

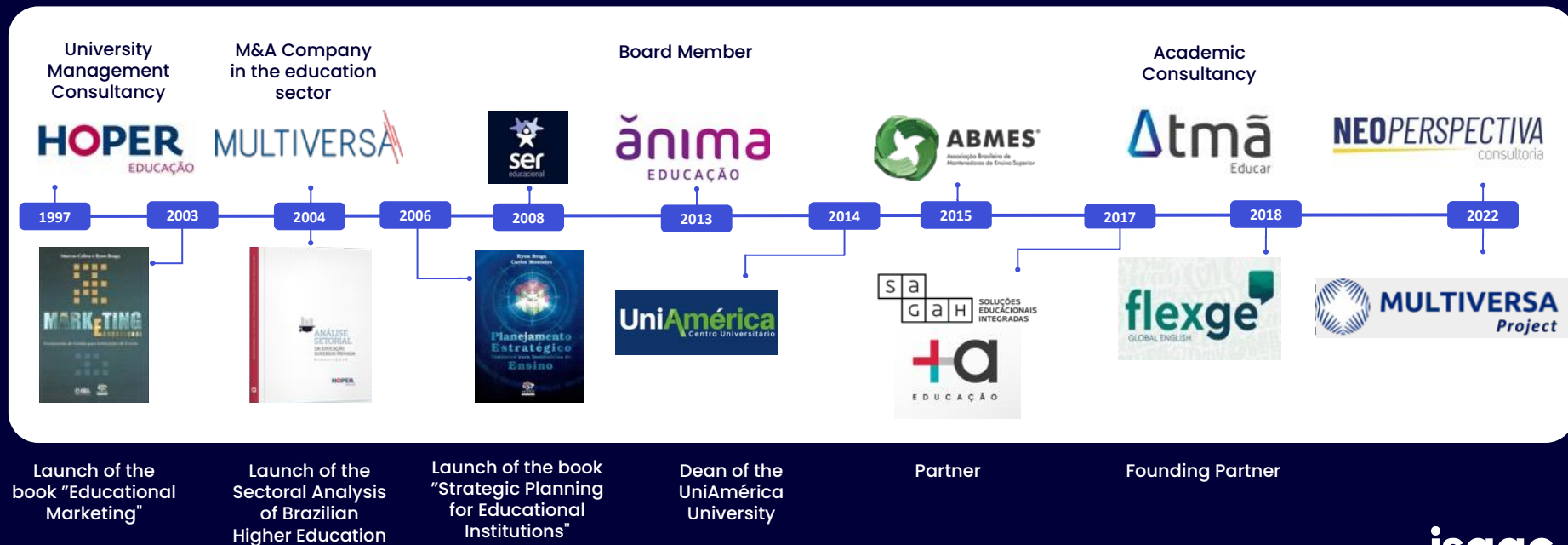
Como aproveitar as mudanças regulatórias para se tornar mais competitivo na educação superior?

Prof. Ryon Braga
CEO da Rede Multiversa
de Educação





Timeline de Experiências Relevantes



REALIZAÇÕES COMO CONSULTOR

Com 27 anos de atuação no segmento, apresentamos o seguinte portfólio de realizações:

- ➔ Assessoria a 360 universidades/faculdades em 5 países.
- ➔ Assessoria a 80 colégios.
- ➔ Assessoria a 11 sistemas de ensino.
- ➔ Assessoria e/ou estudos de mercado no segmento educacional para 38 empresas do setor financeiro (bancos de investimentos e private equity).
- ➔ Turnaround/gestão interina em 05 IES.
- ➔ 16 M&A no setor.
- ➔ Formação de mais de 1.200 gestores para o setor de educação através de 38 programas de formação.

CAPACITAÇÃO DE DOCENTES E GESTORES EM DIVERSOS PAÍSES

**Gestão de Aprendizagem da
Aprendizagem**
UNISALES – Vitória –ES



MBA Gestão de Aprendizagem
URCAMP – Bagé –RS



MBA Gestão de Aprendizagem
UNISC – Santa Cruz –RS



Universidade
La Salle



CESV - Rio de
Janeiro





**Formação de Gestores
em São Paulo**

**Visita de 15 Universidades
de 12 países da América
Latina na UniAmérica**





**Capacitação docente na
Universidade La Salle
em Porto Alegre**

**Formação de
Professores em
Moçambique na
África**



MUDANDO A EDUCAÇÃO SUPERIOR NA COLÔMBIA



**Assessoria na Elaboração
do Anteprojeto da Reforma
Universitária para o
*Ministerio de Educación
Nacional* da Colômbia**



CRIAMOS A IES MAIS INOVADORA DO BRASIL

Modelo Educacional diferenciado, baseado no desenvolvimento de competências, consolidado e testado através de um piloto em Foz do Iguaçu, entre os anos de 2014 e 2022.



