIA NO BRASIL A CADA MÊS...

(i) **Alunos de graduação**, matriculados em cursos presenciais ou EaD há pelo menos 6 meses em IES particulares.

(ii) **Potenciais alunos** que tenham interesse de início em cursos de graduação presencial ou EaD nos próximos 12 meses em IES particulares.

	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

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%

Educa Insights® Todos os direitos reservados

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!

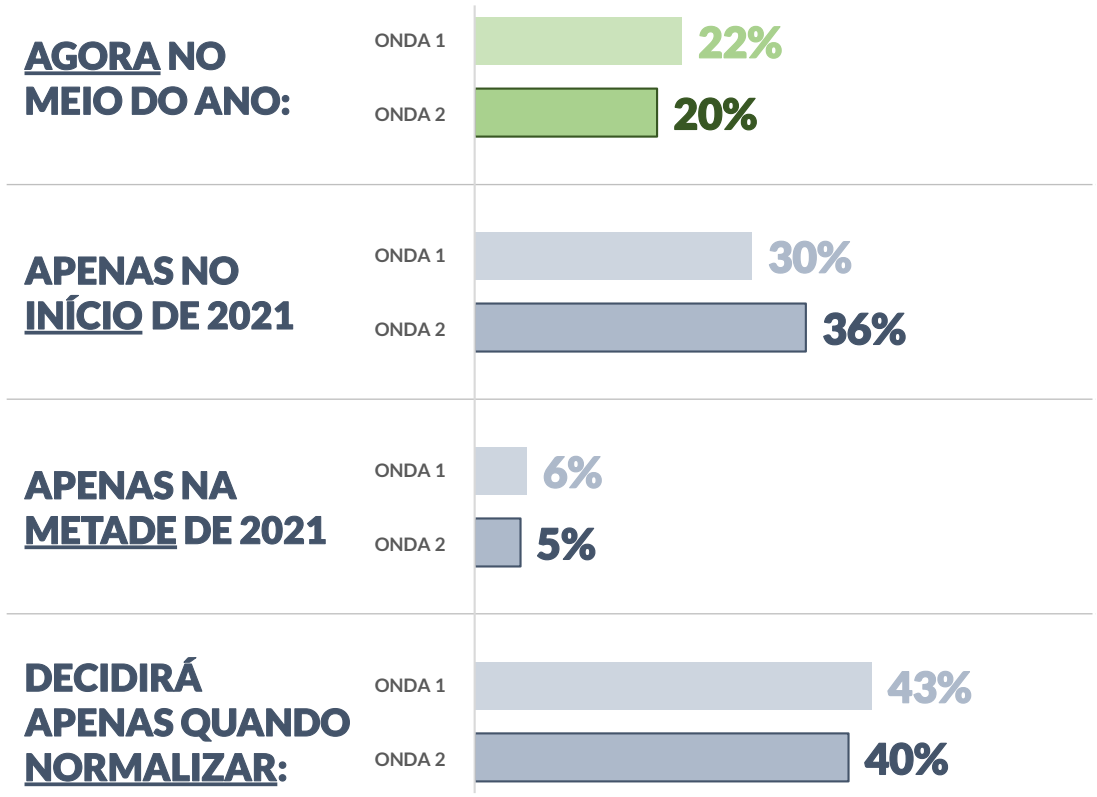
TESE 01 | TESE 02 | TESE 03

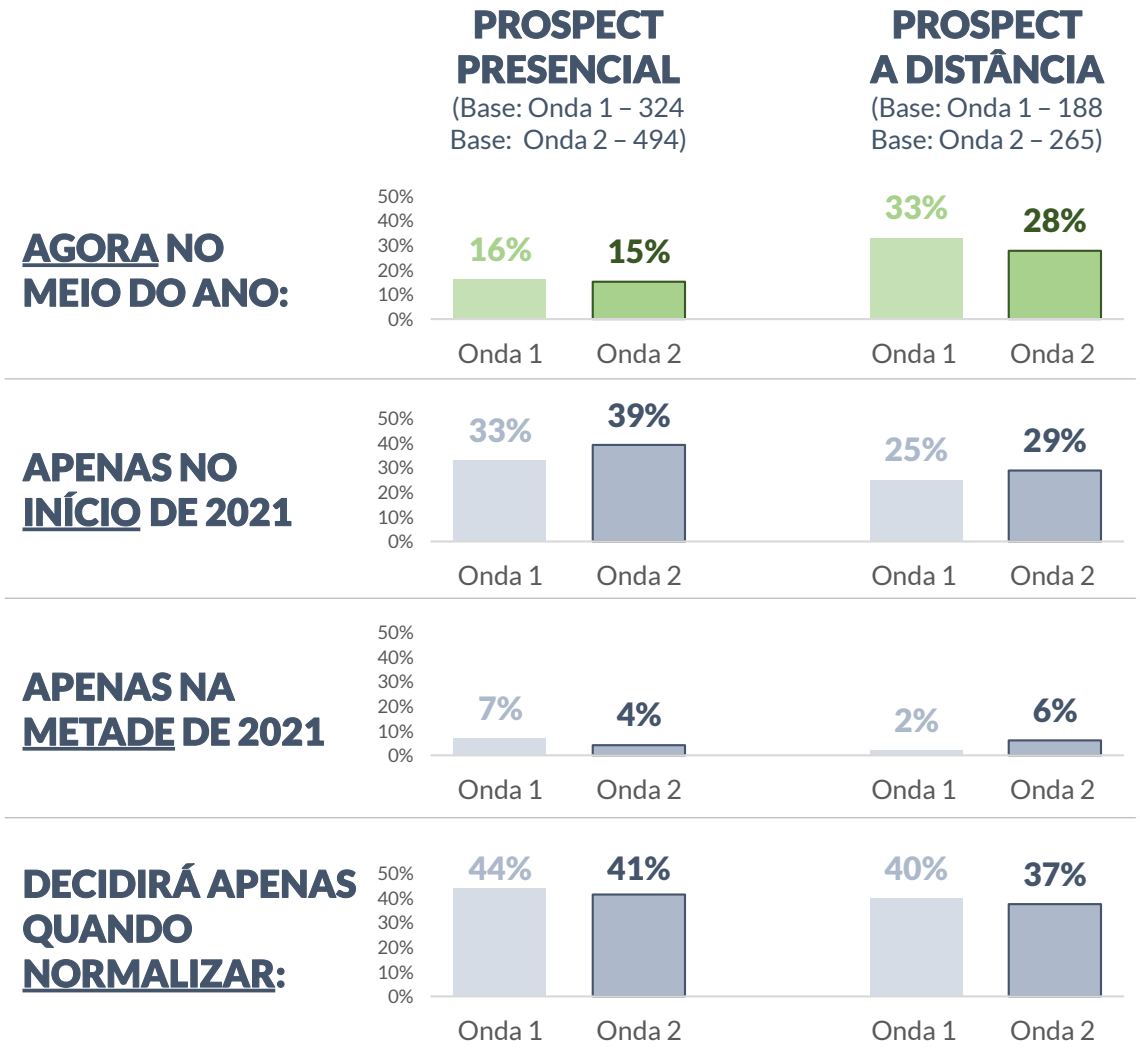
Será um ciclo de captação diferente, mas a demanda existe! Temos 60% do mercado que ainda pode decidir no meio do ano

educainsights

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

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





FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA (ONDA 1: 512 CASOS / ONDA 2: 759 CASOS)

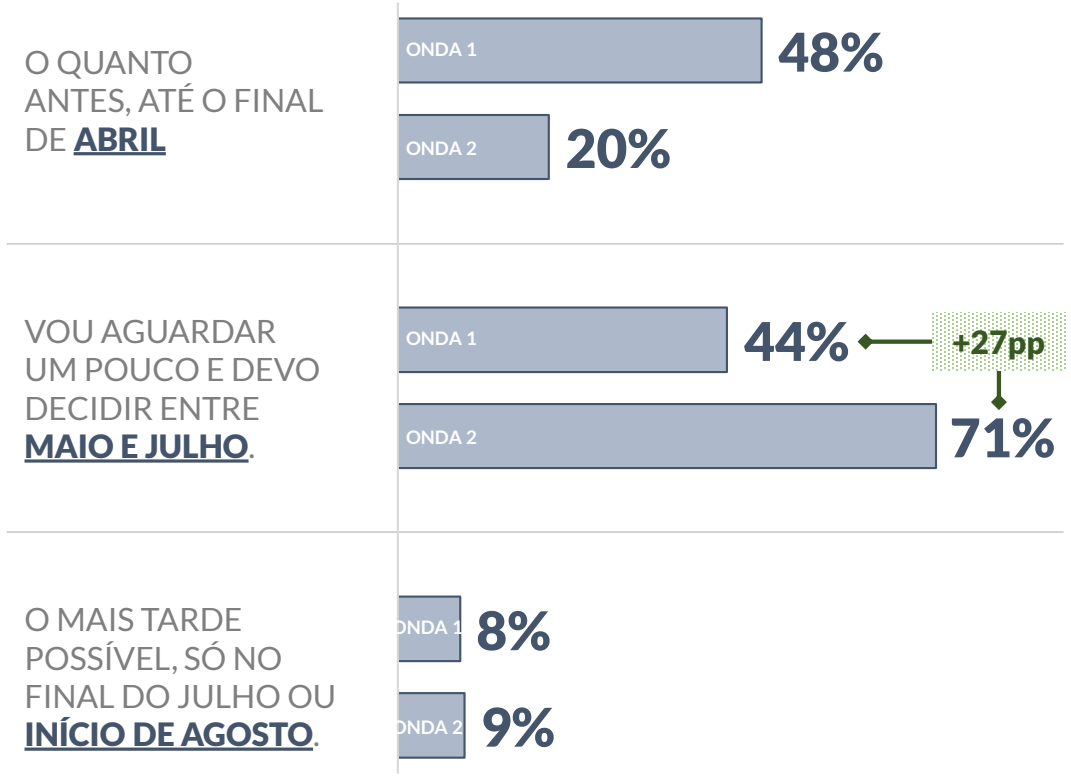
Educa Insights® Todos os direitos reservados

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

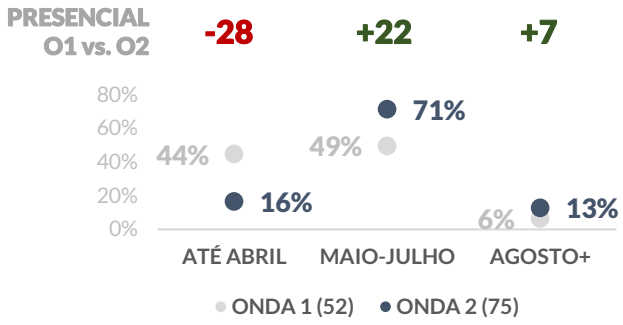
educainsights

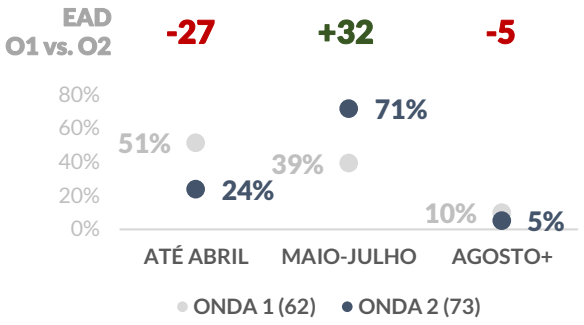
CICLO DE MEIO DE ANO/INVERNO: QUANDO VOCÊ COMEÇARÁ A PENSAR NA ESCOLHA SUA DA FACULDADE?

