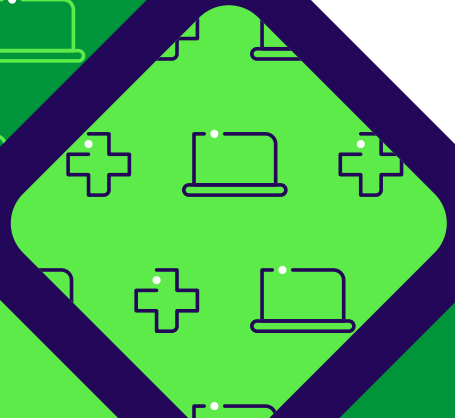
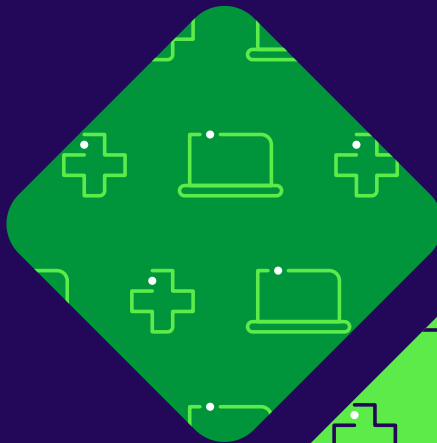


---

# Avaliação comparativa do Reino Unido como destino para estudos

British Council



### **Equipe de Pesquisa**

Sarah O'Sullivan

Justin Axel-Berg

Christopher Billington

Ingrid Le Van

Milagros Berríos

Isabella Cotta

Pedro Belasco

Fernanda Gusmão Louredo

Donovan Landa

Rosy MacQueen

### **Equipe de projetos do British Council**

Lisdey Espinoza

Patrícia Santos

Angy Herrera

## Agradecimentos

O British Council agradece profundamente a todos os participantes que contribuíram de forma significativa para a conclusão bem-sucedida deste estudo na região das Américas. Estendemos nosso sincero agradecimento aos ex-alunos do Reino Unido, agentes educacionais, orientadores e outras partes interessadas do setor de educação internacional pela sua participação inestimável. A participação ativa de todos os envolvidos em pesquisas, entrevistas e reuniões enriqueceu de forma incontestável a profundidade e o escopo da nossa pesquisa.

Um reconhecimento especial é reservado à equipe dedicada que desenvolveu a pesquisa. Expressamos nosso mais profundo agradecimento pelo espírito colaborativo e pela cooperação demonstrada por todas as partes envolvidas. Esta publicação é resultado dos esforços coletivos que culminaram em uma análise abrangente e perspicaz do panorama da educação internacional na região das Américas.



**Joanna Burke**  
Diretora Regional

# Introdução / Prefácio

Esta pesquisa investiga o cenário da educação internacional a partir de duas perspectivas distintas: a do aluno ou ex-aluno e a do agente educacional. O objetivo é oferecer um mapeamento das principais partes interessadas e redes nas Américas conectadas a ambos os públicos, além de fornecer informações e análises sobre a educação internacional em quatro países específicos: Brasil, Colômbia, México e Peru.

Este relatório não apenas apresenta referências, mas também oferece recursos para entender melhor os diversos contextos locais e responder de forma eficaz às demandas do mercado. Na primeira parte da publicação, mapeamos os agentes e redes de agentes nos quatro países, com um panorama dos serviços e programas que eles oferecem, bem como detalhes de suas parcerias atuais no Reino Unido, com um foco especial no ensino superior.

A segunda parte apresenta o perfil socioeconômico dos alunos e ex-alunos entrevistados pela equipe de pesquisa. Esta seção abrange a formação acadêmica, as áreas de interesse atuais e futuras, os formatos de programas de estudo preferidos e os canais de comunicação. Além disso, inclui as opiniões dos participantes sobre o Reino Unido como destino de estudo.

Por fim, a terceira parte analisa os principais mecanismos de financiamento para a mobilidade de estudantes do Brasil, Colômbia, México e Peru. Isso inclui bolsas de estudo e empréstimos do governo nacional, além de várias fontes de financiamento privadas. Além disso, descreve o envolvimento das universidades e entidades governamentais do Reino Unido com as principais partes interessadas nesses países.

A conclusão geral deste estudo oferece um panorama atualizado dos países envolvidos e de seus vínculos com o Reino Unido, destacando as oportunidades em potencial, as áreas pouco exploradas e as barreiras que precisam ser abordadas. É importante ressaltar a importância de que os atuantes locais e internacionais trabalhem estrategicamente para que as experiências de educação internacional no Reino Unido sejam mais inclusivas, solidárias e bem-sucedidas.

Este relatório tem como objetivo fazer uma avaliação comparativa do Reino Unido como destino para estudantes latino-americanos e analisa as tendências de recrutamento destes para Austrália, Canadá e Estados Unidos, três dos destinos anglófonos mais populares entre estudantes do Brasil, Colômbia, México e Peru. Foi feita uma análise para rever os fatores que levam os estudantes a escolher esses destinos, examinando as atividades de cada país no mercado, incluindo uma revisão das atividades das redes sociais.

Em janeiro de 2023, foi realizada uma pesquisa exclusiva com 45 agentes de educação na América Latina para avaliar suas percepções a respeito dos principais motivadores dos clientes na hora de escolher um destino internacional para estudos, descobrir a proporção dos clientes com ensino superior que são autofinanciados, que têm recursos de financiamento educacional ou bolsas de estudo, e investigar quais auxílios estão disponíveis e podem ajudar a aumentar o número de inscrições em universidades do Reino Unido. Outro estudo exclusivo teve como

objetivo avaliar as necessidades, desejos, atitudes e preocupações dos estudantes em relação ao ensino superior internacional, e 921 pessoas de classes sociais mais altas no Brasil, Colômbia, México e Peru compartilharam suas opiniões.

# Avaliação comparativa do Reino Unido como destino para estudos

**British Council**

## **Conteúdo**

Resumo executivo.....	7
Brasil.....	8
Colômbia.....	46
México.....	81
Peru .....	116

# Resumo executivo

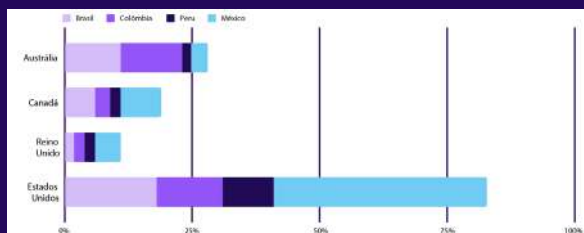
Agentes do Brasil, Colômbia, México e Peru relataram que os clientes não pensam automaticamente no Reino Unido quando consideram a possibilidade de dar prosseguimento aos estudos de pós-graduação no exterior, ainda que o Reino Unido esteja historicamente mais bem posicionado no mercado. Os agentes consideram o preço dos cursos e o custo de vida no Reino Unido muito elevados. Eles querem mais treinamento e apoio para promover o Reino Unido como um destino para estudos. Mas as opiniões dos estudantes não indicam necessariamente para a acessibilidade econômica como a principal preocupação. Há uma imagem positiva do Reino Unido de maneira geral, além de compreenderem o valor de uma qualificação britânica, juntamente com a vontade de saber mais sobre a vida estudantil no Reino Unido e entender como as qualificações estão relacionadas com o local de trabalho.

Um dos principais indicadores de sucesso entre os destinos concorrentes é o lançamento de uma plataforma chamada Study Australia Experience e por meio de campanhas nacionais em toda a América Latina em 2022, com conteúdo disponível em português e espanhol. A plataforma traz informações limitadas sobre universidades específicas na Austrália e é necessário fazer um registro para receber mais informações, fazendo com que os estudantes entrem no pipeline. O EducationUSA é muito ativo na região, tem representação em várias cidades em cada mercado de origem e mantém um forte alinhamento com universidades e instituições de bolsas de estudo.

As community colleges, faculdades comunitárias, em tradução livre, são alternativas populares de ensino superior nos Estados Unidos e no Canadá, assim como os cursos VET na Austrália. Tanto o Canadá quanto a Austrália oferecem opções sólidas de ensino superior e pós-graduação com potencial para a imigração de longo termo.

Muitas recomendações deste relatório se repetem entre os quatro países, como a necessidade de desenvolver uma forte rede de agentes e escolas particulares, ao mesmo tempo em que se observa que muitos estudantes de graduação da América Latina estão na faixa dos 20 anos e trabalham. O estabelecimento da marca #StudyUK é recomendado em todos os mercados e deve ser acompanhado por campanhas de comunicação estratégica para incluir conteúdo em espanhol e português nas páginas das redes sociais específicas de cada país. A maior parte do conteúdo já está disponível nas páginas globais do #StudyUK e funcionaria bem na região, caso fosse traduzido. O lançamento da plataforma Study UK em espanhol e português é uma iniciativa considerada pertinente, juntamente com eventos de lançamento da plataforma nas principais cidades que conciliariam a atividade B2B com agentes e conselheiros escolares, além de eventos de recrutamento com os(as) ex-alunos(as) como principais embaixadores(as).

Foi constatada uma forte demanda regional por cursos on-line aliados à escassez de habilidades específicas em cada mercado e o envolvimento com ministérios do governo e associações industriais é recomendado em toda a região.

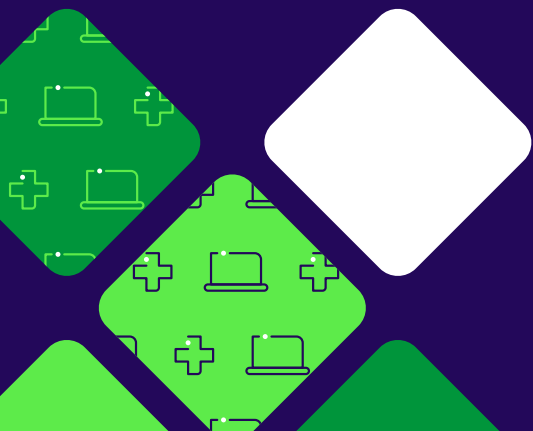


Os dados da UNESCO sobre estudantes de pós-graduação em mobilidade internacional são usados ao longo deste relatório para medir a participação no mercado e comparar o desempenho dos destinos. No entanto, em alguns momentos, esses dados da UNESCO contêm discrepâncias dos dados oficiais dos países de destino.

Da mesma forma, o EF English Proficiency Index é utilizado por ser o maior conjunto de dados global desse tipo. Há o reconhecimento de que esse índice não reflete de forma totalmente precisa as taxas de fluência e são utilizadas outras medidas, conforme disponíveis.

# Brasil

---







# Brasil

População	215 milhões
PIB 2022	1,8 trilhão de dólares
Desemprego	8,7% (T3 2022)

## Principais recomendações:

- Envolvimento de alto nível com o Ministério da Educação para revisar o reconhecimento mútuo de qualificações, potencial para oferta de VET do Reino Unido e outras iniciativas possíveis.
- Envolvimento com associações industriais para avaliar as necessidades urgentes de habilidades que podem ser resolvidas com uma oferta de cursos on-line curtos.
- Desenvolvimento da marca #StudyUK com informações relevantes em português nas redes sociais.
- Lançamento da versão em português da plataforma Study UK com campanhas na mídia nacional e eventos presenciais nas principais cidades.

## Visão geral do mercado

O Brasil, maior e mais populoso território da América Latina, foi a décima segunda maior economia global em termos de PIB nominal em 2021 ([Banco Mundial](#)), e se recuperou melhor do que o esperado no período pós-pandemia (o Brasil registrou o segundo maior número de mortes contabilizadas globalmente). A economia cresceu **2.9%** em 2022 motivada pelos gastos dos consumidores, aliados à redução do consumo e das exportações do governo. Em especial, as principais grandes indústrias registraram um crescimento econômico positivo durante 2022, enquanto as constantes altas de preços globais de mercadorias como combustível, alimentos e minerais impulsionaram as exportações (que avançaram em quase 12% em 2022). A recuperação econômica pode estagnar se os preços das mercadorias caírem globalmente.

O Brasil é um dos principais países produtores de grãos com um grande setor de serviços (o PIB em 2021 era composto por 59,38% de serviços, 18,86% da indústria e 6,89% da agricultura). Embora o último governo tenha mantido a inflação baixa por meio de cortes nas tarifas de importação e do subsídio aos combustíveis, a dívida do governo atingiu **80%** do PIB e a inflação estava em torno de 9% no fim de 2022. O real brasileiro, uma das moedas com melhor desempenho em 2022, parece refletir algumas perspectivas pessimistas para 2023 em escala nacional e global.

## > Cenário político

Em 1º de janeiro de 2023, Luiz Inácio Lula da Silva, o Lula, se tornou o primeiro a ocupar a presidência pela terceira vez na jovem democracia brasileira. Seu mandato anterior, de 2003 a 2010, foi um período marcado pelo crescimento econômico e reformas sociais que tiraram milhões de brasileiros da [pobreza, embora seu legado tenha sido ofuscado por escândalos de corrupção](#). Após derrotar o candidato em exercício, Bolsonaro, pela margem mais baixa da história eleitoral moderna brasileira (50,9% a 49,1%), a expectativa é de que o esquerdista Lula governe como um centrista socialmente progressista, como vice-presidente de centro-direita e ex-governador de São Paulo, Geraldo Alckmin. O Congresso [dominado](#) por aliados de Bolsonaro e os cofres públicos comprometidos são grandes desafios para o novo governo.

As previsões econômicas [variam](#), embora haja um otimismo de que a popularidade internacional de Lula possibilite atrair mais investimentos estrangeiros em indústrias sustentáveis e favoráveis a ESG e fortalecer o Mercosul para novos acordos comerciais. No entanto, ainda há dúvidas quanto à sua capacidade de conciliar o preço dos programas de inclusão social prometidos durante a campanha com as demandas do mercado por cortes nos gastos do governo que aumentaram significativamente durante o mandato de Bolsonaro.

## > Taxa de desemprego

A taxa de desemprego foi de 8,7% no terceiro trimestre de 2022, o menor registrado desde o segundo trimestre de 2015. O número total de pessoas empregadas (99,3 milhões) cresceu 1% (mais 1 milhão de pessoas empregadas) no terceiro trimestre de 2022 e 6,8% (mais 6,3 milhões de pessoas empregadas) no ano. O número de empregos com carteira de trabalho assinada cresceu 1,3% em relação ao trimestre anterior, atingindo 36,3 milhões de pessoas

(crescimento de 8,2% em relação ao mesmo período). No entanto, o número de brasileiros com empregos informais no setor privado (13,2 milhões de pessoas) foi o maior desde 2012. No terceiro trimestre de 2022, a atual taxa de empregos informais é de 39,4% da população empregada (mais de 39 milhões de trabalhadores informais), abaixo dos [46%](#) em 2011.

O rendimento médio real mensal das famílias cresceu pela primeira vez desde junho de 2020, tanto na comparação trimestral (3,7%) quanto na anual (2,5%), atingindo R\$ 2.737, segundo a [PNAD Contínua](#) (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua) divulgado pelo IBGE, a agência nacional de estatísticas.

## > Escassez de habilidades

Atualmente, o Brasil enfrenta uma forte escassez de habilidades específicas e 81% dos empregadores afirmam ter dificuldades para encontrar profissionais com a combinação certa de habilidades técnicas e específicas, de acordo com a [pesquisa de escassez de talentos de 2022 do ManpowerGroup](#) (o maior percentual registrado desde o início da coleta de dados em 2012). Embora a falta de pessoal afete todos os setores, ela é mais acentuada nos setores bancário e financeiro (86%), TI, tecnologia e manufatura (84% respectivamente), e educação, saúde e governo (80%, respectivamente).

O setor de TI também enfrenta dificuldades para contratar profissionais com capacitação adequada e a ABES (Associação Brasileira de Empresas de Software) relatou que 78% dos participantes de uma [pesquisa de 2022](#) estavam terceirizando para lidar com a insuficiência de habilidades específicas. Em torno de quatro em cada dez empresas tiveram dificuldades para preencher algumas vagas em TI. Paralelamente, um estudo da [Korn Ferry](#) sugere que o Brasil será um dos países mais atingidos pela atual e futura escassez de habilidades específicas, com uma [estimativa](#) de insuficiência de até 18 milhões de profissionais

qualificados até 2030. Os déficits de habilidades específicas de TI são caros e as estimativas indicam que a escassez de profissionais no setor foi responsável por perdas acumuladas de cerca de R\$ 167 bilhões de 2010 a 2020. A escassez de habilidades específicas em TI abrange setores como agricultura, indústria de alimentos e redes elétricas inteligentes, e mais de 408 mil vagas de emprego não foram preenchidas até o final de 2022.

Setor bancário e financeiro	86%
Construção	84%
Educação, saúde e governo	84%
TI e tecnologia	80%
Indústria da manufatura	79%
Restaurantes e hotéis	76%
Atacado e varejo	66%

Escassez de profissionais do Brasil em 2022 em todos os setores.  
Fonte: [ManpowerGroup](#)

As 5 funções mais procuradas		As 5 principais habilidades comportamentais	
1	Tecnologia da informação	1	Raciocínio e solução de problemas
2	Serviços de atendimento	2	Resiliência e adaptabilidade
3	Operações e logística	3	Habilidades para tomada de iniciativa
4	Vendas e marketing	4	Credibilidade e autodisciplina
5	Administração e suporte	5	Colaboração e trabalho em equipe

As 5 funções e as 5 principais habilidades comportamentais mais procuradas no Brasil em 2022. Fonte: [ManpowerGroup](#)

## > Formação

	Grau de escolaridade	Séries	Idade	Anos
Primário	Ensino fundamental I, II	1-9	6-14	9
Secundário	Ensino médio	10-12	15-18	3
Superior	Graduação (Bacharelado / Licenciatura)	-	-	4-6
	Pós-graduação (Especialização)	-	-	1
	Mestrado	-	-	1-2
	Doutorado			2

Sistema educacional no Brasil. Fonte: [Scholaro.com](#)

No Brasil, o ensino básico é dividido em três níveis: ensino fundamental I, ensino fundamental II e ensino médio. Recentemente, o ciclo de três anos do ensino médio passou por uma reforma e mudanças curriculares significativas que muitos educadores brasileiros ainda estão tentando decifrar. O diploma do ensino médio é um pré-requisito para ingressar no sistema de ensino

superior, juntamente com a realização do vestibular ou Exame Nacional do Ensino Médio (Enem).

Desde 2010, o Brasil tem visto um aumento constante nas taxas de conclusão do ensino médio entre jovens de 25 a 34 anos, assim como um aumento substancial nas taxas de conclusão

do ensino superior de acordo com a [OCDE](#) (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico, 2021). Embora as taxas permaneçam abaixo da média da OCDE, o crescimento na conclusão do ensino médio entre 2009 e 2019 excedeu a média global. Foram constatadas diversas melhorias na esfera da educação brasileira. O aumento da participação educacional foi estimulado pelo Bolsa Família, um sistema de transferência de fundos para famílias de baixa renda que tinha a frequência escolar como pré-requisito para o pagamento do benefício. Além disso, o sistema de cotas socioeconômicas e raciais abriu vagas em universidades públicas para estudantes que historicamente não tinham acesso.

Oito em cada dez crianças do sistema escolar brasileiro ([83%](#)) estavam matriculadas em instituições públicas em 2021 (35,3 milhões de alunos), a maior proporção desde 2012. No entanto, o impacto da pandemia no ensino público apresenta um cenário preocupante. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística ([IBGE](#)) diz que o período prolongado em que as escolas permaneceram fechadas durante a pandemia (uma das mais longas do mundo, segundo a UNESCO) teve o impacto mais forte nos estudantes de escolas públicas, com muitos excluídos das aulas on-line devido à falta de acesso à internet e/ou equipamento adequado.

As taxas de evasão devido à pandemia cresceram mais drasticamente no setor universitário público, já que as universidades privadas conseguiram passar para o ensino remoto com poucas complicações. Quase quatro milhões de brasileiros deixaram o ensino superior em 2020. As taxas de conclusão são particularmente baixas em várias áreas de TI, com taxas de evasão acima de 70% em cursos como sistemas de internet, ciência da computação e engenharia da computação. Ao mesmo tempo, mais da metade dos estudantes não concluiu os cursos de administração, direito e enfermagem. Quase 80% dos estudantes do ensino superior do Brasil frequentam universidades privadas e 62% deles trabalham e

estudam, em comparação com 40% que trabalham e frequentam universidades públicas. As mulheres são maioria na graduação (71%). Pedagogia é a área de graduação mais popular no Brasil com três quartos dos estudantes frequentando as aulas on-line. Direito e negócios vêm logo em seguida como os cursos mais populares da graduação.

Um [estudo](#) sobre a faixa etária média dos estudantes de graduação em 2015 sugere que muitas pessoas não ingressam no ensino superior logo após terminarem o ensino médio. A faixa etária média dos estudantes de pedagogia era de 31 anos, os estudantes de história tinham em média 30 anos e os estudantes de matemática tinham em média 28 anos. Estudantes de relações internacionais e ciência e tecnologia eram o grupo mais jovem, com uma média de 22 anos.