Neste período de 8 anos a IES em questão:

- ➔ Passou de IGC 2 para IGC 4 – da pior IES da região para a melhor.
- ➔ Passou de faculdade isolada para Centro Universitário.
- ➔ De valor de mercado de R\$ 3,2M em 2014 para R\$ 36M em 2022.
- ➔ De um *market share* de 12% para 40% entre 5 IES privadas existentes na cidade.

O SETOR de Educação Superior Privada no Brasil

PRINCIPAIS FALHAS DAS IES

- ➔ Excesso de preocupação com o MEC.
- ➔ Baixo reconhecimento dos elementos que realmente fazem diferença na percepção do seu cliente.
- ➔ Visão sistêmica e gestão profissional aquém da necessária.
- ➔ Focar no curto prazo e não dar a devida atenção para o médio e longo prazo.



MULTIVERSA
Project

isaac

HIERARQUIA DE PRIORIDADES DE UMA IES

- ➔ Sucesso do Cliente.
- ➔ Satisfação do Cliente.
- ➔ Sucesso e Satisfação dos Colaboradores.
- ➔ Organização e Otimização dos Processos.
- ➔ Excelente estrutura de vendas.
- ➔ Adequação às normas e regras do processo regulatório (MEC).



MULTIVERSA
Project

isaac

PERENIDADE DE UMA IES

A perenidade de uma instituição se refere à capacidade dela se manter competitiva ao longo do tempo. Ela é determinada pelos seguintes elementos:

- ➔ Capacidade de captar novos alunos.
- ➔ Capacidade de reter os alunos captados.
- ➔ Capacidade de garantir a indicação/recomendação de alunos, egressos e familiares.

CAPACIDADE DE CAPTAR NOVOS CLIENTES

Através de Elementos de Conveniência

- ➔ Preço competitivo
- ➔ Promoções agressivas
- ➔ Localização
- ➔ Acesso
- ➔ Facilidades em geral

Através de Elementos Qualitativos

- ➔ Visibilidade e Familiaridade da IES
- ➔ Credibilidade da IES
- ➔ Nível de recomendação/indicação de alunos e egressos

CAPACIDADE DE RETENÇÃO DE CLIENTES

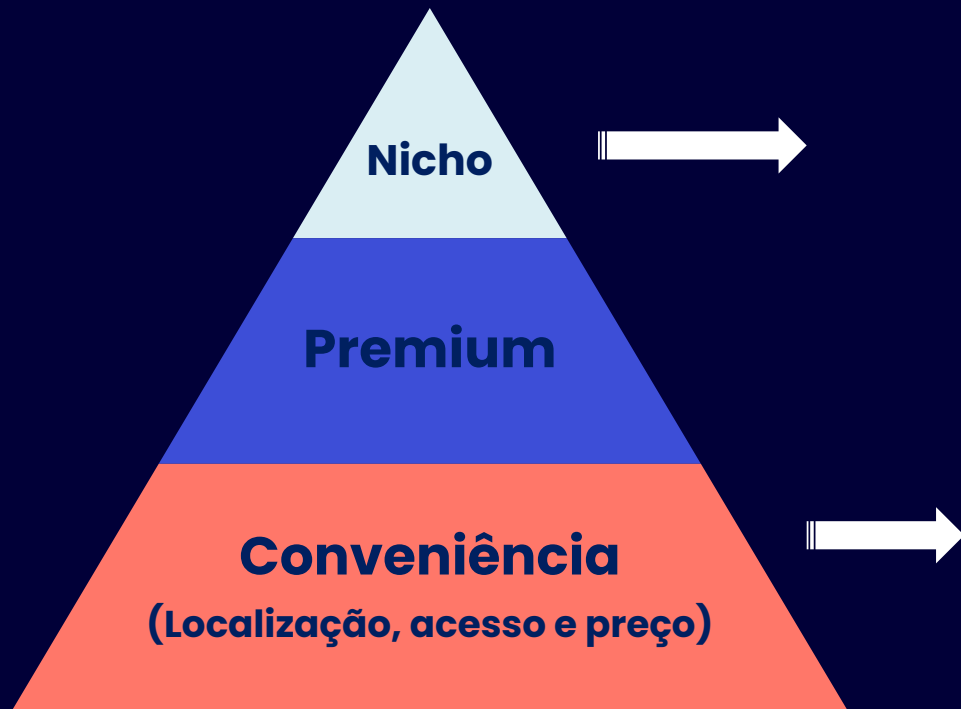
**Está atrelada ao nível de satisfação
do cliente, que depende de:**