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



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"

FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA (ONDA 1: 114 CASOS / ONDA 2: 148 CASOS)

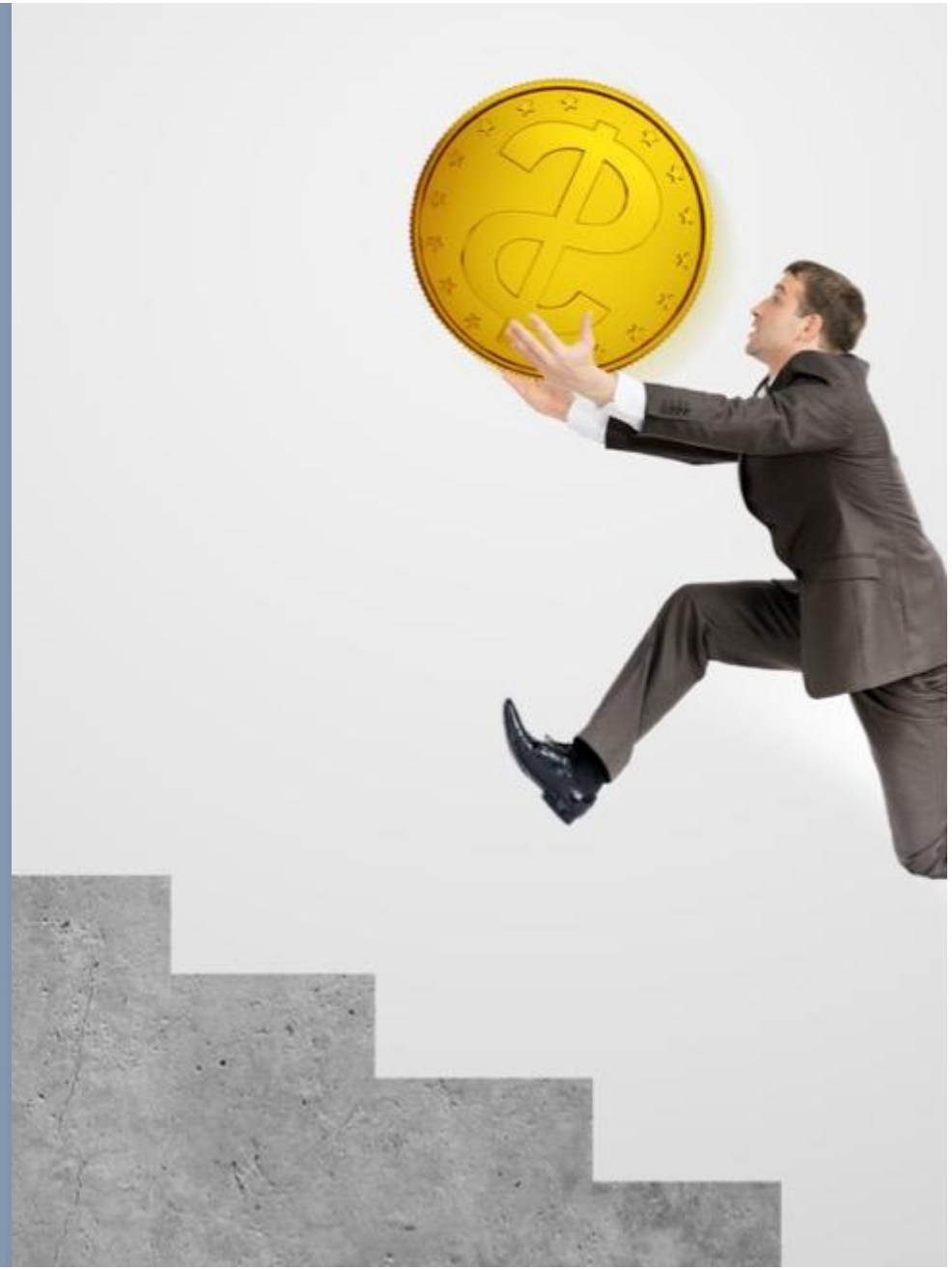
Educa Insights® Todos os direitos reservados

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 POLITICAS COMERCIAIS;



educainsights

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

educa insights

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

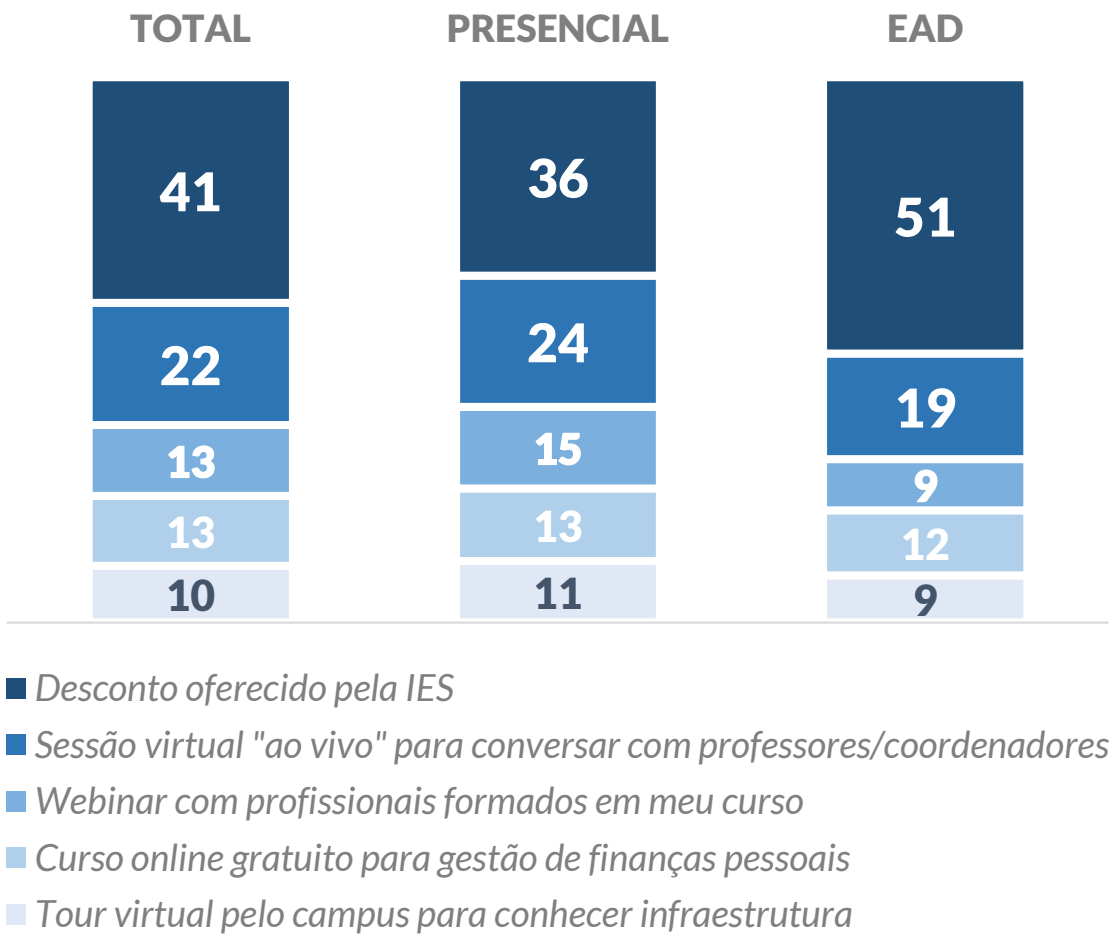
FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA ONDA 2: 759 CASOS

Educa Insights® Todos os direitos reservados

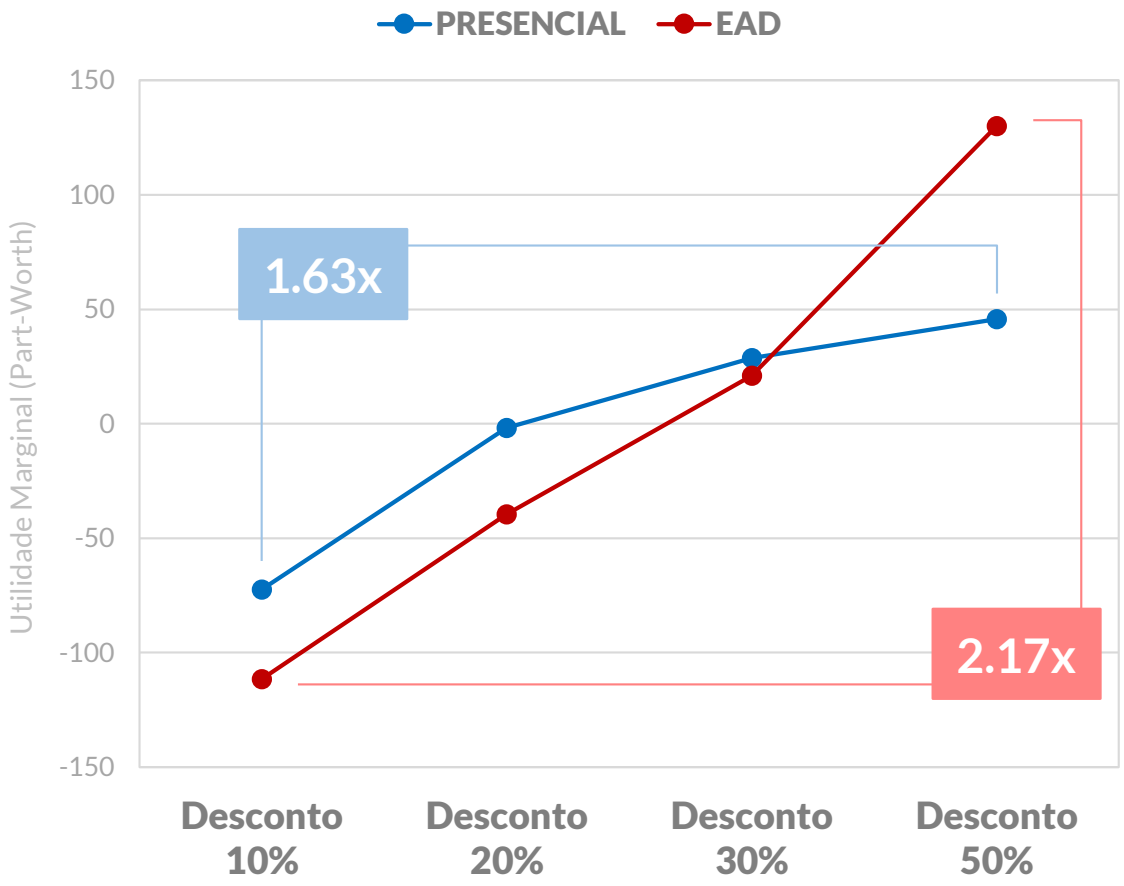
Acertar no PREÇO é, com certeza, fundamental para o momento...

educainsights

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



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



FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA ONDA 2: 759 CASOS

Educa Insights® Todos os direitos reservados

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

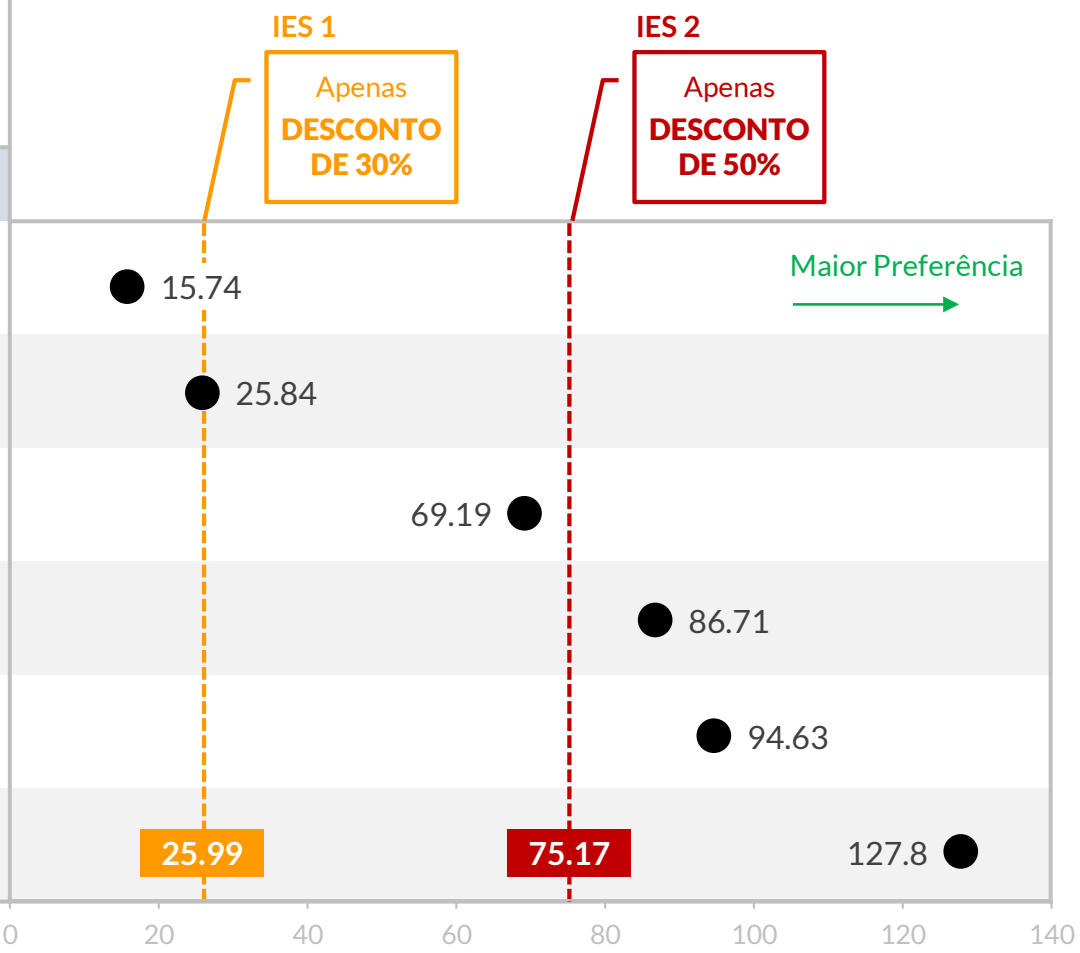
educa insights

IMPORTÂNCIA →

Atributos avaliados nos exercícios de escolha

	DESCONTO NA MENSALIDADE (41%)				SESSÃO VIRTUAL COORDENADOR OU PROFESSORES (22%)		WEBINAR COM PROFISSIONAIS DO CURSO (13%)		CURSO ONLINE GRATUITO DE FINANÇAS PESSOAIS (13%)		TOUR VIRTUAL PELO CAMPUS (10%)	
	10%	20%	30%	50%	S	N	S	N	S	N	S	N
Estratégia 1	X				X			X	X		X	
Estratégia 2		X				X			X		X	
Estratégia 3		X			X			X	X		X	
Estratégia 4		X			X		X		X		X	
Estratégia 5			X		X			X	X			X
Estratégia 6			X		X		X		X		X	

QUAIS SÃO POSSÍVEIS COMBINAÇÕES PARA OTIMIZARMOS O "EFEITO DO DESCONTO"?



FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA ONDA 2: 759 CASOS

Educa Insights® Todos os direitos reservados

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

educainsights

Cliente Oculto – Covid19 no Ensino Superior

educainsights

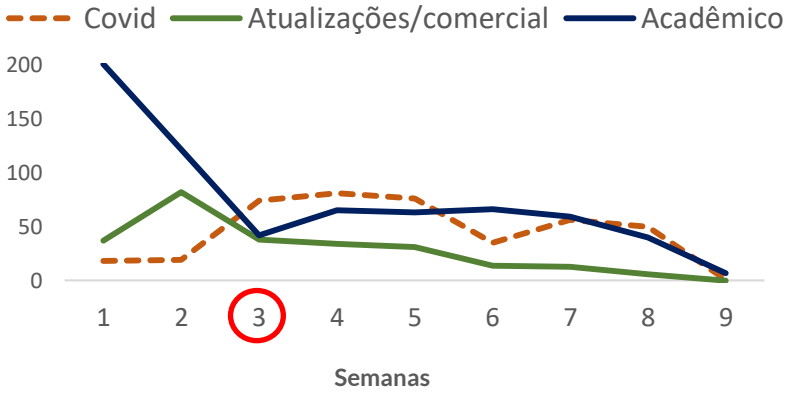
1

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

Educa Insights® Todos os direitos reservados

Cliente Oculto – Covid19 no Ensino Superior

educainsights

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*

Educa Insights® Todos os direitos reservados

E como devemos operar no meio do ano?

educainsights

3

Operação da Captação no Meio do Ano

Características do Meio de Ano

Meio de Ano vs. Início de Ano

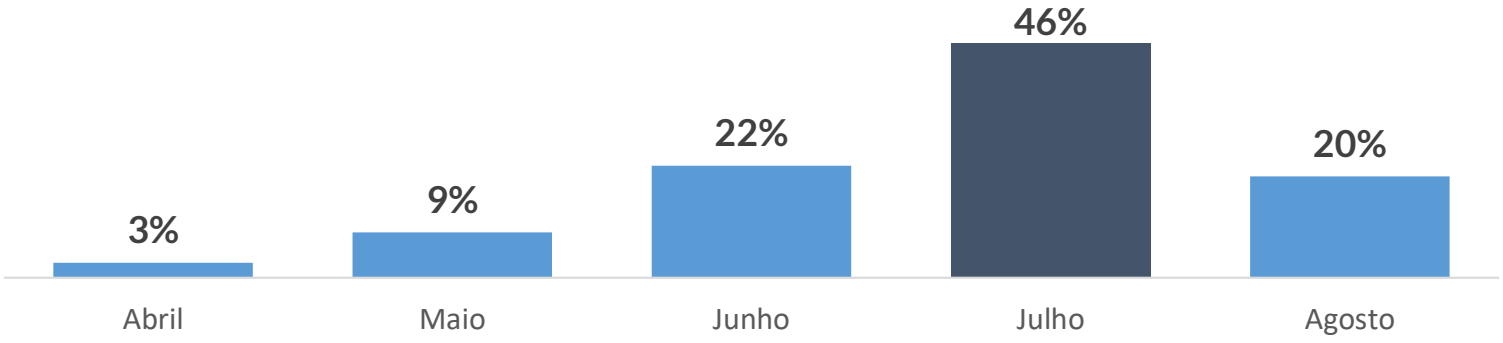
- *Representam 1/3 da Captação Anual*
- *São mais dependentes do Vestibular Agendado e concentradas nos Cursos de Negócios*
- *Transferências Externas são mais importantes*
- *Perfil do Prospect é parecido com o de Jan. e Fev.*

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?

Educa Insights® Todos os direitos reservados

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.

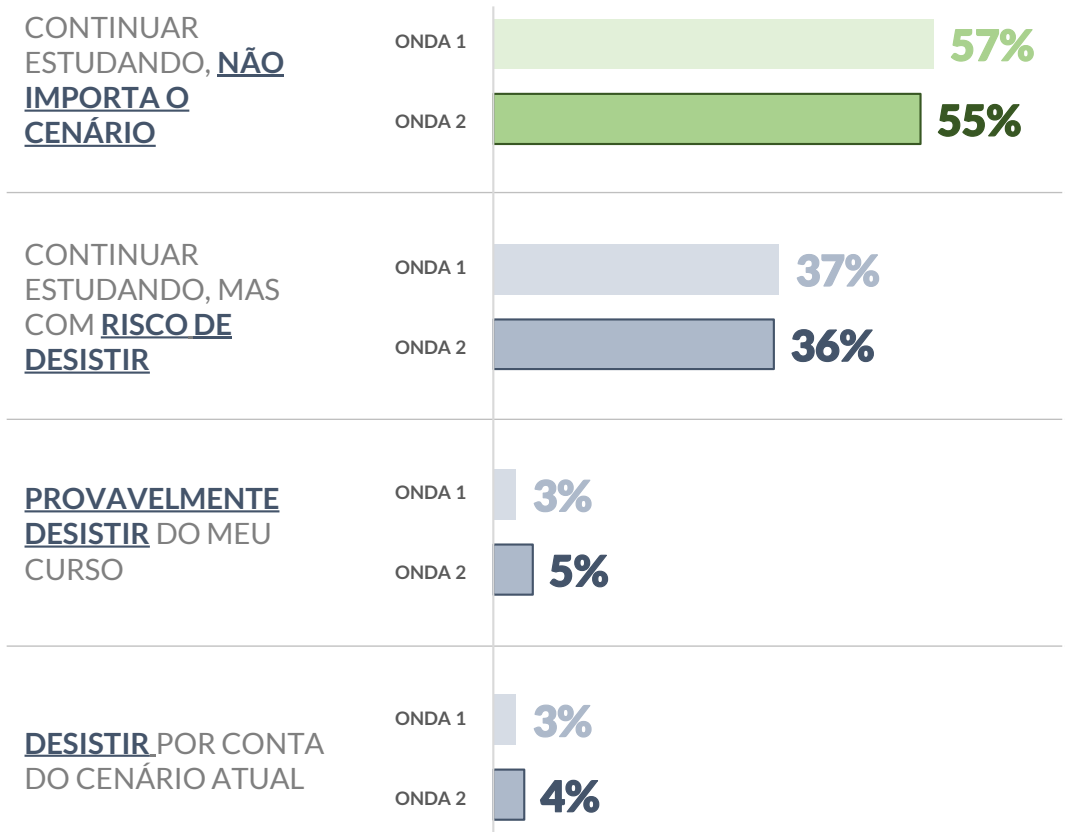
TESE 01 | **TESE 02** | TESE 03

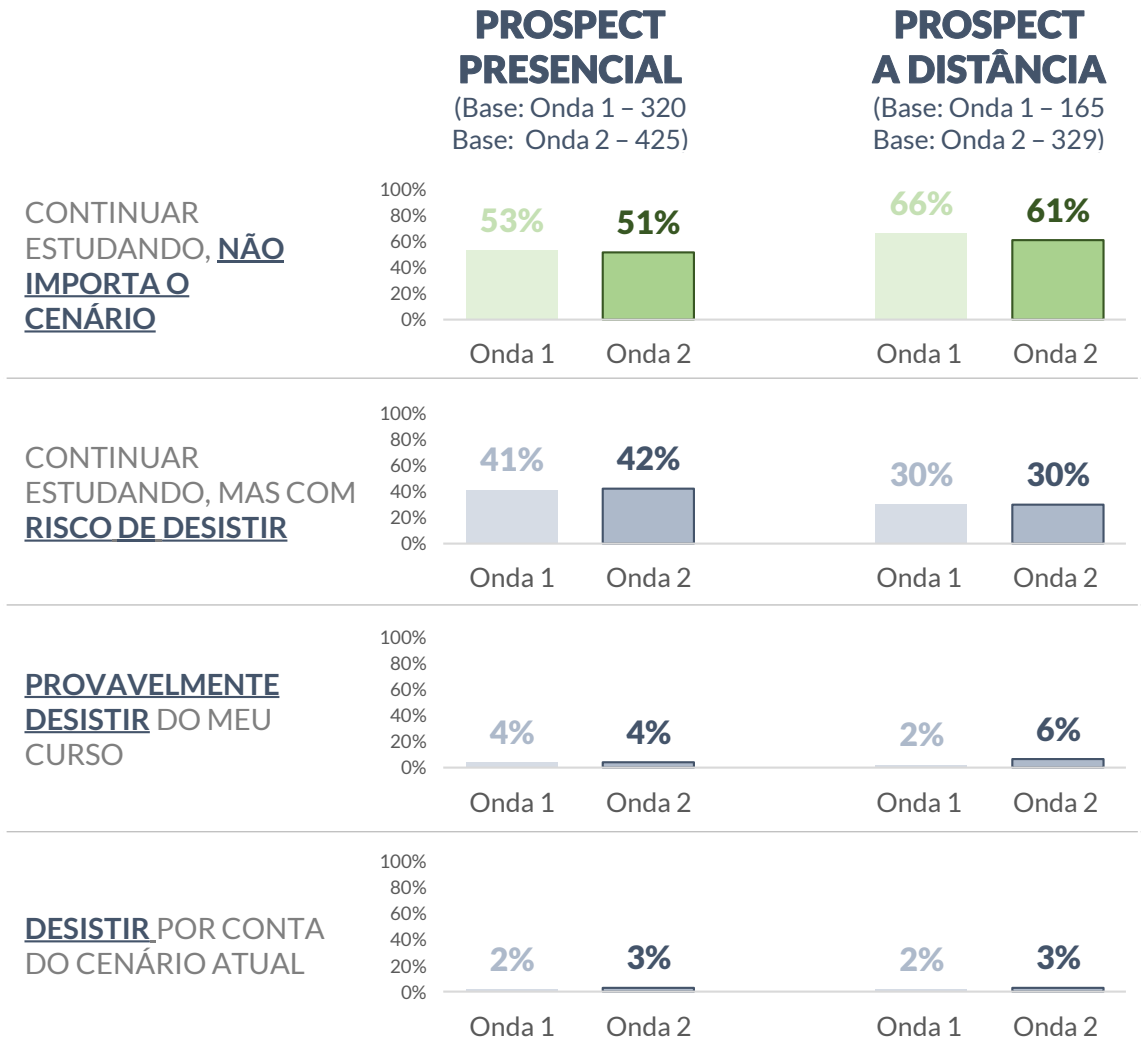
A intenção ainda é POSITIVA!
Mais de 90% dos alunos quer continuar estudando!

educainsights

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

Base: Onda 1 – 485 casos
Base: Onda 2 – 754 casos





FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA (ONDA 1: 485 CASOS / ONDA 2: 754 CASOS)

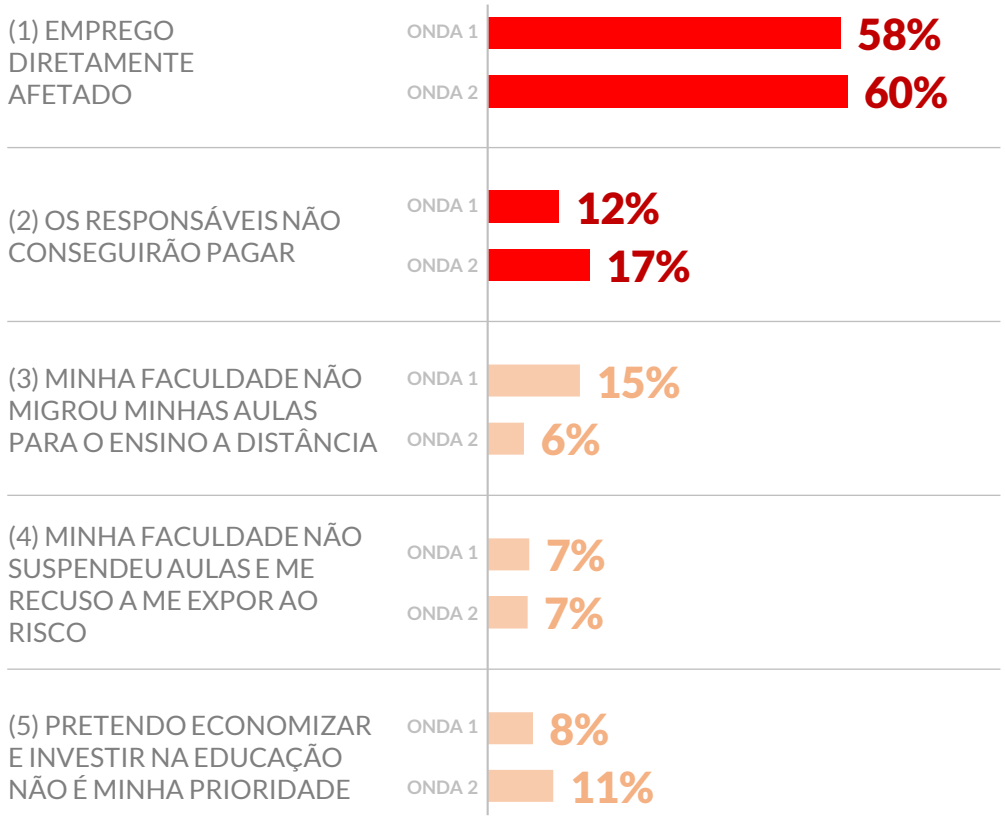
Educa Insights® Todos os direitos reservados

