



classe de insights.

lições sobre o
mercado de
educação.



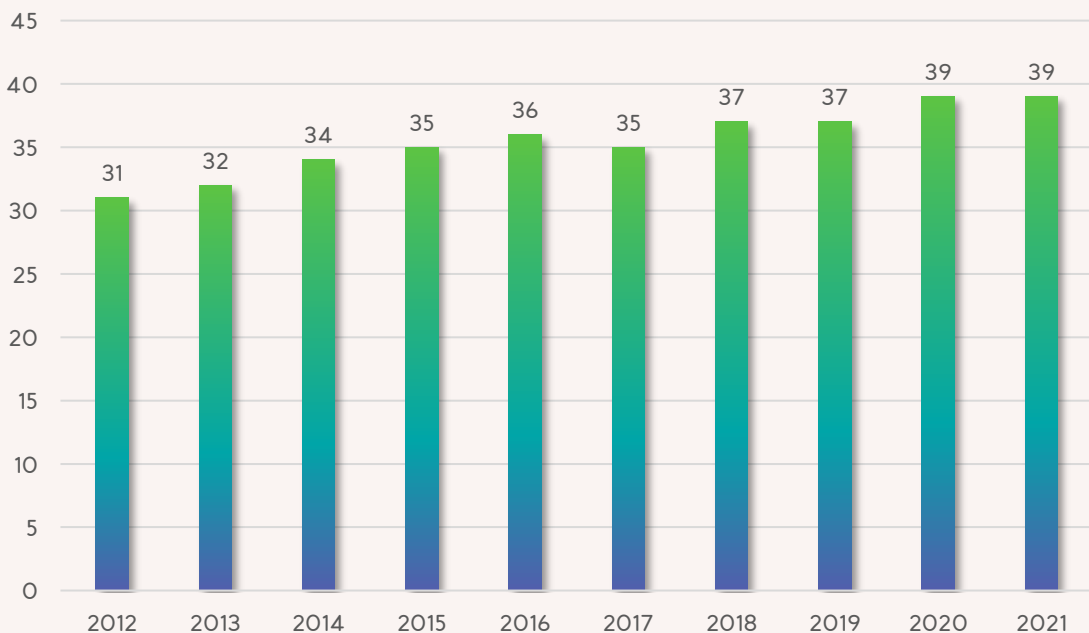
primeira aula.

Bem-vindos à nossa primeira aula!

E para começar, nada melhor do que falar sobre quem mais está na sala de aula e entender como os brasileiros têm ocupado cada vez mais as cadeiras das salas de aula.

Entre 2012 e 2021, a taxa de escolarização no país só subiu – um crescimento digno de nota 10!

Segundo o Censo da Educação Superior do IBGE, esses números mostram que o Brasil está aprendendo a valorizar seu futuro. Porque, vamos combinar, conhecimento é sempre o maior prêmio!



Fonte: PNAD/IBGE – Censo da Educação Superior



Em 2023, as matrículas na educação básica apresentaram mudanças significativas. A rede pública registrou uma leve queda de 1,3%, com 37,9 milhões de matrículas, enquanto a rede privada cresceu 4,7%, alcançando 9,4 milhões.

No ensino fundamental, 14,9% dos alunos frequentaram o tempo integral (35 horas ou mais semanais), com maior prevalência na rede pública (17,5%) do que na privada (3,3%).



Já no ensino médio, foram registradas 7,7 milhões de matrículas, uma redução de 2,4% em relação ao ano anterior.

Em contrapartida, a matrícula integrada à educação profissional cresceu 32,2% nos últimos cinco anos.

A rede estadual domina o cenário do ensino médio, concentrando 83,6% das matrículas, seguida pela rede privada (12,9%) e federal (3,1%), com proporções estáveis desde 2019.



recreio dos números.

Se você achou esses números interessantes, agora é que vamos nos divertir com mais dados.

Começando com uma brincadeira do você sabia que..., **45% dos catarinenses afirmam que pretendem ingressar em alguma faculdade.** A razão disso? É que o maior sonho do jovem no Brasil, hoje, é sentir-se realizado profissionalmente.

