

# Captação 2026 no Ensino Superior

As verdades incômodas sobre o mercado

**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)

Conferencista

**Paulo Presse**

Coordenador da Área  
de Estudos de Mercado  
Hoper Educação

Conferencista

**Cibele Schuelter**

Consultora Hoper Educação

Apoio:

**principia**

**Lyceum**

**FIGOU  
FÁCIL**

# 2026

- Pesquisa de Mensalidades 2026 (Prévia)
- Captação de Matrículas (IndCap Hoper)

## Resultado Preliminar da Pesquisa Hoper Educação – Mensalidades<sup>1</sup> na Graduação Brasil<sup>2</sup> - Histórico e Atual – Presencial e EaD (R\$)



2026

Deve ficar ABAIXO de 2025.

Deve ficar ABAIXO de 2025.

Deve ficar ABAIXO de 2025.

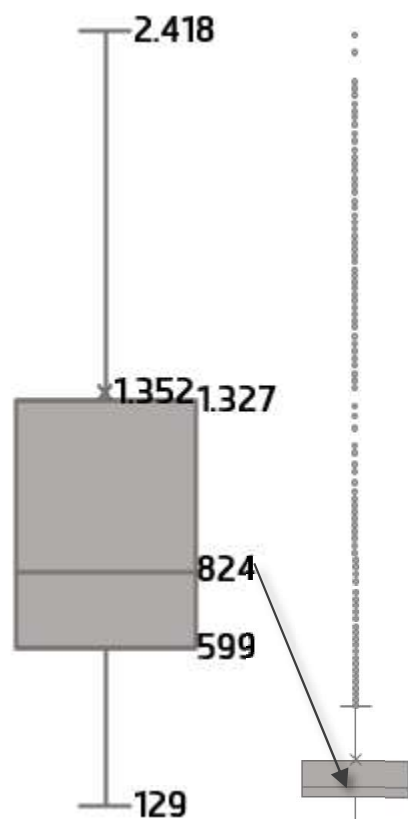
SEMIPRESENCIAL

**PRÉVIA: 10.03.26**

- N PRESENCIAL → 71% (12.500)
- N SEMIPRESENCIAL → 79% (2.760)
- N EaD → 75% (3.832)

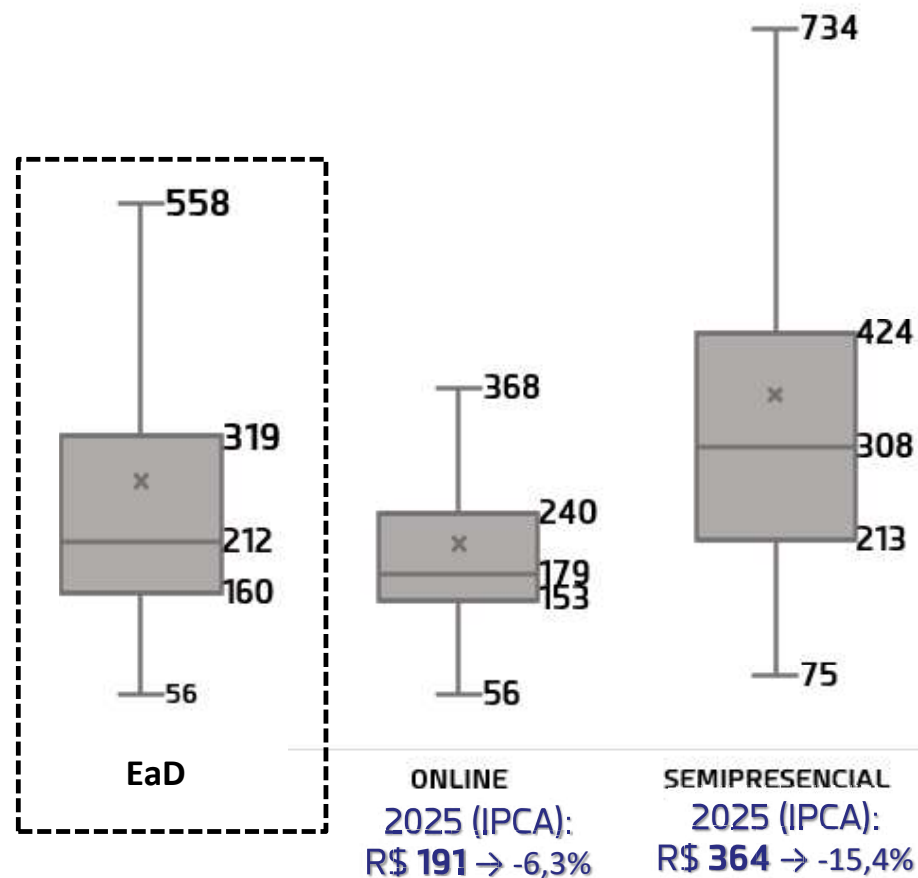
<sup>1</sup> Valores corrigidos pelo IPCA. <sup>2</sup> O valor de cada ano base é definido pela mediana das mensalidades de todos os cursos de graduação, presencial e EaD, de todas as IES do país.

Resultado Preliminar da Pesquisa Hoper 2026 - Box plot dos Valores de Mensalidades da Graduação **PRESENCIAL** Brasil

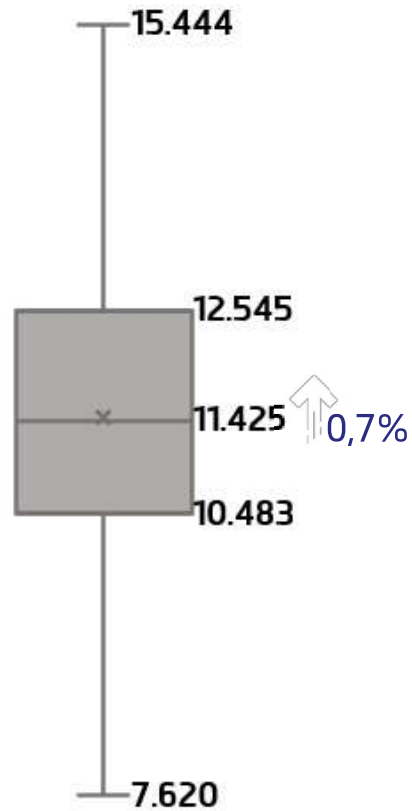


2026

Resultado Preliminar da Pesquisa Hoper 2026  
Box Plot dos Valores de Mensalidades da Graduação **EaD e Semipresencial** - Brasil

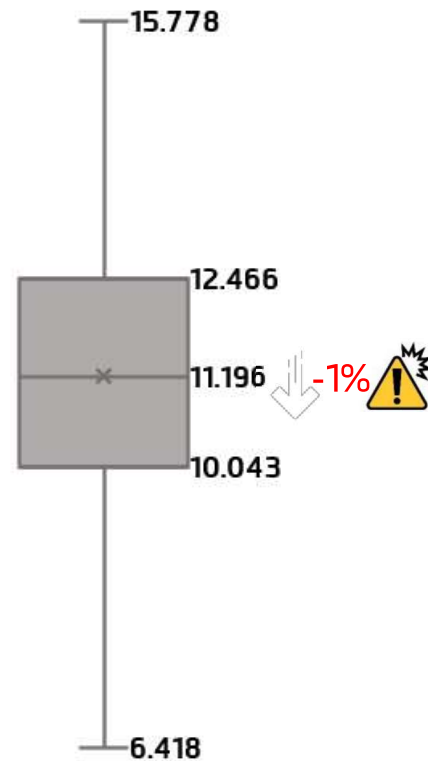


Box Plot dos Valores de Mensalidade de Medicina BR 2026 (Privado)