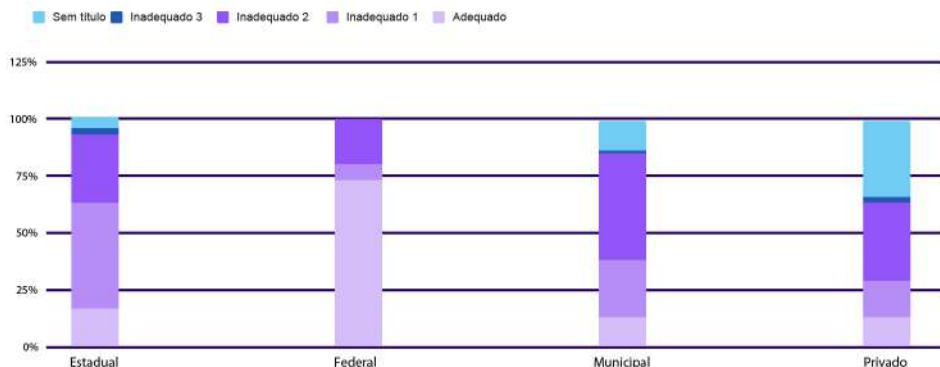
A oferta de ensino superior privado no Brasil cresceu consideravelmente nas últimas décadas e o ensino on-line é uma área em grande expansão. A demanda por ensino a distância cresceu [428%](#) em uma década a partir de 2010.

A educação brasileira sofreu cortes orçamentários contínuos durante o governo Bolsonaro em um [contexto no](#) qual os gastos com a educação já estavam em queda após um pico em 2014. As despesas discricionárias com educação caíram 36% em 2019 (de R\$ 66,11 bilhões em 2018 para R\$ 42,43 bilhões no ano seguinte).

## > Proficiência em inglês

A demanda por proficiência em inglês em cargos profissionais está aumentando e o número de brasileiros que fazem cursos de inglês no exterior dobrou [desde 2015](#). O inglês é ensinado na maioria das escolas no Brasil, mas a qualidade e o rendimento do ensino são muito baixos. Em um [estudo](#) feito pelo British Council em 2014, apenas 5% dos brasileiros relataram algum conhecimento

do idioma e metade (47%) afirmou que tinha apenas um conhecimento básico. Dados do Observatório para o Ensino da Língua Inglesa mostram que mais de 70% dos professores de inglês da educação básica do Brasil não tinham qualificação adequada ([2020](#)).



Adequação das qualificações de professores de inglês na educação básica brasileira 2020 (amostra de mais de 64 mil professores em diferentes tipos de escola). Fonte: [Observatório da Língua Inglesa](#)

O Brasil ficou em 58º lugar entre 111 países no Índice de [Proficiência em Inglês da EF de 2022](#), e passou para a proficiência moderada pela primeira vez. Apesar de uma melhoria significativa, o Brasil ainda está atrás de vizinhos menos desenvolvidos da América Latina, incluindo El Salvador, Honduras e Bolívia. Brasileiros entre 18 e 20 anos e com mais de 41 anos são considerados como tendo proficiência baixa de acordo com EF EPI, enquanto aquelas com idade entre 21 e 40 anos têm proficiência moderada. O Índice de Proficiência em Inglês da EF identificou

algumas cidades brasileiras com maior fluência, todas acima da média global de 502 pontos.

Vale ressaltar, entretanto, que mais de 32 mil estudantes brasileiros estudam atualmente em países de língua inglesa, sugerindo que existe um grupo significativo de estudantes brasileiros que são bilíngues. Mais de 365 mil brasileiros tiveram mobilidade internacional em programas de idiomas em [2018](#). Entretanto, os números também incluem a mobilidade relacionada a outros idiomas.

Cidade	Proficiência em inglês	Proficiência em inglês
Curitiba	567	ALTA
Florianópolis	562	
Porto Alegre	559	
Campinas	551	
Belo Horizonte	549	MODERADA
Uberlândia	540	
Londrina	538	
Brasília	537	
Rio de Janeiro	536	
Aracaju	532	
São Paulo	532	
Recife	526	
Vitória	525	
Goiânia	524	
Natal	523	
Fortaleza	522	
Salvador	513	
João Pessoa	510	
Campina Grande	508	

Cidades brasileiras com pontuação moderada de proficiência em inglês. Fonte: [EF Regional Fact Sheet 2022](#)

## > Penetração da internet

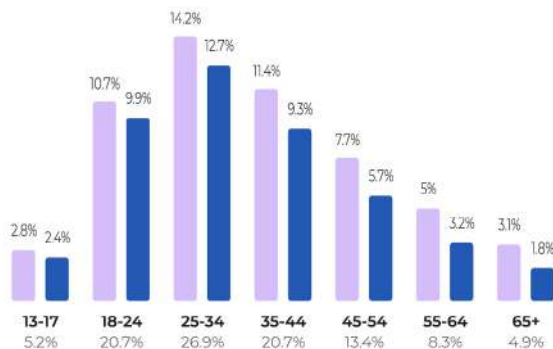
A taxa de penetração da internet no Brasil é impressionante no contexto regional e o Banco Mundial estimou que 81% dos brasileiros estavam on-line em 2020, em comparação com 74% na América Latina e no Caribe. O Comitê Gestor da Internet no Brasil registrou um aumento de 9% nas conexões domésticas de internet durante a pandemia, somando 59,4 milhões de conexões.

O Ministério das Comunicações do Brasil criou o Programa [Wi-Fi Brasil em abril de 2021 para fornecer internet gratuita de alta velocidade às regiões subdesenvolvidas do Brasil](#), seguido por uma lei para criar o Programa Internet Brasil, uma iniciativa para entregar 700 mil chips de 20 GB

para crianças de baixa renda. Foram instaladas mais de 21 mil (21.608) ligações gratuitas de alta velocidade, sendo 70% em zonas rurais e mais de [15 mil](#) em escolas. Como o Brasil tem mais de 178 mil escolas, a iniciativa ainda tem um longo caminho a percorrer (apenas 8% das escolas foram beneficiadas até o momento). O programa Wi-Fi Brasil foi criticado por “obrigar” os beneficiários a assistir a um vídeo promocional do governo de 30 segundos para acessar a internet.

## > Uso das redes sociais

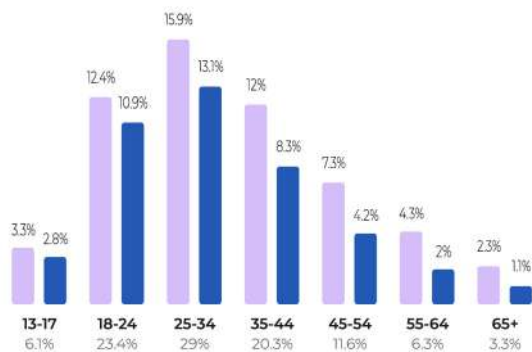
De acordo com a plataforma Statista, mais de 165 milhões de brasileiros usam redes sociais e há uma estimativa de crescimento de 14% prevista até 2027. O serviço de mensagens WhatsApp continua sendo a principal fonte de comunicação digital para 96% dos brasileiros. Já o Facebook é o campeão quando o assunto é redes sociais. A faixa etária mais ativa no Facebook, Instagram e LinkedIn é de 25 a 34 anos, respectivamente.



Usuários do Facebook no Brasil  
2022

163 100 000

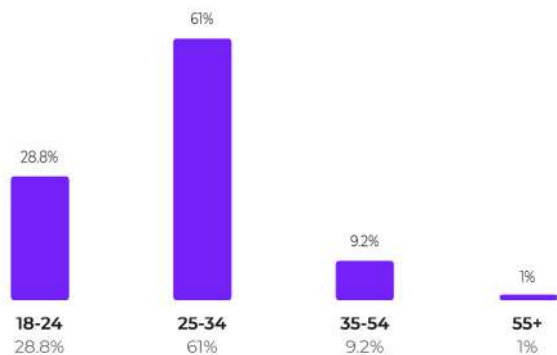
54.9% Mulheres 45.1% Homens



Usuários do Instagram no Brasil  
2022

122 900 000

57.6% Mulheres 42.4% Homens



Usuários do LinkedIn no Brasil  
2022

59 010 000

# Mobilidade estudantil

O Brasil é um dos principais países de origem global para estudos internacionais. De acordo com o fluxo global de estudantes de nível superior da UNESCO, havia mais de 89 mil brasileiros estudando no exterior em 2020, com 92% indo para os dez principais destinos do país (37%

deles para destinos de língua inglesa). A [UNESCO](#) coloca o Reino Unido como o 9º destino mais popular, que recebe 2% dos estudantes do ensino superior em mobilidade internacional do Brasil.



Fluxo global de estudantes de nível superior do Brasil. Fonte: [UNESCO](#)

País de destino	Número de estudantes de ensino superior em mobilidade	Porcentagem de todos os estudantes de ensino superior em mobilidade
Argentina	20,515	23%
Portugal	18,081	20%
Estados Unidos	16,086	18%
Austrália	9,538	11%
Canadá	5,151	6%
Alemanha	4,868	5%
França	3,432	4%
Espanha	2,068	2%
Reino Unido	1,627	2%
Itália	887	1%
<b>Soma dos 10 primeiros</b>	<b>82,253</b>	<b>92%</b>
<b>Os 10 primeiros países de língua inglesa</b>	<b>32,402</b>	<b>37%</b>
<b>Total geral</b>	<b>89,151</b>	<b>100%</b>

Os dez principais países que recebem estudantes de ensino superior do Brasil. Fonte: [UNESCO](#)



# De olho na concorrência

## > Estados Unidos

Segundo dados da UNESCO, os Estados Unidos são o destino de língua inglesa mais popular entre os estudantes universitários brasileiros, e o Brasil é o 8º maior mercado de origem. O Departamento de Comércio dos EUA contabilizou 14 mil estudantes brasileiros em universidades americanas durante o ano acadêmico de 2020/21 (os números variam um pouco em relação aos números da UNESCO), gerando 758 milhões de dólares para a economia local (52% na graduação, 30% na pós-graduação, 4% em programas de idiomas e 15% em OPT (Optional Practical Training)). Cerca de 80% dos estudantes em mobilidade internacional vêm do Sule e Sudeste do Brasil. Os três principais locais de recrutamento nos EUA são Rio de Janeiro, Brasília e São Paulo, com a maior proporção de inscrições (36%).

Tipo de instituição americana	%
Faculdades associadas (dois anos)	17%
Bacharelado (quatro anos)	5%
Universidades de mestrado	12%
Universidades que concedem doutorado	64%
Instituições com foco especial	3%
Instituições públicas	61%
Instituições privadas	39%

Estudantes brasileiros nos EUA por tipo de instituição americana. Fonte: [Departamento de Comércio dos EUA](#)

Nível acadêmico	Número de estudantes	% de estudantes brasileiros	% de variação (2020 a 2021)
Graduação	7,273	52%	-13%
Pós-graduação	4,159	30%	-14%
Cursos sem graduação	519	4%	-62%
OPT	2,049	15%	-3%
Total	14,000	100%	-

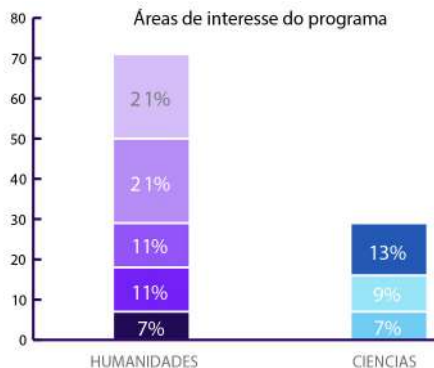
Estudantes brasileiros nos Estados Unidos por nível acadêmico e variação percentual ano a ano. Fonte: [Departamento de Comércio dos EUA](#)

## Os 5 principais fatores influenciadores

Fatores mais importantes na hora de escolher uma universidade nos EUA:



Os 5 principais agentes influenciadores para os estudantes brasileiros na escolha de uma universidade. Fonte: [Intead 2019](#)



### NÃO-STEM:

71% DOS PARTICIPANTES

- 21% Negócios e administração
- 11% Ciências Humanas
- 11% Profissões da área da saúde
- 7% Belas artes e artes aplicadas
- 21% Outros

### STEM

29% DOS PARTICIPANTES

- 13% Engenharia
- 7% Ciências físicas e da vida
- 21% Ciência da computação/informação

Interesses do programa entre os estudantes brasileiros. Fonte: [Intead 2019](#)

Os EUA são um destino atraente para os estudantes brasileiros devido à cultura estadunidense que está presente na TV, no cinema e na música no Brasil. As universidades e faculdades dos EUA estão em atividade no Brasil há muitos anos e o crescimento recente nas escolas de ensino médio americanas que oferecem diplomas duplos de ensino médio (entregues on-line em parceria com escolas brasileiras) parece ter impulsionado ainda mais o crescimento da demanda por estudos de graduação nos EUA. As faculdades comunitárias (community colleges) são especialmente populares porque têm preços mais baixos e o potencial de transferência posterior para uma universidade americana.

[Pontes Americanas](#) (American Bridges) é um programa do EducationUSA oferecido a uma rede de 655 Institutos Federais de todo o Brasil, com aulas de inglês e informações frequentes sobre oportunidades de estudo. A iniciativa dá acesso ao EducationUSA a mais de um milhão de estudantes, assim como aos 44 centros de assessoria espalhados pelo Brasil (a maior rede do EducationUSA do mundo). A Embaixada dos EUA mantém um Centro de recursos para a redação de ensaios que oferece tutoriais on-line para mais de 8.500 jovens brasileiros.

Rede social	Número de seguidores	Média de engajamento
<b>EducationUSA Brasil</b>		
<a href="#">Instagram</a>	19,300	208
<a href="#">Facebook</a>	89,427	2
<a href="#">LinkedIn</a>	1,172	6
<b>EducationUSA São Paulo</b>		
<a href="#">LinkedIn</a>	542	4%

Presença do EducationUSA nas redes sociais no Brasil, com número de seguidores e média de engajamento do público em dez postagens.

Apesar de ter muito mais seguidores no Facebook, o EducationUSA ganha mais força no Instagram com postagens que detalham conselhos práticos como “dicas para escolher a faculdade dos seus sonhos”, além de detalhes de cursos de curta duração e feiras de recrutamento.

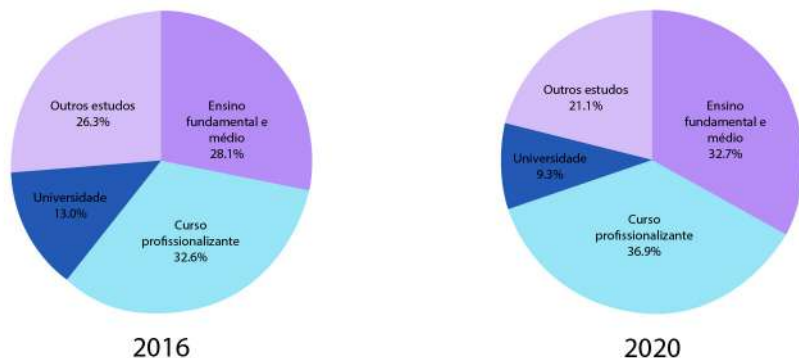
O EducationUSA Brasil teve uma média de 208 engajamentos (curtidas, republicações, comentários) em suas últimas dez postagens no Instagram, em comparação com uma média de dois no Facebook e seis no LinkedIn.

## > Canadá

O Brasil foi o quinto maior mercado de origem de estudantes internacionais para o Canadá em [2019](#) e o destino se recuperou rapidamente depois da pandemia. As opções de trabalho após os estudos e a possibilidade de residência permanente no país norte-americano são consideradas as principais razões pelas quais muitos estudantes brasileiros optam pelo Canadá. O curto tempo de processamento dos vistos é outro benefício para os estudantes que desejam deixar o Brasil e começar sua trajetória internacional. As faculdades canadenses são particularmente populares entre os estudantes brasileiros, pois oferecem cursos mais curtos e baratos do que os programas universitários tradicionais. Além disso, dezenas de faculdades

têm representantes em tempo integral no Brasil.

A principal [mensagem](#) do governo sobre o Canadá como destino para estudos é (i) alta qualidade de vida, (ii) uma sociedade segura e inclusiva e (iii) oportunidades educacionais excepcionais. A cobertura regular de mídia sobre as opções de residência permanente no Canadá ajuda a estimular o sonho de estudar fora. Muitas agências lidam exclusivamente com este destino e oferecem um serviço completo, que inclui aconselhamento e apoio de imigração, além de opções de estudo.



Permissões para estudo canadenses concedidas a estudantes brasileiros por nível de estudo de 2016 a 2020. Fonte: [ApplyInsights](#)

Ano	Número de estudantes brasileiros	Varição de ano a ano
2015	6,350	-
2016	7,295	15%
2017	8,865	22%
2018	10,245	16%
2019	10,230	0%
2020	6,040	-41%
2021	8,545	42%
2022	10,405	22%

Brasileiros com permissão para estudos no Canadá de 2015 a 2022.  
Fonte: [IRCC](#)

Rede social	Número de seguidores	Engajamento
<b>EduCanada (Global)</b>		
Instagram	3,727	47
Facebook	72,000	30
LinkedIn	3,693	6

Redes sociais utilizadas pela EduCanada; número de seguidores globais; nível médio de engajamento nas últimas dez postagens.

A EduCanada usa as páginas para promover a oferta canadense e não tem uma presença nas redes sociais direcionada especificamente para o Brasil. Apesar de ter muito mais seguidores no Facebook, é possível constatar que o engajamento é maior no Instagram. As mensagens nas redes sociais destacam as ofertas de bolsas de estudo, os perfis das universidades (incluindo detalhes sobre os serviços de apoio) e a inserção dos estudantes no mercado de trabalho.

## > Austrália

O Brasil tem o sexto maior grupo de estudantes internacionais na Austrália, ultrapassando a 8ª posição em 2021 (tendo sido o quarto maior mercado em 2018). O fechamento rígido das fronteiras e os bloqueios durante a pandemia tiveram um impacto significativo no número de estudantes brasileiros na Austrália, e essa perda ainda não foi recuperada.

A Austrade (Australia Trade and Investment Commission) é responsável pelo trabalho promocional para estudantes internacionais com o apoio da rede diplomática australiana e das universidades e cursos com representantes no mercado. A Austrade lançou a plataforma [Study Australia Experience](#), em janeiro de 2022, com conteúdo disponível em espanhol e português para os mercados latino-americanos em uma tentativa de recuperar a receita perdida durante o período da pandemia.

A Austrade contratou uma agência de comunicação local e informou com satisfação que

a publicidade direcionada atingiu 20 milhões de estudantes em potencial na região nos primeiros seis meses, trazendo 310 mil visitantes e 37 mil usuários cadastrados para a plataforma no mesmo período. Dezenas de eventos ao vivo foram realizados na região para promover a Austrália e suas instituições de ensino e contaram com ex-estudantes como os principais embaixadores, representantes de universidades e agentes educacionais. Além disso, em junho de 2022, foi realizada uma feira virtual de três horas para 1.700 estudantes em potencial. Em dezembro de 2022, foi realizado o webinar “Understand recent initiatives from the Australian government to help students” (“Entenda as iniciativas recentes do governo australiano para ajudar os estudantes”, em tradução livre) que foi promovido para o público brasileiro. A segunda fase da estratégia da Austrade incluirá alguns eventos mais longos e com mais espaço para as instituições, além do refinamento e crescimento das redes sociais e mais atividades de marketing digital.

Ano	Número de estudantes brasileiros	Varição de ano a ano
2015	17,260	-
2016	19,522	13%
2017	24,227	24%
2018	26,606	10%
2019	27,339	3%
2020	21,493	-21%
2021	14,646	-32%
2022	17,470	19%

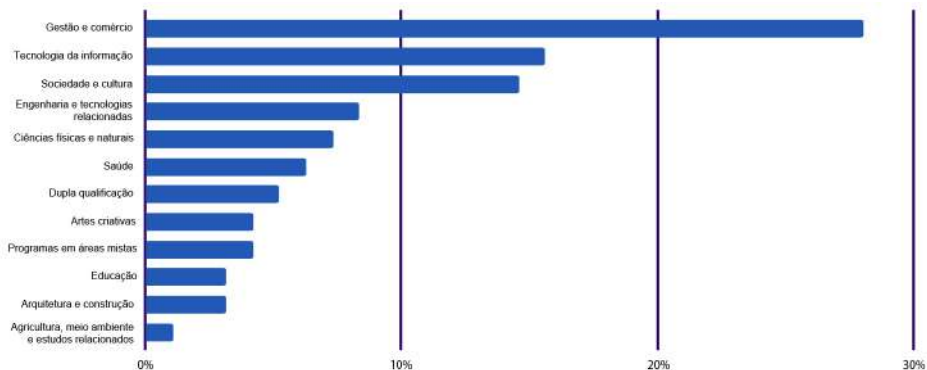
Estudantes brasileiros com visto de estudante na Austrália de 2015 a 2022 e variação de ano a ano. Fonte: [Departamento de Educação do governo da Austrália](#)

Provedor	Número e estudantes	Porcentagem
VET	12,717	58%
ELICOS	7,301	33%
Ensino superior	1,884	9%
Escolas	51	0.2%
Cursos sem certificação	44	0.2%

Números de matrículas feitas por estudantes do Brasil na Austrália de janeiro a outubro de 2022. Fonte: [Departamento de Educação do governo da Austrália](#)

Osestudantesdoensinosuperiorrepresentaram 9% das matrículas de estudantes brasileiros na Austrália de janeiro a outubro de 2022, de acordo com dados do Departamento de Educação. A maior parte das pessoas (58%) está em busca de programas vocacionais (VET) e um terço (33%) em programas de idiomas (ELICOS).