- ➔ Nível de organização dos processos da instituição.
- ➔ Qualidade e agilidade no atendimento e na comunicação com o cliente.
- ➔ Qualidade no relacionamento acadêmico.
- ➔ Qualidade percebida do produto oferecido.
- ➔ Infraestrutura da instituição.
- ➔ Estímulo ao Engajamento no curso.

CAPACIDADE DE GARANTIR A INDICAÇÃO/RECOMENDAÇÃO DE ALUNOS E EGRESSOS

A Indicação/Recomendação dos Egressos se dará com base no julgamento crítico destes egressos quanto ao valor o curso agregou em sua empregabilidade, trabalhabilidade e/ou sua vida.

POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO



Nicho

- Atua somente em uma área do conhecimento (ex: IBMEC, FGV, ESPM).

Premium com Escala

- Atua em diversas áreas (ex: PUCs, Mackenzie).

Porte e tradição

- Geralmente são IES de médio e grande porte.
- Já possuem uma história na região (tradição).
- Quase sempre são universidades ou centros universitários.

Bem Localizadas

- Excelente localização e acesso.
- Preço baixo.
- Em alguns casos é multicampi.

Melhor Preço

- Preço mais baixo da região.
- Localização e acesso adequados.



CRITÉRIOS **DE ESCOLHA** **DE UMA IES**

ELEMENTOS QUE DEFINEM A ESCOLHA DE UMA IES

FATORES DE CONVENIÊNCIA

- ⇒ Localização
- ⇒ Preço
- ⇒ Facilidades

FATORES QUALITATIVOS

- ⇒ Visibilidade
- ⇒ Familiaridade
- ⇒ Credibilidade

Componentes da Precificação de um Curso

- ➔ Valor nominal das mensalidades dos concorrentes diretos.
- ➔ Valor real das mensalidades (ticket médio) dos concorrentes diretos.
- ➔ Capacidade de pagamento do cliente (renda familiar ou *per capita*).
- ➔ Curva de captação de novos alunos.
- ➔ *Market share* e *Sales share* do curso.
- ➔ Imagem de qualidade do curso percebida pelo público-alvo.

FATORES QUALITATIVOS

Visibilidade

- ➔ O quanto é conhecida (IES e seus produtos)
Tem a ver com a capacidade de divulgação no target

Familiaridade

- ➔ O quanto de relacionamento com a comunidade a IES consegue gerar
Tem a ver com afetividade e confiança

Credibilidade

- ➔ Quais seus atributos de valor percebidos pelo cliente
Tem a ver com a capacidade de diferenciação da IES

COMO É FORMADA A IMAGEM DE QUALIDADE DE UMA IES?

A partir do acesso à informações das seguintes fontes:

- ➔ Opinião de amigos, parentes e conhecidos.
- ➔ Opinião de quem estuda ou estudou na instituição.
- ➔ Depoimento de formadores de opinião e influenciadores
- ➔ Informações disponíveis no site da IES, internet e nas redes sociais.

Os meios pela qual
estas informações
são acessadas:

Offline – 30%

Online – 70%

ELEMENTOS QUE TRANSFEREM PERCEPÇÃO DE QUALIDADE PARA A MARCA DE UMA IES

- ➔ TRANSFERÊNCIA DE CREDIBILIDADE DIRETA
- ➔ DESEMPENHO ACADÊMICO
- ➔ EMPREGABILIDADE/TRABALHABILIDADE
- ➔ FAMILIARIDADE/AFETIVIDADE
- ➔ DIFERENCIAÇÃO
- ➔ COMPARTILHAMENTO DO PROPÓSITO

TRANSFERÊNCIA DE CREDIBILIDADE DIRETA

Pessoas de referência – autoridades ou celebridades em suas áreas.

