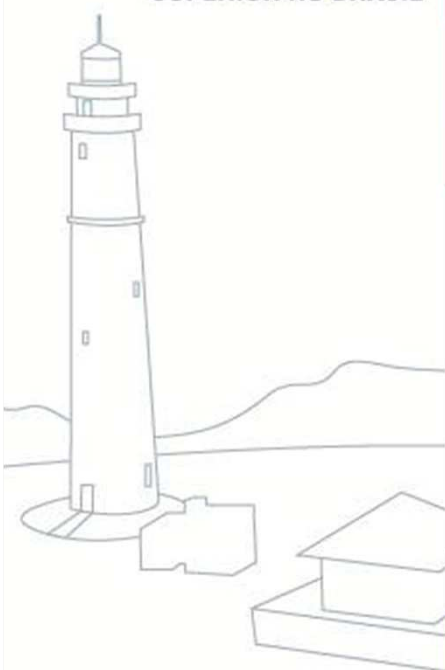




CONGRESSO  
BRASILEIRO  
DA EDUCAÇÃO  
SUPERIOR  
PARTICULAR

DESAFIOS DO ENSINO  
SUPERIOR NO BRASIL



**FÓRUM**  
Fórum das Entidades Representativas  
do Ensino Superior Particular


o **Desafio** de se alcançar

**10 milhões** de alunos no Ensino Superior

ao final de **2014**

*A utilização do Fies e de outros instrumentos  
para sustentar a expansão do Ensino Superior  
aos menos favorecidos*



An aerial photograph of a modern university campus with green lawns, trees, and buildings under a clear blue sky. A large red banner with white text is overlaid on the center of the image.

**“A IMAGEM DE UMA  
ORGANIZAÇÃO NÃO PERTENCE  
A ELA, MAS É PRODUTO DA  
IMAGINAÇÃO DE QUEM PENSA  
SOBRE ELA”.**

**(CATTO)**

# LEMBRANDO

# 2011



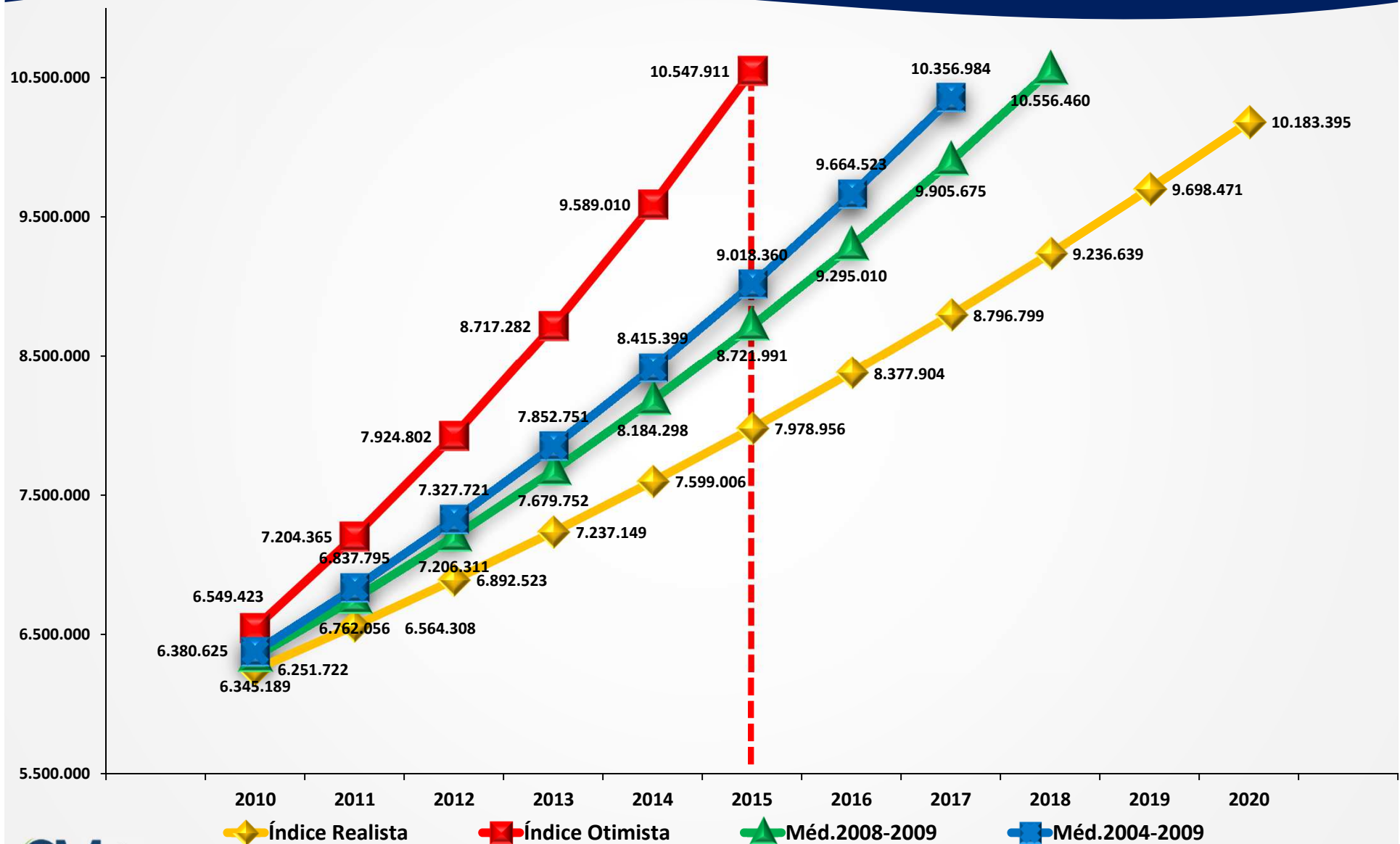
O desafio de colocar **10 milhões** de estudantes no ensino superior.