Dois terços (54%) dos estudantes brasileiros do ensino superior na Austrália estão cursando pós-graduação. Os cursos relacionados a negócios e finanças são os favoritos (26% das matrículas), seguidos por tecnologia da informação (15%).



Matrículas feitas por estudantes brasileiros no ensino superior na Austrália por área de ensino de janeiro a outubro de 2022. [Departamento de Educação do governo da Austrália](#)

Aparentemente, as únicas redes sociais usadas pela Study Australia Experience para o Brasil são o Instagram e o Telegram e, embora não seja possível fazer uma análise do engajamento no Telegram, os dez posts mais recentes têm uma média de 453 visualizações. A Austrade mantém uma presença global nos perfis do Study Australia no Facebook e no Instagram.

A Austrade está envolvida com a Adventus no Brasil e tinha planos de apresentar um webinar para agentes brasileiros em março de 2023.

Rede social	Número de seguidores	Engajamento
<b>Study Australia Experience - Brasil</b>		
<a href="#">Instagram</a>	4,339	81
<a href="#">Telegram</a>	587	-
<b>Study Australia (Global)</b>		
<a href="#">Instagram</a>	37,200	-
<a href="#">Facebook</a>	366,000	-

Redes sociais utilizadas pela Study Australia Experience; número de seguidores globais; nível médio de engajamento nas últimas dez postagens.

## > Reino Unido

O Reino Unido é o nono destino preferido dos estudantes brasileiros, segundo dados da [UNESCO](#). Fica claro pelos dados da tabela abaixo que o Reino Unido vem perdendo participação de mercado ano a ano. Embora fosse esperado que houvesse uma queda nos números quando o programa federal Ciências em Fronteiras terminasse, essa tendência não se repetiu nos outros mercados (EUA, Canadá, Austrália).

Três em cada cinco (60%) estudantes brasileiros em universidades do Reino Unido durante o ano acadêmico de 2020/21 estavam cursando pós-graduação, enquanto 39% estavam concluindo programas de graduação. Londres foi a principal cidade do Reino Unido para estudantes: 45% de todos os estudantes do ensino superior do Brasil estudaram em Londres, superando outras regiões britânicas.

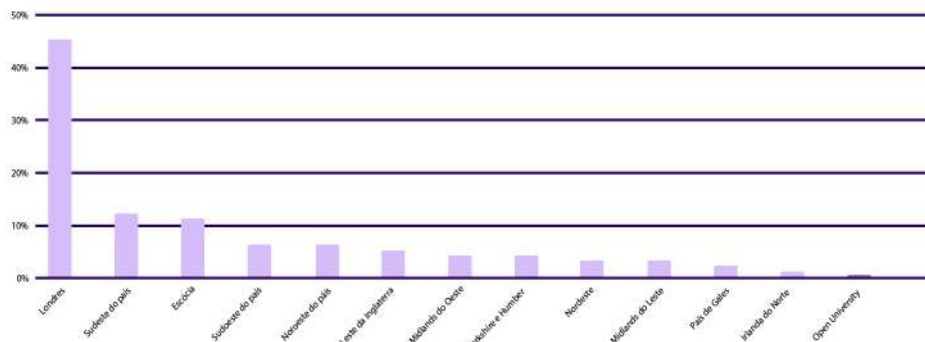
Ano	Número de estudantes brasileiros	Variação de ano a ano
2015	2,805	-
2016	2,190	-22%
2017	1,810	-17%
2018	1,750	-3%
2019	1,600	-9%
2020	1,645	3%
2021	1,465	-11%
2022	1,450	-1%

Estudantes brasileiros do ensino superior no Reino Unido de 2015 a 2021. Fonte: [HESA](#)

Uma [comissão técnica bilateral](#) foi criada em 2016 entre as partes interessadas no Brasil e no Reino Unido para discutir a possibilidade de reconhecimento mútuo de títulos de pós-graduação entre as duas nações e foi assinado um protocolo de intenções. Este passo é incomum no contexto brasileiro, no qual estudantes com graduação e qualificações internacionais geralmente precisam encontrar uma universidade brasileira que ofereça um curso idêntico para que o reconhecimento seja concedido, um processo bastante complicado. Não está claro se houve qualquer outro movimento no assunto desde 2016, apesar das estimativas iniciais de que o reconhecimento mútuo começaria em 2017. Não há qualquer menção do acordo no site do [ENIC](#), o UK National Information Centre para o reconhecimento e avaliação de qualificações e habilidades internacionais.

Pós-graduação (pesquisa)	21%
Pós-graduação (ensino)	39%
Primeiro grau de ensino superior	37%
Outra graduação	2%

Nível de estudo: estudantes brasileiros do ensino superior no Reino Unido em 2020/21. Fonte: [HESA](#)



Região do Reino Unido onde estudantes brasileiros do ensino superior estudaram em 2020/21. Fonte: [HESA](https://www.hesa.ac.uk/)

O conteúdo das redes sociais do British Council é predominantemente focado no IELTS e em outros materiais referentes à língua inglesa. O engajamento no Instagram é relativamente bom, já no Facebook e no Twitter é praticamente inexistente (com base na média dos últimos dez posts).

Rede social	Número de seguidores	Engajamento
<b>British Council no Brasil</b>		
<a href="#">Facebook</a>	77,293	5
<a href="#">Instagram</a>	24,100	177
<a href="#">Twitter</a>	5,259	1
<b>British Council (Global)</b>		
<a href="#">Facebook</a>	2,400,000	-
<a href="#">Instagram</a>	182,000	-
<b>StudyUK_britishcouncil (Global)</b>		
<a href="#">Instagram</a>	92,000	-
<b>Study UK - British Council</b>		
<a href="#">Facebook</a>	628,880	-

Redes sociais utilizadas pelo British Council Brasil, número de seguidores, nível médio de engajamento nas últimas dez postagens.



## Pesquisa Exclusiva

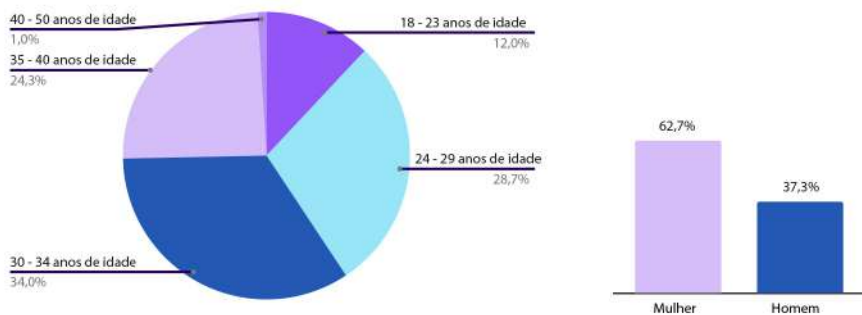
# Retrato dos estudantes no Brasil

Uma pesquisa exclusiva comissionada pelo British Council foi respondida por 300 brasileiros em janeiro de 2023. As pessoas entrevistadas tinham entre 18 e 40 anos, 15% entre 18 e 23 anos, 30% de 24 a 29 anos, 34% de 30 a 34 anos, 24% tinham entre 35 e 40 anos, e três entrevistados (1%) tinham mais de 40 anos.

Em vez de selecionar o local exato no Brasil para os participantes da pesquisa, foram selecionadas pessoas das classes sociais A e B, ou seja, com renda familiar de pelo menos R\$ 8 mil por mês (cerca de 1.250,00 libras). Há cerca de 30 milhões de brasileiros nas classes A e B, o que representa mais de 14% da população. As

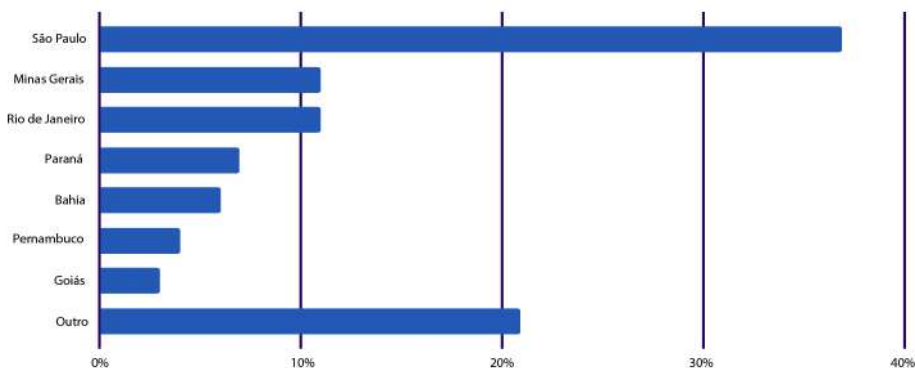
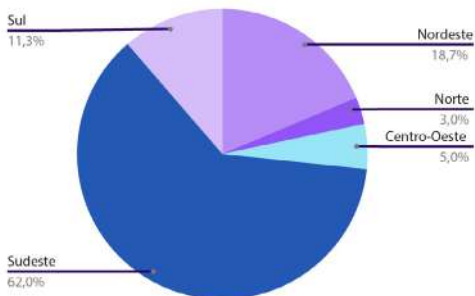
respostas vieram de 22 estados do Brasil, com uma clara maioria (62%) localizada no Sudeste do país: 19% na cidade de São Paulo, 7% na cidade do Rio de Janeiro e outros 6% em Belo Horizonte.

Três quartos responderam à pesquisa pelo telefone celular ou outro dispositivo portátil e o restante respondeu em computadores de mesa. Além disso, 63% da amostra era do sexo feminino. Esta foi uma pesquisa de público-alvo paga aplicada através da plataforma Survey Monkey e não foi possível recolher os detalhes para contato dos estudantes.



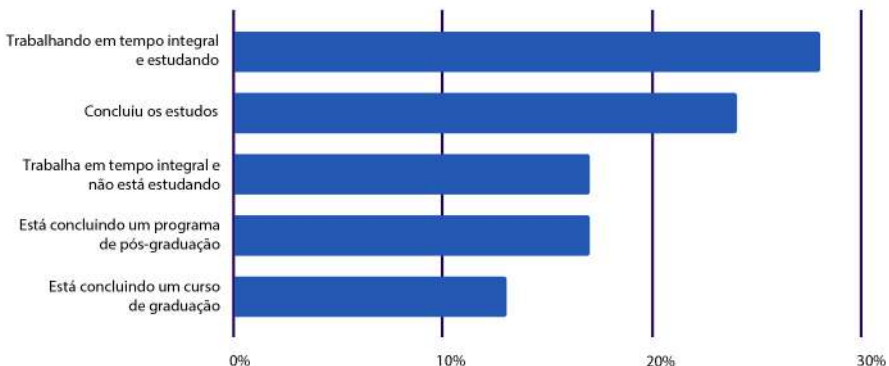
Faixa etária e gênero dos participantes da pesquisa no Brasil. Fonte: British Council Brasil Survey da SOS Education Consultancy 2023

A maioria dos estudantes (84%) prefere receber informações sobre estudos no exterior por e-mail, 63% gostariam de receber essas informações pelo WhatsApp e 58% não se importam de receber essas informações pelas redes sociais. Entretanto, 16% disseram que gostariam de receber informações pelo correio e 15% disseram que os webinars são uma boa forma de divulgar informações. Apenas 13% dos participantes preferem obter informações sobre as opções de estudo no exterior em eventos locais.



Região e estado dos participantes da pesquisa no Brasil. Fonte: British Council Brasil Survey da SOS Education Consultancy 2023

### > Grau de escolaridade atual

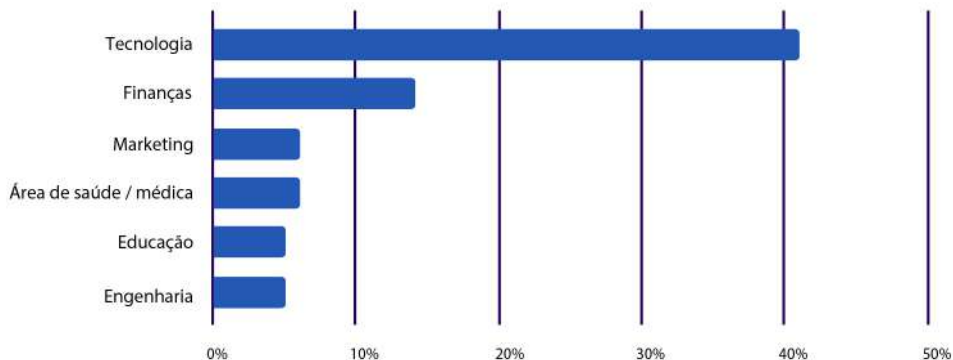


Situação atual do estudo dos participantes da pesquisa no Brasil. Fonte: British Council Brasil Survey da SOS Education Consultancy 2023

Seis em cada dez (58%) participantes estão estudando atualmente. Desses, metade (49%) trabalha em tempo integral enquanto estuda, 29% estão concluindo um programa de pós-graduação e outros 22% estão concluindo um

programa de graduação. Quase um quarto dos entrevistados (24%) disse que concluíram os estudos, outros 17% estão trabalhando e não estão estudando no momento.

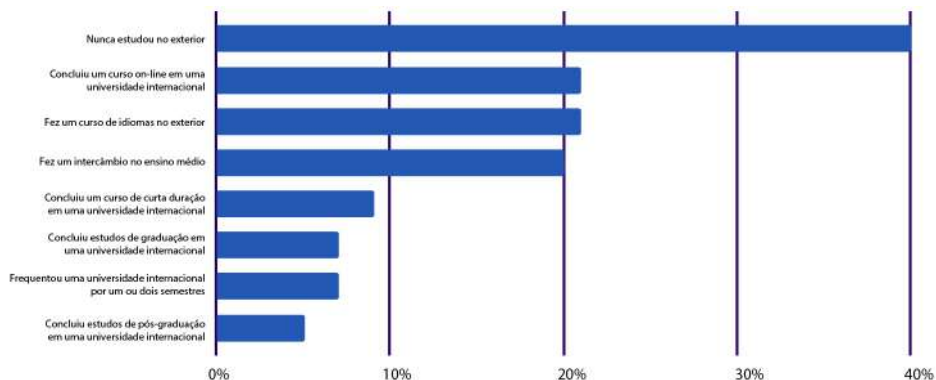
## > Aspirações de carreira no futuro



A carreira em tecnologia foi a opção mais popular entre os participantes (41%), já economia/finanças ficou em segundo lugar (14%), marketing em terceiro (7%), saúde em quarto lugar (6%) e engenharia (5%).

Qual destes setores descreve melhor as áreas em que você deseja seguir carreira? Seis principais respostas. Fonte: British Council Peru Survey da SOS Education Consultancy 2023

## > Você já estudou no exterior?



Você já estudou no exterior? (selecione até três respostas). Fonte: British Council Brasil Survey da SOS Education Consultancy 2023

Vinte e um (7%) dos entrevistados no Brasil concluíram a graduação em uma universidade internacional e 14% também concluíram os estudos de pós-graduação no exterior. Metade (52%) desse subgrupo já havia participado de um programa de intercâmbio de ensino médio, enquanto 19% concluíram um curso de idiomas internacional.

Um em cada vinte participantes havia concluído estudos de pós-graduação no exterior e 47% destes concluíram um programa de idiomas no exterior anteriormente. Um quinto das pessoas que fizeram pós-graduação no exterior já havia concluído seus estudos de graduação em uma universidade internacional.

Um quinto (21%) dos participantes completou um programa de idiomas no exterior, um quinto deste subgrupo também participou de um programa de intercâmbio no ensino médio e 17% deste grupo completou um programa de graduação internacional. Com a mesma proporção, os participantes declararam que concluíram um curso ou programa on-line em uma universidade internacional. 11% das pessoas completaram um programa de pós-graduação no exterior e 12% disseram ter concluído um curso de curta duração em uma universidade internacional.

Um quinto (21%) dos entrevistados concluiu um programa internacional de intercâmbio escolar e 6% também declararam ter concluído um curso de graduação ou um intercâmbio de um a dois semestres no exterior, já 5% prosseguiram como estudos de pós-graduação internacional.

## > Você já pensou em estudar em uma universidade no Reino Unido?

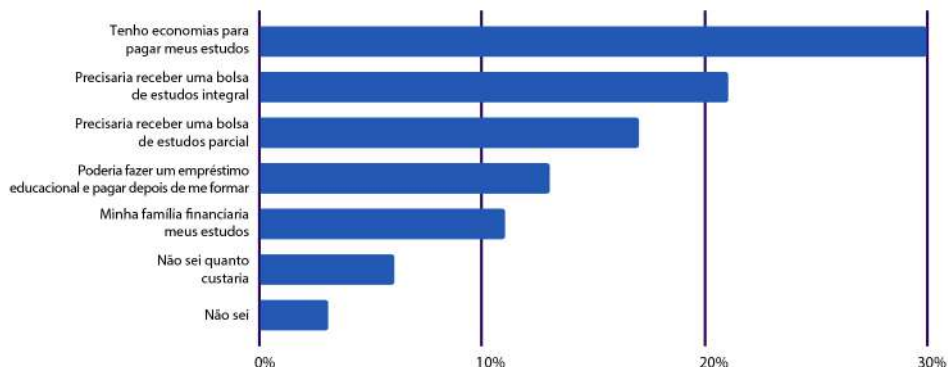
Quando perguntados se alguma vez haviam considerado estudar no Reino Unido, 42% dos participantes responderam dizendo que este era seu sonho (embora 9% das pessoas também dissessem que, embora estudar no exterior fosse um sonho, nunca haviam considerado o Reino Unido). 14% dos participantes responderam que precisariam melhorar seu inglês primeiro, 35% haviam ouvido falar muito bem do sistema educacional britânico e 30% pensavam que a educação britânica melhoraria as perspectivas na carreira. Nesse mesmo grupo, 6% considerariam estudar no Reino Unido se houvesse a possibilidade de conseguir um financiamento educacional, e a mesma proporção respondeu que só seria uma opção se recebessem uma bolsa de estudos. Outros 9% neste subgrupo gostariam de concluir um curso on-line em uma universidade do Reino Unido.

Quase um em cada cinco participantes nunca pensou em estudar no Reino Unido, mas consideraria, embora 29% deles tenham ouvido falar muito bem do sistema educacional do Reino Unido, e 23% acharam que seria favorável para suas carreiras. Um quarto desse grupo de pessoas (23%) disse que seu inglês precisaria melhorar primeiro e 11% deles iriam para o Reino Unido para estudar se conseguissem financiamento estudantil, e 21% se conseguissem uma bolsa de estudos.

É meu sonho estudar no Reino Unido	42%
Ouvi falar muito bem do sistema educacional britânico	35%
Acredito que estudar no Reino Unido melhoraria muito minhas perspectivas de carreira	29%
Meu sonho é estudar no exterior, mas eu nunca considerei o Reino Unido	24%
Seria necessário melhorar muito meu nível de inglês	17%
Nunca pensei em estudar no Reino Unido, mas consideraria	17%
Não tenho interesse em estudar no exterior	2%
Eu gostaria de concluir os estudos on-line em uma universidade do Reino Unido	12%
Só seria possível ir se eu ganhasse uma bolsa de estudos	11%
Eu estudaria no Reino Unido se houvesse um financiamento disponível que eu pudesse pagar depois de me formar	8%
Eu não gostaria de viajar para um lugar tão longe de casa	2%
Estudar no Reino Unido é muito caro para mim	1%
Nunca ouvi falar muito a respeito de estudos no Reino Unido	1%

Você já pensou em estudar em uma universidade no Reino Unido? (selecione até três respostas) Fonte: British Council Brasil Survey por SOS Education Consultancy 2023

## > Como você financiaria seus estudos no exterior?



Se você recebesse uma oportunidade para estudar no exterior, como financiaria seus estudos? Fonte: British Council Brasil Survey da SOS Education Consultancy 2023

Quatro entre dez (41%) entrevistados disseram que poderiam pagar seus estudos no Reino Unido de forma privada (destes, 73% têm suas próprias economias e o restante disse que a família poderia pagar). Algum tipo de bolsa de estudos seria necessário para 37% dos participantes; 54% desse

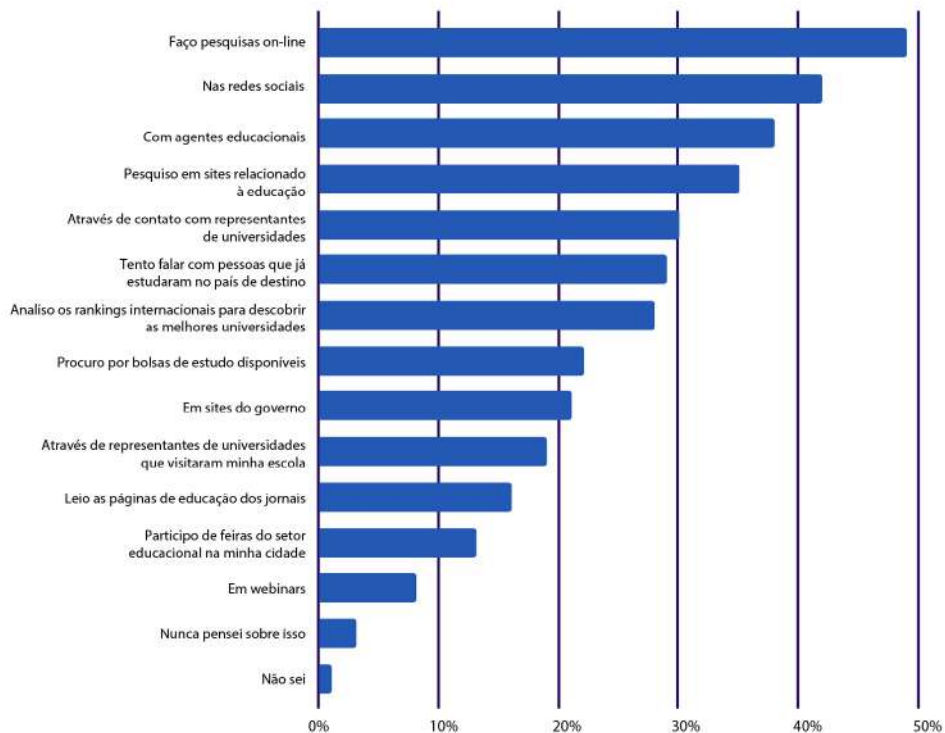
subconjunto precisaria de uma bolsa integral. 13% pediriam um financiamento estudantil e pagariam após a graduação, 6% não sabiam quanto custaria e 3% não tinham certeza de como financiariam os estudos.