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

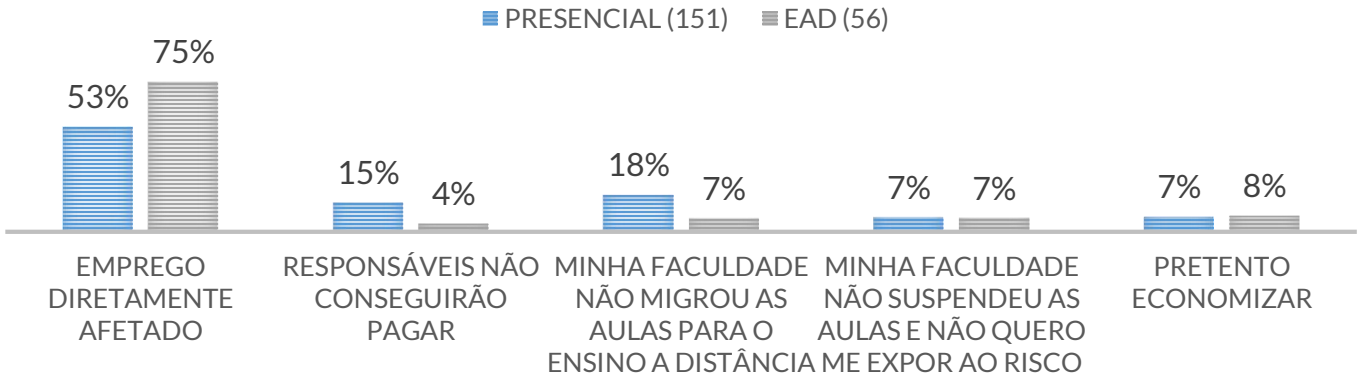
educa insights

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

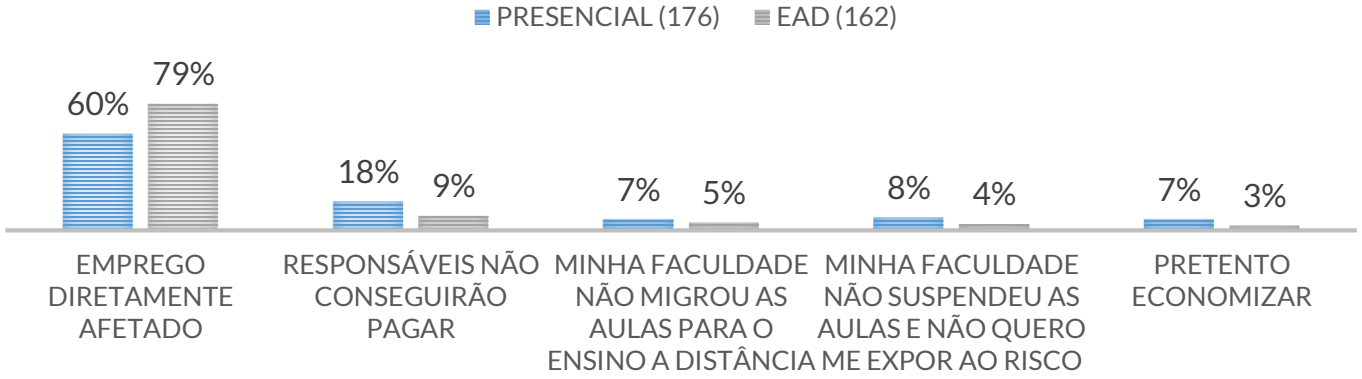
(Base: Onda 1 – 207 casos
Base: Onda 2 – 338 casos)



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



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



FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA (ONDA 1: 207 CASOS / ONDA 2: 338 CASOS)

Educa Insights® Todos os direitos reservados

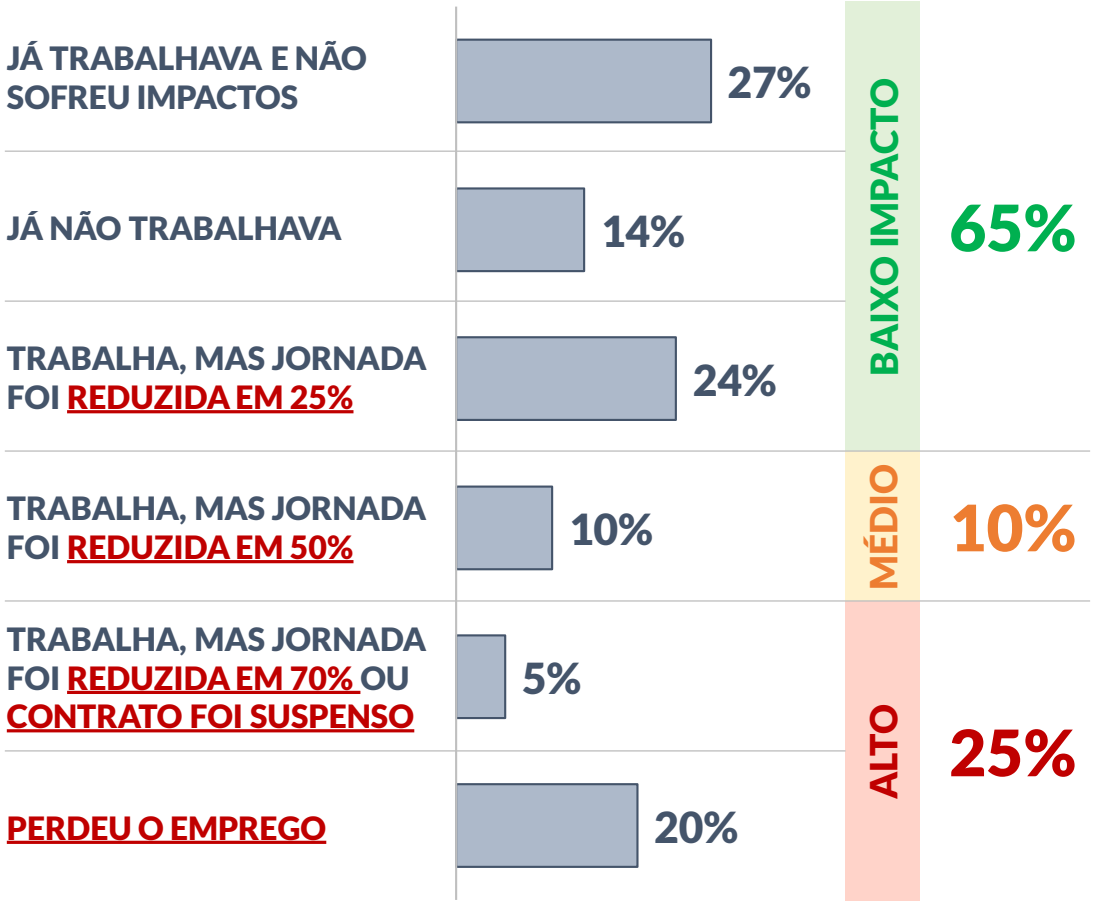
VAMOS ENTENDER UM POUCO MELHOR COMO A PERDA DE RENDA IMPACTA A INTENÇÃO DE CONTINUAR ESTUDANDO...

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.

educa insights

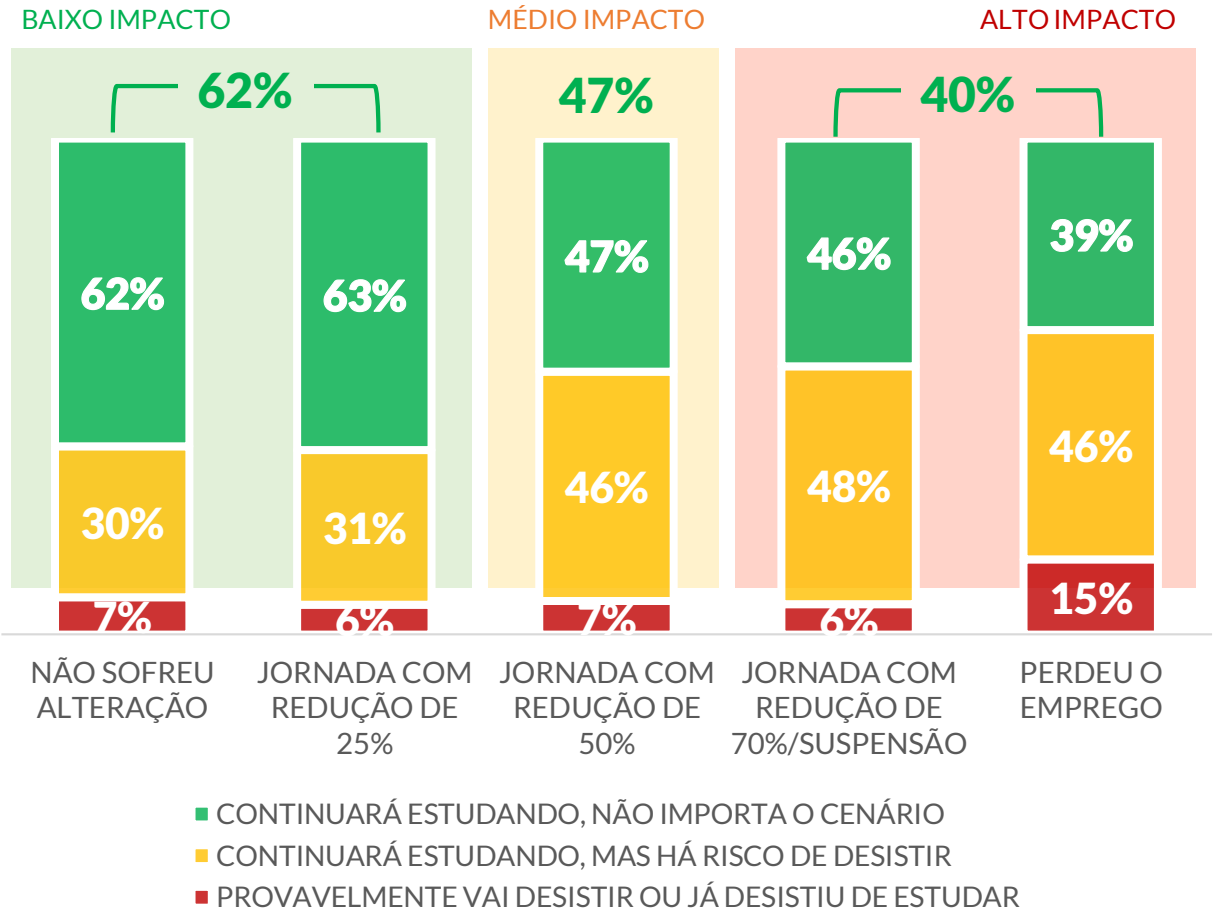
DESDE O INÍCIO DA CRISE, O QUE OCORREU COM A SUA SITUAÇÃO DE TRABALHO?