Mas, nem tudo são flores. Alguns jovens consideram alguns pontos que jogam contra!

Entre eles estão a baixa empregabilidade (17%) que alguns cursos oferecem aos formados, além da falta de tempo para se dedicar aos estudos (14%) e o longo período de estudos envolvido (13%).

Mas, 28% afirmam saber que uma pessoa com diploma terá mais retorno financeiro e 24% consideram que um diploma de graduação é o mínimo de educação que se deve almejar.

Conteúdo, em algum momento a decisão sobre estudar em uma universidade ou não precisa ser tomada, e quem é que influencia esses jovens na jornada da educação?

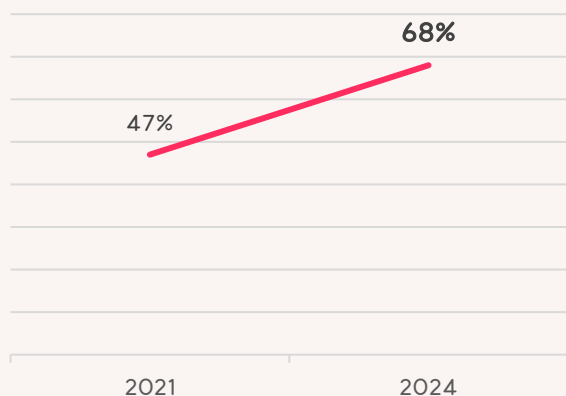


Fonte: Sales Insights | Serviços de Educação | "Decisões e Influências: a jornada do jovem para o ensino superior" | Jan/24



Os pais, professores e amigos são os maiores influenciadores nessa escolha, mas ao fugirmos do ciclo social do jovem o primeiro ponto de persuasão do jovem é a imagem de credibilidade da instituição de ensino. Vale entendermos, então, quem está melhor posicionado na percepção dos catarinenses.

A última pesquisa Top of Mind feita em **Santa Catarina**, demonstrou que algumas marcas tem força e relevância no Estado. Na região da capital a vencedora foi a **UFSC**, já na serra catarinense a **Uniplac** se destacou, no norte do Estado a **Univille**, no vale, a **Univali**, no sul a **Unesc** e, no oeste, a **Unoesc** e a **Unochapecó**.



E, qual a importância das instituições estarem presentes na mídia, você pode me perguntar. Num comparativo de quanto os futuros alunos gostam de ver a instituição de ensino que pretendem ingressar ativa em publicidade, entre os anos de 2021 e 2024, notamos que isso é ainda mais relevante hoje do que já foi.

Fonte: Sales Insights | Serviços de Educação | "Decisões e Influências: a jornada do jovem para o ensino superior" | Jan/24

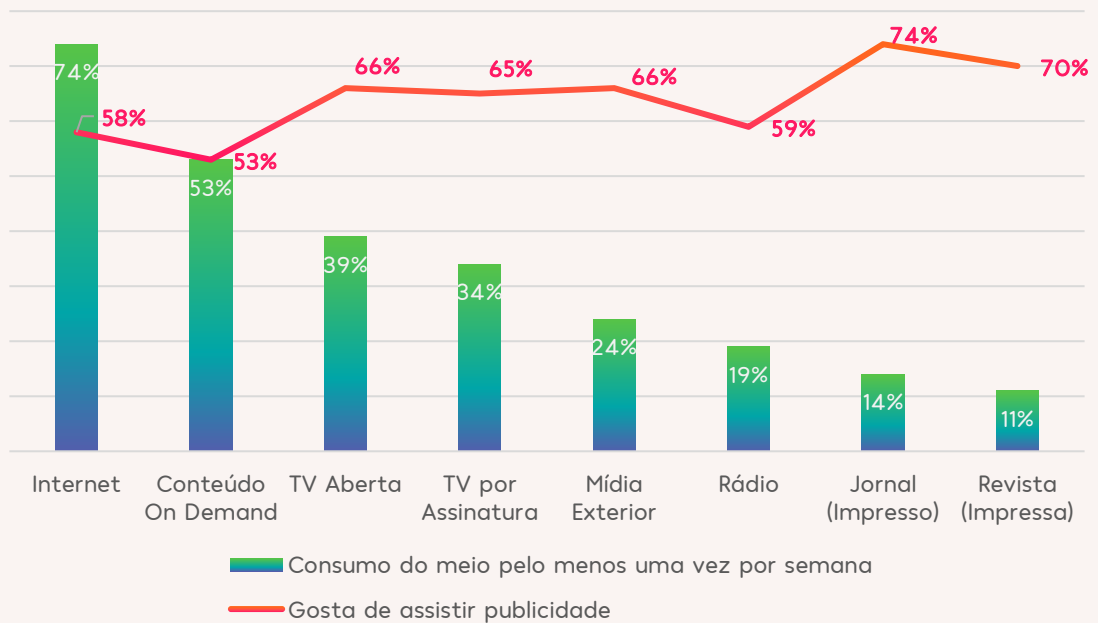
E, corroborando isso tudo, a pesquisa também mostra que se acredita que as instituições de ensino mais conhecidas são aquelas que ensinam melhor.