## > Qual é a melhor fonte de informações sobre estudos no exterior?

As pesquisas on-line foram o meio mais popular de encontrar informações sobre estudos no exterior, e essa opção foi selecionada por 49% dos participantes. 42% das pessoas buscariam informações com os agentes de educação e 38% procurariam nas redes sociais. Sites relacionados à educação foram mencionados por 35% das pessoas e outros 16% buscariam as páginas de educação nos jornais.

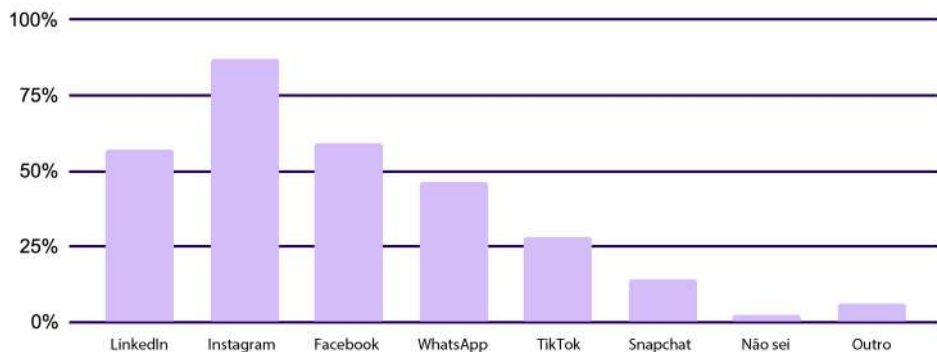
Segundo 29% dos participantes da pesquisa, as opiniões dos ex-alunos são uma importante fonte de informação, por outro lado, para 28% das

pessoas, a análise dos rankings internacionais seria uma boa maneira de se informar. Uma em cada cinco pessoas (22%) procuraria ofertas de bolsas disponíveis. Quase metade (43%) mencionou que entraria em contato com os representantes das universidades (combinando as duas respostas que mencionam essa opção). Apenas 13% disseram que participariam de feiras de educação para buscar informações, e os webinars foram citados em 8% das respostas. Para 21% das pessoas que responderam à pesquisa, os sites do governo são uma boa fonte de informações.



Onde você procuraria informações sobre estudos no exterior? (escolha as 5 principais) Fonte: British Council Brasil Survey da SOS Education Consultancy 2023

## > Melhor rede social para estudos no exterior?

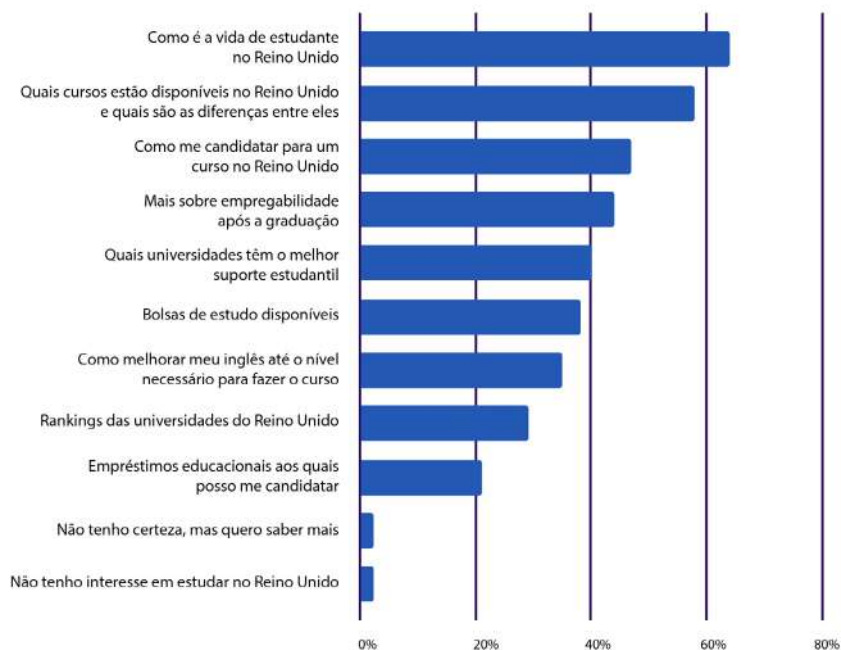


Que rede social você usaria para saber mais sobre oportunidades de estudo?  
Fonte: British Council Brasil Survey da SOS Education Consultancy 2023

O Instagram é a melhor rede social para informações sobre estudos no exterior, segundo os estudantes brasileiros, e essa foi a escolha de 87% dos participantes. Em seguida, o Facebook com 59% e o LinkedIn com 57%. Pouco menos da metade (46%) considera o WhatsApp um bom

lugar para encontrar informações, 28% selecionaram o Tik Tok e outros 14% disseram o Snapchat. Embora o YouTube não fosse uma opção na pesquisa, 3% dos entrevistados sugeriram a plataforma de compartilhamento de vídeos.

## > O que você quer saber sobre estudar no Reino Unido?

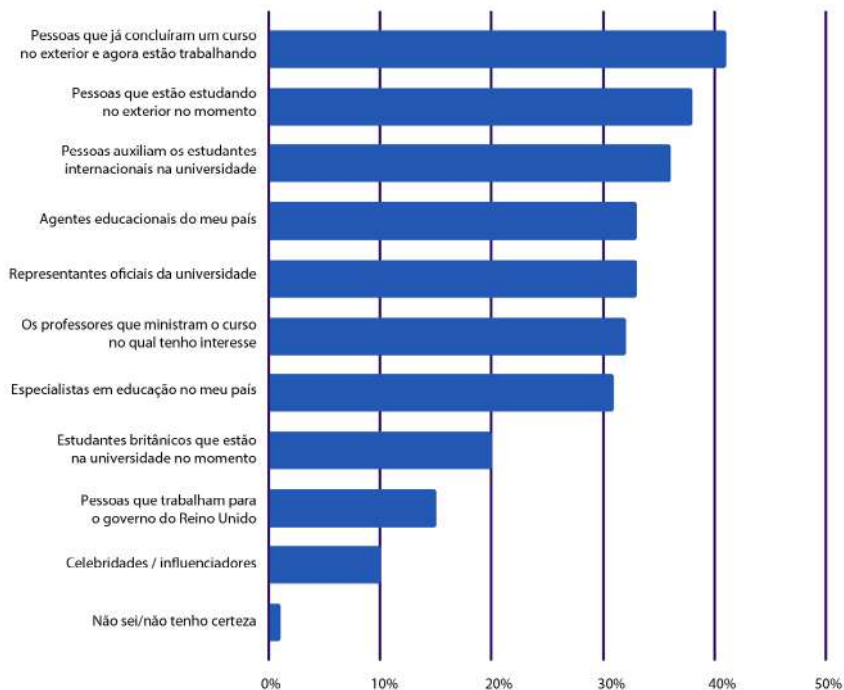


O que você gostaria de saber mais sobre estudar no Reino Unido? (escolha todas que se aplicam)  
Fonte: British Council Brasil Survey da SOS Education Consultancy 2023

A maioria dos participantes da pesquisa brasileira (64%) quer saber mais sobre a vida de estudantes no Reino Unido. 58% têm interesse em entender a oferta dos cursos no Reino Unido e como certos cursos variam em relação aos outros. Já 47% das pessoas querem entender como se candidatar para os cursos no Reino Unido. 44% dos participantes têm interesse na inserção no mercado de trabalho, 40% querem saber quais universidades britânicas oferecem o melhor serviço de apoio aos estudantes, 38%

querem receber informações sobre as bolsas de estudo disponíveis e 21% têm curiosidade em saber sobre os financiamentos estudantis disponíveis para financiar as viagens de estudo internacionais. Para 35% das pessoas, é importante entender como atingir o nível de proficiência em inglês necessário para estudar em uma universidade britânica e 29% têm interesse em saber mais sobre os rankings internacionais. Apenas 2% não têm interesse em estudar no Reino Unido.

## > Fontes de informação confiáveis



Se estiver em busca de informações sobre estudar no exterior, prefiro ouvir (escolha 3)  
 Fonte: British Council Brasil Survey da SOS Education Consultancy 2023

Os estudantes brasileiros têm interesse em saber dos colegas sobre a experiência com os estudos internacionais, 41% querem ouvir as opiniões das pessoas que concluíram um curso no exterior e estão trabalhando atualmente e 38% querem saber dos colegas que estão estudando no exterior no momento. O interesse por testemunhos dos estudantes britânicos em universidades britânicas atualmente é menor e apenas 20% escolheram essa como uma das fontes de informação. Para 55% dos participantes, seria melhor se conectar com funcionários de apoio

aos estudantes nas universidades do país de destino ou de representantes das universidades. 33% dos participantes citaram agentes educacionais, 32% gostariam de ouvir os acadêmicos que lecionam em cursos que estão considerando e 31% gostariam de ouvir os especialistas em educação no Brasil. Apenas 15% gostariam de ter acesso a informações de pessoas que trabalham para o governo do Reino Unido e 10% gostariam de receber informações de celebridades ou influenciadores locais sobre estudos no exterior.



## Pesquisa Exclusiva

# Retrato dos agentes no Brasil

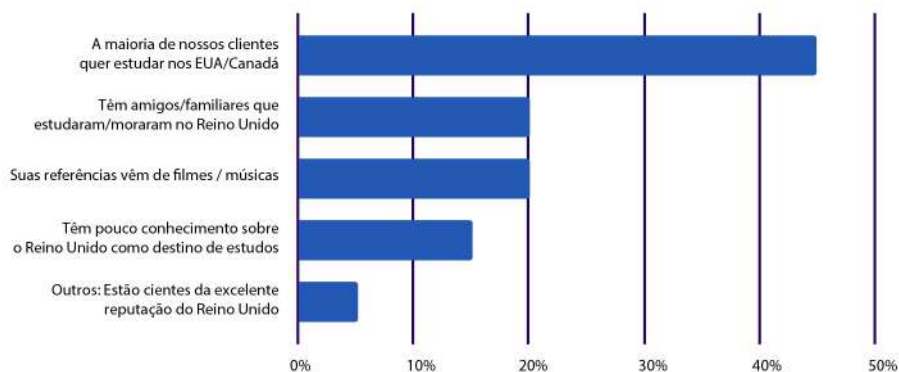
Vinte agentes de educação no Brasil responderam a uma pesquisa realizada em janeiro de 2023 em nome do British Council. Foi feita uma série de perguntas sobre como os clientes veem o Reino Unido como um destino de estudo e foi solicitado que identificassem alguns desafios na hora de vender os cursos de nível superior aos clientes. Muitas perguntas ofereciam uma lista de respostas de múltipla escolha e permitiam que os agentes escolhessem mais de uma opção. Todas as perguntas ofereciam um espaço para que os agentes dessem sua própria resposta, caso quisessem.

Quase metade (45%) dos agentes brasileiros disseram que a maioria dos clientes quer estudar nos Estados Unidos ou Canadá. Dois terços

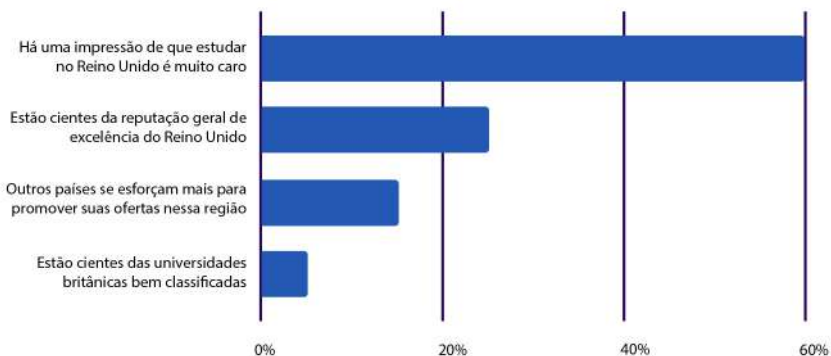
disseram que os clientes tinham referências pessoais ou culturais sobre o Reino Unido, seja por meio de familiares ou amigos que visitaram (20%) ou por meio de mensagens culturais em filmes ou músicas (20%).

Houve uma percepção predominante (60%) de que os candidatos do Brasil consideram o Reino Unido um destino de estudos caro e 15% sentiram que outros países estão mais empenhados em promover mais oportunidades de estudo internacional no Brasil. Um quarto dos agentes mencionou que os clientes reconhecem a excelência no Reino Unido e um agente disse que os clientes sabem que as universidades britânicas são muito bem classificadas.

## > O que os clientes sabem sobre o Reino Unido como país?



## > O que os clientes sabem sobre o Reino Unido como destino de estudos?

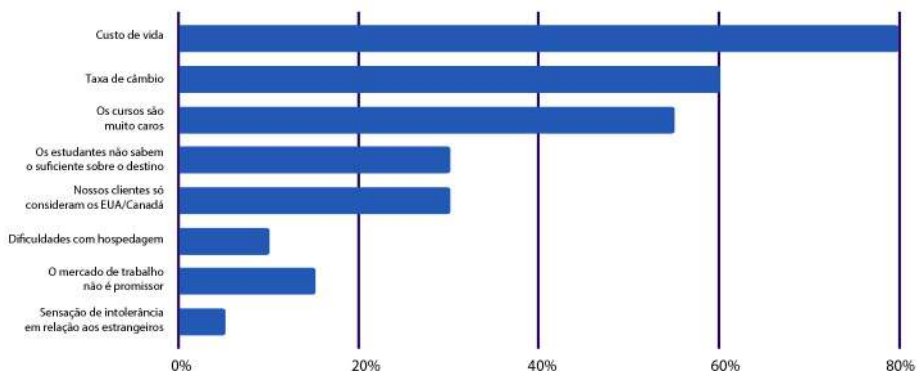


## > O que motiva os clientes na hora de escolher uma instituição de ensino?

Razão	Proporção de agentes que indique esse motivo
Permissão para trabalhar enquanto estuda	70%
Custo do curso	65%
Custo de vida	55%
Taxa de câmbio	40%
Qualidade de vida	40%
Qualidade do ensino	35%
Proximidade com outros países europeus	35%
Possibilidade de pagamento em prestações	35%
Aspectos culturais	30%
Oportunidades turísticas/culturais	30%
Classificações internacionais	30%
Oportunidades no mercado de trabalho após a conclusão dos estudos	25%
Segurança	25%
Clima	15%
Expectativas salariais	10%
Informações on-line/na mídia	10%
Opiniões da família	5%
Planos na Europa	5%

Os estudantes brasileiros se preocupam com os preços e os agentes dizem que a permissão para trabalhar enquanto estudam, o custo dos cursos, o custo de vida e as taxas de câmbio são fatores primordiais na hora de escolher onde estudar.

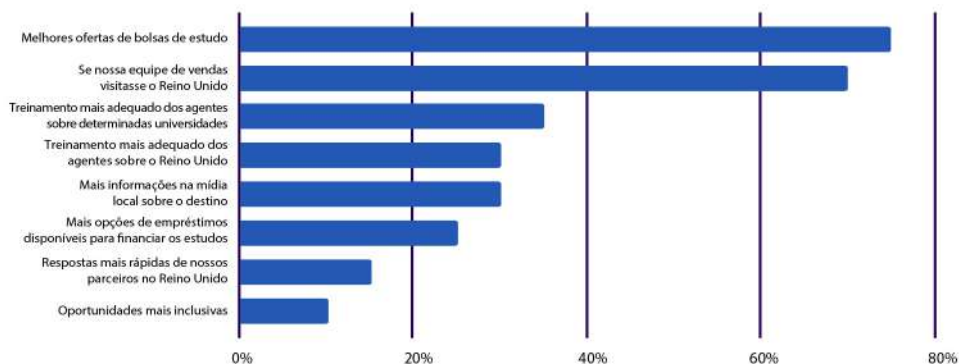
## > Quais são os principais desafios em relação ao ensino superior no Reino Unido?



80% dos agentes citaram o custo de vida no Reino Unido como um dos fatores limitantes. 55% disseram que os cursos de ensino superior no Reino Unido eram muito caros e 60% mencionaram as taxas de câmbio como um grande obstáculo na hora de vender os cursos.

Curiosamente, 45% dos agentes no Brasil disseram que a demanda por programas britânicos aumentou desde a pandemia. 20% disseram que o número de consultas relacionadas ao Reino Unido caiu e 35% relataram que houve pouca mudança neste período.

## > O que pode causar o aumento da demanda?



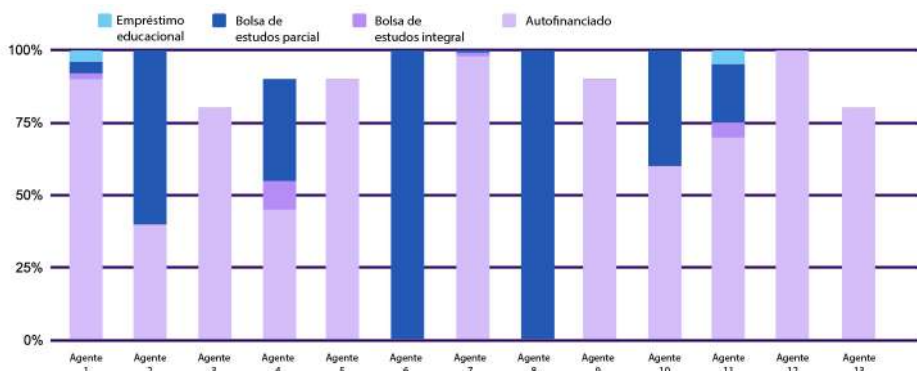
## > O que ajudaria a vender mais programas de ensino superior no Reino Unido?

Viagens de familiarização para visitar universidades britânicas	65%
Mais bolsas de estudo	65%
Contatos importantes/representantes da universidade	50%
Melhorar o treinamento em relação ao Reino Unido como destino de estudos	45%
Informações claras sobre as regras de imigração	40%
Identificar pontos relevantes de cursos específicos das universidades	40%
Estatísticas relevantes de acesso ao mercado de trabalho	25%
Alinhamento mais próximo com determinadas universidades	25%
Mais informações sobre oportunidades inclusivas/ auxílios	20%
Sessões de treinamento presenciais regulares para nossa equipe de vendas	15%
Depoimentos encorajadores de ex-alunos	15%
Webinars regulares	15%
Escalas/expectativas salariais claras para os graduados	5%
Respostas rápidas de parceiros do Reino Unido	5%
Outros: Mais publicidade sobre a educação no Reino Unido	5%

Além dos agentes brasileiros pedirem mais bolsas de estudo para ajudar a promover o Reino Unido como um destino de ensino superior, há uma clara demanda por mais treinamento e informações sobre a oferta educacional britânica

e o Reino Unido para equipes de vendas e para clientes, além da vontade de estabelecer uma proximidade maior com os representantes universitários.

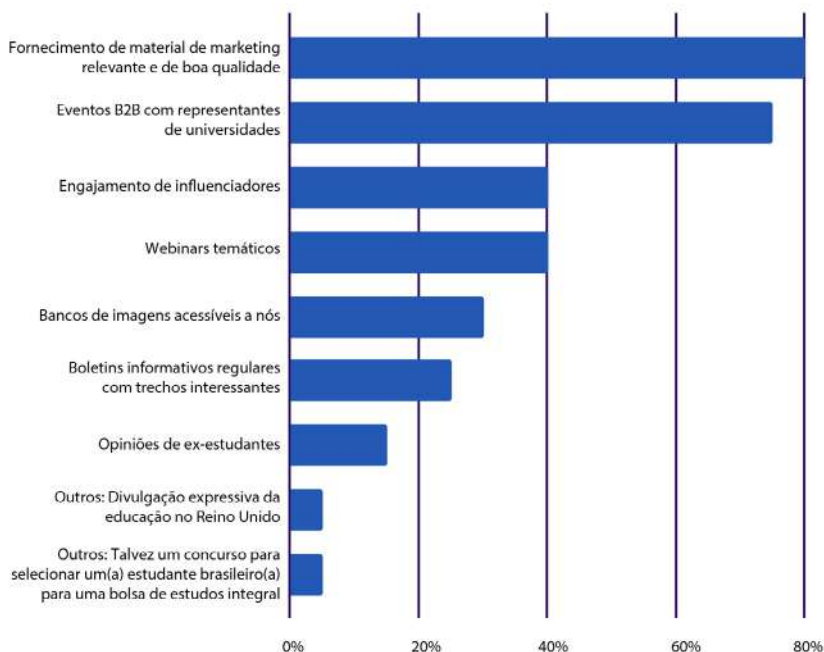
## > Como os estudantes universitários financiam os estudos?