(Base: 754 casos)



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

(Base: 754 casos)



FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA ONDA 2: 754 CASOS

Educa Insights® Todos os direitos reservados

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

educa insights

% de respondentes Base: 754	CENÁRIO DECLARADO Assumindo a intenção dos alunos, desconsiderando impacto em renda individual				CENÁRIO REALISTA Assumindo que alunos com ALTO impacto em renda não poderão pagar				CENÁRIO PESSIMISTA Assumindo que alunos com ALTO e MÉDIO impacto em renda não poderão pagar			
	BAIXO	MÉDIO	ALTO	TOTAL	BAIXO	MÉDIO	ALTO	TOTAL	BAIXO	MÉDIO	ALTO	TOTAL
CONTINUARÁ ESTUDANDO, NÃO IMPORTA O CENÁRIO	40%	5%	10%	**55%**	40%	5%	NÃO PODERÁ PAGAR	**45%**	40%	NÃO PODERÁ PAGAR	NÃO PODERÁ PAGAR	**40%**
CONTINUARÁ ESTUDANDO, MAS HÁ RISCO DE DESISTIR	20%	5%	12%	**36%**	20%	5%	↓	**25%**	20%	↓	↓	**20%**
PROVAVELMENTE VAI DESISTIR OU JÁ DESISTIU DE ESTUDAR	5%	0%	4%	**9%**	3%	0%	24%	**27%**	3%	10%	24%	**40%**
% de alunos que pretende continuar estudando em cada um dos cenários	**91%**				**70%**				**60%**			

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

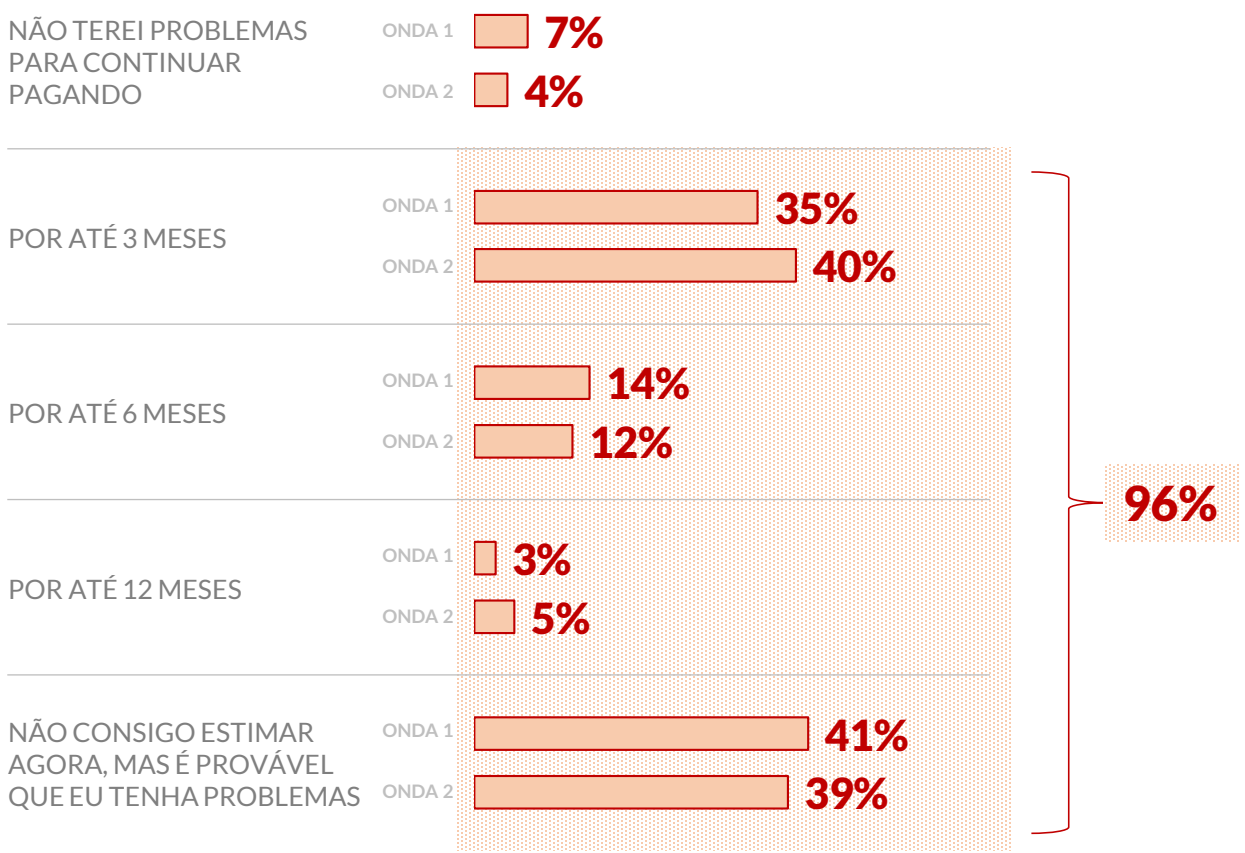
Educa Insights® Todos os direitos reservados

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

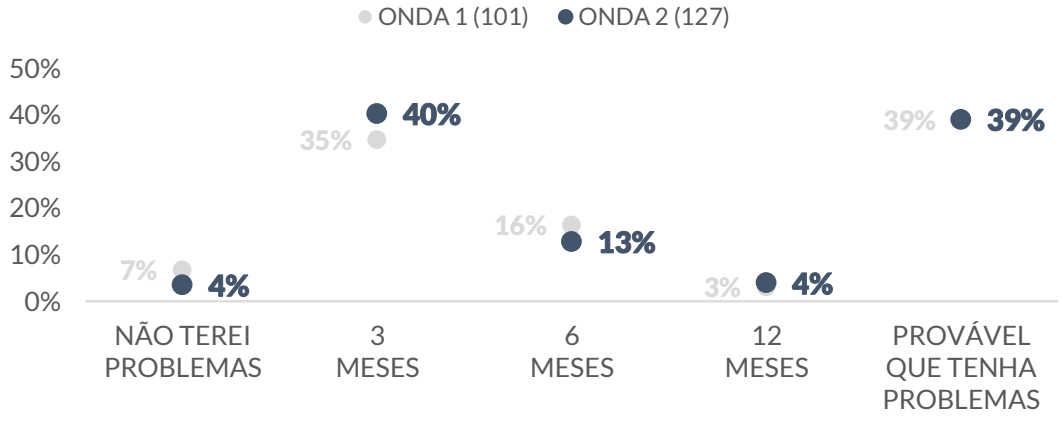
educainsights

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

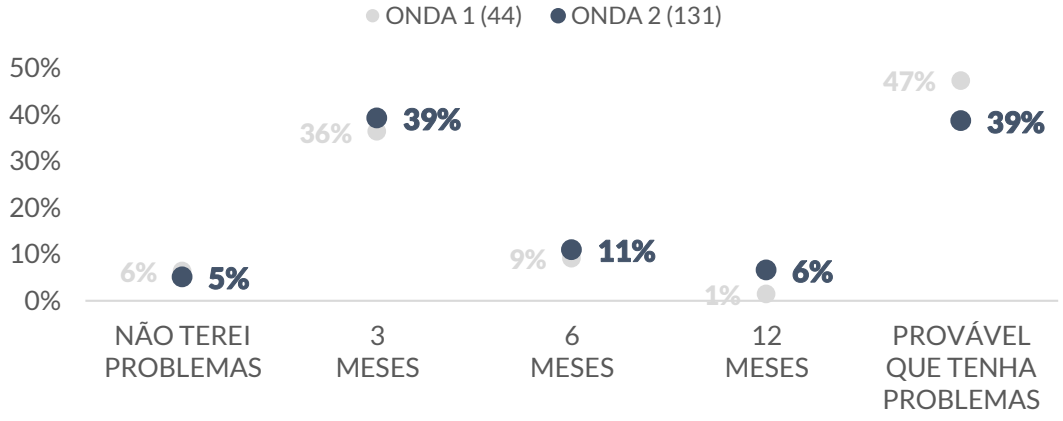
(Base: Onda 1 – 147 casos
Base: Onda 2 – 258 casos)



PARA ALUNOS MATRICULADOS EM CURSOS **PRESENCIAIS**:



PARA ALUNOS MATRICULADOS EM CURSOS **A DISTÂNCIA**:



FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA (ONDA 1: 147 CASOS / ONDA 2: 258 CASOS)

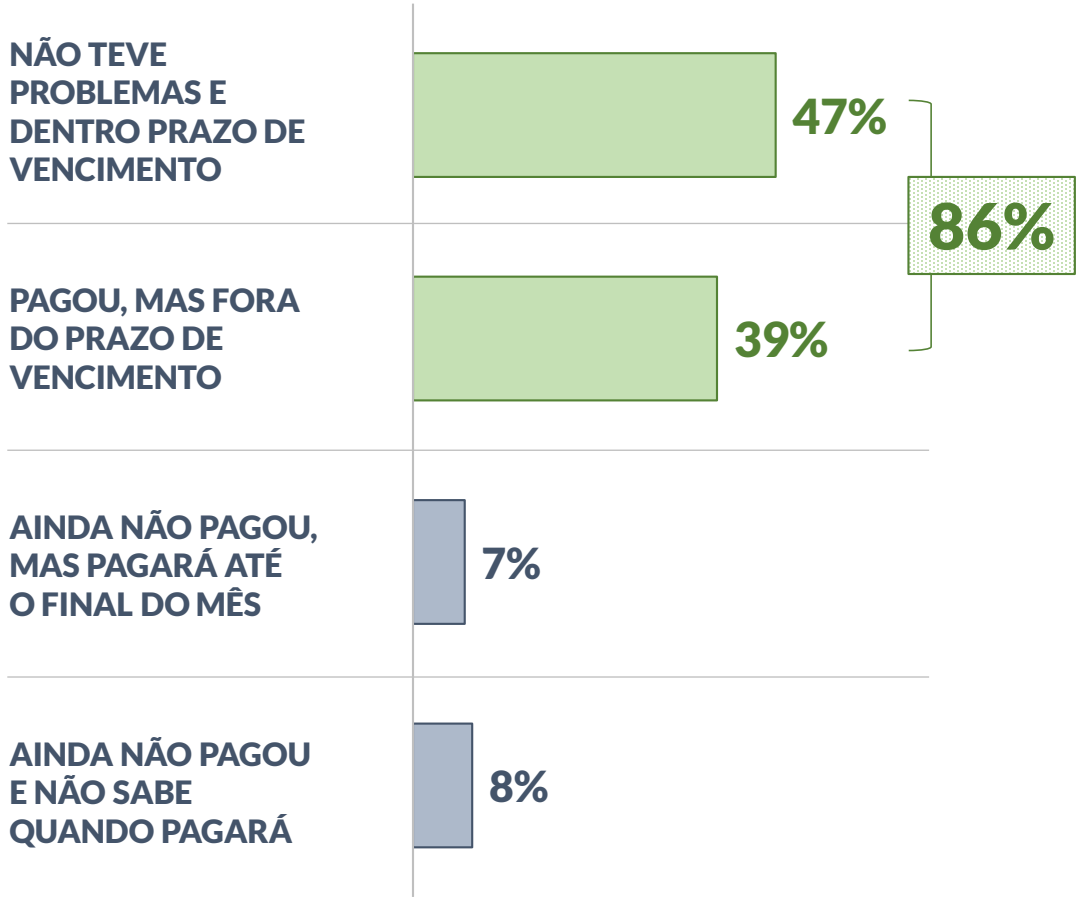
Educa Insights® Todos os direitos reservados

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

educainsights

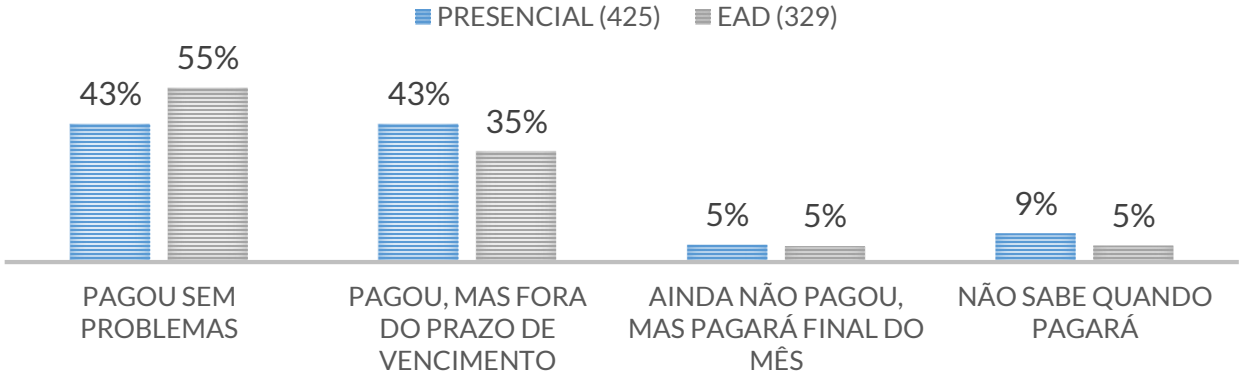
FALANDO ESPECIFICAMENTE DA MENSALIDADE DO MÊS DE ABRIL, VOCÊ:

(Base: 754 casos)



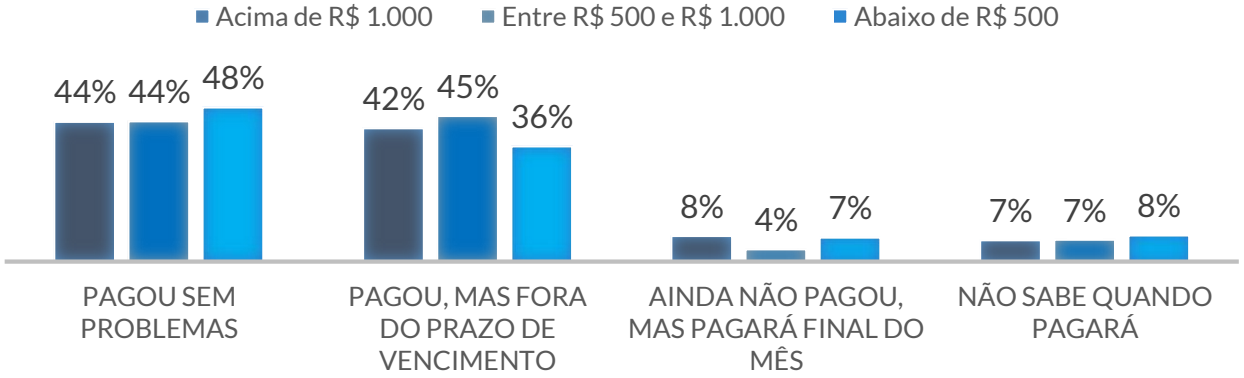
Análise por Modalidade (%)