61% afirmam que quando veem publicidade de alguma instituição de ensino que não conhecem, se interessam em saber mais e, 47% acreditam que instituições de ensino que utilizam celebridades na publicidade são empresas financeiramente saudáveis.

Mas, onde essa publicidade deve estar?



classe de insights. lições sobre o mercado de educação.



Fonte: Sales Insights | Serviços de Educação | "Decisões e Influências: a jornada do jovem para o ensino superior" | Jan/24

A TV Aberta, os Streamings e a Internet são os meios mais consumidos na semana entre os jovens, e é importante observar que nesses três meios há uma relação positiva com a publicidade, principalmente, na TV.

E, claro vamos entender, então, quem tem ocupado esses espaços no nosso Estado e dado aula de como aproveitar essa oportunidade de ser visto e lembrado na mente tanto dos jovens, quanto daqueles que influenciam os jovens.



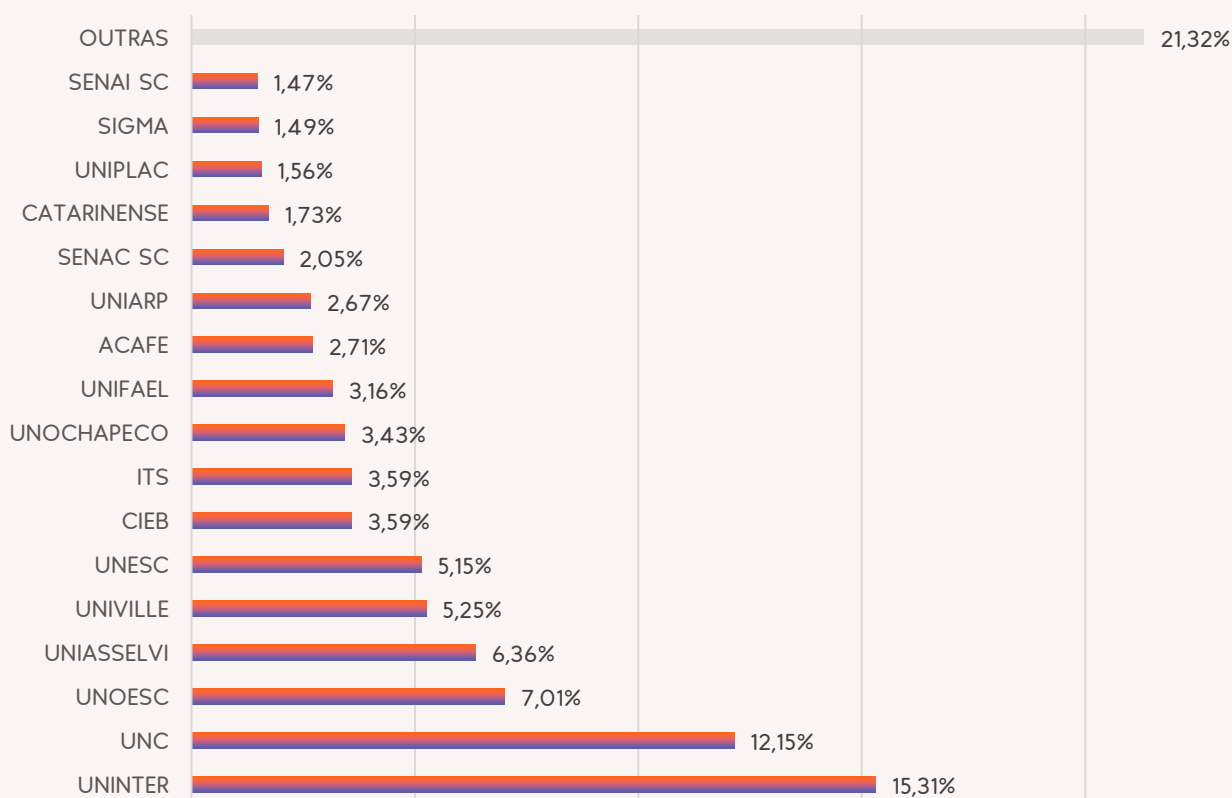
classe de insights. lições sobre o mercado de educação.