Dias 05, 06 e 07 de maio de 2011

Hotel Pestana Bahia - Salvador - BA



# Projeção do Crescimento das Matrículas Graduação + CST + EAD



“BIG”

Think Big

**THINK OUT OF THE BOX!**



**Think**

**Different!!!**

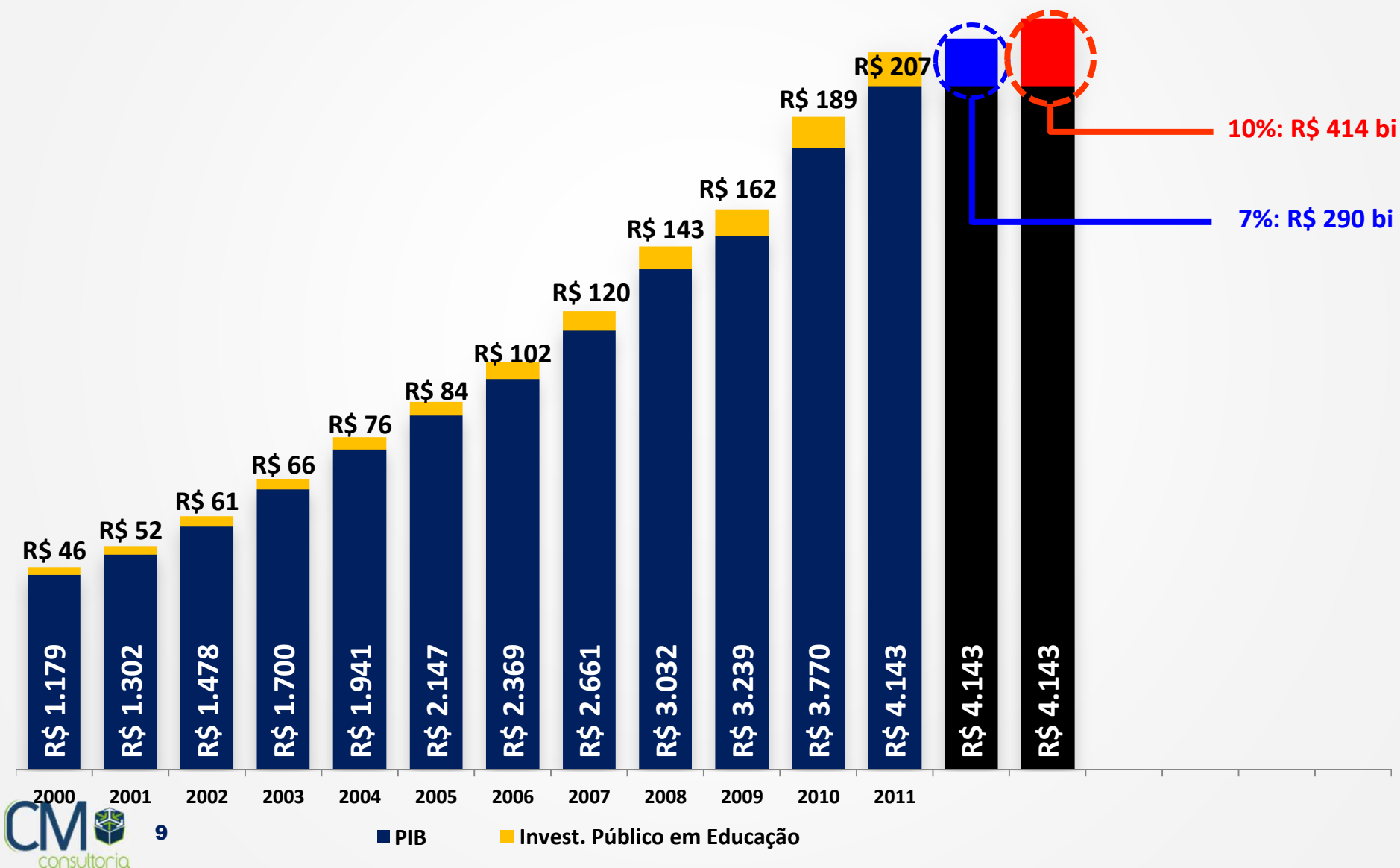
why

Not???