Mediana BR 2025  
R\$ 11.350 (corrigido)

Box Plot dos Valores de Mensalidade de Medicina BR 2026 (Privado + Municipal)



Mediana BR 2025  
R\$ 11.082 (corrigido)

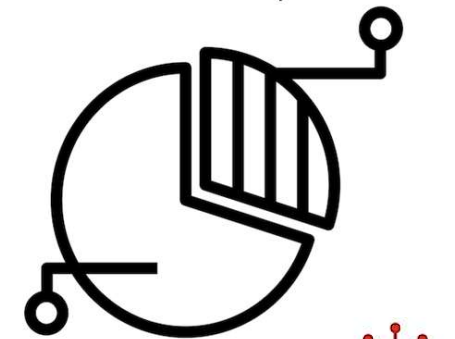


2026

Mediana BR 2026  
(N=354 → 96%)



**PREMIUM**  
(Grandes Centros)



**CONVENIÊNCIA**  
(Cidades Menores)



**> Participe**  
**2026**

**PAINEL DE INDICADORES**

**IndCap** Índice da Captação de Matrículas

**HOPER**  
EDUCAÇÃO

JANEIRO 2026

**NEW**

**IndCap Medicina 2026**

Painel de Indicadores da Captação e Inteligência de Mercado

**HOPER**  
EDUCAÇÃO



# 2026

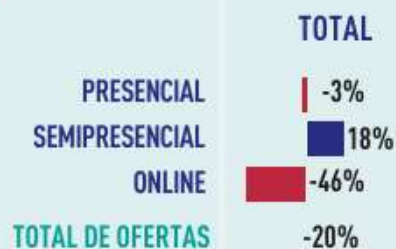
# HOPER

INDICADORES

# IndCap

Índice da Captação de Matrículas

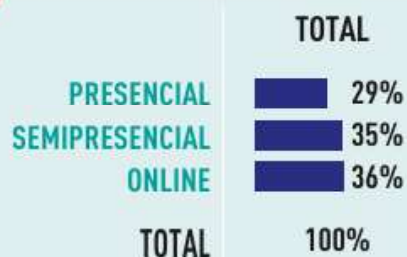
## CAPTAÇÃO GRADUAÇÃO **JANEIRO** 2026 / 2025



## FEVEREIRO 2026 / 2025



## DISTRIBUIÇÃO DOS INGRESSANTES NO MÊS DE **JANEIRO/2026**

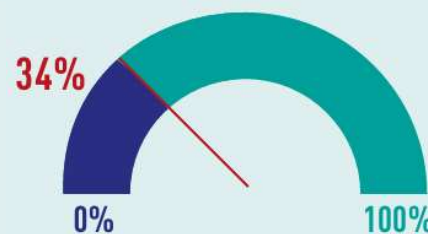


## FEVEREIRO/2026



REFERÊNCIA DO VOLUME DE INGRESSANTES ATÉ **FEVEREIRO/2026** EM RELAÇÃO AO ANO 2025 ▶

Janeiro + Fevereiro de 2026 representou 34%, do volume captado, no ano de 2025.



### SÍNTESE:

- 2026 inaugura a série sob a nova classificação regulatória no e-MEC.
- Parte da queda do Online e do avanço do Semipresencial reflete recomposição de mix, não apenas demanda.
- Análises prévias da Pesquisa Anual de Mensalidades Hoper Educação – 2026 (pesquisa em andamento) sugerem queda generalizada de preços e maior pressão promocional, com destaque no Semipresencial e no Online



# RESULTADOS CAPTAÇÃO 2025

**IndCap** Índice da Captação de Matrículas

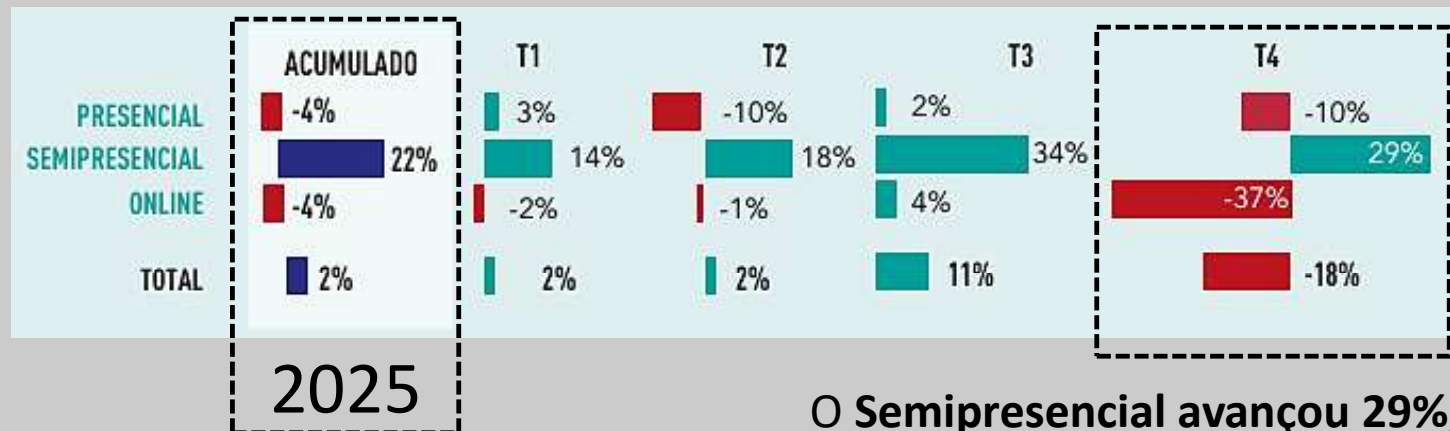
Amostra Brasil  
(IC=95% e E.A. = 5%)

## AMOSTRAGEM

CENÁRIO BRASIL	4.435.283	8.162.199
<b>INDICAP HOPER</b>	<b>2.189.095</b>	<b>8.162.199</b>
	<b>49,4%</b>	<b>44,1%</b>
	Ingressantes	Matriculados

**HOPER**  
INDICADORES

**IndCap** Índice da Captação de Matrículas

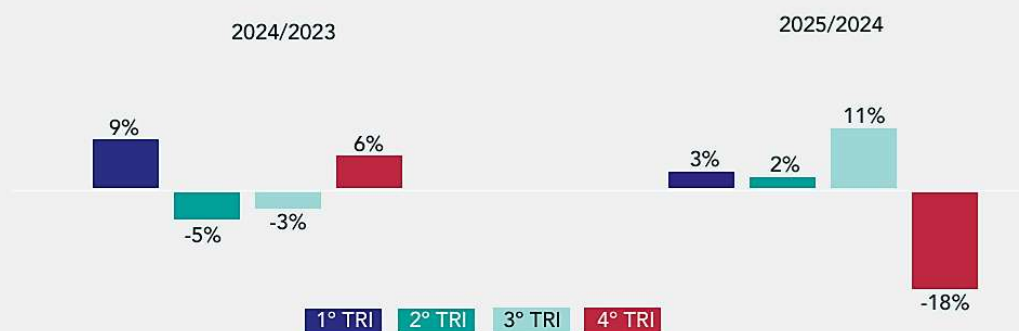


A performance acumulada de 2025 (até dezembro) encerra o ano com **crescimento de 2%** frente ao mesmo período de 2024.