(Base: 754)



Análise por Mensalidade que Paga (%)

(Base: 754)



FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA ONDA 2: 754 CASOS

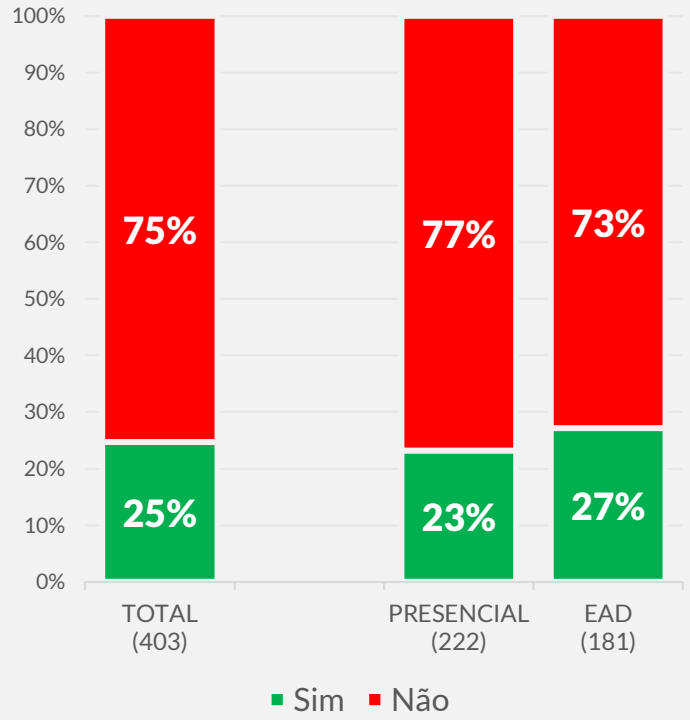
Educa Insights® Todos os direitos reservados

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

educainsights

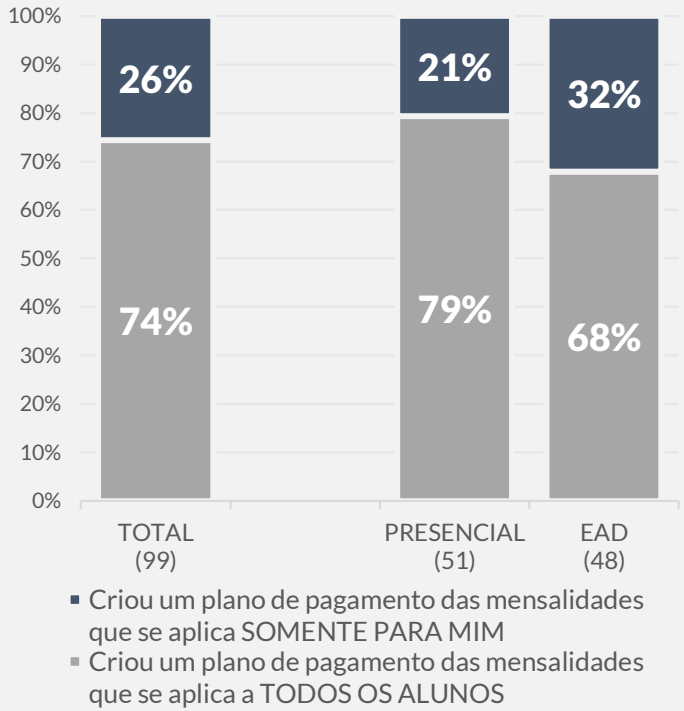
Sua faculdade disponibilizou algum auxílio para que você pudesse continuar pagando por suas mensalidades?

(Base: 403)



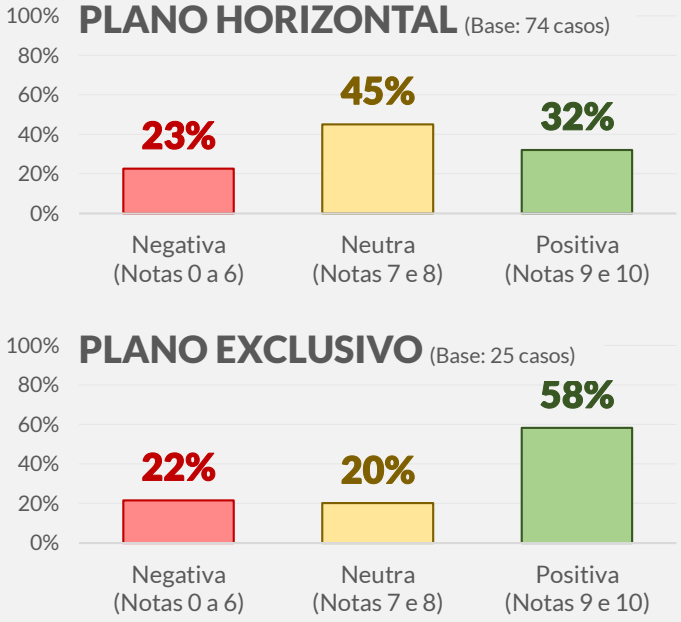
E qual ação foi tomada pela sua faculdade para auxiliar nas próximas mensalidades?

(Base: 99)



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

(Base: 99)



Exercício aplicado em escala de 0 a 10, onde 0 significa que a satisfação é muito negativa e 10 significa que a satisfação é muito positiva, Negativa: notas de 0 a 6; Neutro: 7 e 8; Positiva: 9 e 10.

FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA ONDA 2: 403 CASOS

Educa Insights® Todos os direitos reservados

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

Vamos a um exercício...

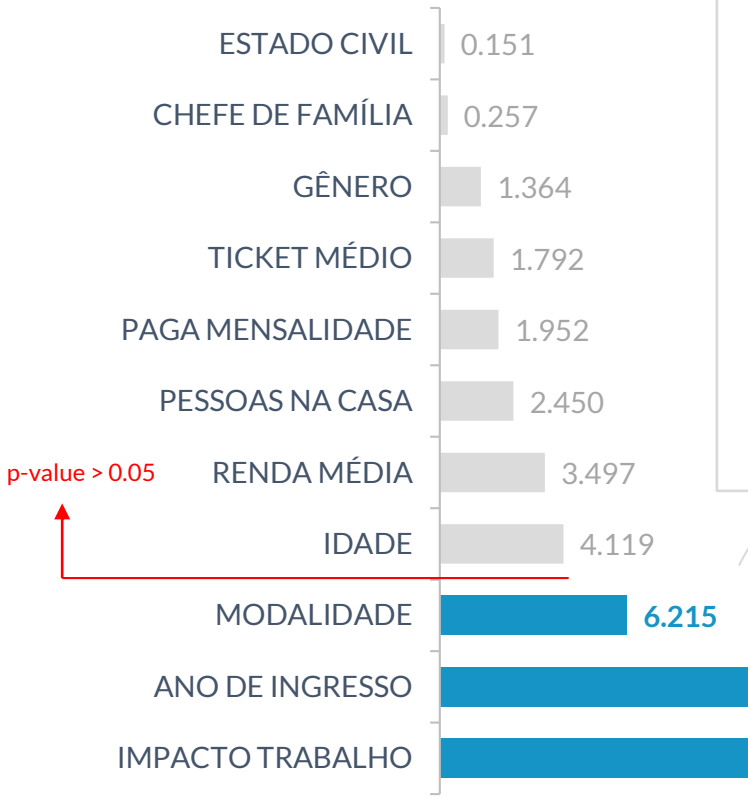
educainsights

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

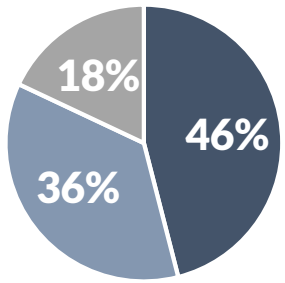
educa insights

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

Estatística Chi-Square



Drivers para Desistência

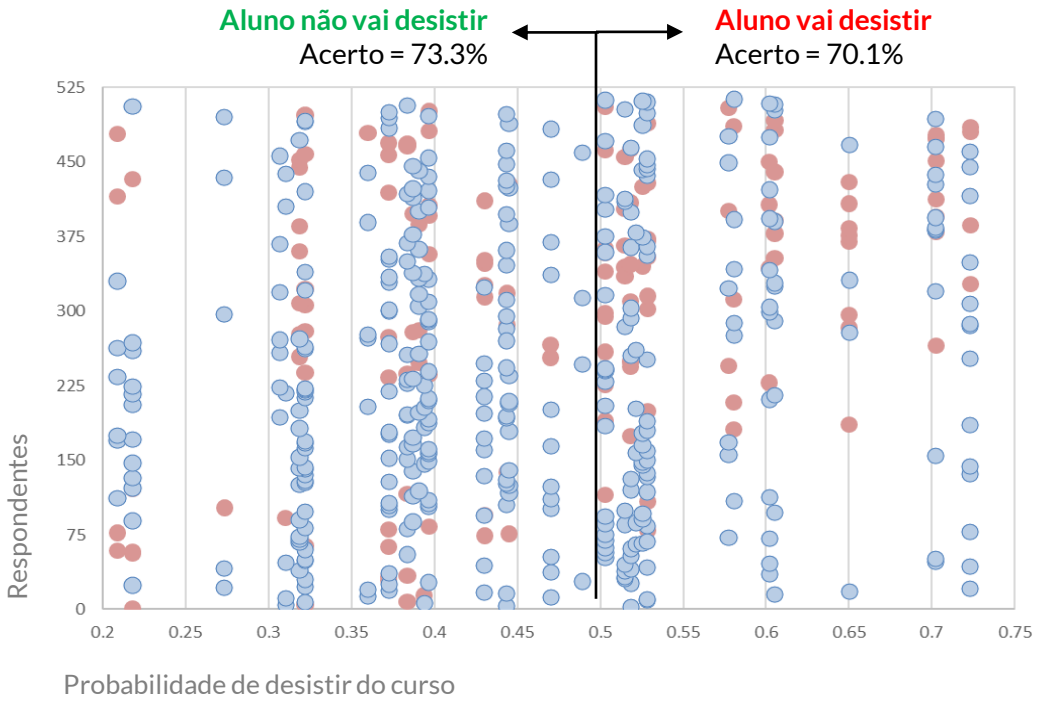


- Impacto no Trabalho
- Ano de Ingresso
- Modalidade

Derivando a importância de cada fator

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

Acerto de Classificação: 71.7%



Predição Correta
Grupo Pré = Grupo Pós

Predição Incorreta
Grupo Pré =/ Grupo Pós

FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA ONDA 2: 759 CASOS

Educa Insights® Todos os direitos reservados

Uma breve pausa para entendermos o modelo....