# CÍRCULO MÁGICO

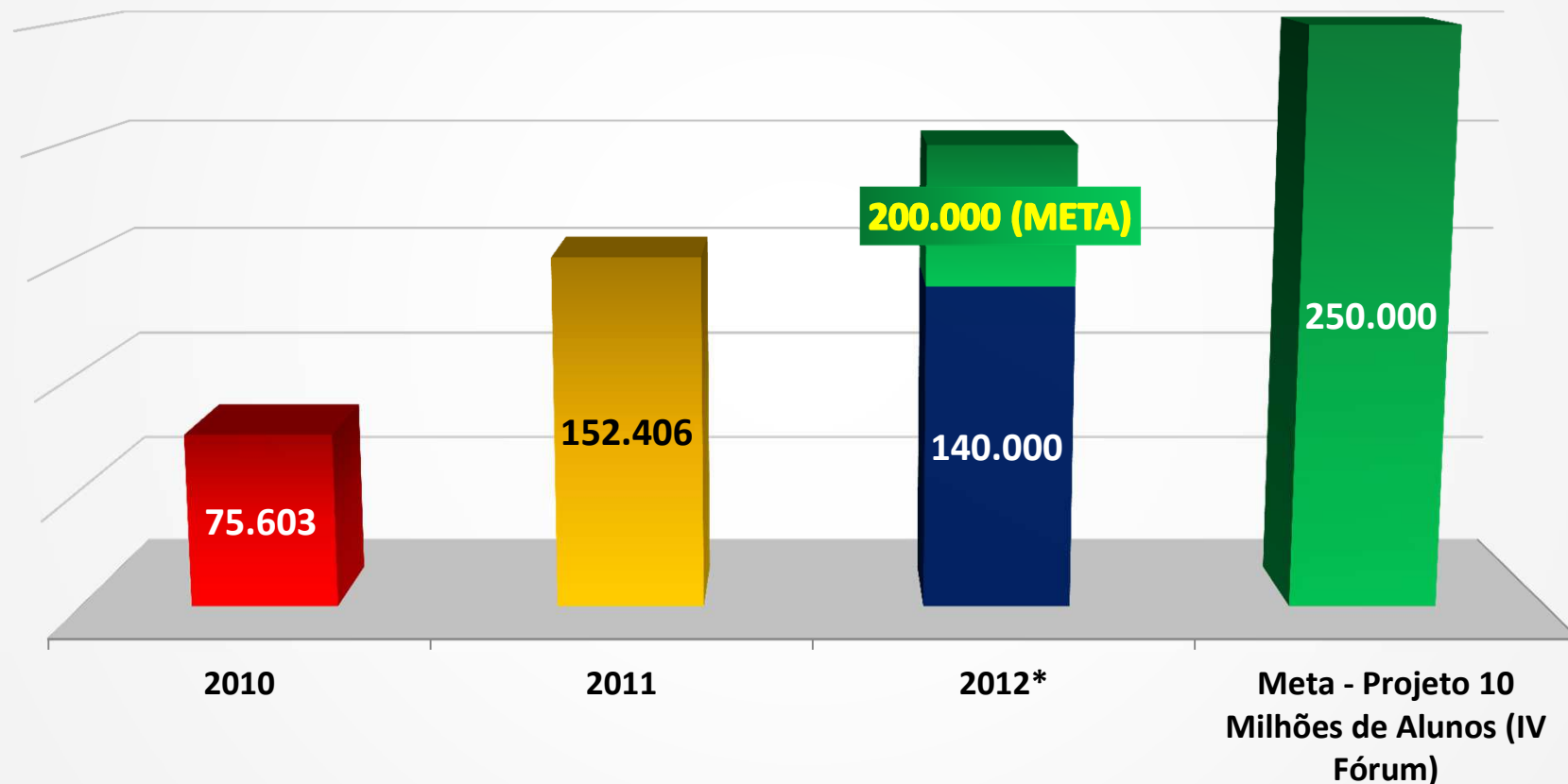


# Educação: Prioridade do Governo



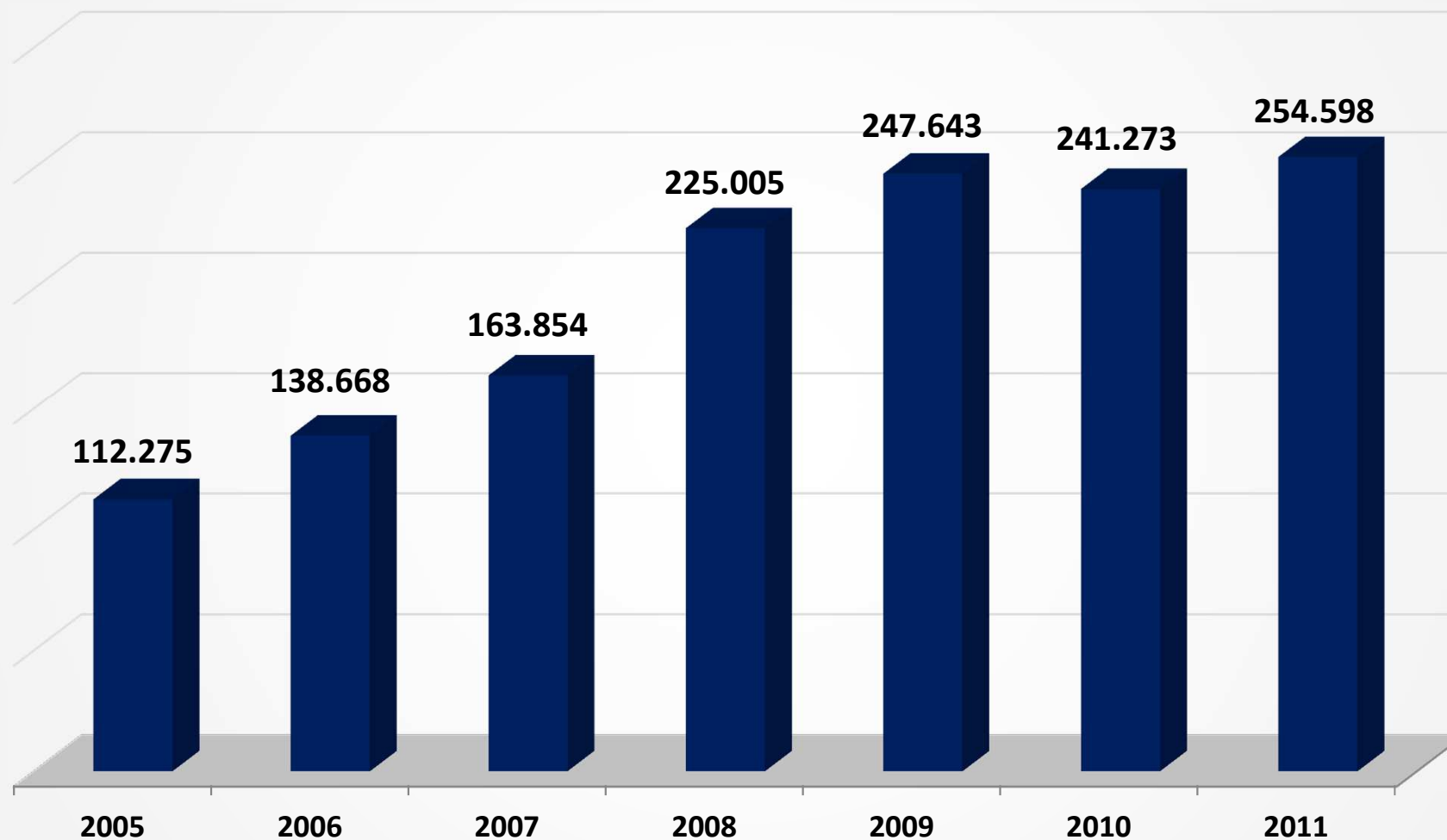
# NOVO FIES – CONTRATOS FIRMADOS

Meta para 2012  
200 mil novos estudantes beneficiados



\* Até Abril de 2012.