Embora nem todos os agentes tenham dado uma resposta clara para essa pergunta, é possível perceber que a maioria dos estudantes universitários no Brasil paga pelos próprios

estudos. Apenas um agente mencionou uma empresa de crédito educacional com a qual trabalha, a [Provi](#). No entanto, parece que essa fintech não inclui estudos internacionais.

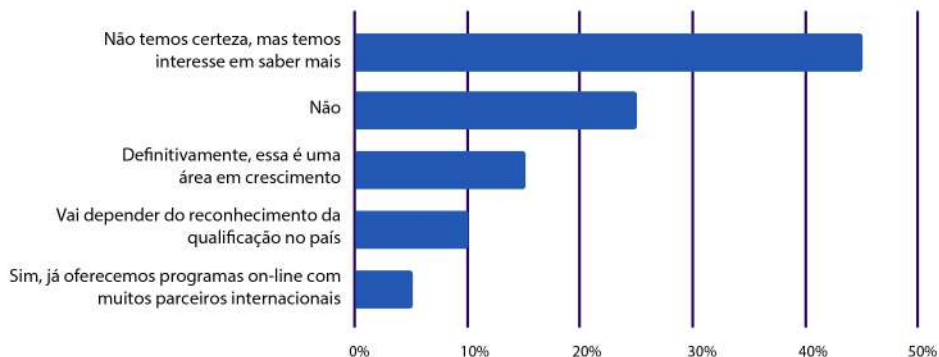
## > Como o British Council pode auxiliar sua agência para aumentar as candidaturas?



Os agentes concordam que ter mais proximidade com os representantes universitários seria uma forma de o British Council dar mais assistência para aumentar as candidaturas e 75% deles solicitaram eventos B2B. A oferta de materiais de marketing relevantes e de boa qualidade foi citada por 80% dos agentes brasileiros e 30% também

disseram que gostariam de ter fácil acesso a bancos de imagens. O engajamento de influenciadores foi solicitado por 40% dos agentes brasileiros. A mesma proporção também gostaria de mais webinars sobre o tema e 15% indicaram a importância dos depoimentos dos ex-alunos.

## > Você acha que existe mercado para uma oferta on-line de universidades do Reino Unido?



Um quarto dos agentes (25%) no Brasil não acha que existe demanda no mercado para a oferta de cursos on-line de universidades do Reino Unido, enquanto 55% têm interesse em saber mais (alguns afirmam que o potencial da demanda do mercado estaria na validade das qualificações no Brasil). Um agente já está oferecendo programas on-line com parceiros internacionais, e 15% dos agentes disseram que esta é uma área que definitivamente está em crescimento.

A maioria dos agentes (80%) citou que o e-mail é o melhor meio de receber atualizações e informações, 10% preferindo e-mail. Um agente queria receber atualizações tanto por e-mail quanto por WhatsApp, e outro pediu cópias impressas das informações disponíveis.

# Análise do Brasil

O Reino Unido detém apenas 2% do mercado de brasileiros estudando no exterior em nível superior. Em comparação com a participação de 6% do Canadá, 11% da Austrália e 18% dos Estados Unidos. O feedback unânime dos agentes é que o Reino Unido é visto como um destino caro e que os cursos têm custos muito altos para os estudantes brasileiros preocupados com o preço e que não sabem o suficiente sobre o destino. Os clientes costumam preferir os Estados Unidos ou o Canadá como destinos de estudo, tanto por razões históricas quanto culturais. Um dos principais atrativos do Canadá provavelmente reflete a vontade dos estudantes brasileiros de explorar as possibilidades de imigração de longo termo (também disponível na Austrália).

A moeda enfraquecida recentemente diminuiu fortemente o poder de compra de muitos estudantes brasileiros em potencial, levando grandes grupos a buscar opções mais baratas. As opções de faculdades comunitárias (community colleges) disponíveis no Canadá e nos Estados Unidos, além das possibilidades de VET na Austrália, permitiram que esses mercados atendessem a uma classe média brasileira com orçamentos mais apertados do que em épocas anteriores.

É importante reconhecer o tamanho do mercado brasileiro. Há uma classe econômica com bastante poder aquisitivo no Brasil que não compartilha das mesmas preocupações financeiras que as outras. A desordem política ou insatisfação muitas vezes leva as famílias brasileiras a buscar oportunidades de estudo no exterior para seus filhos. O ex-presidente Jair Bolsonaro teve bastante apoio das classes econômicas mais altas no Brasil e a recente eleição do esquerdista Lula para a presidência pode estimular ainda mais a vontade de buscar estudos internacionais. Embora muitos alunos em potencial no Brasil busquem oportunidades com bolsa de estudos, existem milhões de famílias para as quais não há questões ou

limitações financeiras. Vale ressaltar que as bolsas parciais ainda são interessantes para famílias que podem pagar os custos integrais, já que as bolsas baseadas no mérito oferecidas por uma universidade internacional são vistas culturalmente como um elogio positivo.

Durante a pesquisa, 60% dos agentes do Brasil mencionaram o alto custo dos estudos no Reino Unido como uma das grandes preocupações entre os clientes. Entretanto, apenas 1% dos estudantes entrevistados escolheram esta resposta. Além disso, 11% disseram que só seria possível considerar a opção com uma bolsa de estudos e 8% disseram que precisariam de um financiamento. Esse fato pode indicar uma falta de conhecimento em relação aos preços no Reino Unido, em vez de indicar que os estudantes brasileiros realmente pensam que o Reino Unido não é um destino de estudos acessível. Somado a isso, a maioria dos brasileiros (45%) que estudam no Reino Unido escolhem as universidades em Londres, por isso, o custo de vida durante os estudos aumentou, talvez contribuindo para uma opinião ainda mais distorcida.

As sustentabilidade é definitivamente uma área em crescimento no Brasil e um foco claro do novo governo. As iniciativas na região da Amazônia já estão atraindo apoio financeiro externo e os fundos de investimento acompanham a evolução à medida que a busca por financiamento sustentável continua a crescer. A Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha desenvolveu uma pesquisa em parceria com o governo alemão em 2021 chamada “Educação Profissional para a Economia Circular” referente ao setor de resíduos sólidos no Rio de Janeiro e constatou que apenas 5% da força de trabalho tinha concluído os estudos de graduação, e apontou para uma sub-representação das mulheres, com apenas 20% da força de trabalho feminina, enquanto 80% é masculina. Um relatório da McKinsey em [2018](#) sugeriu que aumentar a proporção entre homens e mulheres

na força de trabalho brasileira poderia adicionar 14% ao PIB em sete anos.

As mulheres estão sub-representadas em muitos setores profissionais no Brasil, constituindo apenas 17% da força de trabalho da mineração, por exemplo. O Instituto Brasileiro de Mineração (IBRAM) estabeleceu como meta quase dobrar a participação feminina no setor até 2030. Agigante da mineração Vale aumentou a proporção de mulheres executivas de 16% em 2019 para 20% dois anos depois. Além disso, a empresa realizou recentemente um programa de aceleração de carreira para 100 mulheres negras.

Os altos níveis de informalidade na força de trabalho são um problema persistente para o Brasil, embora a taxa atual de quase 40% seja um pouco melhor do que a de 46% em 2011. Há déficits urgentes de habilidades em várias áreas, desde bancos e finanças, passando por TI e manufatura, e a tendência é piorar ainda mais no futuro.

As oportunidades de imigração de longo termo são de interesse dos brasileiros que valorizam a segurança e a qualidade de vida, além da possibilidade de melhorias salariais, que são bons incentivos para buscar estudos internacionais. A oferta australiana de VET é interessante e oferece aos jovens a oportunidade não apenas de certificar um novo conjunto de habilidades, mas também de estabelecer a vida na Austrália, com a possibilidade de obter residência após os estudos.

Embora seja recomendado neste relatório que haja um contato com escolas internacionais e IB para o recrutamento de estudantes de graduação, é importante reconhecer que nem todos os estudantes estão nessa faixa etária e o típico estudante de graduação no Brasil é muitas vezes consideravelmente mais velho. As estratégias de recrutamento não devem ficar limitadas aos estudantes do ensino médio.

O ensino on-line é uma área em crescimento no Brasil e representa mais uma oportunidade na oferta de cursos de curta duração que atendem aos déficits de habilidades específicas e oferecem um diferencial no currículo brasileiro, assim como

a oferta de programas mais longos. No entanto, vale ressaltar que os títulos concedidos internacionalmente não têm reconhecimento automático, a menos que sejam oferecidos em parceria com uma universidade brasileira.

Há um interesse comprovado em programas on-line de universidades internacionais. 20% dos estudantes que participaram das pesquisas já completaram estudos on-line em universidades internacionais e 12% têm interesse nos cursos on-line oferecidos pelas universidades britânicas. Sem dúvida, essa é uma área que vale a pena explorar mais. Uma oferta de cursos curtos on-line a um preço acessível pode oferecer grandes oportunidades de escala, assim como o potencial para desenvolver ainda mais as marcas universitárias britânicas no Brasil.

As pesquisas on-line são o ponto de partida para os estudantes quando procuram informações sobre estudos no exterior, por isso é importante que o conteúdo do site seja otimizado para aproveitar o espaço privilegiado nos resultados de pesquisa na internet. Há tanto conteúdo disponível on-line e muitos estudantes têm dificuldade de decifrar o que são fatos e o que faz parte da estratégia de vendas, portanto, é muito importante que as fontes de informações oficiais tenham alta visibilidade nos mecanismos de pesquisa. Um em cada cinco estudantes brasileiros buscaria mais informações através dos representantes universitários durante visitas oficiais nas instituições de ensino, e é claro que as universidades que têm presença no mercado e ligação estreita com as escolas podem se tornar um ponto de referência para o país.

A venda de cursos de ensino superior é um ponto de partida relativamente novo para muitas agências no Brasil, e o processo de vendas é muito mais longo (e potencialmente mais lucrativo) do que os programas de idiomas de curto ou médio prazo que os agentes tradicionalmente vendiam. Pode ser que as famílias entrem em contato com os agentes anos antes da data de início dos estudos, quando os filhos ainda estão considerando algumas opções de estudos internacionais. Além disso, muitas agências brasileiras oferecem programas pagos de aconselhamento para ajudar os estudantes na



hora de decidir sobre os cursos e carreira profissional. Para que os agentes se sintam à vontade para vender o Reino Unido como um destino de estudos, é preciso que se sintam confiantes e compreendam a oferta, o preço, o processo de imigração, empregabilidade e as perspectivas de carreira.

Embora 40% dos agentes brasileiros considerassem que o engajamento de influenciadores ajudaria a promover as candidaturas ao ensino superior no Reino Unido, a opinião dos estudantes é diferente, pois apenas 10% citam as celebridades como uma fonte de informação confiável. Não é recomendado buscar o engajamento de influenciadores neste momento.

# Recomendações:

## > Engajamento de alto nível

- Recomenda-se que haja mais envolvimento como Ministério da Educação, que expressou o interesse em explorar a oferta de cursos do tipo VET em parceria com o Reino Unido.
- Também vale a pena analisar como Ministério da Educação e o Ministério do Meio Ambiente a sustentabilidade e a economia circular, com o objetivo de avaliar as melhores práticas e certificações na área por meio de cursos profissionalizantes curtos (potencialmente ministrados on-line).
- É recomendável um acompanhamento como Ministério da Educação em relação ao reconhecimento mútuo das qualificações.
- O engajamento com o recém-formado Ministério da Igualdade Racial é recomendado com o objetivo de adaptar alguma iniciativa de bolsas de estudo especificamente para pessoas negras e indígenas brasileiras.
- A ligação com associações industriais como a Associação Brasileira das Empresas de Software ou o Instituto Brasileiro de Mineração é recomendada como objetivo de criar parcerias para abordar as necessidades específicas de habilidades por intermédio de programas de treinamento.

## > O engajamento do Reino Unido

- Deve ser feita uma avaliação para descobrir quais universidades britânicas já estão em atividade e têm representação no Brasil para que seja oferecido apoio imediato na divulgação do destino.
- Uma segunda avaliação deve medir quais cursos curtos on-line estão disponíveis nas universidades britânicas para explorar a melhor esta opção.
- As universidades britânicas precisam ser muito claras sobre seus pontos únicos de venda e ter como objetivo comercializar um grupo seleto de cursos específicos, oferecendo dados relativos às expectativas salariais, taxas de empregabilidade depois da graduação, além dos depoimentos dos ex-alunos.
- Pode ser interessante para as universidades selecionar algumas áreas de curso para promover diretamente para nichos de audiência com campanhas de marketing digital geolocalizadas, webinars temáticos etc. É importante desenvolver estratégias focadas que atendam às demandas do mercado diante da disputa pela atenção dos estudantes brasileiros.
- As universidades precisam garantir que as apresentações estejam atualizadas, sejam interessantes e cativantes. Nem sempre os estudantes precisam saber como a universidade evoluiu ao longo do tempo. As pessoas querem saber como vão se integrar e como serão recebidas, qual é a estimativa de retorno sobre o investimento, qual é o impacto dessa escolha em suas vidas.

## > Construção da marca

- A #StudyUK deve ser desenvolvida como uma marca independente com mensagens e conteúdo importantes disponíveis em português. Essa identidade de marca é muito importante para passar a mensagem de que há novidades acontecendo no mercado.
- É importante lançar uma versão em português da plataforma Study UK após uma campanha de mídia estratégica, incluindo um convite para os estudantes participarem de eventos de lançamento nas principais cidades: São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Curitiba e Salvador. O site deve ser aberto a todos, mas solicitar algum tipo de cadastro para que as universidades possam se comunicar com as pessoas interessadas e medir o engajamento do mercado.

## > Eventos de recrutamento de estudantes

- Embora seja interessante participar dos eventos atuais organizados pela BMI, FPP e outros, é fortemente recomendável organizar os eventos da #StudyUK nas principais cidades, com reuniões B2B realizadas também nesses locais para que os representantes das universidades britânicas se encontrem com agentes e conselheiros escolares.

## > Estratégia de comunicação

- Após identificar as mensagens da marca, é importante identificar os principais meios de comunicação e jornalistas relacionados à educação e desenvolver um plano de fornecimento de materiais interessantes e relevantes. A geração de leads é fundamental para todas as partes da estratégia de comunicação, a fim de assegurar que haja sempre uma chamada para ação. Além disso, os estudantes que se inscreverem em determinadas atividades devem entrar em uma lista de e-mails para receber informações práticas, pertinentes e relevantes.
- O patrocínio de marcas de sites como o [Estudar Fora](#) é um excelente veículo para transmitir mensagens a grandes audiências.
- Planeje uma série de webinars com base nas necessidades específicas de habilidades identificadas neste estudo e convide especialistas para ministrar uma aula, preferencialmente com algum certificado de participação com base no tempo e na presença dos estudantes, inclusive on-line.
- A comunicação deve ser em português e relevante para o público brasileiro, não apenas uma cópia padrão das mensagens globais. Este [artigo](#), por exemplo, detalha as universidades do Reino Unido que aceitam o Enem brasileiro.
- Algumas mensagens interessantes para os estudantes brasileiros incluem: Como fortalecer seu currículo durante os estudos no exterior; Empresas do Reino Unido que aceitam estagiários internacionais; Guia passo a passo para escolher o curso certo para você; Para entender o Foundation Year (ano preparatório); As notas do ensino médio são importantes para quem quer estudar no exterior?; Como viver no Reino Unido gastando pouco; Lista de verificação para

candidatura a bolsas de estudo; Dez dicas para melhorar rapidamente o inglês. Além de postagens nas redes sociais relacionadas a datas comemorativas no Brasil e no Reino Unido, curiosidades culturais, imagens turísticas.

- É aconselhável desenvolver as páginas das redes sociais do #StudyUK em português. Embora os estudantes tenham dito que buscariam informações sobre estudantes estrangeiros no Facebook, há mais evidências de engajamento no Instagram.
- Listas de divulgação para WhatsApp e Telegram também devem ser consideradas, mas é aconselhável um cuidado específico para evitar o bombardeio de mensagens irrelevantes ou repetidas.

## > Relacionamento com agentes

- As universidades britânicas precisam estar cientes da necessidade de conduzir uma avaliação de diligência prévia ao firmar novas parcerias com agentes, principalmente aqueles que não fazem parte do grupo Belta. É importante verificar as referências para evitar danos à marca devido ao trabalho com agentes de baixa qualidade.
- É importante solicitar o feedback dos agentes sobre o treinamento para [agentes](#) e conselheiros do Reino Unido do British Council para identificar as áreas que não foram suficientemente abordadas. Muitas agências multinacionais realizam manualmente eventos nacionais de treinamento que são uma excelente oportunidade para levar informações sobre a marca para os gerentes de vendas espalhados pelo país.
- Organize reuniões B2B com representantes de universidades do Reino Unido para que os agentes tenham um ponto de contato em cada universidade e percebamos pontos de venda exclusivos.
- Produza um portfólio com material de marketing em português para que os agentes tenham uma variedade de recursos disponíveis para promover o Reino Unido como destino de estudos. É importante ter mensagens em português para que os familiares entendam facilmente a oferta. As mensagens devem incluir informações claras sobre imigração para estudantes brasileiros, custos realistas para estudar no Reino Unido, várias bolsas disponíveis, estatísticas de empregabilidade e depoimentos de ex-alunos.
- É recomendado o envolvimento contínuo com agentes da Belta e outros agentes não pertencentes à Belta, para que o maior número possível conclua o treinamento disponível. É recomendado o patrocínio da marca nos eventos e na revista anual de educação internacional da Belta, e a opção de publicidade paga deve ser comunicada ao setor universitário do Reino Unido.

## > Plataformas EdTech

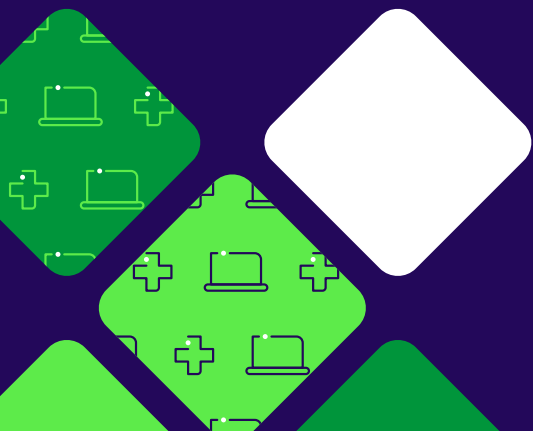
- É recomendado um certo envolvimento com empresas que oferecem soluções a grandes grupos de agentes para que as mensagens relativas ao Reino Unido estejam atualizadas e corretas. A Adventus possui vínculos com 110 agentes no Brasil e a ApplyBoard tem envolvimento com 121.
- Deve ser considerada qualquer oferta de programas de curta duração que possam ser oferecidos a estudantes do ensino médio, principalmente durante as férias escolares do mês de janeiro ou julho, deixando de lado os programas tradicionais de idiomas internacionais durante as férias escolares para excursões temáticas e focadas em carreiras profissionais. Esta é uma ótima oportunidade para as universidades mostrarem a oferta acadêmica e infraestrutura em uma época do ano em que os campi estão praticamente vazios no Reino Unido.

## > Redes escolares

- É importante estabelecer uma rede de escolas internacionais e do IB no Brasil e garantir que os conselheiros do ensino médio recebam treinamento do British Council para serem agentes e conselheiros do Reino Unido (UK agent and counsellor). Também é recomendado que haja uma oferta adicional de workshops específicos para transmitir determinados conjuntos de habilidades aos conselheiros em áreas de carreira, habilidades interpessoais etc.
- Uma mistura de aulas de inglês e atividades culturais pode ser incorporada em programas curtos desenvolvidos e comercializados em parceria com agentes, ou comercializados diretamente nas escolas. É recomendado dar ênfase ao desenvolvimento de habilidades interpessoais no marketing desses programas.

# Colômbia

---





# Colômbia

População	51 milhões
PIB 2021	315 bilhões de dólares
Desemprego	9,5% (novembro de 2022)

## Principais recomendações:

- Lançamento da versão em espanhol da plataforma #StudyUK com eventos nas principais cidades: Bogotá, Medellín, Barranquilla e Cali.
- Estabelecer contato com associações do setor para atender às necessidades de habilidades profissionais.
- Parceria com a ANEX para fomentar o desenvolvimento de fortes redes de agentes.
- Campanha nacional de comunicação para aumentar a conscientização sobre o Reino Unido como um destino de estudo de alta qualidade.
- Investigar o interesse pela oferta de ensino on-line do Reino Unido.