Instituições de referência (parceria com organizações de prestígio nacional ou internacional.

Eventos de referência.

Insumos de referência, tais como livros, pesquisas, publicações de prestígio, etc.

DESEMPENHO ACADÊMICO

➔ Indicadores Oficiais – ENADE – CPC, CI, CC e IGC

➔ Rankings em Geral

Observação:

Atualmente no Brasil os indicadores oficiais perderam influência na imagem de qualidade de uma instituição e só impactam se forem muito diferenciados, como por exemplo o melhor ENADE ou IGC do país ou de uma região.

EMPREGABILIDADE/TRABALHABILIDADE

- ➔ Índices de empregabilidade
- ➔ Elementos tangíveis tais como: número de vagas ofertadas, empresas conveniadas, quantidade de pessoas recrutada, etc.
- ➔ Cases de sucesso de alunos egressos.
- ➔ Apoio à trabalhabilidade e ao empreendedorismo, tais como: portais de *market place*, incubadora e aceleradora de empresas, ambientes de *coworking*, condomínios empresariais, etc.

Obs:

Atualmente este é o elemento de maior impacto na formação da imagem de qualidade de uma IES que atende ao público das classes C e D, no entanto, como é um elemento “commodity”, onde todas as IES exploram este tema, ele precisa ser muito tangibilidade para surtir o efeito desejado.

EXEMPLOS

VESTIBULAR 2022

- Farmácia
- Administração
- Ciência e Tecnologia
- Análise e Desenvolvimento de Sistemas

Prova 18/12



Garantimos o seu
trabalho **ou** você
estuda de graça.*

Luiz Donaduzzi

Inscriva-se em
bioparkeducacao.com.br



*CONSULTE O EDITAL E O REGULAMENTO COMPLETO.

**GARANTIA DE EMPREGO
E BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS***



Estude no Biopark
Educação

Thiago e Heloisa
Alunos do Biopark
Educação

Vestibular
2023

Inscrições abertas!

bpkedu.com.br



FAMILIARIDADE/AFETIVIDADE

Diz respeito ao quão próxima é a IES do seu público. Este elemento se relaciona de modo muito próximo à questão do Propósito, mas precisa ser trabalhado à partir de elementos próprios, tais como:

- ➔ Ações de relacionamento com o público-alvo nas escolas de ensino médio
- ➔ Relação com o público-alvo nas empresas
- ➔ Open Day na IES
- ➔ Visitas agendadas
- ➔ Feira de Profissões
- ➔ Eventos de entretenimento
- ➔ Relacionamento nas redes sociais (comunidades)

DIFERENCIAÇÃO

A diferenciação refere-se a componentes presentes na IES com alto valor agregado na percepção do cliente, e que seus concorrentes não possuem ou se possuem, não tem o mesmo impacto, como por exemplo:

- ➔ Ênfases em áreas específicas (exemplo da FIAP, IBMEC, FGV, Le Cordon Blue, etc.)
- ➔ Modelo pedagógico diferenciado
- ➔ Parcerias internacionais
- ➔ Currículo voltado ao empreendedorismo
- ➔ Campus diferenciado
- ➔ Rotina de atividades diferenciada.

COMPARTILHAMENTO DE PROPÓSITO

As IES que possuem um PROPÓSITO bem definido, dão significado ao que fazem, proporcionando o engajamento das pessoas.

Ao comunicar adequadamente o seu propósito e agir em coerência com ele, a IES não capta apenas clientes, mas promotores dos seus serviços e defensores da sua marca, em função da afinidade com o propósito.

**ONDE ESTÃO AS
OPORTUNIDADES?**

NO CAMPO DA ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO



- ➔ Atendimento com agentes integradores.
- ➔ Tutoria de conteúdo por IA
- ➔ Plataformas adaptativas com criação de trilhas personalizadas
- ➔ Correção de avaliações
- ➔ Aulas expositivas
- ➔ Orientações/explicações dialogadas

NO CAMPO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL



- ➔ Microcredenciais ou microcertificações oferecidas por instituições credenciadas
- ➔ Nichos de Mercado – Faculdades por área de conhecimento.
- ➔ Programas educacionais de graduação e pós-graduação integrando faculdades e o setor produtivo (empresas específicas, líderes em suas áreas de atuação).