# Prouni: Bolsas ofertadas por ano



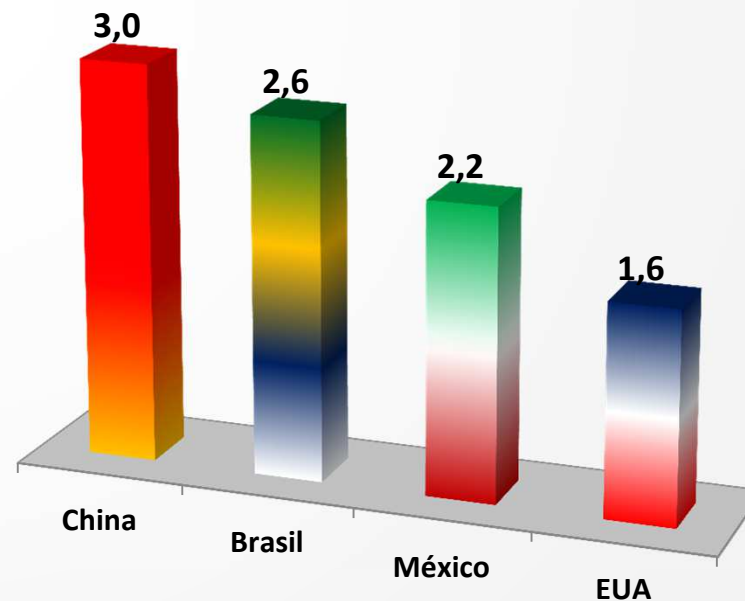
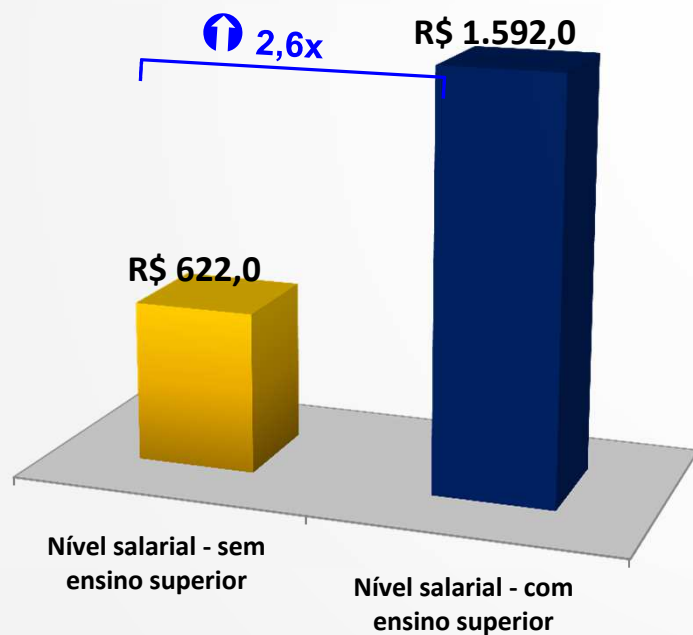
# Ensino superior x Incremento real na renda do trabalhador

A melhoria doméstica observada no nível salarial...