professores de sucesso.

Tem gente dando aula de investimento no meio TV Aberta nesse segmento, e não é pouca!

Vamos entender quem são os mestres quando o assunto é divulgar sua marca para o público e assim, fortalecer sua conexão com o consumidor, ganhar relevância no mercado, e obter resultados incríveis.

Veja no gráfico abaixo qual o Share of Voice (SoV) do segmento Ensino Escolar e Universitário no meio TV de Santa Catarina, com os 20 maiores investidores.



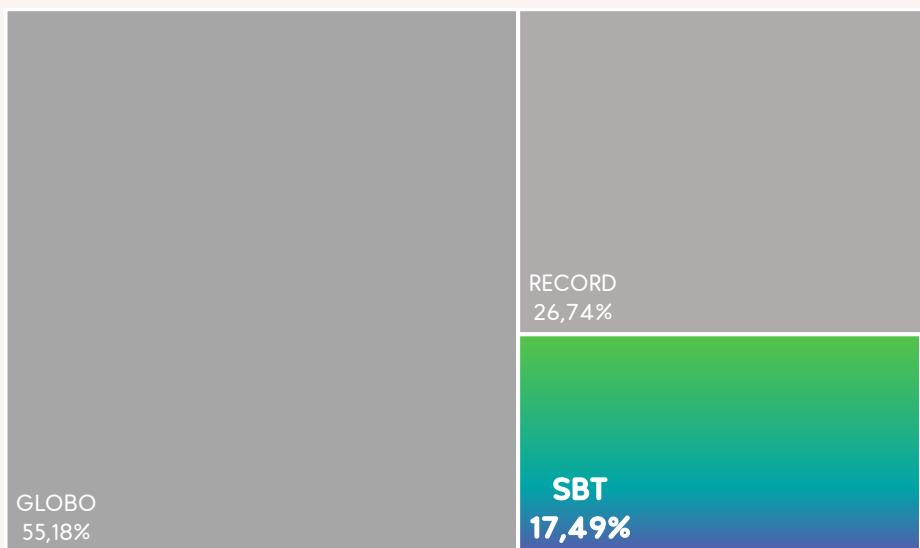
Fonte: Spot AUDAX | Setor: Serviços ao Consumidor | Categoria: Ensino Escolar e Universitário | Jan a Dez/24 | Investimento Consolidado com Descontos Projetados



classe de insights. lições sobre o mercado de educação.

O ranking mostra que as marcas **Uninter** (15,31%), **UNC** (12,15%), **Unoesc** (7,01%), **Uniasselvi** (6,36%) e **Univille** (5,25%) foram as que mais investiram, ao todo ao longo de 2024 no meio TV Aberta.

E, entre as emissoras que mais se investe, a **Globo** (NSC TV) ocupa a primeira colocação, seguida da **Record** (ND TV) e do **SCC-SBT. Band** (TVBV) ficou com apenas 0,59% do investimento do segmento.