NO CAMPO HÍBRIDO OU DIGITAL



- Unidades educacionais integradas (polos híbridos)
- Unidades educacionais como Hubs de trabalhabilidade
- Ambientes de convivência para comunidades de aprendizagem

NO CAMPO DA EMPREGABILIDADE E TRABALHABILIDADE



- Aceleradora de Carreira
- Match com vagas
- Identificação de lacunas de competências para a carreira pretendida (com IA)
- Oferta de programas educacionais para preencher as lacunas de competências diagnosticada.

ESTRATÉGIA DE PRODUTO E NEGÓCIO



- ➔ Revisão do modelo de negócios
- ➔ Produtização: adequação do “produto” às necessidades das IES.
- ➔ Precificação

LIFELONG LEARNING



➔ Segmentação geracional.

➔ Educação continuada.

Distribuição Máxima Admitida de Carga Horária Presencial e EaD

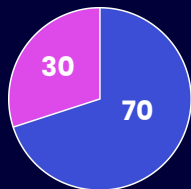
Decreto nº 12.456/2025 e Portarias MEC nº 378, 379 e 381/2025

Curso Presencial



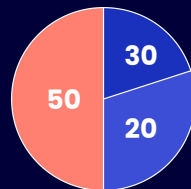
Medicina

Curso Presencial



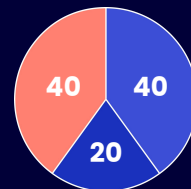
Direito
Enfermagem
Odontologia
Psicologia

Curso Semi Presencial



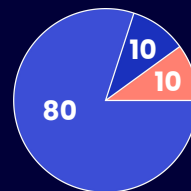
Licenciaturas
Ciências Naturais
Matemática

Curso Semi Presencial



Saúde e Bem-Estar
Engenharia, Produção
e Construção,
Agricultura Silvicultura,
Pesca e Veterinária

Curso A Distância



Demais Cursos



Presencial



Sincrona e Assincrona



Sincrona Mediana



Assincrona

METODOLOGIA DE ENSINO BASEADA NO DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS

CARACTERÍSTICAS DO MODELO DA MULTIVERSA

- 1 Currículo baseado em Competências
- 2 Substituição das Disciplinas por Projetos Profissionais
- 3 Formato *just-in-time*, sem pré-requisitos, permitindo integração vertical do currículo, aumentando a flexibilidade do ensalamento.
- 4 Modelo híbrido com 40% de virtualidade, mas sem disciplinas em EAD, nem tutores.
- 5 Projetos de escopo aberto, atendendo a demandas da comunidade e das empresas, com a participação de mentores voluntários.

PARA SE APRENDER EFETIVAMENTE É PRECISO



MODELO EDUCACIONAL MULTIVERSA

Modelo Educacional Tradicional	Modelo Educacional Multiversa
Baseado em conteúdos	Baseado no desenvolvimento de competências
Predomínio de aulas expositivas	Predomínio de Aprendizagem Ativa
Disciplinar (divisão curricular por disciplinas)	Inter e transdisciplinar (divisão curricular baseada em competências)
Predomínio da teoria sobre a prática	Concomitância da teoria com a prática
Baixa relação com o setor produtivo	Forte proximidade com o setor produtivo
Disciplinas teóricas	Projetos Profissionais autênticos
Formação baseada em teoria, simulações e demonstrações	Formação baseada em demandas reais práticas, vivências e experiências profissionais autênticas.
Conteúdo descontextualizado das demandas profissionais reais (pouco relevante).	Conteúdo totalmente alinhado com as demandas profissionais reais (altamente relevante).
Modelo hierárquico na relação professor/aluno	Modelo horizontalizado com base em processos colaborativos entre professores, estudantes, mentores e monitores.
Modelo <i>just-in-case</i> , onde existe uma sequência disciplinar repleta de pré-requisitos	Modelo <i>just-in-time</i> , onde o pré-requisito vem a tempo presente, eliminando o sequenciamento.
Modelo dicotômico – ou presencial ou EAD	Modelo Híbrido de Aprendizagem.