Também repercute como um dos melhores incrementos em comparação com outras economias

Evolução salarial de trabalhadores com ensino superior  
(referencial: salário mínimo)

Diferenças de Renda entre pessoas que concluíram o ensino superior e aqueles que não frequentaram



# MP 559/2012

**OBJETIVO:**  
Transformar passivo tributário federal em bolsas de estudos para cursos superiores.

## IES BENEFICIADAS:

IES integrante do Sistema Federal de Ensino

## ESTUDANTES BENEFICIADOS:

Provenientes da rede pública.

## MECANISMO:

- 90% das dívidas federais → bolsas de estudo via ProUni
- 10% restantes das dívidas → 15 anos de prazo para amortização, corrigidas pela Selic.

## ESTIMATIVAS:

- R\$ 15 bilhões de passivos tributários para conversão.
- 300.000 bolsas a serem concedidas.

### Exemplo:

- Dívida Tributária: R\$ 1 milhão
- Mensalidade média: R\$ 350
- Integralização do curso: 4 anos
- Bolsa: integral

- **Valor das bolsas: R\$ 900 mil**
- **Bolsas concedidas: 54**  
(R\$ 900 mil ÷ R\$ 350 ÷ 4 anos ÷ 12 meses)
- **Passivo trib. final: R\$ 100 mil.**
- **Sugestão: 2 matrículas pagantes para cada bolsa concedida.**

# CÍRCULO MÁGICO



# O QUE DETERMINA A SATISFAÇÃO DO ESTUDANTE UNIVERSITÁRIO?

## Ambiente da Instituição

- Biblioteca
- Laboratórios
- Serviços de Secretaria e Apoio ao Estudante
- Colocação / Estágios
- Desenvolvimento Educacional
- Orientação Acadêmica
- Atmosfera Social



## Corpo Docente / Ensino

- Qualificação Docente
- Nível dos Alunos
- Cursos Oferecidos
- Sistema de Avaliação
- Exigências Acadêmicas
- Atribuições

## Reputação

- Universidade
- Faculdade
- Curso

# O que devem fazer as IES ?



Clayton Christensen



# O TRABALHO A SER FEITO

TER EM MENTE A  
**TAREFA** QUE O  
CLIENTE **QUER**  
REALIZAR, **NÃO O**  
**CLIENTE.**



**Qual é a tarefa que  
o Aluno quer ver  
realizada?**

# Encantamento: O nome do Jogo



# *Fidelização de clientes*

- **Concorrente é qualquer empresa com a qual o cliente compara você.**
- **Fantástica atenção aos detalhes.**
- **Todos mostram entusiasmo.**
- **Tudo mostra entusiasmo.**
- **Múltiplos pontos de escuta.**
- **Recompensa, reconhecimento e comemoração.**

# Desempenho, satisfação e fidelidade do cliente



Reimagine!!!!!!

a Proposta

de

Valor

de

fundamental

uma

IES

ENFRENTA A INEVITÁVEL  
COMODITIZAÇÃO VIA  
IMPERATIVO DE OFERTA DE  
SOLUÇÕES.