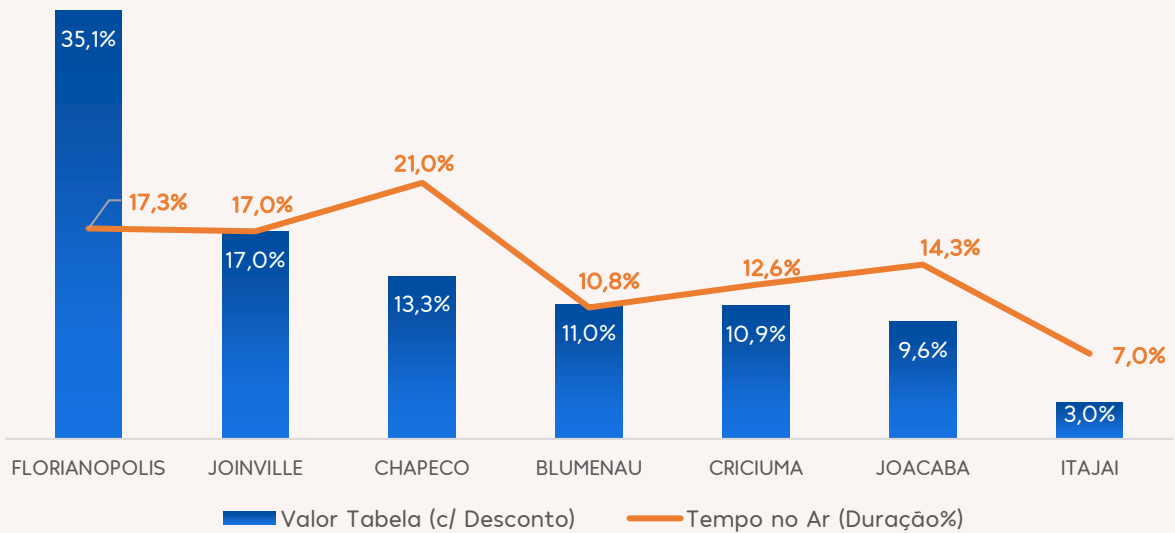
Fonte: Spot AUDAX | Setor: Serviços ao Consumidor | Categoria: Ensino Escolar e Universitário | Jan a Dez/24 | Investimento Consolidado com Descontos Projetados

Mas, existem algumas praças onde o investimento é maior do que outras. O que não significa, necessariamente, que seja onde o segmento mais aparece na telinha da TV.

No gráfico a seguir a gente cruza a informação do volume de investimento por praça com a duração (tempo que ocupado na tela das emissoras) pelas marcas do segmento educação..



classe de insights. lições sobre o mercado de educação.

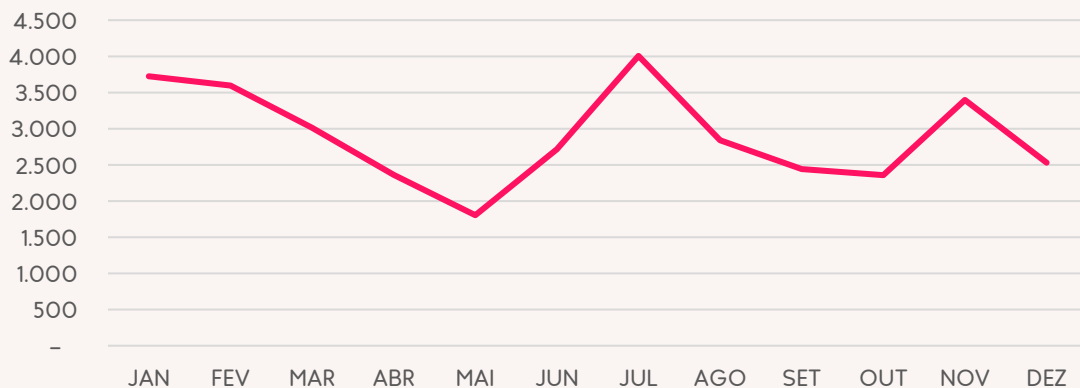


Fonte: Spot AUDAX | Setor: Serviços ao Consumidor | Categoria: Ensino Escolar e Universitário | Jan a Dez/24 | Investimento Consolidado com Descontos Projetados

Olhando para o gráfico, observamos que os períodos do ano em que mais se concentram as inserções dessas marcas nas telas são os inícios e finais de semestre.