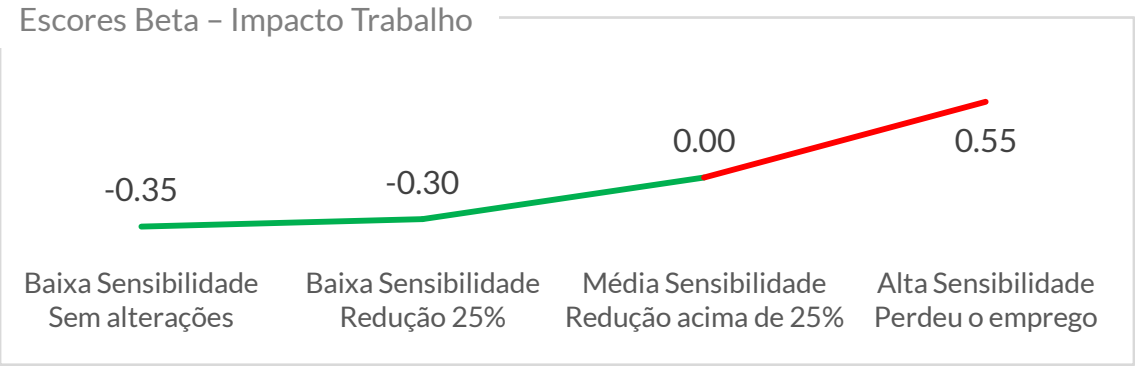
educainsights

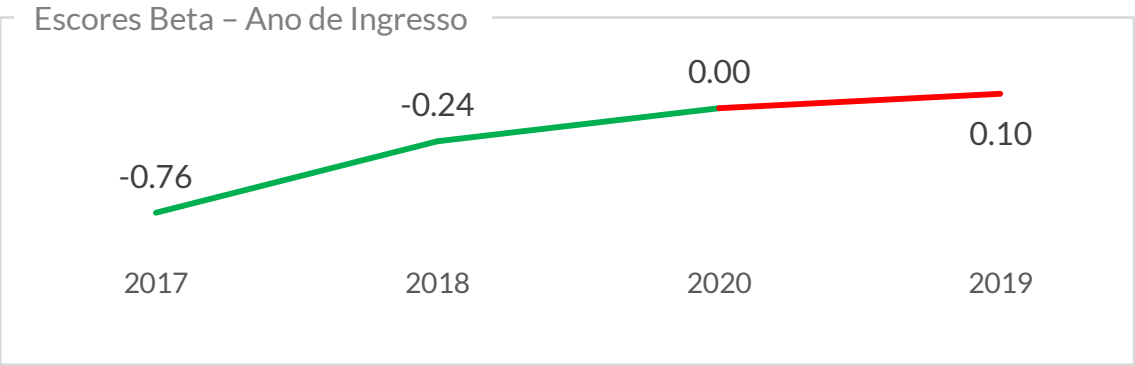
Modelo de Regressão Logística pelo Método Forward Stepwise

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 + ANO_INGRESSO(3)*0.102 + ANO_INGRESSO(2)* -0.239 + ANO_INGRESSO(1)* -0.756 + MODALIDADE(1)* -0.533 + IMPACTO_TRABALHO(2)*0.547 + IMPACTO_TRABALHO(3)* -0.300 + IMPACTO_TRABALHO(1)* -0.355



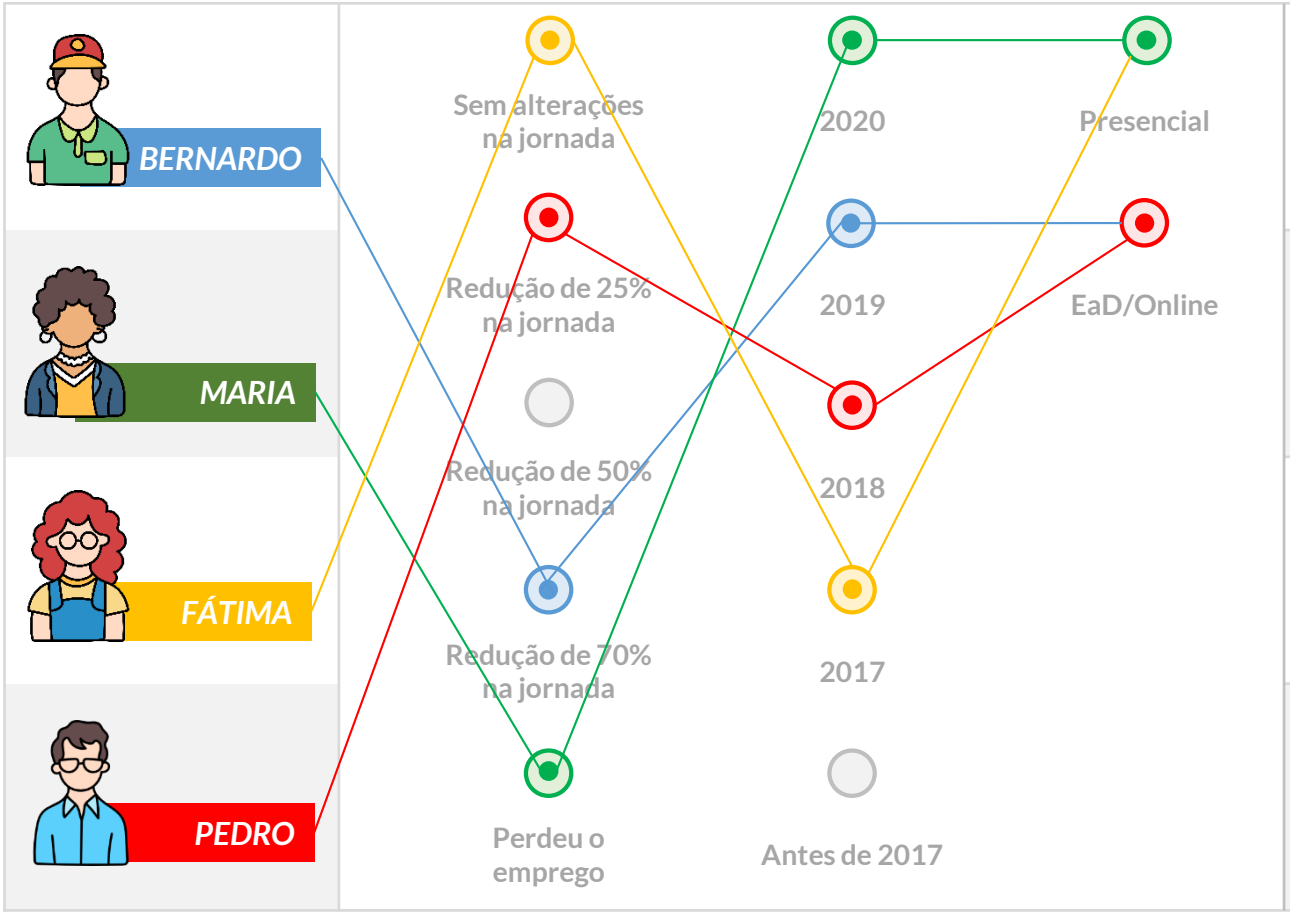


FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA ONDA 2: 759 CASOS

Educa Insights® Todos os direitos reservados

O que isso significa na prática?

educa insights



	Escore calculado pelo modelo (Z)	Probabilidade de Desistir do curso	IES deve priorizar este aluno?
BERNARDO	Z = 0.427	p = 61%	SIM
MARIA	Z = 0.858	p = 70%	SIM
FÁTIMA	Z=- 0.744	p=32%	NÃO
PEDRO	Z=- 0.814	p=30%	NÃO

FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA ONDA 2: 759 CASOS

Educa Insights® Todos os direitos reservados

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**

Aceitação do EAD: muito mudou em 3 anos!

educainsights

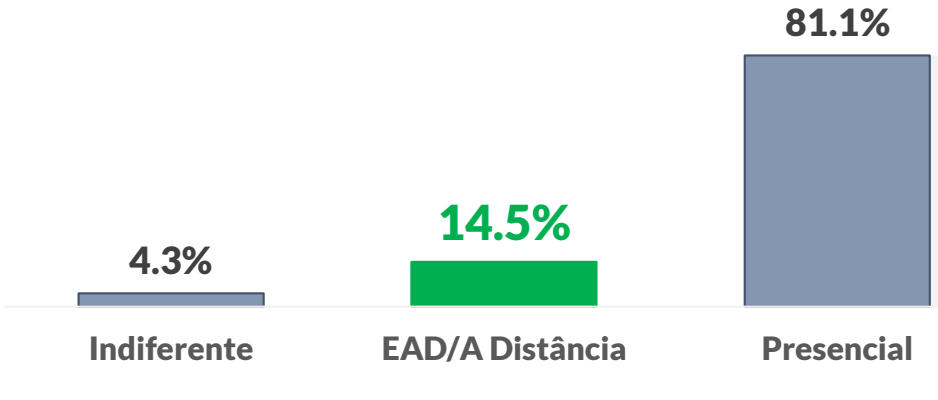
Evolução da ACEITAÇÃO do EAD:

Aceitação EAD

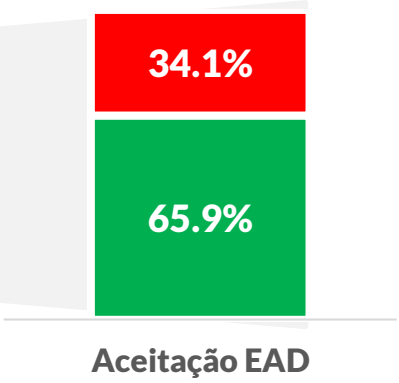
2017

Base: 3.287

Em qual formato você planeja realizar o seu curso?



Migraria para o EaD?

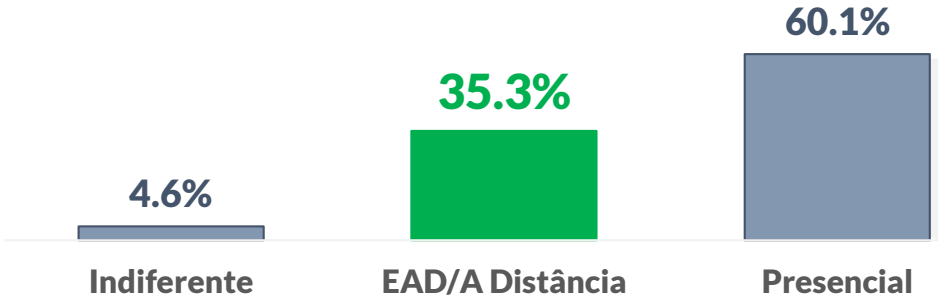


Aceitação EAD

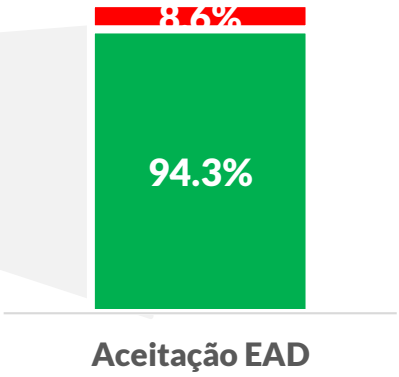
2020

Base: 4.859

Em qual formato você planeja realizar o seu curso?



Migraria para o EaD?



Delta 2017-20	+0.3pp	+20.8pp	-21.0pp

+23.7pp

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

FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA

Educa Insights® Todos os direitos reservados

O EaD continua sendo a MELHOR solução para o momento!

educainsights

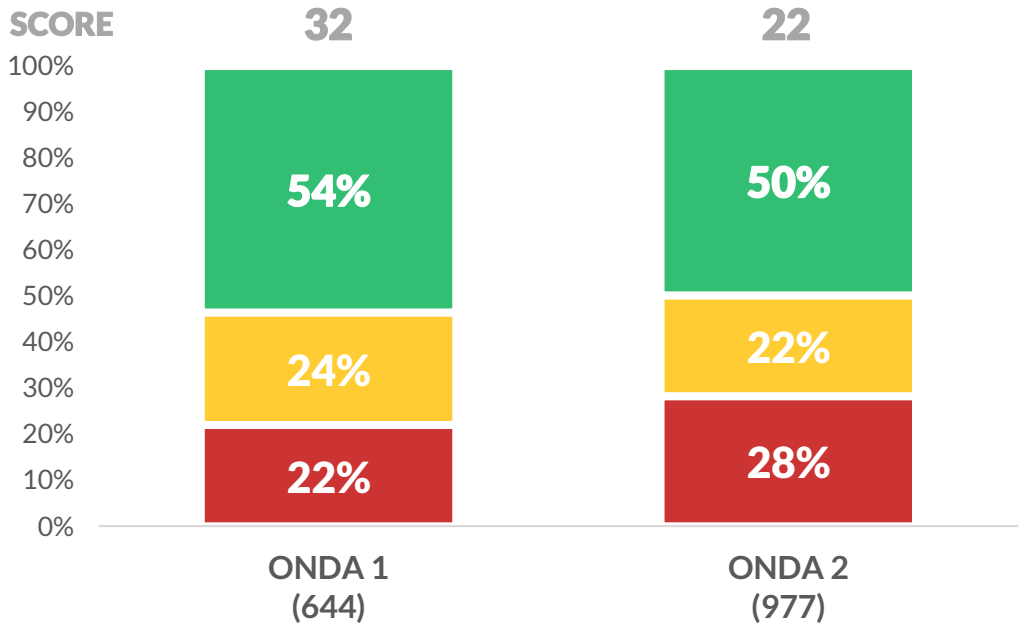
O EAD como **SOLUÇÃO** para o cenário atual:

O quanto concorda com a seguinte afirmação:

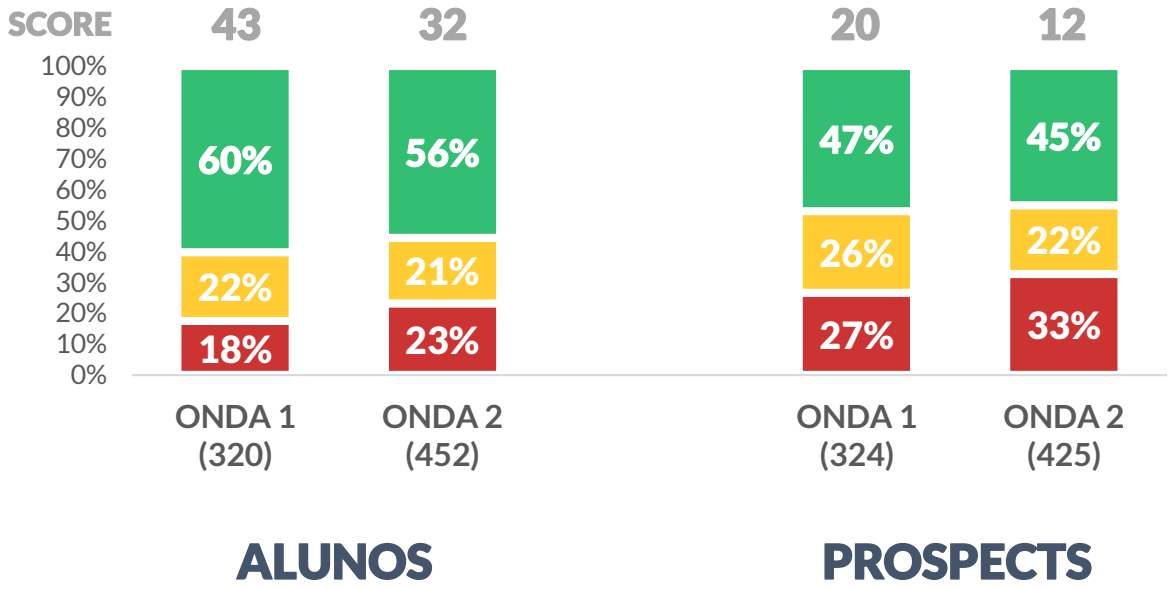
"Considero o ensino a distância como a melhor solução para o momento que estamos vivendo atualmente"

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

TOTAL PRESENCIAL
(Base: Onda 1 – 644 casos
Base: Onda 2 – 977 casos)



PRESENCIAL ALUNOS vs. PROSPECTS
(Base: Onda 1 – 644 casos
Base: Onda 2 – 977 casos)



FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA (ONDA 1: 644 CASOS / ONDA 2: 977 CASOS)

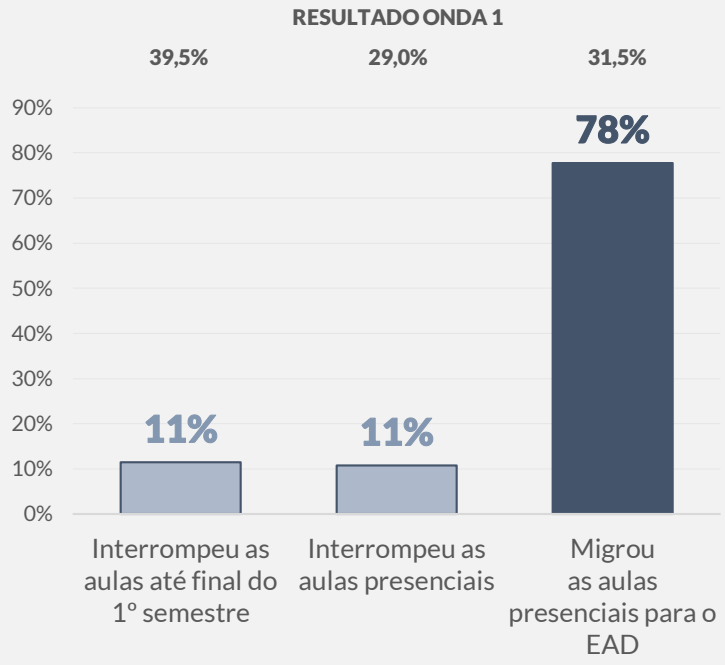
Educa Insights® Todos os direitos reservados

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

educainsights

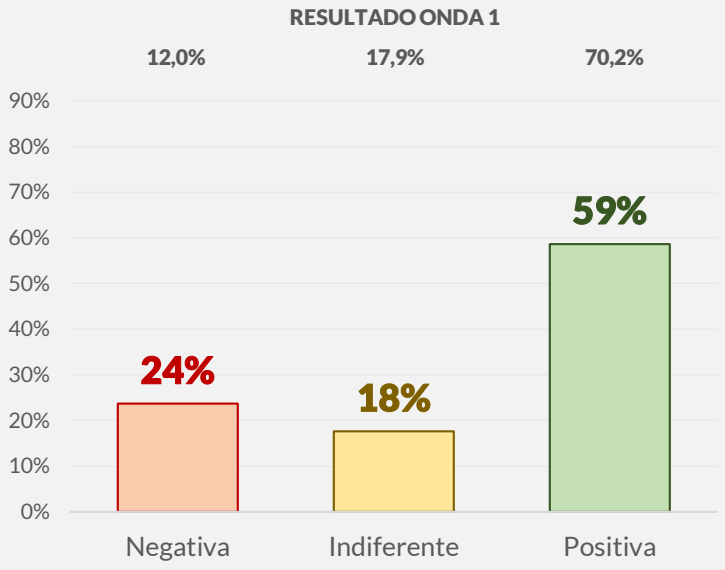
Sua faculdade tomou alguma ação para tentar se adaptar ao cenário atual?

(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?

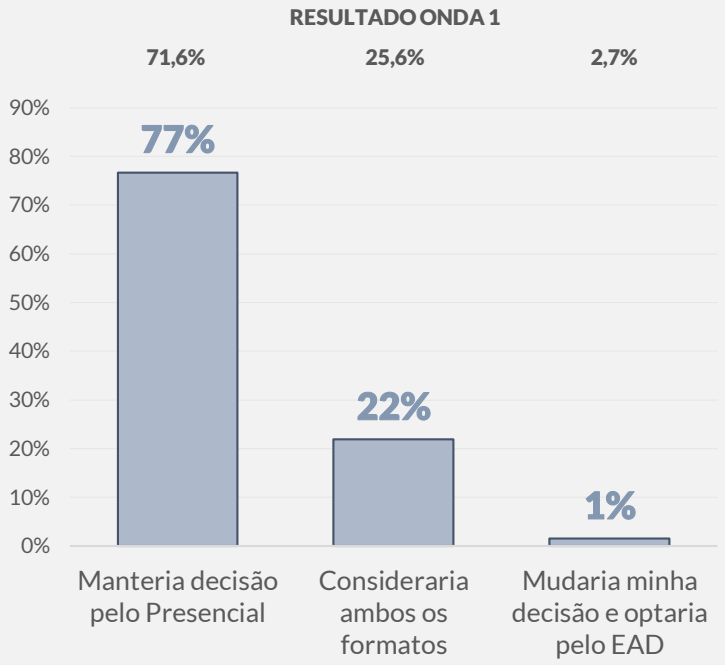
(Base: Onda 1 – 98 casos
Base: Onda 2 – 288 casos)



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)



FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA (ONDA 1: 312 CASOS / ONDA 2: 425 CASOS)

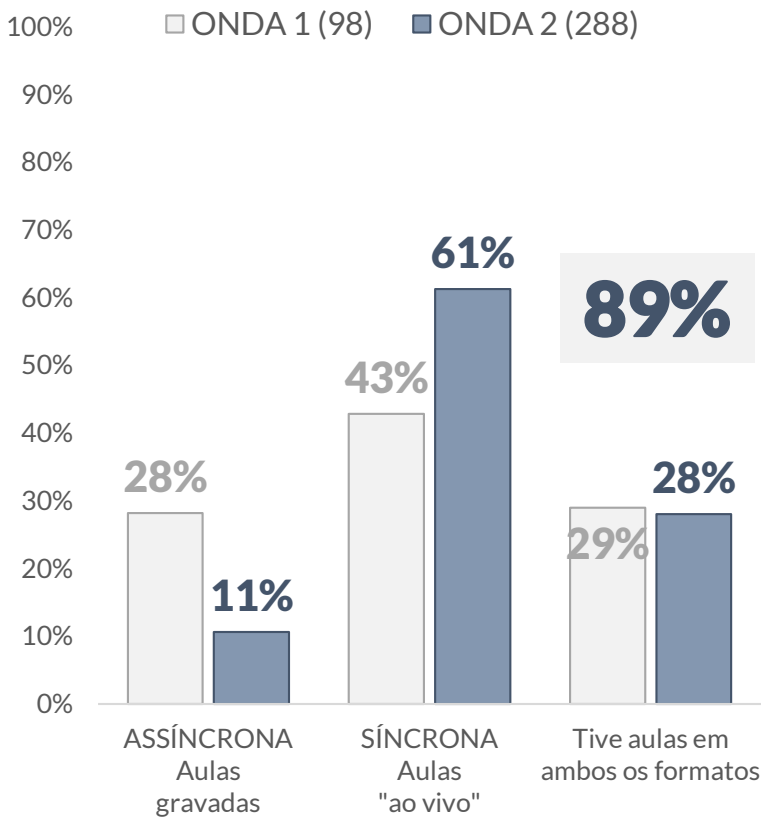
Educa Insights® Todos os direitos reservados

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

educainsights

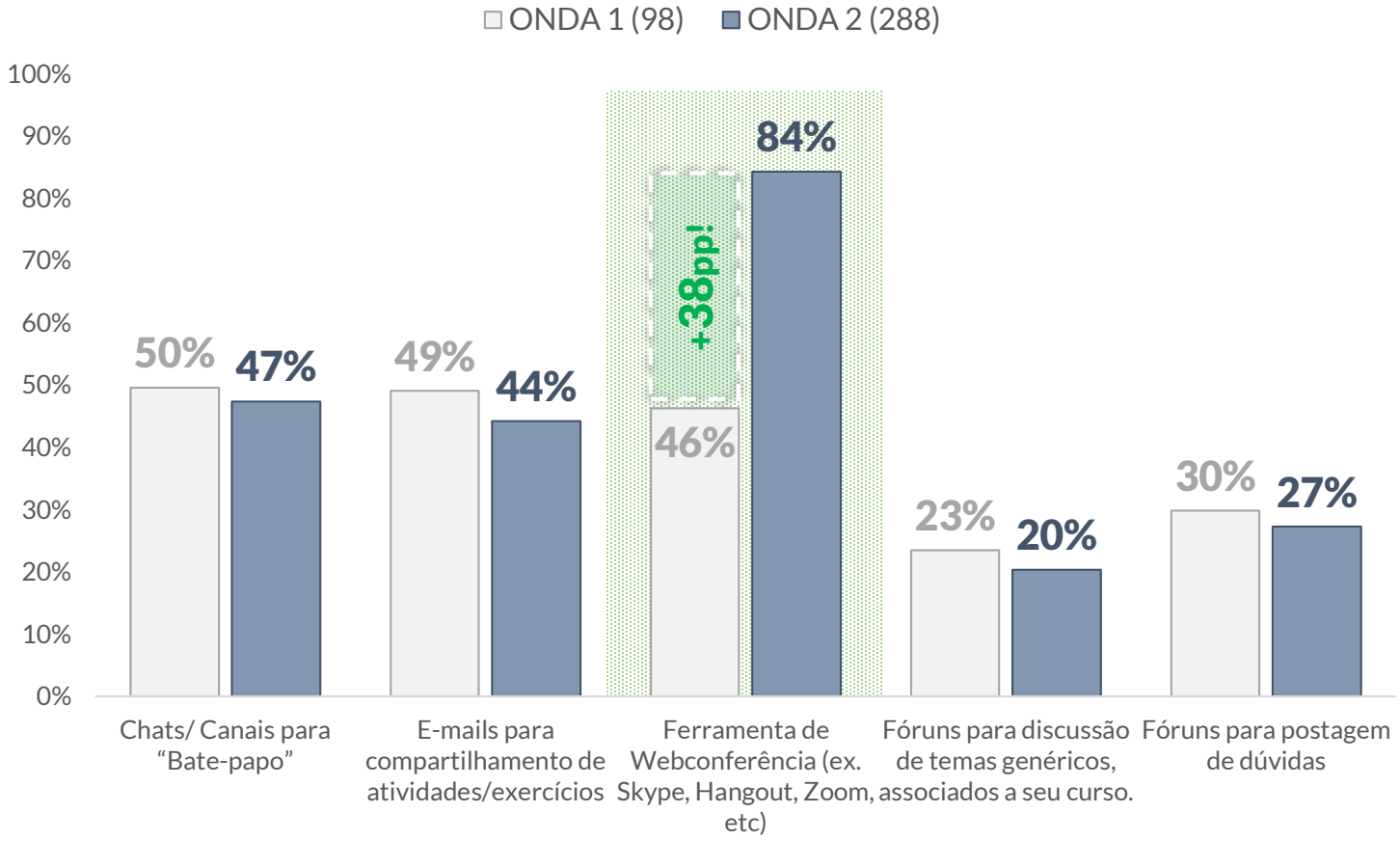
E AS AULAS QUE MIGRARAM PARA O FORMATO EAD/ ONLINE ACONTECERAM DE QUE FORMA?

(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)



FONTE: PESQUISA PRIMÁRIA (ONDA 1: 98 CASOS / ONDA 2: 288 CASOS)

Educa Insights® Todos os direitos reservados

OBRIGADO!

educainsights

Daniel Infante
Sócio-Fundador

+55 11 99731-3133
daniel.infante@educa-insights.com.br
www.educa-insights.com.br

Felipe Ueno
Sócio - Diretor

+55 11 99355-8750
felipe.ueno@educa-insights.com.br
www.educa-insights.com.br

04 de Maio de 2020