

Pesquisa de mercado orienta expansão das IES

► **Lobo & Associados** desenvolve levantamento focado na especificidade do Ensino Superior

A pesquisa de mercado desenvolvida pela *Lobo & Associados* orienta as decisões das Instituições de Ensino Superior (IES) que necessitam de informações apuradas e analisadas especialmente para o setor. O que até bem pouco tempo era realizado para a elaboração do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), por exemplo, hoje é uma importante ferramenta de gestão, referência das IES que desejam expandir sua atuação com novos cursos ou que queiram avaliar o seu desempenho comparado ao de suas concorrentes diretas.

A *Lobo & Associados* tem observado que, depois que o Ministério da Educação (MEC) e o Conselho Nacional de Educação (CNE) mudaram as regras para a aprovação e o reconhecimento de cursos, as instituições aproveitaram para utilizar a pesquisa de mercado dentro de uma análise de marketing e viabilidade do negócio.

“Tradicionalmente as IES costumavam recorrer a empresas que realizam a pesquisa de mercado convencional, mas o Ensino Superior possui peculiaridades que dificilmente se consegue atender num levantamento padrão”, comenta o professor Roberto Leal Lobo e Silva Filho, sócio-diretor da *Lobo & Associados*. Segundo ele, “a pesquisa de mercado deve ser orientada para apresentar soluções focadas na especificidade do setor e levantar sugestões avaliadas pela relação custo-benefício”.



Segundo a professora Maria Beatriz Lobo, “cada instituição define conosco que tipo de informações necessita”

No caso da expansão, os cenários pesquisados revelam as oportunidades, as demandas e os riscos que o mercado apresenta. O diferencial da *Lobo & Associados* está nos indicadores desenvolvidos para traduzir dados socioeconômicos, informações disponibilizadas das IES concorrentes, mercado de trabalho, potencialidades regionais e tendências do Ensino Superior. “Nossa experiência como gestores é fundamental para oferecer uma pesquisa completa que oriente a decisão da IES a partir da análise e sugestões que fazemos”, afirma a professora Maria Beatriz Lobo, sócia-diretora da *Lobo & Associados*.

A Consultoria desenvolve pesquisas de mercado para IES em vários níveis. Desde a orientação de oportunidades e riscos do mercado e os cenários para o Ensino Superior, base de um Planejamento Estratégico, até a análise do mercado empregador regional/nacional, as perspectivas de demanda para os cursos atuais e novos, podendo incluir definição de vagas, aproveitamento de infra-estrutura e merca-

“Uma IES não deveria pagar por uma pesquisa de mercado de uma empresa convencional que não saiba traduzir os dados para ajudá-la a tomar decisões”

Maria Beatriz Lobo, sócia-diretora da *Lobo & Associados*

do potencial para a contratação de corpo docente.

Para isso, é importante que uma consultoria seja capaz de orientar a IES na definição e adequação de seu público-alvo e no monitoramento

das concorrentes diretas, definindo os indicadores, inclusive, de preço e distância, fundamentais nesse tipo de levantamento. Não se indica mais a abertura de novos cursos, de novas instituições ou a elaboração de um Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) sem esse tipo de pesquisa.

“Cada instituição, de qualquer ponto do País, define conosco que tipo de informações necessita. Há situações em que a pesquisa realizada alertou para riscos estratégicos, na área de atuação da IES, que a instituição desconhecia, o que foi determinante para a definição de abertura de novos cursos”, disse a professora Maria Beatriz. Para ela, “uma IES não deveria pagar por uma pesquisa de mercado de uma empresa convencional que não saiba traduzir os dados para ajudá-la a tomar decisões ou que forneça informações desnecessárias por não conhecer as peculiaridades do Ensino Superior”.

A *Lobo & Associados* oferece a possibilidade da IES escolher os passos (quadro) que a pesquisa deve ter e, ao final do levantamento, apresenta as melhores oportunidades dentro deste mercado, baseada em seu *know-how*.

Clipping

FOLHA DE S. PAULO

A pesquisa sobre inadimplência realizada pela *Lobo & Associados* com 49 instituições particulares de Ensino Superior também foi notícia em duas notas publicadas no dia 7 de julho, na coluna Painel S/A, do caderno *Dinheiro*. O jornal deu ênfase especial ao fato de os alunos de menor poder aquisitivo serem melhores pagadores do que os de classe média. Vinculando a má qualidade do ensino ao aumento da inadimplência, a coluna também destacou que nas instituições que obtiveram o conceito “A” e “B”, apenas 12,1% dos alunos não pagaram as mensalidades, enquanto nas com conceito “D” e “E” o índice foi de 21,9%, conforme demonstrou o trabalho da Consultoria.

O ESTADO DE S. PAULO

“A baixa qualidade dos cursos é um fator que estimula a inadimplência: quanto mais baixa a nota no Exame Nacional de Cursos (Provão), mais alta a taxa de inadimplência”, afirma a reportagem publicada na edição do dia 18 de julho do influente jornal paulista, tomando como base os resultados do estudo realizado pela *Lobo & Associados*, que analisou as causas da inadimplência com as instituições privadas. A repórter Marta Avancini ouviu o diretor da União Nacional dos Estudantes, Geraldo Vilar, e o presidente da Associação Nacional dos Centros Universitários, Magno Maranhão, que concordaram inteiramente com o raciocínio determinado pelos números da pesquisa.

Valor

Um artigo do professor Roberto Lobo, sócio-diretor da *Lobo & Associados*, analisando “o grande desafio do Ensino Superior no País”, ocupou duas páginas do caderno *Eu & Valor*, publicado na edição de 9 de agosto. Num estudo aprofundado, o ex-reitor da USP traça um perfil detalhado da problemática educacional no Brasil, onde a expansão do Ensino Superior aparece como o “próximo grande desafio que o governo irá enfrentar na área de educação”. Apresenta ainda uma agenda com propostas para que o País possa vencer esse e outros desafios. A análise foi originalmente publicada como encarte especial do Dossiê Internacional da Prospectiva – Consultoria Brasileira de Assuntos Internacionais.

ITENS DE UMA PESQUISA GLOBAL DE MERCADO

- Análise dos dados e do perfil da IES
- Definição do público-alvo
- Cenário do Ensino Superior
- Profissões em alta
- Dados de demanda
- Mercado empregador global e/ou regional
- Análise das concorrentes
- Escolha dos cursos
- Exemplos de currículos
- Mercado de corpo docente
- Infra-estrutura necessária
- Sugestão de vagas / turnos / preços
- Riscos - atuais e futuros
- O vestibular
- Onde e como divulgar
- O que é preciso para aprovação do projeto