COMPETÊNCIA

Saber

Conhecimento

- Conceitual
- Factual
- Procedimental

Saber Fazer

Habilidades

- Habilidades Cognitivas
- HCG
- Habilidades Socioemocionais
- HSE

Efetivamente Fazer

Atitudes / Ação

- Volição / Conação
- Discernimento

Habilidades Cognitivas

Habilidades Socioemocionais

Modelo Mental (*Mindset*)

COMPONENTES DE QUALQUER PROGRAMA EDUCACIONAL HÍBRIDO

VIRTUAL ASSÍNCRONO

(aulas gravadas, textos e objetos de aprendizagem em geral)

VIRTUAL SÍNCRONO

(telepresencial)

PRESENCIAL

O desafio de um gestor universitário é integrar, de modo harmônico, estes três elementos visando o melhor resultado de aprendizagem para o seu aluno e sustentabilidade para a sua IES

COMPONENTES DE QUALQUER PROGRAMA EDUCACIONAL HÍBRIDO

VIRTUAL ASSÍNCRONO = Apreensão

Apreensão do conteúdo (aulas expositivas)

VIRTUAL SÍNCRONO = Interação

Discussão de *Cases*, orientação, feedback, debates, mentorias, etc.

PRESENCIAL – Aplicação

Aplicabilidade prática real, experiências diferenciadas e imersivas.

ESTRUTURA DOS CURSOS

Competência a ser desenvolvida



Entrega de um “produto” oriundo da aplicação prática + defesa oral ou escrita sobre a entrega

INTEGRAÇÃO COM O SETOR PRODUTIVO

**UNIDADES DA
FACULDADE EM
EMPRESAS/INDÚSTRIAS**



CURSO DE GRADUAÇÃO EM GESTÃO DA PRODUÇÃO INDUSTRIAL

FRIGORÍFICO DA COOPERATIVA LAR EM
MATELÂNDIA - PR



CURSO DE GRADUAÇÃO EM GESTÃO DA PRODUÇÃO INDUSTRIAL

**FRIGORÍFICO DA COOPERATIVA C- VALE EM
PALOTINA - PR**



isaac



CURSO DE GRADUAÇÃO EM GESTÃO DA PRODUÇÃO INDUSTRIAL

FRIGORÍFICO DA COOPERATIVA C- VALE EM
PALOTINA - PR



Cooperativa Agroindustrial

isaac



CURSO DE GRADUAÇÃO EM FARMÁCIA

BIOPARK/PRATI-DONADUZZI – TOLEDO-PR





UMA UNIVERSIDADE DENTRO DA INDÚSTRIA

A Nutrimental vai instalar uma universidade dentro do seu complexo industrial, em São José dos Pinhais. A fabricante de alimentos fechou uma parceria com o grupo universitário UniAmérica, de Foz do Iguaçu, para oferecer quatro cursos de graduação em um novo espaço dentro da sua unidade. Serão ofertados já em 2019 os cursos de Administração, Nutrição, Engenharia de Alimentos e Engenharia de Produção, todos ligados à área de atuação da Nutrimental. Os cursos são reconhecidos pelo MEC e abertos tanto aos colaboradores da empresa quanto a pessoas da comunidade.