## Visão geral do mercado

A Colômbia é a sexta maior economia e a terceira nação mais populosa da América Latina e registrou um PIB nominal de quase **315 bilhões** de dólares em 2021. Um [estudo da OCDE](#), em fevereiro de 2022, concluiu que a economia da Colômbia se recuperou “extraordinariamente bem” da pandemia da Covid-19, citando uma forte política fiscal. No entanto, nove meses depois, a [OCDE](#) previu uma queda acentuada no crescimento do PIB de 8,1% em 2022 para 1,2% em 2023, com apenas uma modesta melhoria esperada em 2024 (1,7%). A inflação anual de preços ao consumidor atingiu **12,22%** nos últimos meses, a maior taxa em 23 anos, embora as taxas de inflação de dois dígitos não sejam um acontecimento extraordinário no contexto atual da América Latina. Apesar da pandemia global, o turismo gerou cerca de 1,96 bilhão de dólares em 2020. Embora seja menos de 1% do PIB, equivale

a cerca de **18%** das receitas do turismo internacional na América do Sul.

### > Cenário político

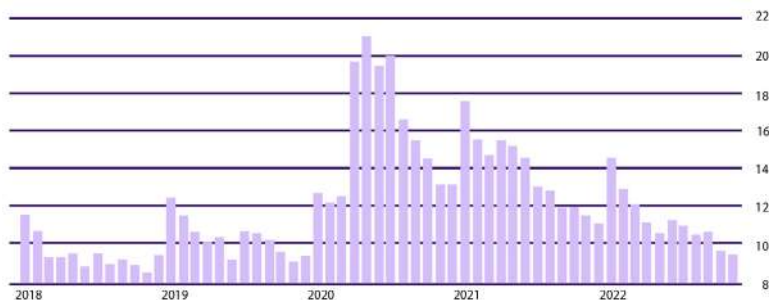
Em junho de 2022, Gustavo Petro se tornou o primeiro presidente de esquerda da Colômbia. O ex-guerrilheiro, que foi deputado, senador e prefeito da capital Bogotá, governa ao lado da primeira vice-presidente negra da Colômbia, a respeitada advogada de direitos humanos Francia Márquez. Apesar do receio inicial de atos de violência eleitoral, houve uma transição pacífica. O então presidente de centro-direita, Rodolfo Hernández, reconheceu rapidamente a derrota depois que o resultado foi declarado. Todos esses acontecimentos são altamente positivos e um sinal

encorajador para um país há muitos anos marcado pela violência política e pela instabilidade.

Entre as reformas planejadas pelo novo governo está uma remodelação dos estratos sociais da Colômbia. As distinções de classe serão baseadas

em critérios relacionados ao endereço e atributos físicos de suas casas, e não no rendimento familiar. [Analistas](#) sugerem que esse sistema bloqueia o acesso a subsídios estatais para pessoas pobres que vivem em estratos mais ricos e vice-versa.

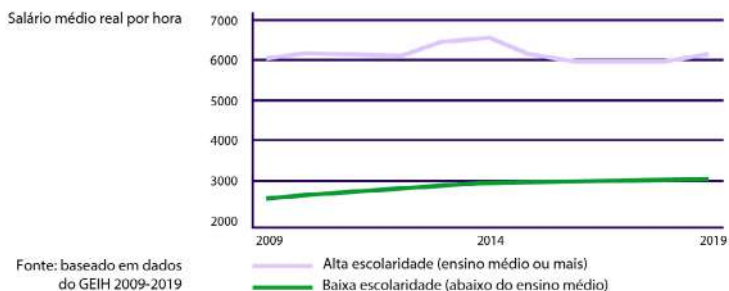
## > Taxa de desemprego



Taxa de desemprego na Colômbia entre 2018 e 2022. Fonte: [TradingEconomics.com](https://tradingeconomics.com)

O desemprego [aumentou](#) dramaticamente durante a pandemia e foi de 10% em 2019 para mais de 15% um ano depois, mas já diminuiu para 9,5% em novembro de 2022. No entanto, a [Dane](#), agência nacional de estatísticas, mostrou que mais da metade (58%) da população estava em empregos informais em setembro de 2022, principalmente nas regiões do norte do país, com taxas muito mais baixas de emprego informal em Bogotá e Medellín, as duas maiores cidades da Colômbia.

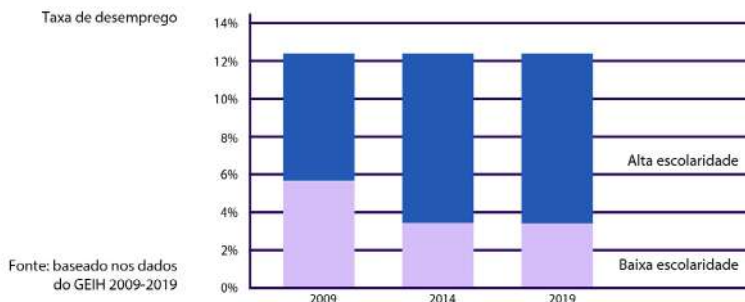
De acordo com a [Dane](#), as mulheres representam 67% dos novos empregados do país e são consideradas as condutoras do aumento da taxa de desemprego no terceiro trimestre de 2022. Na faixa etária de 25 a 54 anos, esse número foi ainda maior, 75%. Entretanto, considerando que o setor de maior crescimento estava em indústrias de menor remuneração (comércio e reparação de veículos) afetadas pelo confinamento obrigatório durante a pandemia, é possível argumentar que muitos dos “recém-empregados” da Colômbia estão simplesmente retornando à força de trabalho após um longo hiato.



Fonte: baseado em dados do GEIH 2009-2019

Remuneração média por hora, por nível de escolaridade. Fonte: [World Bank](https://worldbank.org)





Taxa de desemprego, desagregada por nível de escolaridade. Fonte: [World Bank](#)

## > Escassez de habilidades

Na última década, a Colômbia passou da manufatura para uma economia mais baseada em serviços. A manufatura caiu de 16% para 12% do PIB de 2009 a 2019, os serviços cresceram de 62% para 68%, enquanto o emprego no setor de manufatura caiu de 19% para 13% no mesmo período. Os empregos em serviços cresceram, ainda que modestamente, de 60% para 63%. Embora a taxa de desemprego da Colômbia tenha diminuído no meio dessa transição, ela aumentou no segundo semestre. O aumento de profissionais recém-formados no mercado de trabalho em um momento marcado pela redução da demanda por mão de obra qualificada é um fator que provavelmente contribuiu para o aumento das taxas de desemprego.

Embora os colombianos com pelo menos o ensino médio tenham salários mais altos do que aqueles com nível educacional mais baixo, as perspectivas de emprego para profissionais recém-formados se deterioraram. Dados do Banco Mundial mostram que a parcela de profissionais altamente qualificados entre os desempregados aumentou 6% (de 63% para 69%) entre 2014 e 2019. No entanto, o relatório Net Employment Outlook do ManpowerGroup do final de 2022 mostrou um aumento nas contratações em várias áreas, principalmente entre as pequenas empresas. O relatório sugere que as contratações aumentaram em cinco dos onze setores da indústria analisados e enfraqueceram em outros cinco. O ManpowerGroup sugeriu que os setores mais

competitivos da Colômbia eram educação, saúde, assistência social e governo.

Vale a pena considerar a digitalização da economia colombiana e, em uma pesquisa recente da Experis (o braço de TI do ManpowerGroup), 48% observaram um aumento na digitalização das operações. Ricardo Morales, diretor geral da Experis, destacou a demanda por “desenvolvedores nativos da nuvem, especialistas em contêineres, segurança e design de arquitetura, aprendizado de máquina e IA” que já é maior que a oferta. A Experis estimou que quase dois terços das organizações não têm as habilidades necessárias para implementar suas estratégias de transformação digital.

A Câmara Colombiana de Informática e Telecomunicações (CCIT) aponta para a falta de profissionais qualificados adequados em áreas como big data, cibersegurança, ciência de dados, blockchain, entre outras áreas de TI. O presidente da CCIT, Alberto Samuel Yohai, disse que pelo menos 370 mil empregos em TI são criados anualmente na Colômbia, o que, por sua vez, cria ainda mais oportunidades. “Para cada emprego criado no setor de TIC, são criados 3,6 empregos adicionais em outros setores da economia”, explicou. Enquanto isso, Ruta N, uma plataforma de recrutamento de Medellín, disse que a falta de proficiência em inglês aumentou a escassez de talentos e observou que mais de 90% das especificações de trabalho no setor de TI incluem um requisito de fluência.

## > Formação

Grau de escolaridade		Séries	Idade	Anos
Primário	Nível elementar	1-5	6-12	6
Intermediário	Ensino médio básico	6-9	12-15	3
Secundário	Ensino médio intermediário	10-11	15-17	2
	Vocacional	-	15-18	3
Superior	Graduação	-	-	4-5
	Mestrado	-	-	2
	Doutorado	-	-	2-4

Sistema educacional na Colômbia. Fonte: [Scholaro.com](https://www.scholaro.com)

O ensino escolar é obrigatório na Colômbia até a nona série (por volta dos 15 anos), sendo o espanhol a principal língua de instrução, embora algumas línguas indígenas estejam incluídas regionalmente. A educação vocacional é oferecida como um caminho, com empregadores e faculdades elaborando currículos no contexto de uma grave escassez de vagas na universidade. A educação de ensino superior engloba as instituições técnicas e universidades tecnológicas e acadêmicas. O acesso permanece bastante restrito a famílias ricas dos centros urbanos e não é uma meta realista para grande parte da população. No entanto, o número de estudantes universitários na Colômbia aumentou [140%](#) entre 2002 e 2020 e passou de 1 milhão para 2,6 milhões.

Os níveis educacionais variam entre ambientes urbanos e rurais. Este último é ligeiramente pior, muitas vezes devido ao nível de qualificação inferior dos professores, entre outros desafios. Além disso, o status socioeconômico é um indicador muito importante para o desenvolvimento educacional na Colômbia. A OCDE ([2021](#)) informou que a proporção de crianças no quadrante inferior do índice PISA ESCS (status econômico, social e cultural), que atingiu o “Nível 2” em leitura, foi 56% menor do que aquelas no quadrante superior da ESCS. A média da OCDE é de 29%.

Cerca de um terço (27%) do gasto total em educação pré-primária veio de fontes privadas em 2021, consideravelmente acima da média da OCDE de [17%](#), enquanto 20% do financiamento de cursos do ensino superior é privado, contra a média da OCDE de 30%. O gasto público anual por aluno em período integral (do ensino fundamental ao superior) foi de 2.425 dólares em 2018 (um quarto da média da OCDE), e os salários foram o maior gasto individual com educação. Embora seja esperado que os salários dos docentes aumentem de forma crescente dependendo dos níveis de qualificação formal, os salários máximos de professores na Colômbia podem ser de 278% a 338% mais altos do que os salários dos professores com qualificação mínima (embora a maioria dos salários reais fique entre os níveis mínimo e máximo). Em toda a OCDE, a variação entre salários para professores com níveis máximos e mínimos de formação é de cerca de 86% a 91%. A pandemia teve um impacto considerável na escolaridade na Colômbia. O número de dias em que as escolas ficaram totalmente fechadas foi muito maior do que a média da OCDE.

O [Ministério da Educação](#) observou que a pandemia não afetou o ensino superior tanto quanto era esperado no início. As universidades desenvolveram estratégias para modernizar os modelos de aprendizagem incorporando mídias

digitais. Além disso, as inscrições em programas on-line estão crescendo após a publicação do [Decreto 1.330](#) em 2019 (foi registrado um crescimento de 49% de 2020 a 2021).

[Os cursos](#) na área de negócios e economia são os mais populares na Colômbia e representam 33% dos alunos de graduação e 31% de pós-graduação. A engenharia é a segunda área de estudo preferida por 31% dos graduandos,

seguida por 11% que escolhem ciências sociais e humanas.

Esta tendência é inversa no nível da pós-graduação, com 24% dos estudantes optando pelas ciências sociais, acima dos 16% que optam por programas na área de engenharia, arquitetura e urbanismo.

## > Proficiência em inglês

O [Índice de Proficiência em Inglês da Education First](#) classifica a Colômbia em 77º lugar de 111 países avaliados (17 de 20 na América Latina). Com a média do país de 477 abaixo da média global de 502, o título do nível de proficiência é baixo. Algumas regiões e cidades, no entanto, pontuaram acima da média global e têm o nível de proficiência considerado moderado. A proficiência foi mais baixa entre a faixa etária de 18 a 20 anos na Colômbia (pontuação média de 427), já a faixa etária de 26 a 30 anos foi a única a pontuar acima

da média global e a ter proficiência considerada moderada (pontuação média de 521).

No entanto, a análise da [UNESCO](#) dos dez principais destinos para estudantes colombianos de ensino superior em mobilidade internacional mostra que 25% (14 mil estudantes) vão para países de língua inglesa, sinalizando que há uma proporção significativa de estudantes que dominam o idioma.

Cidade	Proficiência em inglês	Proficiência em inglês
Armenia	516	MODERADO
Barranquilla	510	
Medellín	506	
Bogotá	503	

Cidades colombianas com proficiência moderada da língua inglesa, de acordo com a EF. Fonte: [EF 2022](#)

O Ministério da Educação Nacional (MEN) lançou um plano em 2014 para que pelo menos 20% dos graduados em medicina se classificassem em níveis intermediários ou superiores de proficiência em inglês, como parte de um objetivo político para posicionar a Colômbia como um destino turístico de saúde e bem-estar. Quatro anos depois, a Universidade Nacional da Colômbia [informou](#) que 28,6% dos estudantes de medicina tinham o nível desejado de inglês. Embora seja considerado satisfatório no contexto da meta de 2014, foi constatado que apenas um terço (37%,

ou 16 de 43) dos programas médicos na Colômbia atingiu a meta.

O ['Colombia Very Well'](#) é um programa nacional de dez anos de ensino de inglês lançado em 2014 para fazer da Colômbia não apenas o país com "melhor educação na América Latina até 2025, mas também o país da América do Sul que fala o melhor inglês". O plano se concentra no treinamento de professores, no aumento da proficiência em inglês entre a população que frequenta as universidades, assim como na

articulação com o setor produtivo da Colômbia com a proposta de subsidiar o ensino de inglês para até 40 mil funcionários do setor privado. Os críticos de um programa anterior, o National Bilingualism Programme (PNB) de 2004, constataram a falta de professores qualificados e outros recursos necessários, como também a escassez de oportunidades para que os jovens colombianos praticassem o inglês no cotidiano.

Um [estudo](#) de 2019 publicado pela Maple Bear, uma rede de educação canadense, sugeriu que a oferta de escolas bilíngues na Colômbia não atende à demanda (apenas 3,5% das crianças de escolas particulares frequentam escolas bilíngues), e mencionou que o número de escolas bilíngues havia crescido apenas 3% em quatro anos. O estudo observou que 45% das escolas bilíngues na Colômbia estão presentes em Bogotá.

## > Penetração da internet

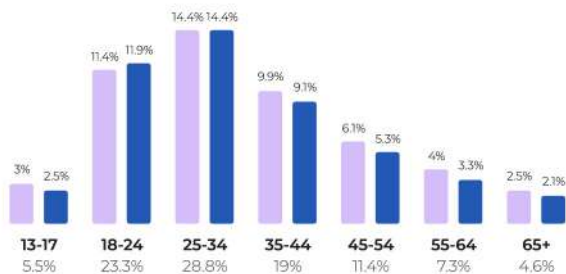
A pandemia global acelerou a digitalização da sociedade colombiana, à medida que mais pessoas começaram a ter acesso on-line. Em dezembro de 2021, havia [38 milhões](#) de acessos à internet móvel, um crescimento de 17% em doze meses, juntamente com 8,4 pontos de acesso fixo (crescimento de 8% em relação ao ano anterior). A [receita](#) de acesso fixo à internet cresceu mais de 10% entre o último trimestre de 2020 e 2021. A empresa de telecomunicações Claro domina grande parte do mercado com 38% de participação. Em Bogotá, 93,2% das pessoas de 18 a 28 anos estavam on-line em 2020, de acordo com o Departamento Administrativo Nacional de Estatísticas (DANE) da Colômbia.

## > Uso das redes sociais

Segundo [dados](#) do governo, um quarto dos internautas da Colômbia (26%) se comunicam por meio de redes sociais e 98% usam o WhatsApp como principal forma de comunicação. A Meta domina o cenário de redes sociais no país, de acordo com a [We Are Social Digital 2022 Global Overview](#), a qual mostrou que “buscar informações”, “aprender a fazer as coisas” e “manter contato com amigos e parentes são as principais razões pelas quais os colombianos usam as redes sociais. Facebook, Instagram e Facebook Messenger são as três principais plataformas. Os usuários mais experientes têm entre 25 e 34 anos de idade no Facebook, Instagram e LinkedIn, e essa faixa etária corresponde respectivamente a 14%, 17%, e 62% dos usuários.

Rede social	Usuários acolombianos
Facebook	<a href="#">39,529,300</a>
Instagram	<a href="#">18,696,300</a>
LinkedIn	<a href="#">11,687,000</a>

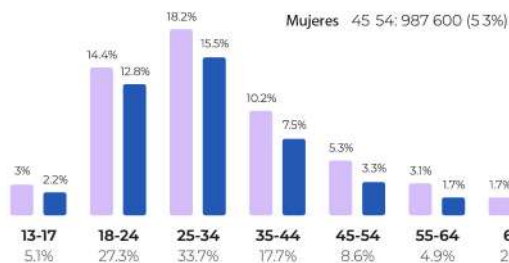
Número de usuários colombianos nas redes sociais em dezembro de 2022.  
Fonte: [NapoleanCat.com](#)



**f** Usuários do Facebook na Colômbia  
Dezembro 2022

**39 529 300**

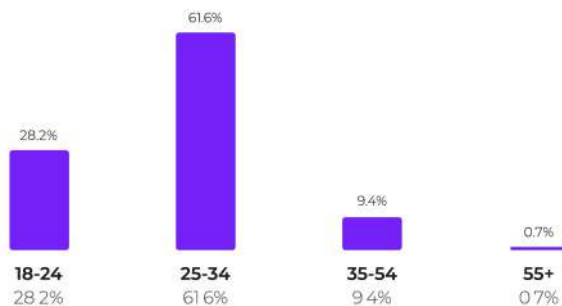
**51.4%** Mulheres **48.6%** Homens



**i** Usuários do Instagram na Colômbia  
Dezembro 2022

**18 696 300**

**55.8%** Mulheres **44.2%** Homens



**in** Usuários do LinkedIn na Colômbia  
Dezembro 2022

**11 687 000**

Número de usuários colombianos nas redes sociais em dezembro de 2022. Fonte: [NapoleanCat.com](https://www.napoleancat.com)

# Mobilidade estudantil

A Colômbia é o segundo **maior** país de origem de estudantes internacionais da América Latina (depois do Brasil). Quase 57 mil estudantes concluíram programas universitários internacionais em 2019, de acordo com o “Fluxo global de estudantes de nível superior” da **UNESCO**. O Reino Unido é o 12º destino mais popular para estudantes colombianos do ensino médio com 2% do mercado.

Os **dados** da OCDE de 2019 sugerem que apenas 2% dos estudantes do ensino superior vão para o exterior para estudar. A Argentina é o destino mais popular, hospedando cerca de um quarto dos estudantes internacionais da Colômbia. Os Estados Unidos (17%), Espanha (12%), Austrália (8,5%) e França (7%) vêm em seguida como os destinos mais populares.



Fluxo global de estudantes de nível superior da Colômbia. Fonte: [UNESCO](#)

#	País de destino	Número de estudantes de ensino superior em mobilidade	Porcentagem de todos os estudantes de ensino superior em mobilidade
1	Argentina	13,482	24%
2	Espanha	7,309	13%
3	Estados Unidos	7,115	13%
4	Austrália	6,853	12%
5	Alemanha	3,529	6%
6	França	3,242	6%
7	Chile	2,466	4%
8	Equador	2,170	4%
9	Canadá	1,893	3%
10	Brasil	1,806	3%
12	Reino Unido	914	2%
<b>Soma dos 10 primeiros</b>		<b>49,865</b>	<b>88%</b>
<b>Os 10 primeiros países de língua inglesa</b>		<b>13,968</b>	<b>25%</b>
<b>Total geral</b>		<b>56,910</b>	<b>100%</b>

Os dez principais países que recebem estudantes de ensino superior da Colômbia. Fonte: [UNESCO](#)

# De olho na concorrência

## > Estados Unidos

Os Estados Unidos são o destino de língua inglesa mais popular entre os estudantes universitários da Colômbia, de acordo com dados da UNESCO. A Colômbia foi o [19º maior](#) país de origem para estudantes internacionais nos EUA. 37% em programas de graduação e 40% programas de pós-graduação, gerando cerca de 319 milhões de dólares para a economia dos EUA.

A Fundação Colombiana COLFUTURO auxiliou 4.846 graduados a estudar nos Estados Unidos com financiamentos estudantis e bolsas desde 1992 a um custo de 191,2 milhões de dólares, e 4.245 dos estudantes seguiram programas de mestrado e 601 de doutorado. Em 2022, 311 estudantes colombianos receberam essa bolsa de estudos para estudar nos Estados Unidos.