O Semipresencial avançou 29%, contrastando com as quedas do Presencial (-10%) e, sobretudo, do Online (-37%), influenciando diretamente o recuo total do 4º Trimestre (-18%).

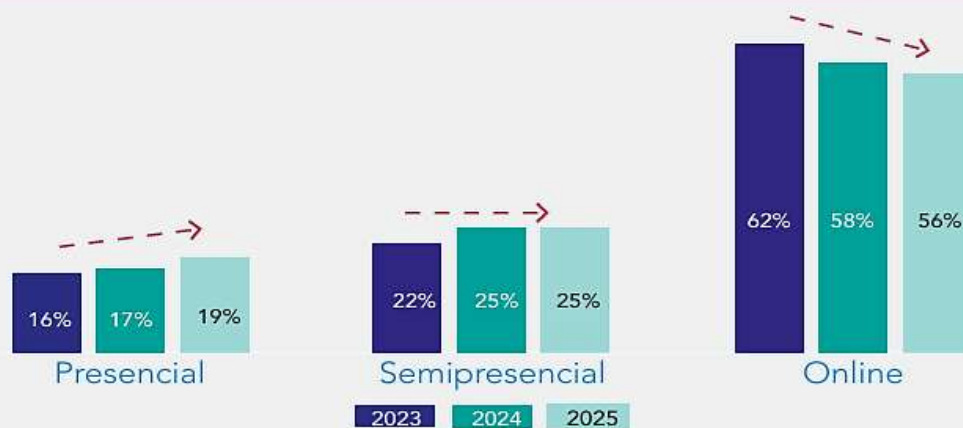
# 2025

### COMPARAÇÃO DO DESEMPENHO TRIMESTRAL DA CAPTAÇÃO BRASIL 2024 E 2025



Na comparação de 2025 frente a 2024, o desempenho mostra uma recomposição parcial, com crescimento no primeiro trimestre (3%) e, sobretudo, no terceiro trimestre (11%), contrastando com estabilidade no segundo trimestre (2%) e uma retração mais intensa no quarto trimestre (-18%), que passa a concentrar o principal fator de pressão negativa do ano.

### DISTRIBUIÇÃO ANUAL DO VOLUME DE CAPTAÇÃO BRASIL POR TIPOS DE OFERTA

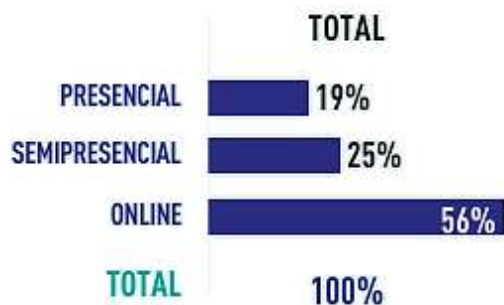


Entre 2023 e 2025, observa-se avanço significativo do Presencial, que amplia sua participação anual de 16% para 19%, enquanto o Semipresencial consolida crescimento estrutural, passando de 22% para 25%. Em contrapartida, o Online apresenta redução contínua de participação, recuando de 62% para 56%, sinalizando perda relativa de peso no volume total captado.

# 2025

## IndCap Índice da Captação de Matrículas

### DISTRIBUIÇÃO ACUMULADA ATÉ DEZEMBRO 2025 (%) | POR MODALIDADE



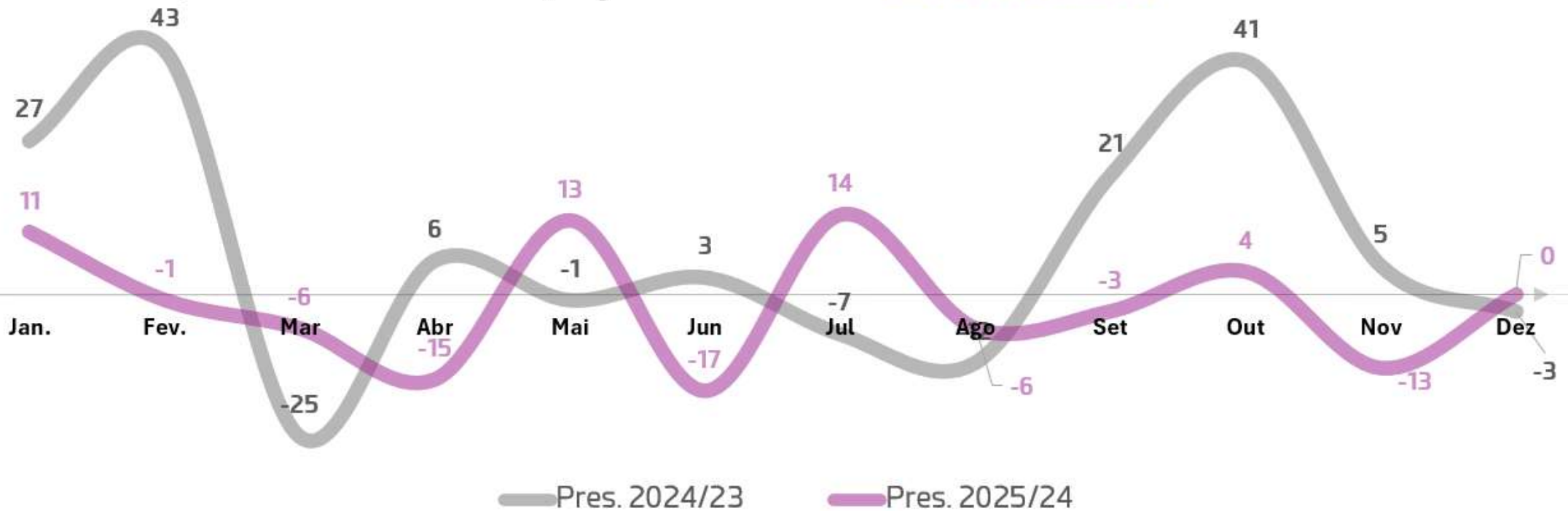
Quanto à distribuição acumulada de ingressantes até dezembro de 2025, o Online respondeu por 56% do total, seguido pelo Semipresencial com 25% e pelo Presencial com 19%.

### DISTRIBUIÇÃO DE INGRESSANTES BR - GRADUAÇÃO 2025 | INDICAP HOPER



Na captação em 2025, **cerca de 45% do volume anual foi captado no primeiro trimestre**, movimento esperado e estruturalmente associado à dinâmica de ingresso da graduação, especialmente nas ofertas presenciais.