PASSO

1

SATISFAÇÃO

PARA

SOLUÇÕES

E

SUCESSO



PASSO

2

SOLUÇÕES+



EXPERIÊNCIAS  
FANTÁSTICAS



**PASSO**

**3**

**EXPERIÊNCIAS<sup>+</sup>**



**EXECUÇÃO**

**DOS**

**SONHOS**



# SONHOS

**Experiências importantes que os clientes vivenciam.**

**A essência dos desejos do Consumidor.**

**A oportunidade de ajudar os Alunos a se tornarem o que querem ser.**



educa

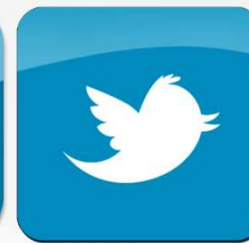
**QUAL  
IMAGEM  
DO ENSINO  
SUPERIOR  
PRIVADO NAS  
REDES SOCIAIS?**



**NÃO É POSSÍVEL ANALISAR, JÁ QUE OS  
POSTS SÃO CONTAMINADOS**

**PELA VISIBILIDADE:**





**As inscrições para o Vestibular 2012/2 já estão abertas! Acesse o site e saiba mais.**



**Hoje fazemos 45 anos de história: obrigado a todos que, diariamente, constroem uma nova realidade!**

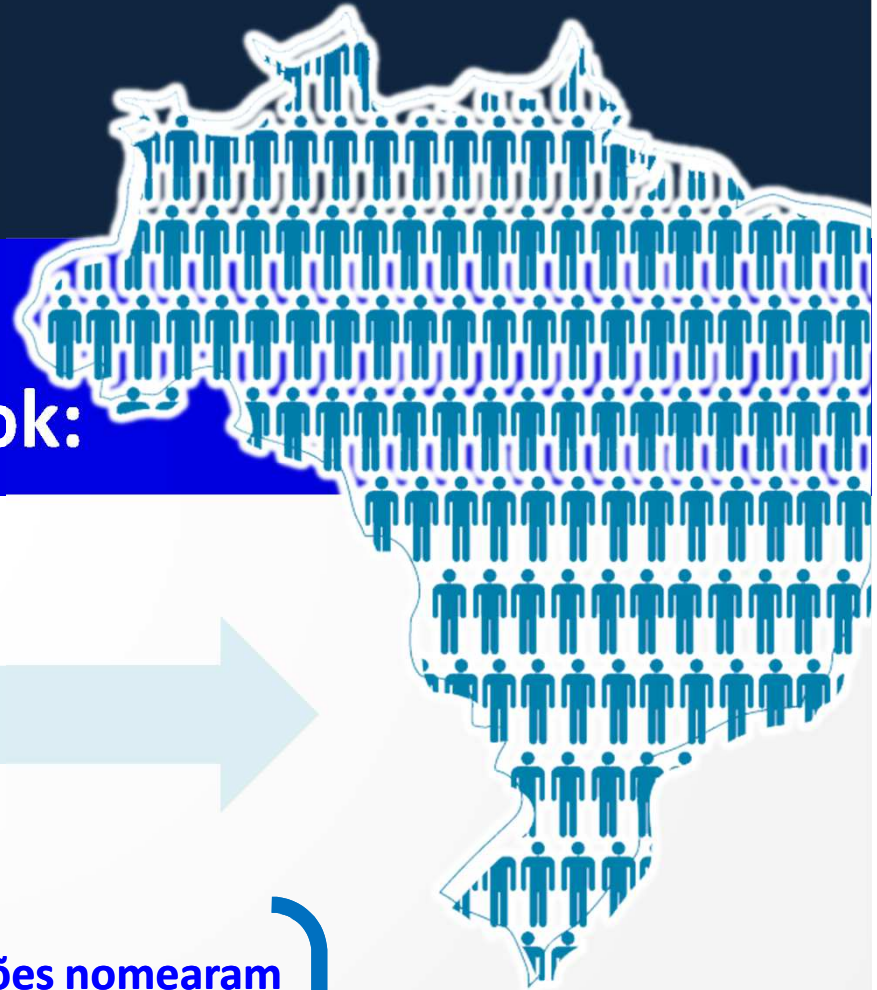


**Curta a Fan Page da Faculdade e fique por dentro das últimas novidades que rolam no campus.**

# O que podemos entender disso ?



O Brasil é o **2º** país com mais usuários cadastrados no **Facebook**:



**48 MILHÕES**  
de usuários

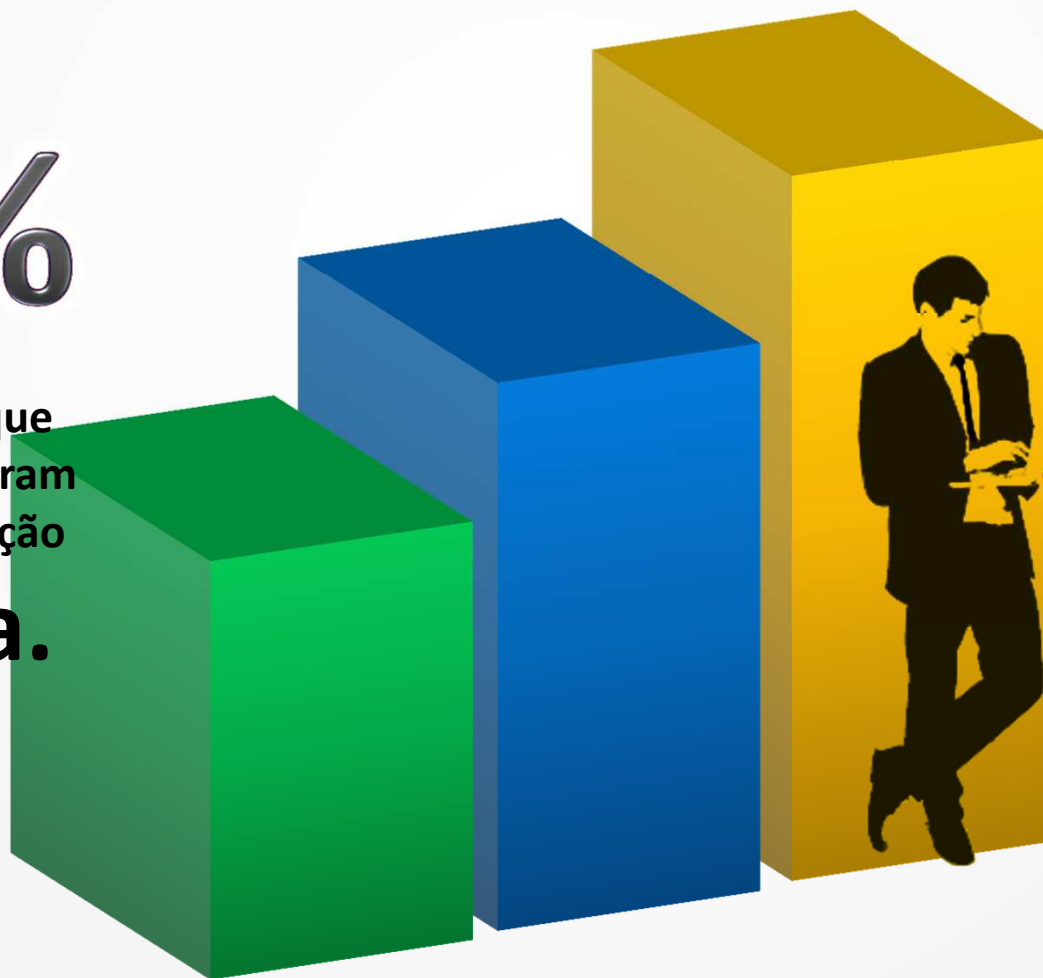
Deste total, 1.400 milhões nomearam publicamente no about (sobre) a Universidade/Faculdade que cursam ou cursaram.