O motivo, provavelmente, é devido ao período de matrículas e concursos vestibulares. Porém, é interessante observar que ao longo de todo o ano há sempre um volume acima de 1.800 inserções do segmento indo ao ar, o que dá, mais de 16 mil segundos no ar no mês com o menor número de inserções.

Se convertermos o tempo em inserções de 30 segundos, teríamos no mês com menos inserções 536 inserções de 30, e no mês com o maior duração, 2.515 inserções.



Fonte: Spot AUDAX | Setor: Serviços ao Consumidor | Categoria: Ensino Escolar e Universitário | Jan a Dez/24 | Investimento Consolidado com Descontos Projetados

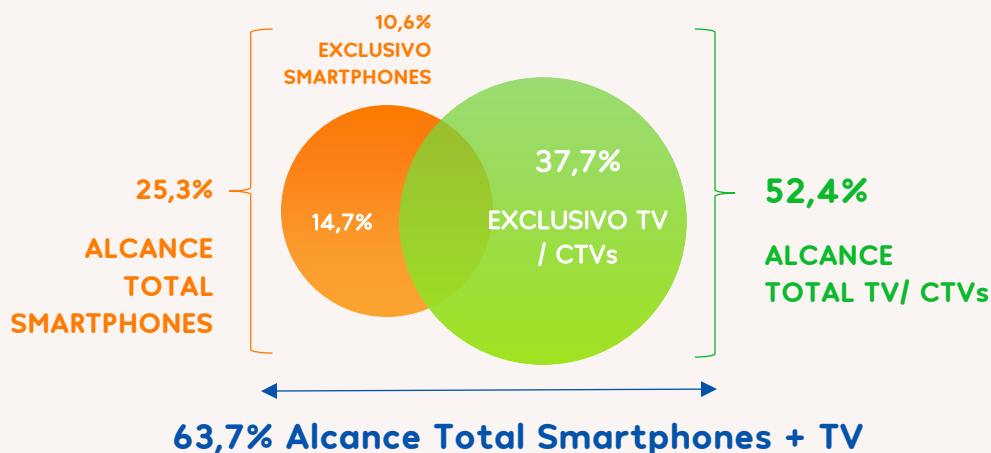


boletim da oportunidade.

Agora que você já entendeu que o caminho para posicionar sua instituição de ensino deveria, também, passar pelo meio TV Aberta, é hora de entender porque considerar o SSC SBT uma oportunidade para a sua nota 10!

Antes de mais nada precisamos entender que o meio TV não é mais um aparelho que fica na sua sala ou quarto, o meio TV é cada vez mais um conteúdo que está disponível em diversas plataformas e gadgets.

Os índices de audiência, hoje, podem ser medidos apenas por aqueles que são assistidos ao vivo, ou seja, na hora em que o programa está sendo exibido na grade de programação da emissora, mas também quando são assistidos, por exemplo, no YouTube em outro momento.



Fonte: Kantar IBOPE Media | Cross Platform View | Total Vídeo | Total Indivíduos | Consumo Domiciliar | Smartphones e TV/CTVs| 14/06/2023 | Rch%

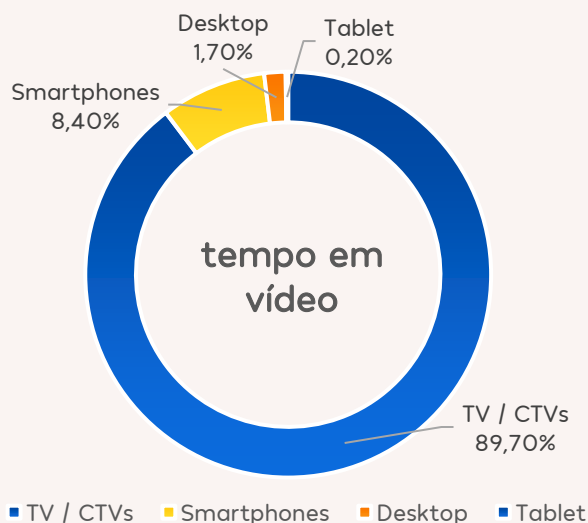
Este jeito de assistir os conteúdos no YouTube, em cortes de Reels no Instagram, no TikTok, em comentários no X ou no grupo do WhatsApp que integra digital e TV, não é só você quem faz. É um



novo comportamento de assistir TV e uma oportunidade para marcas.