Nível acadêmico	Número de estudantes	% de estudantes colombianos	% de variação (2020 a 2021)
Graduação	2,660	37%	-12%
Pós-graduação	2,847	40%	-1%
Estudantes sem graduação	326	5%	-46%
OPT	1,274	18%	0.2%
Total	7,107	100%	-

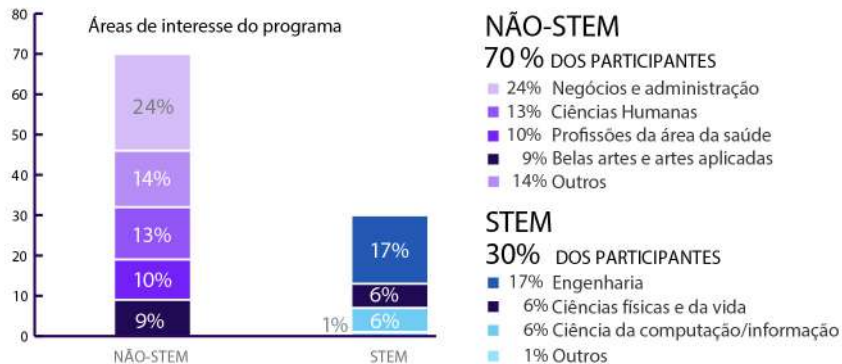
Estudantes colombianos nos Estados Unidos por nível acadêmico e variação percentual de 2020 a 2021. Fonte: [Departamento de Comércio dos EUA](#)

Ano	Número de estudantes colombianos	Variação de ano a ano
2015	7,159	-
2016	7,815	9%
2017	7,982	2%
2018	7,976	-0.07%
2019	8,060	1%
2020	7,787	-4%
2021	7,107	-9%

Fonte: [Departamento de Comércio dos EUA](#)

Tipo de instituição americana	%
Faculdades associadas (dois anos)	16%
Faculdades de bacharelado (quatro anos)	3%
Universidades de mestrado	13%
Universidades que concedem doutorado	65%
Instituições com foco especial	4%
Instituições públicas	63%
Instituições privadas	37%

Estudantes colombianos nos EUA por tipo de instituição americana. Fonte: [Departamento de Comércio dos EUA](#)



Interesses do programa entre os estudantes colombianos. Fonte: [Intead 2019](#)

## Os 5 principais fatores influenciadores

Fatores mais importantes na hora de escolher uma universidade nos EUA:



Os 5 principais agentes influenciadores para os estudantes colombianos na escolha de uma universidade. Fonte: [Intead 2019](#)



O [EducationUSA Colômbia](#) tem 11 centros de aconselhamento em todo o país (Armênia, Barranquilla, Bogotá (3), Bucaramanga, Cali, Cartagena, Manizales, Medellín, Pereira). Nesses centros acontecem webinars, atividades para ex-alunos e orientação para estudantes colombianos que querem estudar nos EUA. O EducationUSA também organiza uma feira presencial anual para

representantes de universidades e faculdades dos EUA se encontrarem com alunos em potencial. O site local possui um serviço de consultoria on-line 24 horas, porém o link não está ativo.

O EducationUSA Colômbia está ativo no Facebook e no Instagram com postagens relacionadas a bolsas de estudo disponíveis e com destaque para mais de 120 parcerias dos EUA com a fundação de financiamentos estudantis e bolsas COLFUTURO. O engajamento é consideravelmente melhor no Instagram. No LinkedIn, o EducationUSA publica para o público global.

Rede social	Número de seguidores	Média de engajamento
<b>EducationUSA Colômbia</b>		
<a href="#">Instagram</a>	10,800	69
<a href="#">Facebook</a>	14,714	6
<b>EducationUSA Global</b>		
<a href="#">LinkedIn</a>	23,917	-
<a href="#">Instagram</a>	107,000	-
<a href="#">Facebook</a>	475,000	-

Presença do EducationUSA nas redes sociais na Colômbia, com número de seguidores e média de engajamento do público nas últimas dez postagens.

## > Canadá

A Colômbia é o 11º maior país de origem para estudantes internacionais no Canadá e o terceiro maior mercado de origem na América Latina (depois do Brasil e do México). Apesar da queda inevitável da mobilidade estudantil durante a pandemia global, a recuperação do Canadá em 2021 foi impressionante. O Canadá é um destino bastante popular entre os estudantes colombianos devido ao potencial de residência permanente, além da possibilidade de estudar em faculdades com custos mais baixos, muitas delas com representantes locais na Colômbia que atendem os estudantes da América Latina.

Ano	Número de estudantes colombianos	Varição de ano a ano
2015	1,295	-
2016	1,675	29%
2017	2,375	42%
2018	3,275	38%
2019	4,445	36%
2020	3,010	-32%
2021	6,845	127%
2022	10,150	48%

Colombianos com permissão para estudos no Canadá de 2015 a 2022. Fonte: [IRCC](#)

A EduCanada usa as páginas para promover a oferta canadense e não tem uma presença nas redessociais direcionada especificamente para a Colômbia. Apesar de ter muito mais seguidores no Facebook, é possível constatar que o engajamento é maior no Instagram. As mensagens nas redes sociais destacam as ofertas de bolsas de estudo, os perfis das universidades (incluindo detalhes sobre os serviços de apoio) e a inserção dos estudantes no mercado de trabalho.

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
<b>EduCanada (Global)</b>		
<a href="#">Instagram</a>	3,727	47
<a href="#">Facebook</a>	72,000	30
<a href="#">LinkedIn</a>	3,693	6

Redes sociales utilizadas por EduCanada; número de seguidores globales; promedio de involucramiento por cada diez publicaciones.

## > Austrália

A Colômbia foi o **quinto** maior país de origem de estudantes internacionais na Austrália em 2022, uma melhora considerável desde 2015, quando era o 15°. Embora a pandemia tenha causado um impacto inevitável no número de estudantes, os números são menos expressivos do que no Brasil, por exemplo, embora o motivo ainda não esteja claro. A recuperação em 2022 foi significativa, pois o número de alunos é próximo do que era antes da pandemia.

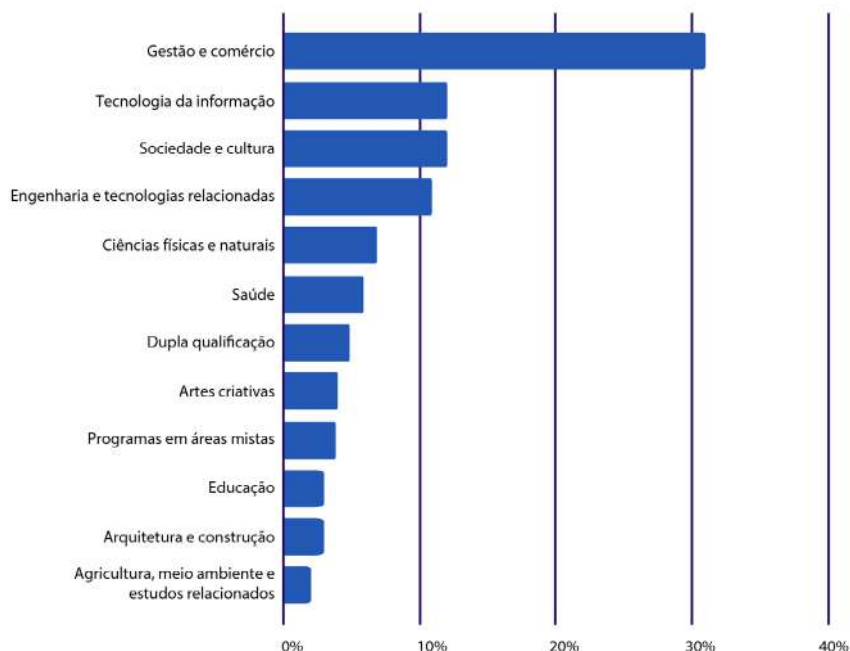
Os estudantes do ensino superior representaram 7% das matrículas de estudantes colombianos na Austrália de janeiro a outubro de 2022, de acordo com dados do Departamento de Educação; e os alunos de EFP representam mais da metade (53%) do tráfego estudantil; enquanto 40% dos estudantes colombianos na Austrália estão concluindo programas de idiomas. A maioria dos estudantes colombianos em instituições de ensino superior australianas está cursando pós-graduação (66%). A área de estudo mais procurada foi gestão e comércio (31% das matrículas). Em seguida, tecnologia da informação e sociedade e cultura (12%, respectivamente), e logo depois engenharia e tecnologias relacionadas.

Ano	Número de estudantes brasileiros	Variación de ano a ano
2015	9134	-
2016	11,222	23%
2017	14,108	26%
2018	16,931	20%
2019	20,715	22%
2020	18,853	-9%
2021	14,666	-22%
2022	19,687	34%

Estudiantes colombianos con visto de estudiante en Austrália de 2015 a 2022 e variación de ano a ano. Fonte: [Departamento de Educación do governo da Austrália](#)

Proveedor	Número de estudantes	Porcentaje
VET	13,066	53%
ELICOS	9,901	40%
Ensino superior	1,753	7%
Escolas	25	0.1%
Cursos sem certificación	9	0.03%

Números de matrículas feitas por estudantes da Colômbia na Austrália de janeiro a outubro de 2022. Fonte: [Departamento de Educación do governo da Austrália](#)



Matrículas feitas por estudantes colombianos no ensino superior na Austrália por área de ensino de janeiro a outubro de 2022. [Departamento de Educação do governo da Austrália](#)

Grande parte do trabalho promocional na Colômbia é feito pela Austrade (Australia Trade and Investment Commission), a rede diplomática, universidades e cursos com representantes no mercado. A plataforma [Study Australia Experience](#) foi lançada pela Austrade em janeiro de 2022 com conteúdo em espanhol relacionado a bolsas de estudo, perfis de instituições australianas e um mecanismo de busca para ajudar os estudantes a identificar onde determinados cursos são oferecidos.

Foi feita uma [campanha regional de comunicação](#) com publicidade direcionada que alcançou 20 milhões de estudantes em potencial na região nos primeiros seis meses, trazendo 310 mil visitantes e 37 mil usuários cadastrados para a plataforma. Dezenas de eventos ao vivo foram realizados na região para promover a Austrália e suas instituições de ensino e que contaram com ex-

estudantes como os principais embaixadores, representantes de universidades e agentes educacionais. Além disso, em junho de 2022, foi realizada uma feira virtual de três horas para 1.700 estudantes em potencial.

Em dezembro de 2022, foi promovido em toda a América Latina um evento em espanhol chamado “Novos benefícios para estudar na Austrália”. A segunda fase da iniciativa incluirá alguns eventos mais longos e com mais espaço para as instituições, além do refinamento e crescimento das redes sociais e mais atividades de marketing digital. As instituições australianas foram convidadas para uma reunião com as escolas do IB em toda a América Latina em 2021, organizadas pela Austrade.

O Study Australia teve um pavilhão nas feiras de recrutamento de estudantes da BMI na Colômbia

em 2022. A equipe da Austrade apoia proativamente a COLFUTURO, por meio de eventos para aumentar a participação no mercado australiano de estudantes estrangeiros que se beneficiam do financiamento estudantil. A embaixada australiana também organiza [eventos](#) educacionais, convida agentes e entidades locais de bolsas de estudo para se reunirem com representantes do mercado. Esses eventos incluem celebrações de despedida para estudantes que estão embarcando para a Austrália. Clientes em potencial da Study Australia Experience recebem convites para participar.

A Study Australia Experience está presente na América Latina no Instagram e no Telegram. As dez últimas mensagens foram visualizadas em média 421 vezes. A Austrade mantém uma presença global nos perfis da Study Australia no Facebook e Instagram.

Rede social	Número de seguidores	Engajamento
<b>Study Australia Experience - LatAm</b>		
<a href="#">Instagram</a>	10,800	118
<a href="#">Telegram</a>	1,174	-
<b>Study Australia (Global)</b>		
<a href="#">Instagram</a>	37,200	-
<a href="#">Facebook</a>	366,000	-

Redes sociais utilizadas pela Study Australia Experience; número de seguidores globais; nível médio de engajamento nas últimas dez postagens.

## > Reino Unido

O Reino Unido é o 12º destino preferido dos estudantes colombianos, de acordo com dados da [UNESCO](#) e recebe 2% dos estudantes de ensino superior em mobilidade internacional do país. O número de estudantes vem diminuindo constantemente desde 2015 e a pandemia não parecer causar nenhum impacto significativo. No ano letivo de 2021/22, houve um crescimento de 16%. Mais de três quartos (76%) dos estudantes colombianos em universidades do Reino Unido no ano acadêmico de 2020/21 estavam em cursos de pós-graduação. 41% de todos os estudantes colombianos do ensino superior optam por universidades em Londres.

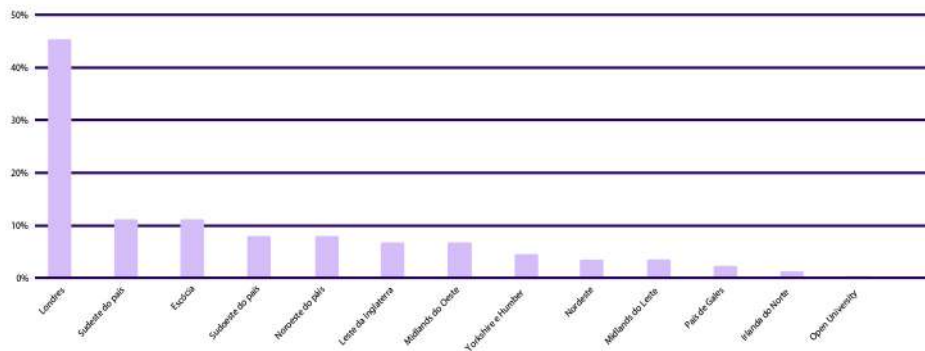
Houve um [acordo](#) em 2017 para confirmar o reconhecimento mútuo de diplomas entre a Colômbia e o Reino Unido, embora não esteja claro se o acordo está em vigor atualmente.

Ano	Número de estudantes colombianos	Variação de ano a ano
2015	1,125	-
2016	1,085	-4%
2017	1,075	-1%
2018	1,020	-5%
2019	975	-4%
2020	920	-6%
2021	749	-19%
2022	870	16%

Estudantes brasileiros do ensino superior no Reino Unido de 2014 a 2020. Fonte: [HESA](#)

Pesquisa de pós-graduação:	20%
Pós-graduação (ensino)	56%
Graduação	22%
Outra graduação	2%

Nível de estudo: estudantes colombianos do ensino superior no Reino Unido em 2020/21. Fonte: [HESA](#)



Região do Reino Unido onde estudantes colombianos do ensino superior estudaram em 2020/21. Fonte: [HESA](#)

O conteúdo das redes sociais do British Council enfoca predominantemente o IELTS e outros materiais em inglês e há uma certa tração com o público no Instagram. O engajamento no Facebook e no Twitter é praticamente inexistente (com base na média de engajamento em dez postagens).

Apesar de ter 92 mil seguidores no Facebook, 30% das dez postagens mais recentes não tiveram engajamento. O mesmo acontece em 40% das postagens no perfil do Twitter do British Council Colômbia. O engajamento é melhor no Instagram (média de 34 engajamentos nos últimos dez posts).

Rede social	Número de seguidores	Engajamento
<b>British Council Colômbia</b>		
<a href="#">Facebook</a>	92,000	2
<a href="#">Instagram</a>	18,700	34
<a href="#">Twitter</a>	9,734	2
<b>British Council (Global)</b>		
<a href="#">Facebook</a>	2,400,000	-
<a href="#">Instagram</a>	182,000	-
<b>StudyUK_britishcouncil (Global)</b>		
<a href="#">Instagram</a>	92,000	-
<b>Study UK - British Council</b>		
<a href="#">Facebook</a>	628,880	-

Redes sociais utilizadas pelo British Council Colômbia, número de seguidores, nível médio de engajamento nas últimas dez postagens.

## Pesquisa Exclusiva

# Retrato dos estudantes na Colômbia

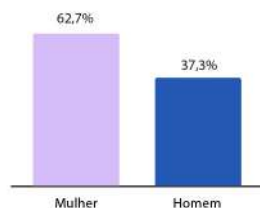
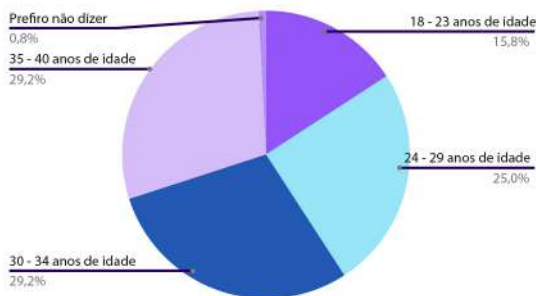
Uma pesquisa exclusiva comissionada pelo British Council foi respondida por 120 colombianos em janeiro de 2023. As pessoas entrevistadas tinham entre 18 e 40 anos, 16% entre 18 e 23 anos, 25% de 24 a 29 anos, 30% entre 30 e 34 anos e 30% entre 35 e 40 anos. A maioria (89%) respondeu à pesquisa pelo telefone celular ou outro dispositivo portátil, e o restante respondeu em computadores de mesa. Além disso, 55% da amostra era do sexo masculino.

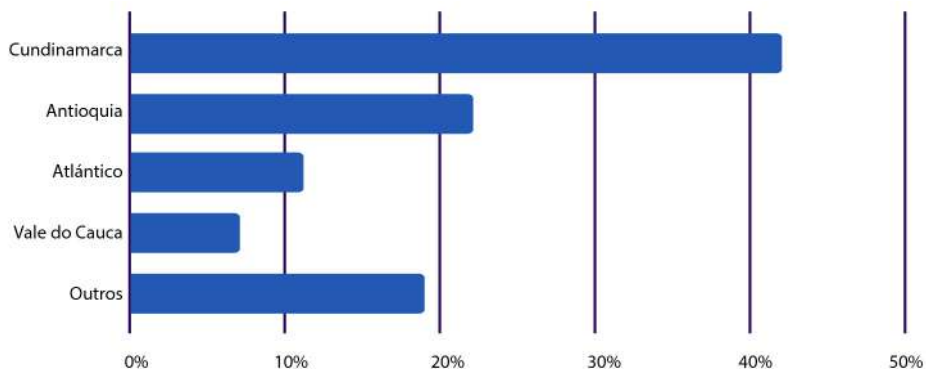
O número de pessoas entrevistadas na Colômbia foi menor do que em outros países, pois havia uma quantidade reduzida de pessoas disponíveis acima de uma determinada faixa de renda. A desigualdade de renda é particularmente grave na Colômbia. O sistema de estratos divide as pessoas em classes sociais com distribuição de serviços públicos dependendo dos atributos físicos das casas e bairros em que vivem ao invés dos salários que recebem, embora o atual governo tenha a intenção de reformar esse sistema. Para a finalidade deste estudo, as pessoas com renda familiar superior a 4.500.001 pesos colombianos por mês, equivalente a cerca de 762 libras, foram convidadas a participar.

Levando em conta que as famílias que ganham menos que isso possivelmente não consideram a hipótese de estudar no exterior, elas não foram representadas na pesquisa para evitar um impacto negativo no resultado.

As respostas da pesquisa vieram de 18 departamentos colombianos, com a maioria (41%) em Cundinamarca, 22% em Antioquia, 11% em Atlântico e 7% em Valle del Cauca. Mais de um terço (34%) dos entrevistados estavam localizados na capital, Bogotá, 14% em Medellín e 5% em Barranquilla e Cali, respectivamente.

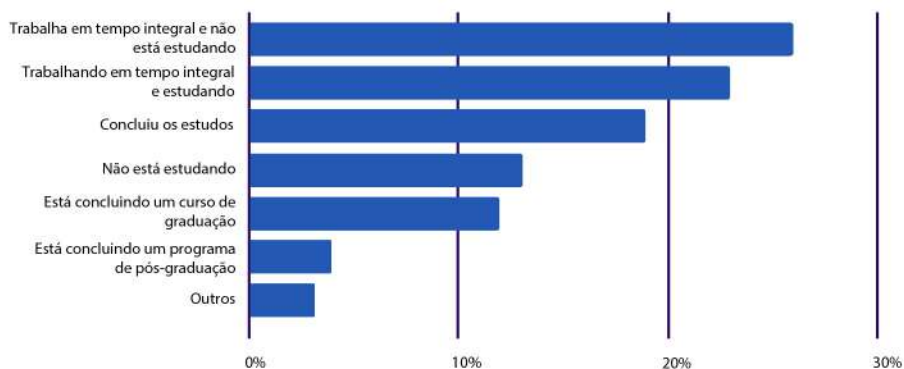
Em 38% dos casos, o e-mail foi o método escolhido para receber informações e 27% gostariam de receber informações de estudos no exterior pelo correio. Uma em cada cinco pessoas (19%) gostaria de receber informações pelo WhatsApp. Apenas 7% gostariam de receber informações por meio de eventos em sua cidade, e 2% citaram os webinars como seu canal de informação preferido.