Renner/Reda



UNIDADE EM INDÚSTRIA DE ALIMENTOS NUTRICIONAL

CURSOS DE GRADUAÇÃO

➡ NUTRIÇÃO

➡ ADMINISTRAÇÃO

➡ ENGENHARIA DE ALIMENTOS

➡ ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

NUTRIMENTAL





**Pós graduação em PD&I – Pesquisa,
Desenvolvimento e Inovação para os
gestores da Cooperativa Lar e Frimesa**



**Pós graduação em Administração
Hospitalar para 35 gestores do Hospital
Ministro Costa Cavalcanti**

PROJETOS EM ANDAMENTO

<https://academy.maisunimedfortaleza.com.br/>



NOSSOS MBA's

Escolha o curso que melhor frequente às suas ambições profissionais

Business

Pós Graduação

MBA em Negócios e Inovação para Startups

09 Meses

450 Horas

Marketing

Pós Graduação

MBA em Tecnologias de IA para Comunicação e Marketing

09 Meses

450 Horas

Desenvolvimento

Pós Graduação

Engenharia de Software e Microservices Architecture

09 Meses

450 Horas

Análise de Dados

Pós Graduação

MBA em Inteligência Artificial Generativa e Ciência de Dados

09 Meses

450 Horas

Tech

Pós Graduação

MBA em Cloud Engineering, Devops e SRE

09 Meses

450 Horas

Apolar Academy lança MBA e graduação em Gestão de Negócios Imobiliários

17/04/2025 às 08:12

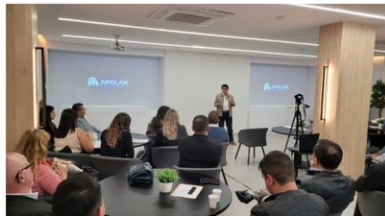


Foto: Divulgação

Joseph Galiano, uma área projetada especificamente para tratar do desenvolvimento e aprimoramento dos participantes.

"Gostaria de que todas as empresas tivessem iniciativas parecidas [na oferta de ensino superior], pois certamente teríamos uma profissão muito mais meritória do que já temos. Acredito que evoluímos muito ao longo dos anos, mas ainda assim, temos muito a caminhar. Então, iniciativas dessa natureza, pela Apolar ou por outra companhia, acabam contribuindo com a evolução da profissão", declarou o dirigente.

Durante a aula magna, João Teodoro falou sobre os desafios atuais do mercado imobiliário, trazendo a história e fatos do mercado desde o início da década de 70. Também falou sobre o papel do Banco Central e do esforço institucional, desempenhado no Cofeci, para a manutenção e aprimoramento da regularidade da profissão.

Iniciativa Pioneira – Derli Lessnau, coordenador dos cursos, explica que os cursos ocorrerão de forma presencial e online, aprovados pelo MEC. O MBA terá duração de 12 meses, enquanto a graduação 24 meses. "A primeira turma da pós e da graduação é formada exclusivamente por integrantes da Apolar, mas a expectativa é a de que no futuro próximo possamos abrir a oportunidade aos demais corretores e outras pessoas interessadas", afirma. As aulas da graduação terão início em maio e ambos os cursos serão ministrados na Sala Joseph Galiano.

6 Comentários | [QUERO COMENTAR](#)

* Os comentários não refletem a opinião do Diário Indústria & Comércio



APOLAR
ACADEMY

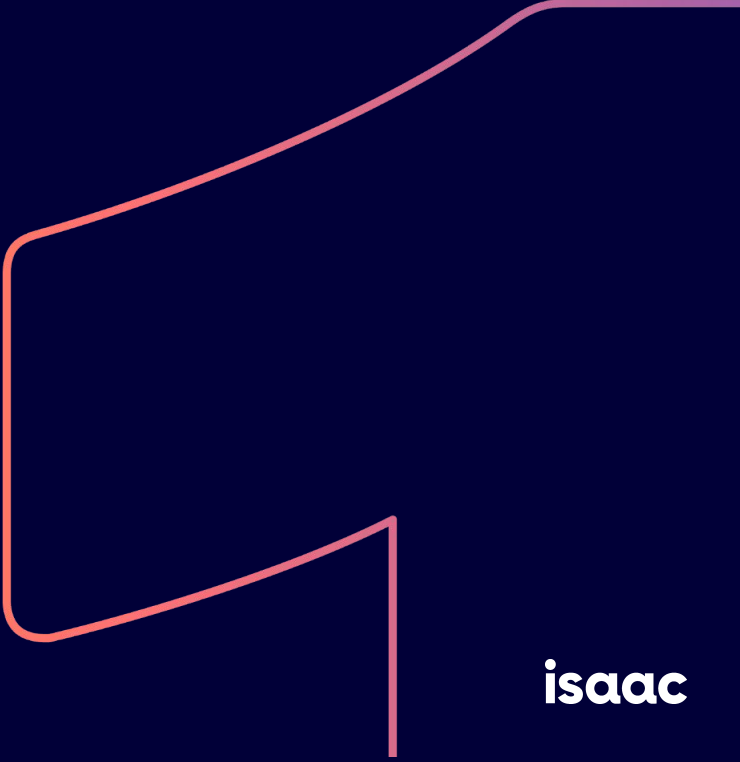


CONTATO

Ryon Braga

(45) 99924-1111

ryon@multiversa.com



isaac