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

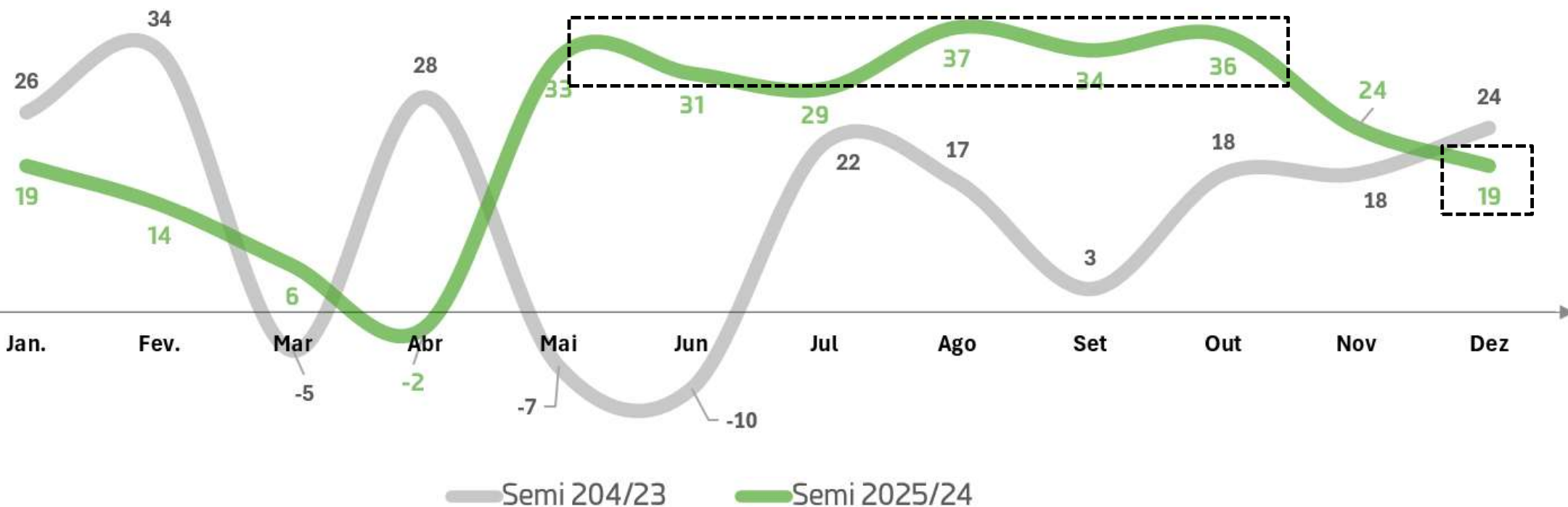


- 2025 com dois pontos críticos relevantes.
- Dezembro estabiliza em zero.

# 2025

## IndCap Índice da Captação de Matrículas

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

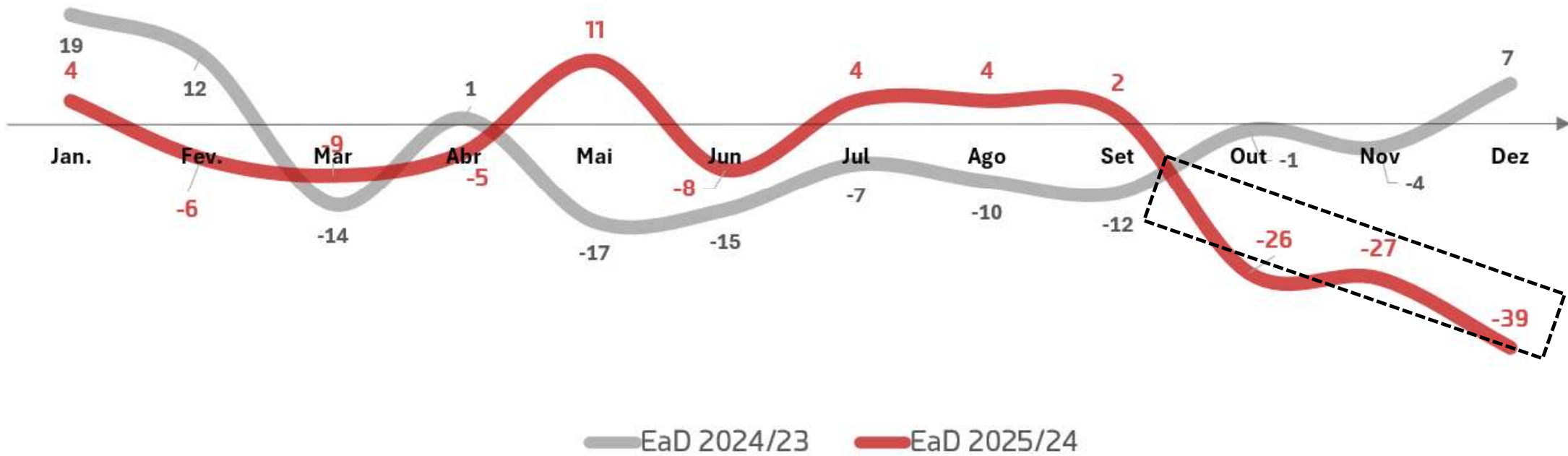


- 2025 com alto desempenho depois de abril.
- Nov. e Dez. sinalizam Platô.

# 2025

## IndCap Índice da Captação de Matrículas

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

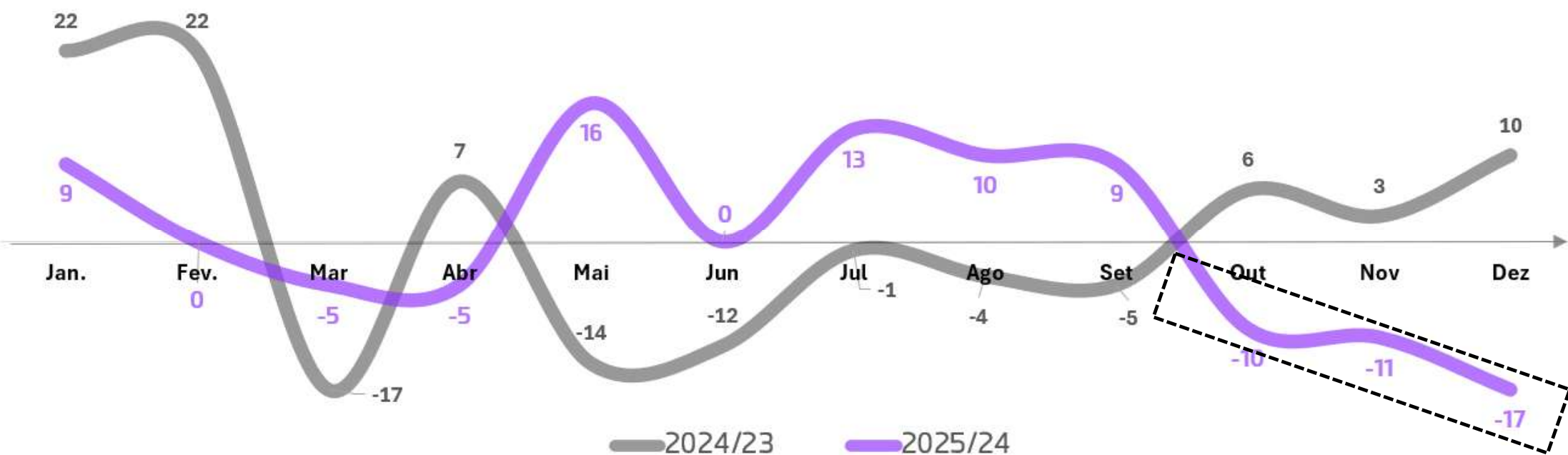


- 2025 com efeito Xepa.
- 4º Trim. em queda.