O consumo de vídeos em aparelhos de TV e Smartphones em um único dia, pode gerar um alcance de acima dos 60%, melhorando a média de quando usamos apenas TV (52%). Isso nos indica que estar presente nas duas plataformas traz um ganho aproximado de 10% no alcance, por dia, ao usarmos as duas telas para entrega de conteúdos ao nosso consumidor.

No **SSC SBT** andamos lado-a-lado com o digital. Nossa programação é retransmitida em tempo real pelo nosso canal do YouTube com mais de 850 mil seguidores e 32 milhões de views mensais.



Fonte: Kantar IBOPE Media | Cross Plataform View | Total Indivíduos | Consumo Domiciliar | RM - Completo | 1o Semestre de 2023 | Total Vídeo | Consolidado View | Tot.Plataformas | Total Dispositivos | TMS%

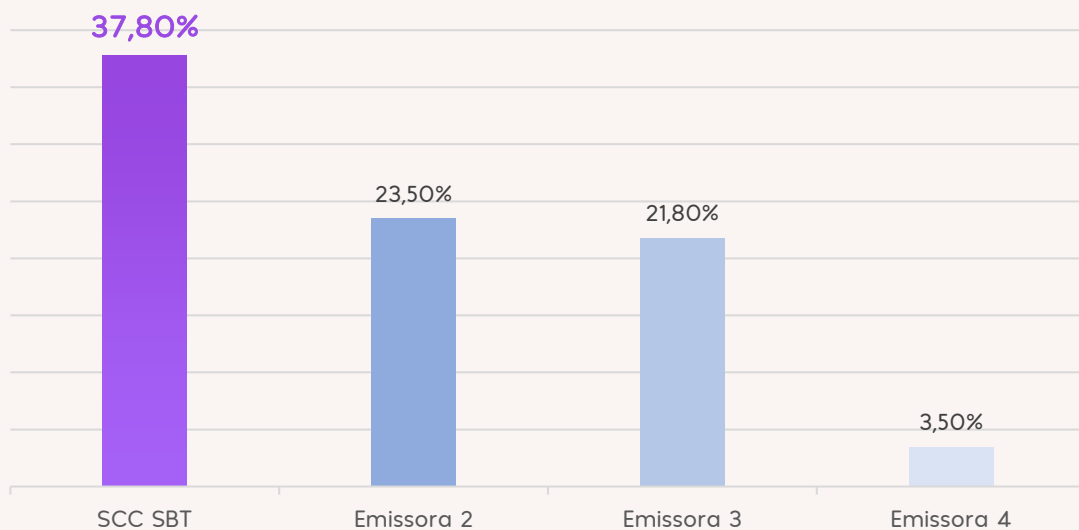
Sendo que no nosso canal temos 63,9% do público na faixa etária entre 25 a 54 anos de idade, atingindo diretamente o público influenciador da decisão de escolha da instituição de ensino dos jovens.

Ao pensarmos exclusivamente no meio TV, sabemos que o **SSC SBT** é quem tem a programação que mais conectada com a família catarinense. Dados do Instituto Reality de Pesquisas (IRP) na pesquisa