# ORGULHO

29%

Nomearam publicamente que estudam/estudaram em uma Instituição

**Privada.**



68%

Nomearam publicamente que estudam/estudaram em uma Instituição

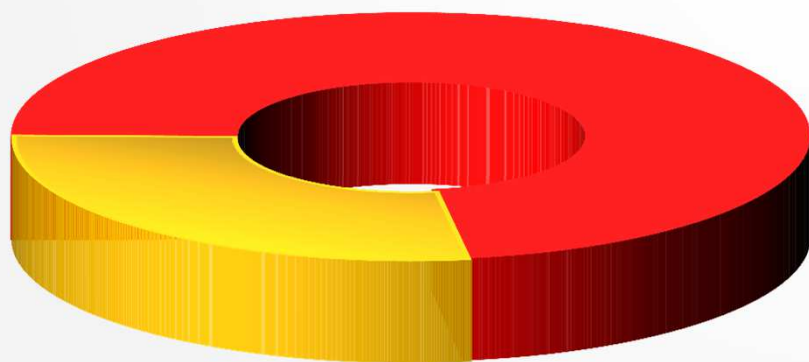
**Pública.**

# VARIÁVEIS

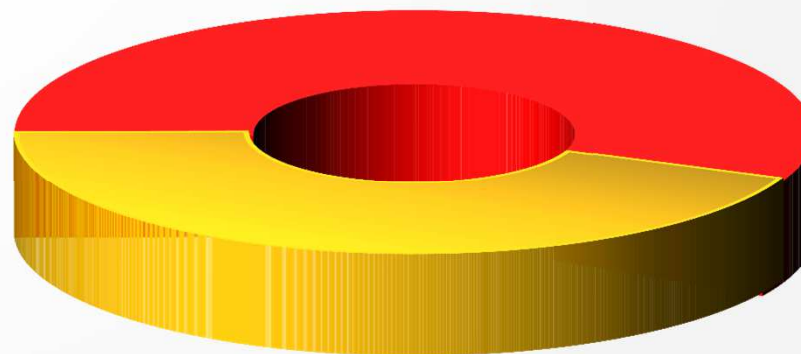
Foram analisadas 90 instituições privadas e 30 públicas.


Apresentando o seguinte índice de manifestações positivas dos usuários:

**78%** em Instituições  
**Privadas**



**56%** em Instituições  
**Públicas**





**91% destas manifestações  
positivas em Instituições  
Privadas vieram de  
atividades extraclasse.**

**91%**

# EXEMPLOS

1°

Os shows do  
trote solidário  
foram demais!

Isso é que é  
faculdade!

Valeu B.A.!



2°

Torcer por uma  
faculdade  
assim...

não tem preço!

Isso é  
#Mackenzie!



3°

Palestra do  
Facebook aqui  
na faculdade.

Muito bom!



# A INTERNET

1.0



Google e a organização da rede.

2.0



Facebook e a interatividade entre os usuários.

3.0



A mobilidade “e”