# 2025

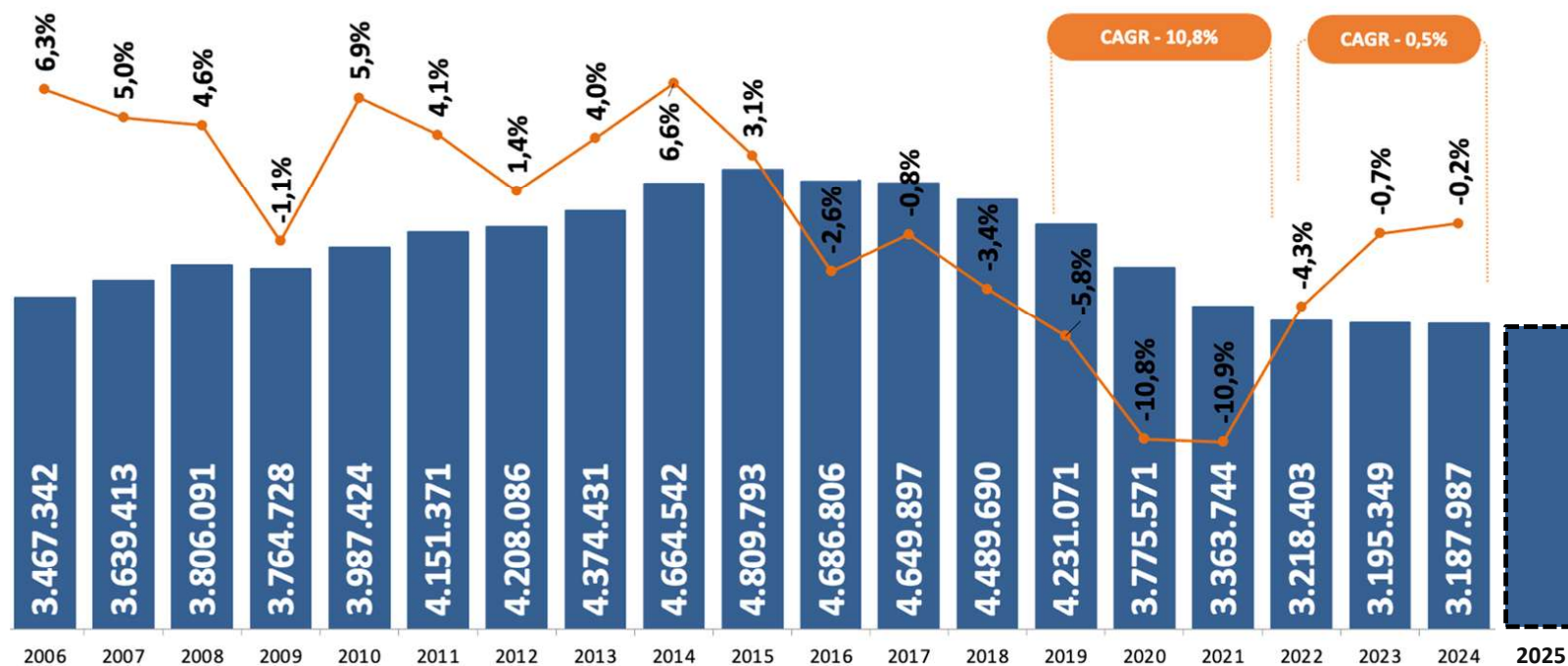
## IndCap Índice da Captação de Matrículas

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



- Semipresencial segura o resultado.
- 4º Trim. em queda.

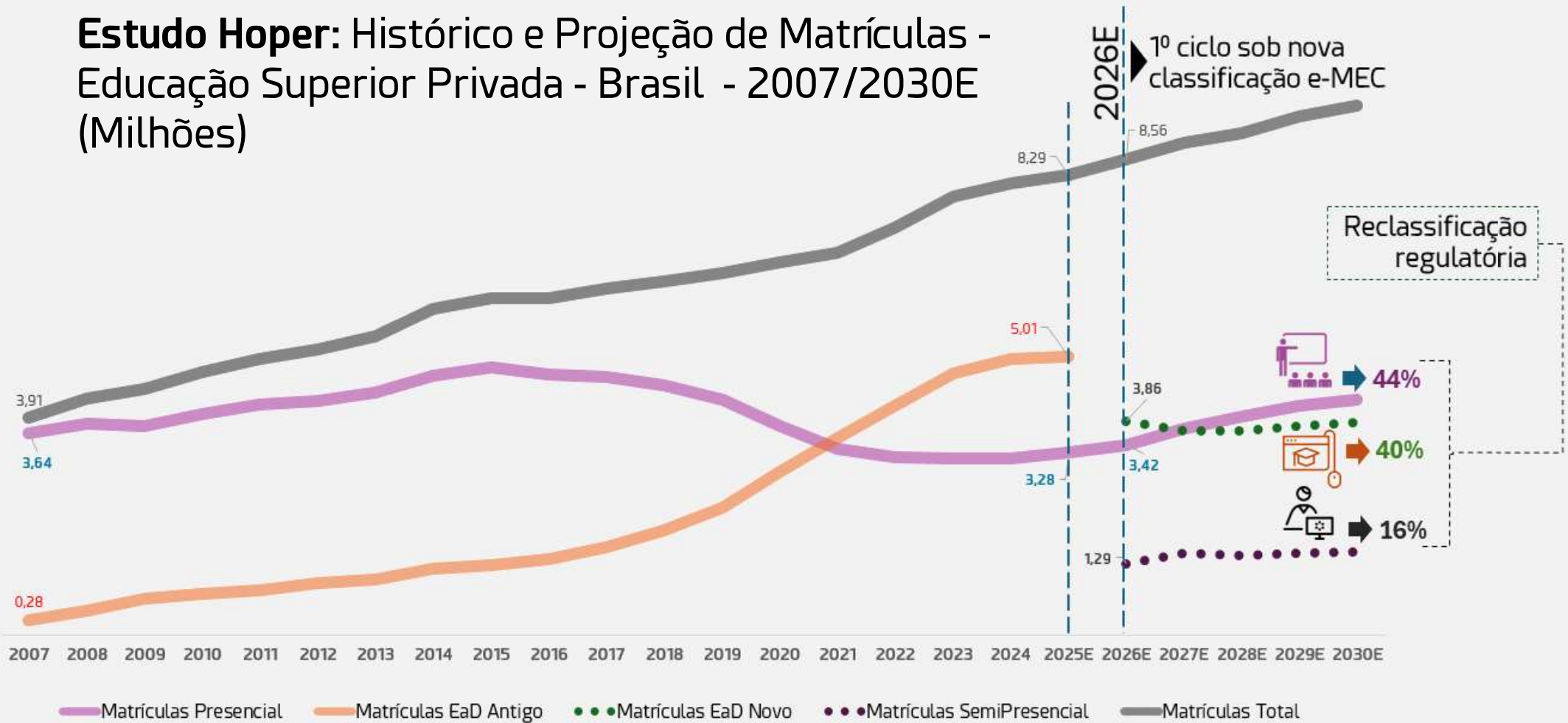
## Evolução das Matrículas Presenciais Privadas da Educação Superior no Brasil – 2006 a 2024