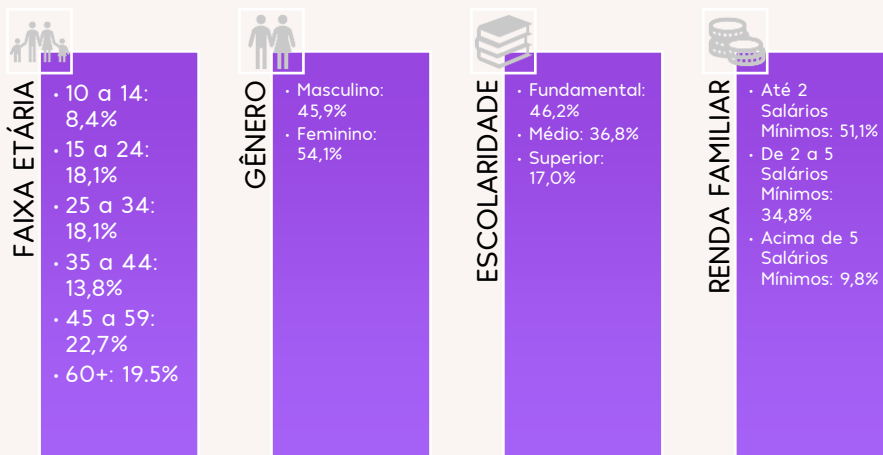
feita em 2024 que aponta que o somos líderes quando pensamos em adequação àquilo que a família quer assistir em TV Aberta.

Qual emissora possui a programação mais adequada?



Fonte: Surveykast IRP – 24 de junho a 08 de julho de 2024, Qual emissora possui a programação mais adequada?

E, nas nossas audiências exclusivas da TV, temos uma grade de programação variada que em quase todos os horários ocupa a segunda colocação de audiência em todo o Estado, atingido tanto o jovem quanto os pais e professores, deixando sua marca mais forte para todos os públicos.



Fonte: IRP TV Report – Pesquisa audiência Santa Catarina. 24 de junho a 08 de julho de 2024. PS%



classe de insights. lições sobre o mercado de educação.

E, por fim, ao analisarmos quais programas do **SCC SBT** tem maior afinidade com o target influenciador e decisor no processo de escolha de uma instituição de ensino, vamos observar que estes programas abaixo tem uma alta afinidade, sendo uma ótima escolha tanto para mídia avulsa.

>Adh% Masculino		>Adh% Feminino		>Adh% Classes AB	
Cinespecial	76,90	Teleton	69,60	Estação Pinhão	77,70
Tá na Hora SC	72,06	Novela Noite 1	64,59	Silvio Santos	62,46
SBT News	66,86	Domingo Legal 2	63,65	Esq da Moda	48,14
SBT Sports	66,20	Domingo Legal 3	62,59	SBT Sports	47,01
SBT Agro	64,18	Bake Off Brasil	60,46	Bake Off Brasil	45,96

Fonte: Kantar IBOPE Media | Instar Analytics | Consolidado 2024 | Ranking Adh% Acumulado por Programas

Mas, ainda não é só isso que existem de oportunidades no **SCC SBT**, temos projetos incríveis que conversam com o universo da Educação e que são oportunidades de se aproximar e falar diretamente com o público tanto de pais, quanto de alunos.

Um exemplo disso, é o **Desafio Show**, um reality show de educação que reúne 8 estudantes universitários de diferentes cursos, em uma casa confinamento. Ao longo dos dias eles participarão de dinâmicas e ações do reality para conquistar um grande prêmio ao final.

Além disso, se você quiser, **podemos desenvolver algo especificamente para a sua marca**, trabalhando de forma sinérgica com nossos times de marketing e agência para desenvolvermos a ação que irá combinar os valores da sua marca com a ação que aparecerá nas telas do **SCC SBT**, nosso **Portal SCC10** e nosso canal do **YouTube**.



classe de insights. lições sobre o mercado de educação.

do quadro negro ao diploma: vamos ensinar juntos?

Agora que você já percorreu as lições sobre o mercado educacional catarinense e compreendeu como os estudantes e suas famílias interagem com as instituições de ensino, **chegou a hora de transformar esses insights em ação.**

Assim como cada etapa da vida acadêmica é essencial para formar alunos preparados para o futuro, cada etapa da comunicação é fundamental para posicionar sua instituição no mercado. E, nesse processo, o SCC SBT e o Portal SCC10 podem ser seus parceiros ideais.



Se você deseja reforçar sua presença, aumentar seu alcance e se conectar profundamente com estudantes e familiares, vamos juntos criar estratégias inovadoras, criativas e personalizadas que coloquem sua instituição no topo da classe.

Prontos para começar?!