**USAR A MOBILIDADE PARA AGREGAR VALOR A MARCA.**

# CONTRIBUIÇÃO DA GRADUAÇÃO NO PREPARO PARA ATUAR NO MERCADO DE TRABALHO

**Satisfatória 54%**

**Muito Satisfatória 36%**

**Insatisfatória 10%**



# DEVERIA FAZER PARTE DA GRADUAÇÃO...



Contato com profissionais que já atuam no mercado

**23%**

Ações que propiciem desenvolvimento de competências/comportamentos

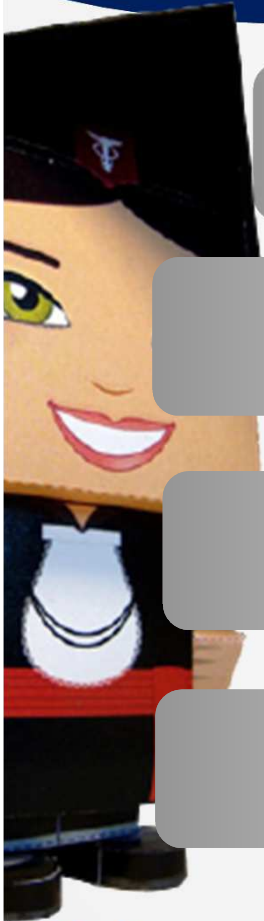
**17%**

Orientação de carreira

**17%**

Noções sobre empreendedorismo

**17%**



# Prioridade dos Jovens

1º

Dormir

2º

Assistir TV

3º

Sair com amigos,

4º

Internet

5º

Escola

6º

Ouvir rádio

7º

Falar ao telefone

8º

Estudar





**8. Criando a diversificação do modelo de Universidade**

**7. Atendimento adequado a população de baixo poder aquisitivo e menor capacidade cultural.**



**6. Parcerias e Certificações internacionais.**

**5. Raciocínio lógico, comunicação e trabalho em equipe.**



**4. Avaliando a Avaliação do Ensino Superior.**



**3. O Ensino Médio:**

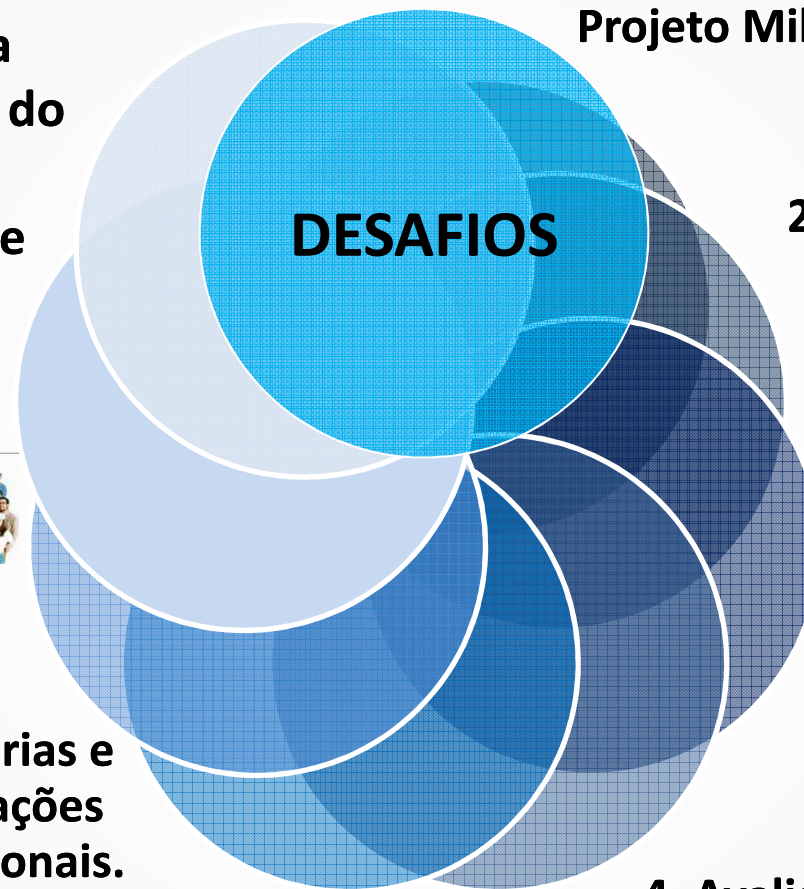
- Qualidade
- Terminalidade



**2. Formando Recursos Humanos Competitivos.**



**1. A Universidade 3.0 e o Projeto Millenium**



**DESAFIOS**

**A IMAGEM POSITIVA DAS INSTITUIÇÕES PRIVADAS VEM DOS PRÓPRIOS ALUNOS, QUANTO MAIS ALUNOS O ENSINO SUPERIOR OBTIVER, MELHOR SERÁ A SUA IMAGEM.**

**INCENTIVAR ATIVIDADES QUE FOGEM DA ROTINA UNIVERSITÁRIA GERA UM MAIOR NÚMERO DE MENÇÕES POSITIVAS. INVESTIR NESTAS ATIVIDADES, CONTRIBUI PARA INTERAÇÃO POSITIVA QUE PARTE DO PRÓPRIO ALUNO.**

# A Nova Pirâmide Organizacional

(a) Organograma tradicional



(b) Organograma de empresa moderna orientada ao cliente



# *Promessa de marca*

**Visão da empresa  
sobre o que a marca  
deve ser e realizar, para  
os clientes.**



RESPEITO



MUITO RESPEITO  
+  
POUCO AMOR  
=  
**MARCAS**

MUITO RESPEITO  
+  
MUITO AMOR  
=  
**LOVEMARKS**

POUCO RESPEITO  
+  
POUCO AMOR  
=  
**COMMODITIES**

MUITO AMOR  
+  
POUCO RESPEITO  
=  
**MODISMOS**



AMOR





**PERTENCENTE**

**ÀS**

**PESSOAS**

A young boy with dark hair is hugging a large tiger from behind. They are in a savanna landscape with tall grass and a clear sky. The scene is overlaid with colorful text.

L E A L D A D E

além da

R A Z Ã O

[www.cmconsultoria.com.br](http://www.cmconsultoria.com.br)