Há melhoria na demanda por **mais presencialidade**, porém **o preço ainda limita a conversão.**

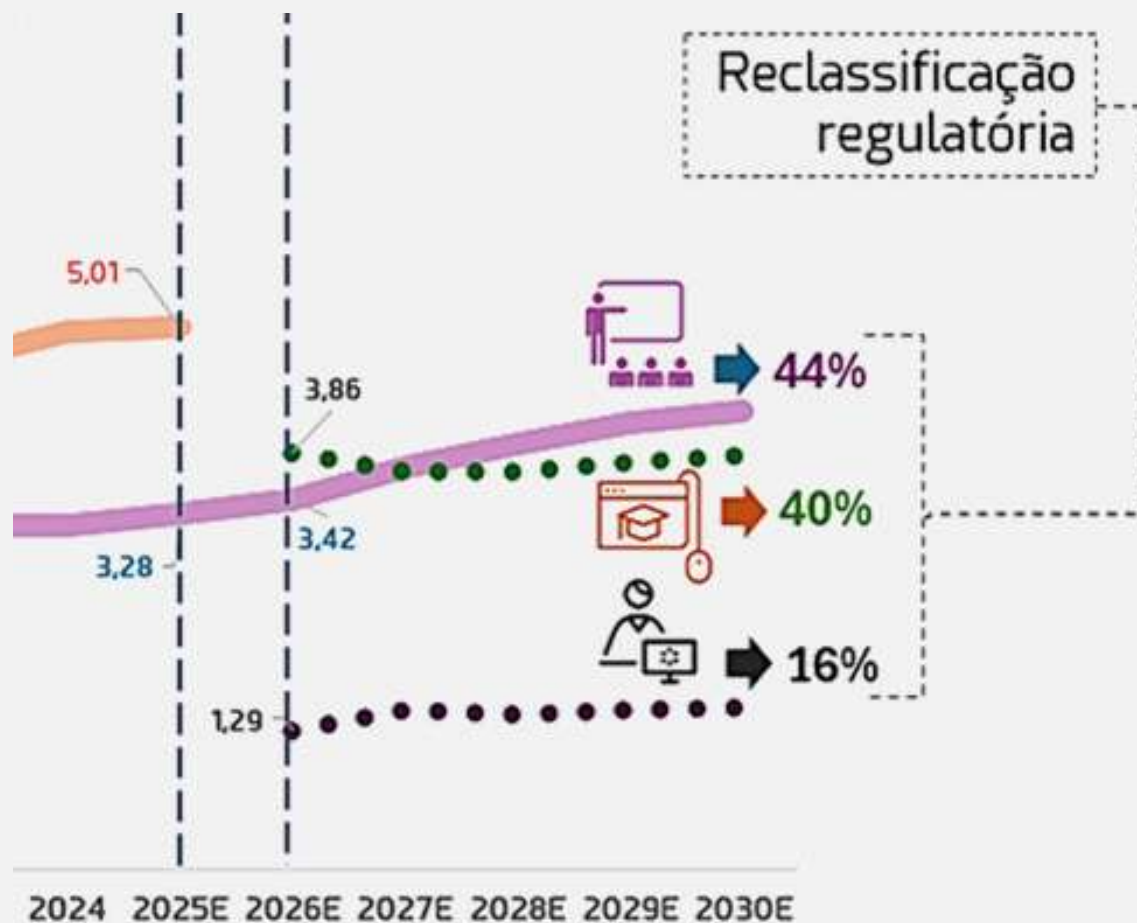
PRESENCIAL  
DEVE  
CONTINUAR SE  
ESTABILIZANDO

# Estudo Hoper: Histórico e Projeção de Matrículas - Educação Superior Privada - Brasil - 2007/2030E (Milhões)



FONTE: Estudo Hoper Educação com dados Inep/MEC (2024).

## Estudo Hoper: Histórico e Projeção de Matrículas Educação Superior Privada - Brasil - 2007/2030E (MM)



NO CAMINHO  
PARA 2030

- **Presencial:** Desejado, mas ainda com limitações do poder de compra do *prospect*.
- **Semipresencial:** Novo produto sem necessariamente ser validado no teste de conceito.
- **EaD:** Curva de declínio natural.

**Paulo Presse**  
Coord. Inteligência Mercado Hoper



**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)

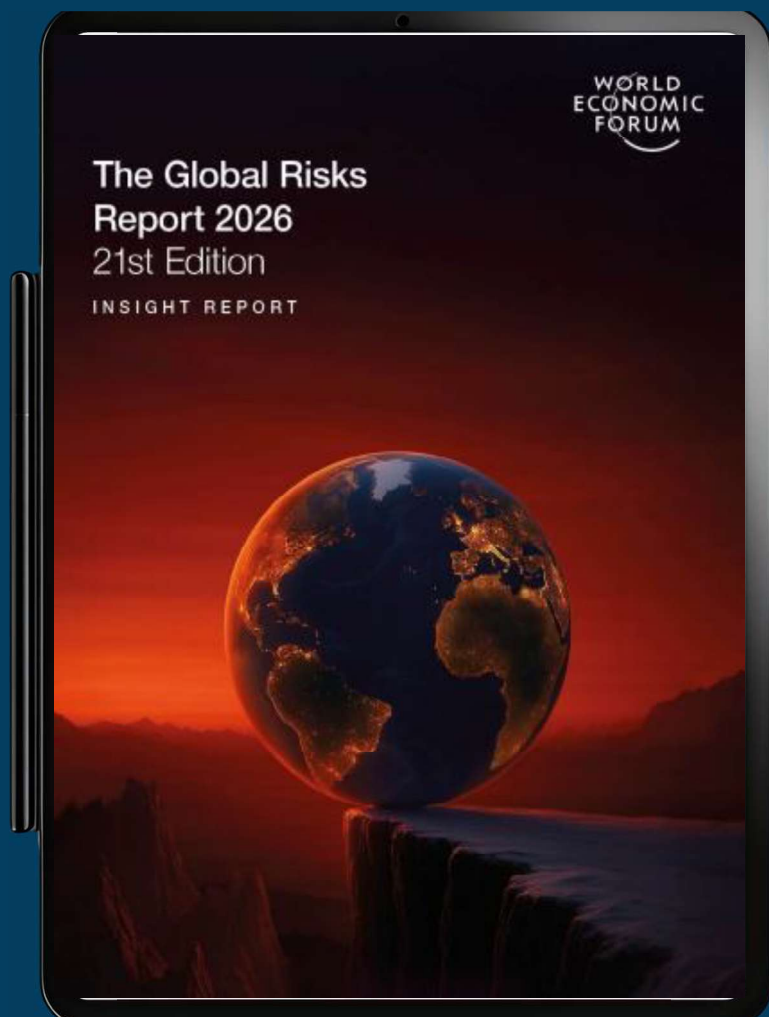
Av. República Argentina . 3370 . Sala 3 . Jd. Panorama . CEP 85856-578 . Foz do Iguaçu/PR

[/hopereducacao](#)

 [/hopergrp](#)

 [/Hoper-Educacao](#)

 [/HoperEducacao](#)



A **INCERTEZA** é o tema definidor da perspectiva de riscos globais em 2026

MINISTÉRIO DA  
EDUCAÇÃO



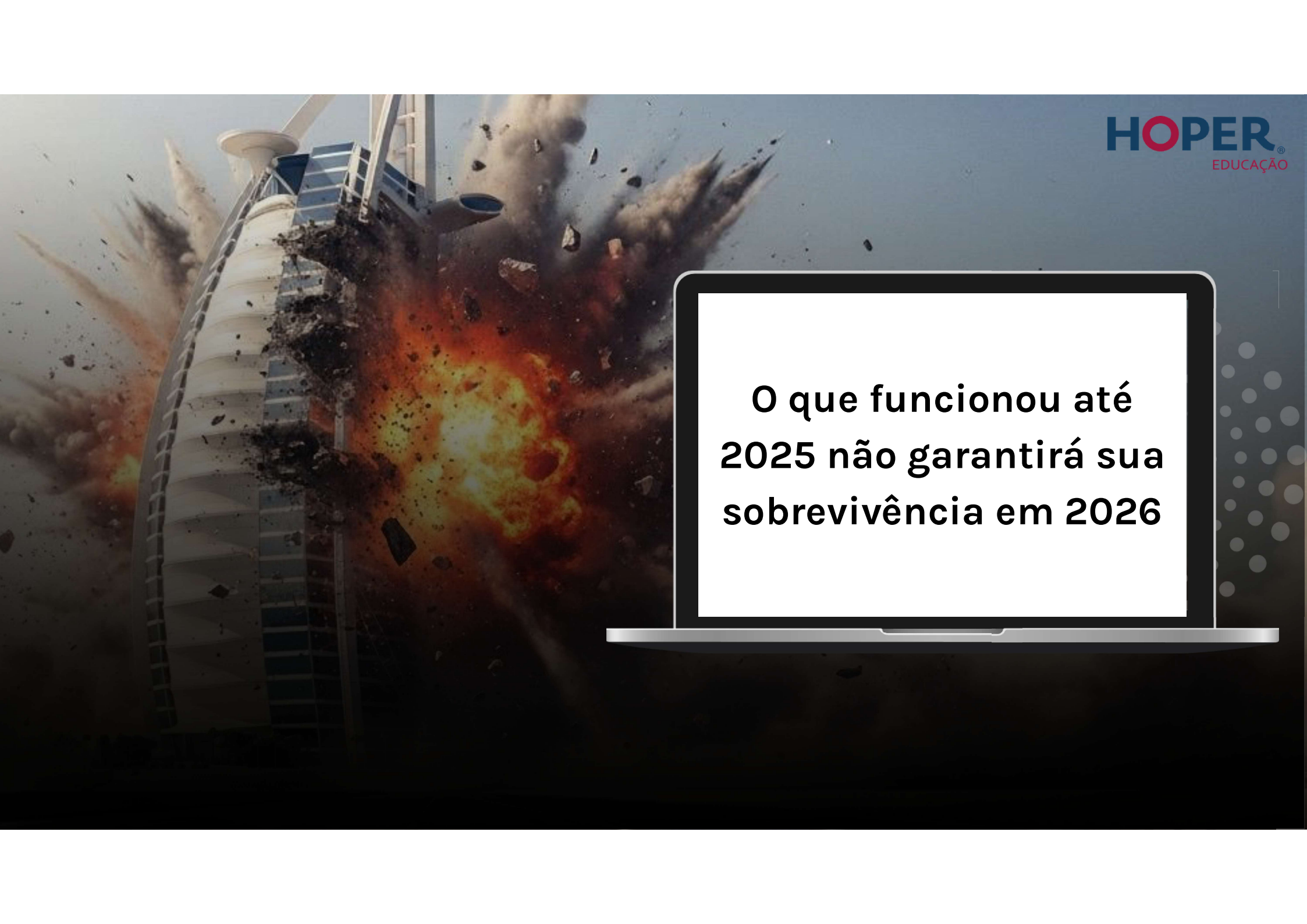
O **MEC** ditou a regra, a faculdade se adaptou para cumprir a portaria.

Em que momento alguém parou para perguntar para o aluno **o que ele realmente quer e como ele consegue estudar em 2026?**

*Qual o retorno financeiro real do curso em 6 meses, em 2 anos?  
No final?*

*Por que eu preciso ir no  
Campus? Fica gravado?*

*Qual é o dia da aula? Será  
sempre nesta data?*



**O que funcionou até  
2025 não garantirá sua  
sobrevivência em 2026**

# Tendência

## 1 De IES para Aceleradora de Carreira

O aluno de 2026 não busca apenas um diploma, mas a garantia de que não será substituído pela IA. A venda migra do **sonho da formação** para o **retorno sobre o investimento**.

**O fim do TCC, início do portfólio:** o mercado não quer ver teses teóricas; quer ver resolução de problemas. Problemas de empresas parceiras durante o curso, não apenas no estágio.

**Micro-certificações:** o aluno de 2026 tem pressa. Prometa certificações de mercado a cada semestre. Isso tangibiliza o retorno do investimento a curto prazo.

**A fluência em IA como transversal:** independente do curso, a IES deve oferecer aprender a usar a IA na sua profissão. Isso combate o medo da tecnologia e transformando a ameaça em ferramenta de trabalho.

# Tendência

## O Fim da Guerra Presencial x EAD

A rigidez acabou. O aluno quer a **conveniência** do digital para teoria e o **premium** do presencial para networking e prática.

**Campus como Coworking:** o marketing deve vender o campus como um espaço de conexão profissional, não apenas de aula passiva.

**Grade Modular:** permita que o aluno monte sua jornada. A flexibilidade reduz a evasão por falta de tempo.

**Mentorias Híbridas:** substitua parte da carga horária de aula expositiva por encontros de mentoria. O professor pode ser o curador do sucesso.

# Tendência

## 3 O Fim da Obsessão pelos 18 anos (Oceano Azul 40+)

Enquanto todos brigam pelo egresso do Ensino Médio, o público **sênior que precisa se reinventar** está carente de metodologias adequadas.

**Campanhas de segunda carreira:** marketing deve falar de reinvencão e não só de formação.

**Gestão intergeracional:** trocas de experiências entre as softs skills dos mais velhos e as novas tecnologias dos jovens.

**Andragogia:** turmas ou trilhas exclusivas para lifelong learners

# Tendência

## A IES como Universidade Corporativa (B2B)

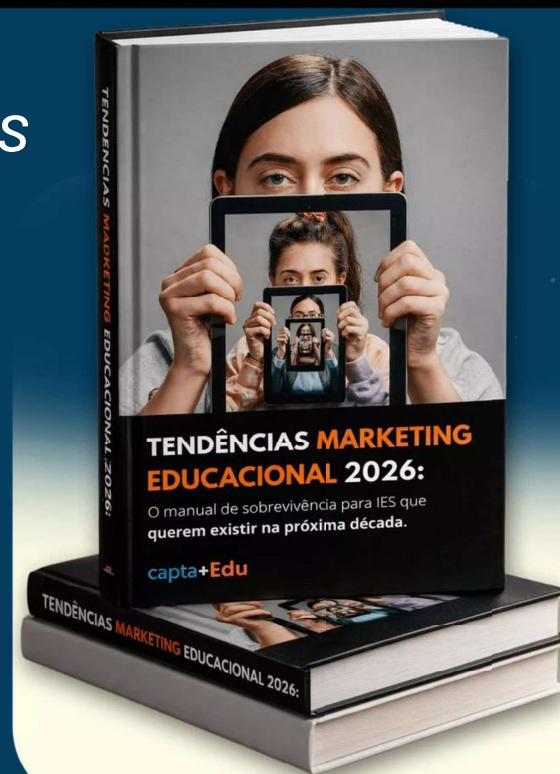
Em vez de vender vagas individuais, a IES pode vender soluções customizadas para empresas regionais, validando inclusive treinamentos internos como créditos acadêmicos.

**Co-branding:** cursos curtos em parceria com grandes empregadores locais ajuda a empregabilidade e fomenta receita

**Consultoria educacional:** ofereça à empresa não só desconto, mas trilhas de aprendizagem par aos funcionarios com a metodologia da sua IES.

**Equivalência de saberes corporativos:** dependente audite os treinamentos internos para validá-los como créditos acadêmicos.

*Acesse mais tendências  
aqui:*



*Cibele Schuetter*

O futuro não pertence a quem  
tem mais **algoritmos**.

Pertence a quem melhor  
**entende as angústias e  
ambições** de seus alunos.

*Cibele Schuetter*



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



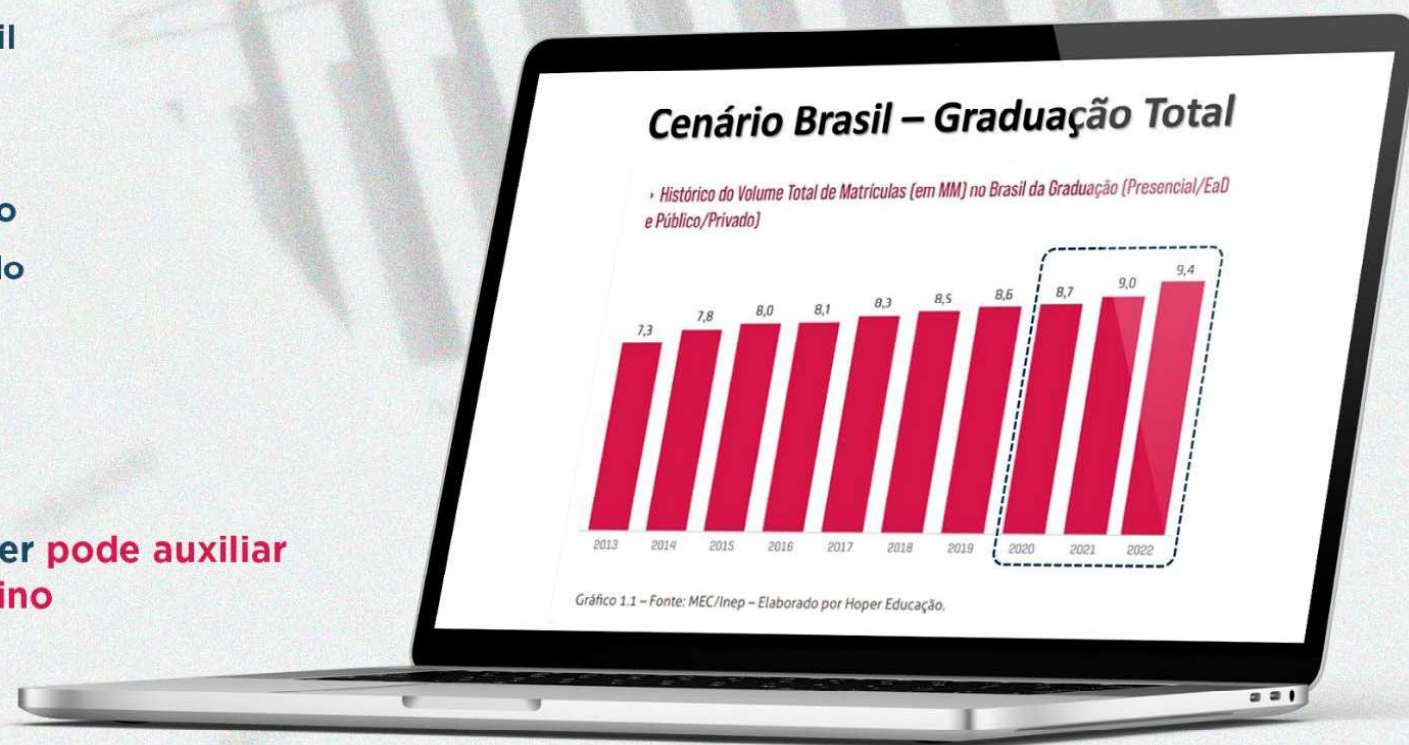
## Inteligência de Mercado Hoper

**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**



Consultoria em

# Marketing Hoper

**HOPER**  
EDUCAÇÃO

## > 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.



Consultora Hoper  
Gidel Deungaro



Consultor Hoper  
Leonardo Spaine



Consultora Hoper  
Cibele Schuelter

Fale com nossa equipe e descubra como a Hoper pode **impulsionar** os resultados da sua instituição



NOVO

Escaneie o QR Code  
e baixe o arquivo agora.



# IndCap

HOPER<sup>®</sup>  
EDUCAÇÃO

## Dados exclusivos da captação de alunos 🇧🇷 Brasil

O que você encontrará no relatório:

- ✓ Distribuição **trimestral, mensal e anual** dos ingressantes no Brasil
- ✓ Performance das modalidades **Presencial, Semipresencial e EaD**
- ✓ Análise comparativa da **captação em 2025 x 2024**

Para complementar, também preparamos um vídeo que **explora em detalhes os principais destaques deste relatório.**



Conferencista

**Fábio Cespi**

Diretor da Lyceum Educacional.

**WEBINAR HOPER.**

## Gestão acadêmica digital:

o foco no aluno e a Jornada de Permanência

**25/MAR - QUA - 15h até 16h**



Mediador

**João Vianey**

Sócio-consultor Hoper e Jornalista

Apoio: **principia**

**Lyceum**

**FICOU FÁCIL**

# Caio Polizel

Novo **CEO** Hoper



# Jeferson Vinhas

Presidente do Conselho da Hoper



**HOPER**<sup>®</sup>  
EDUCAÇÃO



[hoper@hoper.com.br](mailto:hoper@hoper.com.br)

# Samuel Treicik

Diretor Comercial Hoper



[comercial@hoper.com.br](mailto: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