Departamento na Colômbia onde os participantes estão localizados.  
 Fonte: British Council Colombia Survey da SOS Education Consultancy 2023

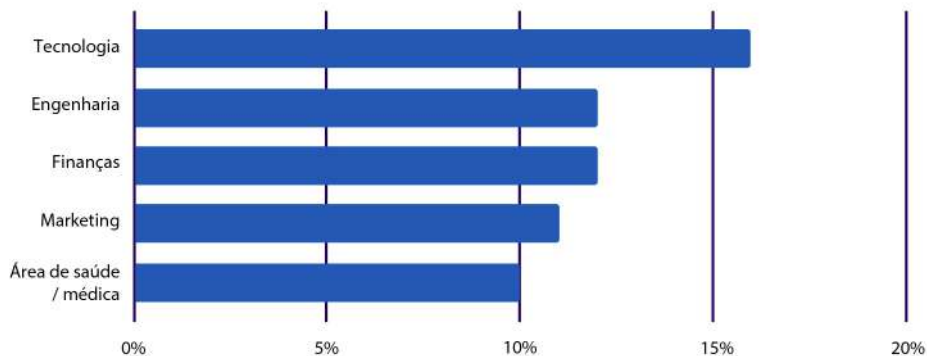
## > Grau de escolaridade atual



Situação atual do estudo dos participantes da pesquisa na Colômbia. Fonte: British Council Colômbia Survey da SOS Education Consultancy 2023

Mais de um terço (39%) dos colombianos que responderam à pesquisa está estudando atualmente, 32% deles na graduação e 11% na pós-graduação. Mais da metade dos que estuda atualmente (59%) também trabalha em tempo integral.

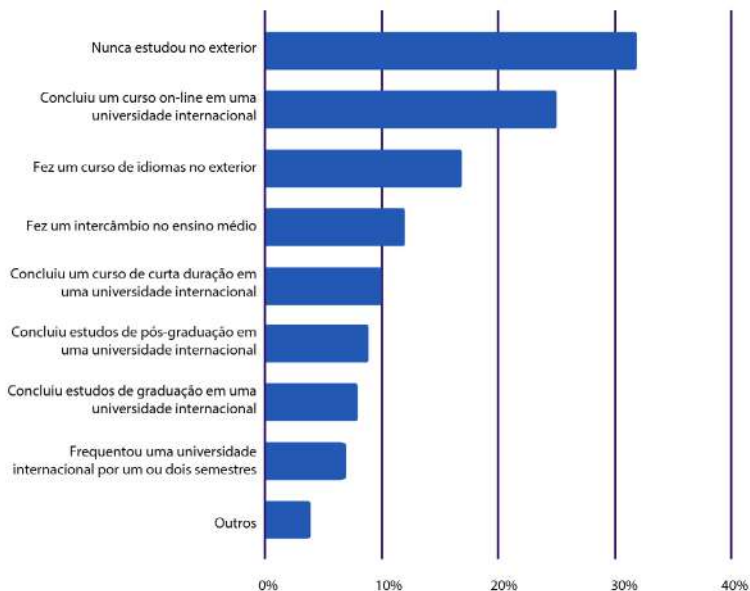
## > Aspirações de carreira no futuro



Qual destes setores descreve melhor as áreas em que você deseja seguir carreira? Cinco principais respostas. Fonte: British Council Brasil Survey da SOS Education Consultancy 2023

Tecnologia foi a área mais procurada, escolhida por 16% dos entrevistados, seguida por engenharia e economia (12%, respectivamente), 11% escolheram marketing e 10% querem seguir carreira na área de saúde.

## > Você já estudou no exterior?



Você já estudou no exterior? (selecione até três respostas). Fonte: British Council Colômbia Survey da SOS Education Consultancy 2023



Um terço (32%) dos participantes da pesquisa nunca estudou no exterior, 12% completaram um programa de intercâmbio no ensino médio, 17% completaram um curso de idiomas internacional, 8% concluíram a graduação no exterior, 9% realizaram estudos de pós-graduação internacional e 7% participaram de um intercâmbio com duração de 1 a 2 semestres. Um em cada dez (10%) concluiu um curso de curta duração em uma universidade internacional e um quarto (25%) dos participantes concluiu um curso on-line em uma instituição de nível superior estrangeira.

Quase um quinto (17%) dos entrevistados concluiu um programa de idiomas no exterior. Dos que concluíram um programa de ensino médio no exterior: 13% completaram um programa de graduação internacional, 13% participaram de um programa de intercâmbio

semestral e 13% participaram de programas internacionais on-line e de programas curtos.

Um grupo que concluiu um programa internacional de idiomas, 9% concluíram a graduação em uma universidade internacional, e a mesma proporção participou de estudos on-line em uma instituição estrangeira. Entretanto, um quinto (20%) daqueles que concluíram programas de graduação no exterior também concluiu um curso de idiomas internacional. Aqueles que fizeram pós-graduação têm maior probabilidade de concluir cursos on-line em universidades estrangeiras e 36% confirmaram essa afirmativa.

Os participantes com pós-graduação internacional correspondiam a 13% daqueles que tinham concluído um curso on-line em uma universidade internacional.

## > Você já pensou em estudar em uma universidade no Reino Unido?

Acredito que estudar no Reino Unido melhoraria muito minhas perspectivas de carreira	37%
Eu gostaria de concluir os estudos on-line em uma universidade do Reino Unido	29%
Ouvi falar muito bem do sistema educacional britânico	27%
É meu sonho estudar no Reino Unido	22%
Só seria possível ir se eu ganhasse uma bolsa de estudos	21%
Seria necessário melhorar muito meu nível de inglês	16%
Eu estudaria no Reino Unido se houvesse um financiamento disponível que eu pudesse pagar depois de me formar	12%
Nunca pensei em estudar no Reino Unido, mas consideraria	7%
Meu sonho é estudar no exterior, mas eu nunca considerei o Reino Unido	7%
Estudar no Reino Unido é muito caro para mim	6%
Nunca ouvi falar muito a respeito de estudos no Reino Unido	7%
Eu não gostaria de viajar para um lugar tão longe de casa	2%

Você já pensou em estudar em uma universidade no Reino Unido? (selecione até três respostas)  
Fonte: British Council Colômbia Survey por SOS Education Consultancy 2023

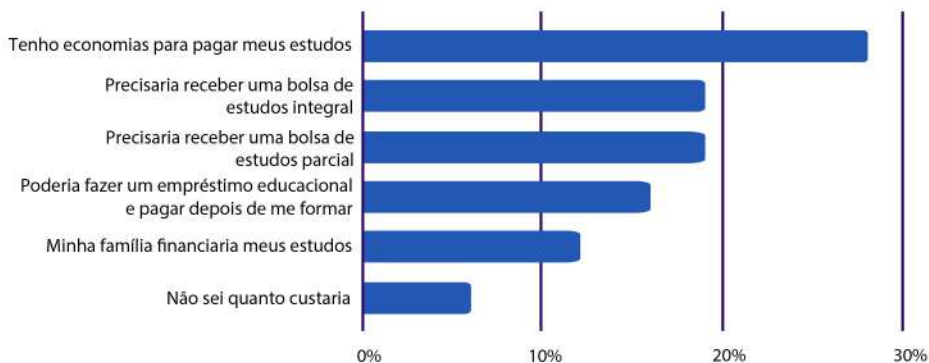
Mais de um terço dos colombianos (37%) acredita que estudar no Reino Unido melhoraria as perspectivas de carreira, e 36% desse subconjunto também disse ter ouvido falar muito bem do sistema educacional britânico. Um quinto (22%) disse que precisaria melhorar o inglês, 9% disseram que precisariam de um financiamento estudantil se quisessem considerar essa opção e 16% disseram que precisariam de uma bolsa de estudos. Curiosamente, 40% desse subconjunto mostraram interesse em realizar estudos on-line em uma universidade do Reino Unido.

Avontade de estudar on-line em uma universidade britânica recebeu a menção de 30% dos participantes da pesquisa na Colômbia. Metade deles (51%) considera os estudos no Reino Unido como um indicador positivo para carreiras futuras e 46% declararam ter ouvido relatos positivos

sobre o sistema educacional britânico. Em cada dez (9%) dos interessados em estudos on-line reconhece a necessidade de melhorar o inglês.

Estudar no Reino Unido é o sonho de 22% dos participantes. 42% desse subconjunto acreditam que estudar no Reino Unido traria benefícios para a carreira e um quarto (23%) afirma ter ouvido falar muito bem do sistema educacional britânico. Um quarto (23%) do mesmo subconjunto disse que precisaria primeiro melhorar o inglês, 15% disseram que precisariam de um financiamento para realizar esse sonho e apenas 4% mencionaram a necessidade de uma bolsa de estudos. Um em cada cinco (19%) dos participantes tem interesse nos cursos on-line de universidades do Reino Unido.

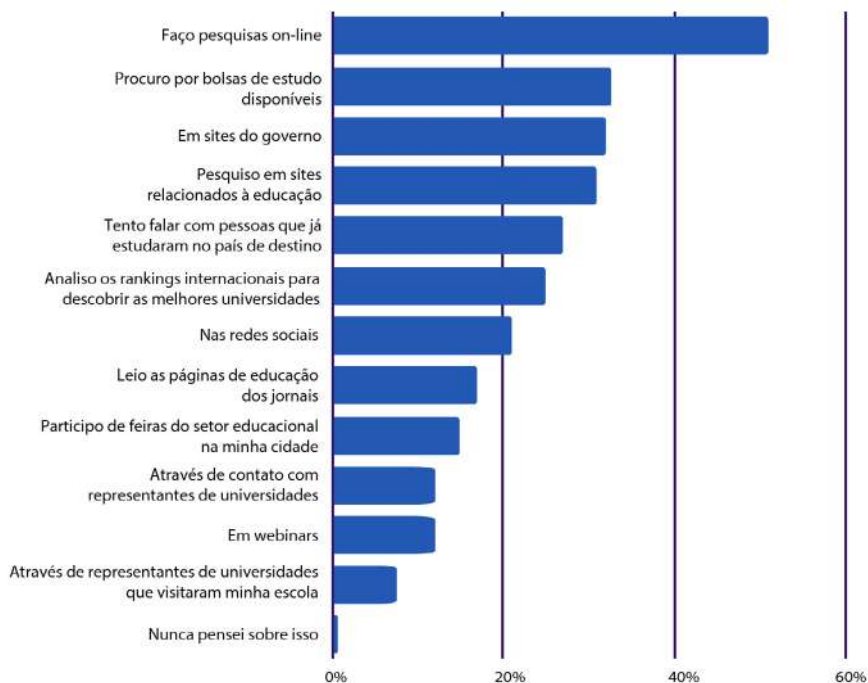
## > Como você financiaria seus estudos no exterior?



Se você recebesse uma oportunidade para estudar no exterior, como financiaria seus estudos? Fonte: British Council Colômbia Survey da SOS Education Consultancy 2023

Quatro em cada dez (38%) participantes disseram que precisariam de uma bolsa de estudos para estudar no Reino Unido e metade precisaria de uma bolsa integral. Entretanto, 16% disseram que buscariam um financiamento estudantil. Outros quatro em cada dez (40%) disseram que os estudos no Reino Unido poderiam ser pagos de maneira particular. 71% desses entrevistados disseram que tinham economias e o restante (29%) afirmou que os familiares arcariam com os custos.

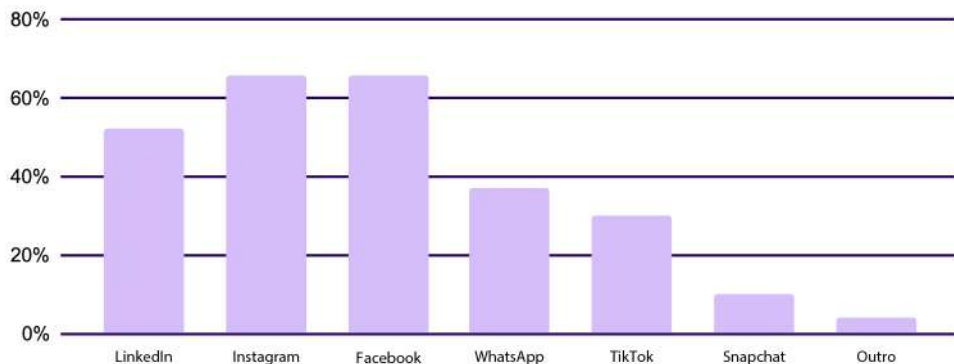
## > Qual é a melhor fonte de informações sobre estudos no exterior?



Onde você procuraria informações sobre estudos no exterior? (escolha as 5 principais)  
 Fonte: British Council Colômbia Survey da SOS Education Consultancy 2023

As pesquisas on-line foram citadas por 51% dos participantes na amostra da Colômbia como o melhor lugar para saber mais sobre as opções de estudo internacional. 31% disseram que pesquisariam diretamente em sites relacionados à educação e 32% consideram os sites do governo um bom lugar para pesquisar. 17% fariam pesquisas nas páginas sobre educação dos jornais. Um terço dos colombianos (33%) procuraria bolsas de estudos disponíveis e 25% analisariam os rankings internacionais. De acordo com 27% dos participantes, conversar com pessoas que já estudaram no país de destino é uma boa maneira de se informar. Já as pesquisas nas redes sociais foram citadas por 21% dos entrevistados e 12% mencionaram os webinars.

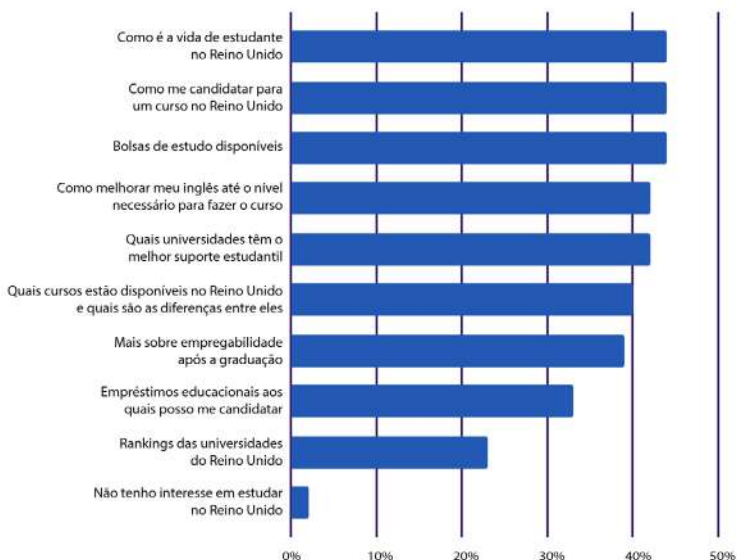
## > Melhor rede social para estudos no exterior?



Que rede social você usaria para saber mais sobre oportunidades de estudo?  
 Fonte: British Council Colômbia Survey da SOS Education Consultancy 2023

As melhores redes sociais para pesquisas e informações no exterior foram o Instagram e o Facebook citadas, cada uma, por 66% dos entrevistados. 51% mencionaram o LinkedIn, 37% o WhatsApp e 30% mencionaram o Tik Tok.

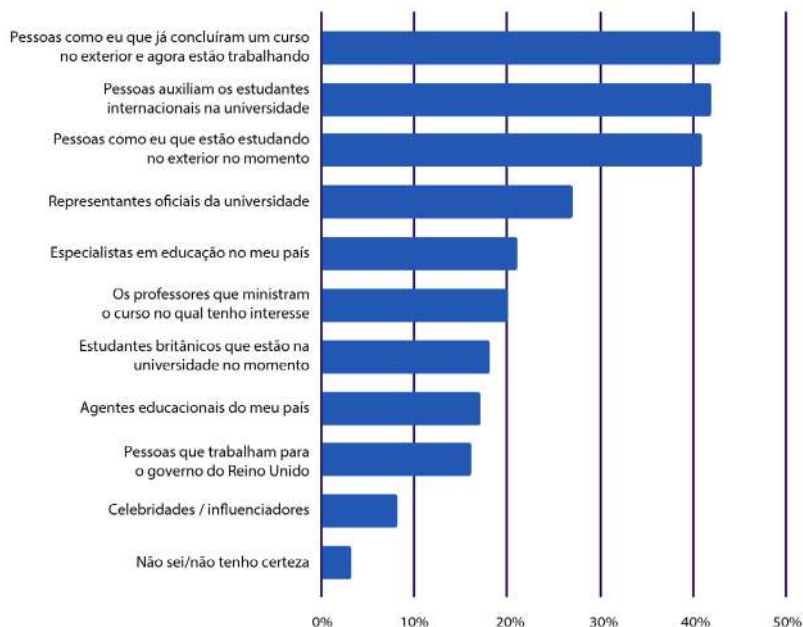
## > O que você quer saber sobre estudar no Reino Unido?



O que você gostaria de saber mais sobre estudar no Reino Unido? (escolha todas as opções que se aplicam)  
 Fonte: British Council Colômbia Survey da SOS Education Consultancy 2023

Estudantes colombianos querem saber mais sobre a vida dos estudantes no Reino Unido, como se inscrever em um curso e quais bolsas estão disponíveis. 44% dos participantes citaram essas respostas, respectivamente. Por outro lado, 42% manifestaram o interesse em saber como melhorar o inglês para o padrão necessário para estudar no Reino Unido, e a mesma proporção gostaria de saber qual universidade tem os melhores serviços de apoio aos estudantes. 40% dos participantes gostariam de obter mais informações sobre os cursos disponíveis no Reino Unido e como eles diferem entre si e 39% manifestaram interesse em saber mais sobre a empregabilidade após a conclusão da graduação. 33% dos participantes da pesquisa gostariam de obter mais informações sobre financiamentos estudantis disponíveis.

## > Fontes de informação confiáveis



O que você gostaria de saber mais sobre estudar no Reino Unido? (escolha todas as opções que se aplicam)

Fonte: British Council Colômbia Survey da SOS Education Consultancy 2023

O depoimento dos estudantes colombianos apareceu como a melhor forma de entender as opções de estudo no exterior. 43% gostariam de ouvir os colegas que concluíram a graduação e estão trabalhando e 41% gostariam de ouvir os alunos que estão estudando no momento. 42% dos participantes têm interesse em ouvir a equipe de escritório internacional em universidades estrangeiras e 27% querem ouvir representantes das universidades. Um em cada cinco (20%) gostaria de ouvir o corpo acadêmico das universidades, uma proporção semelhante (21%) gostaria de ouvir especialistas em educação e 17% citaram os agentes de educação em seu país. 16% dos colombianos consideraram as pessoas que trabalham para o governo do Reino Unido como uma boa fonte de informação e apenas 8% citaram influenciadores ou celebridades.

## Pesquisa Exclusiva

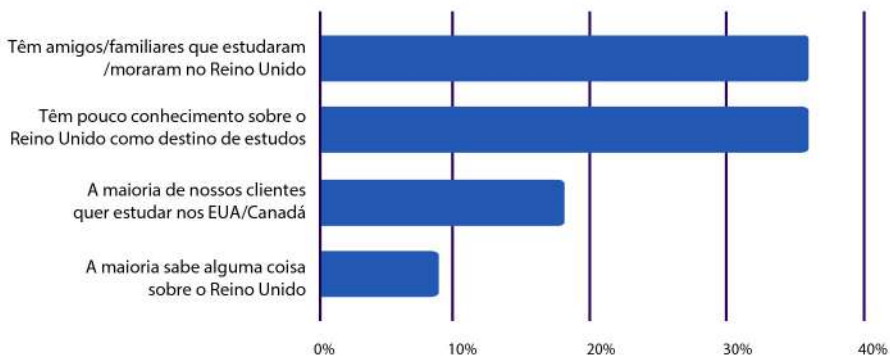
# Retrato dos estudantes na Colômbia

Onze agências na Colômbia responderam a uma pesquisa de janeiro de 2023 que apresentava várias questões relacionadas às percepções dos clientes sobre o Reino Unido como destino de estudos e à preparação das equipes de funcionários para impulsionar as vendas de cursos de ensino superior no Reino Unido. Embora muitas perguntas sofressem respostas de múltipla escolha, os agentes foram convidados a deixar sua opinião.

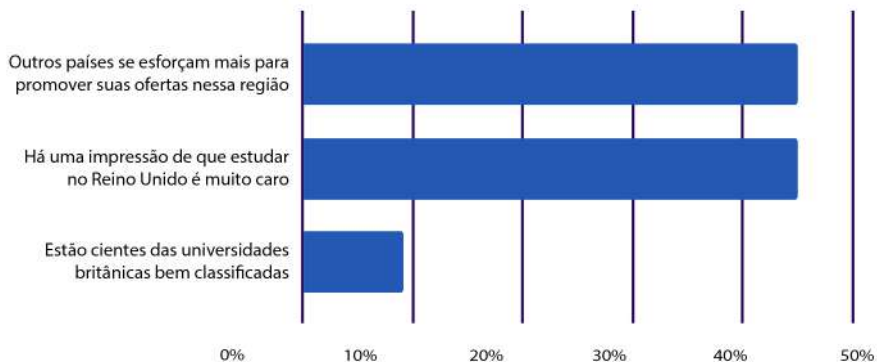
Das onze agências colombianas, quatro disseram que a demanda pelo Reino Unido aumentou desde a pandemia global, quatro relataram menos consultas no Reino Unido desde então e três disseram que não houve nenhuma mudança. Todas as agências indicaram que o e-mail era a melhor maneira de enviar informações.

Os agentes constataram que os clientes têm preferência por estudar nos EUA ou no Canadá (18%) ou têm pouquíssimo conhecimento a respeito do Reino Unido como destino de estudos (36%). 36% disseram que o conhecimento do Reino Unido como país é baseado em informações pontuais de familiares ou amigos que moraram ou moram lá. Quase metade dos agentes (45%) disse que os clientes veem o Reino Unido como um destino muito caro e a mesma proporção disse que outros países estão fazendo mais do que o Reino Unido para promover o país como destino para estudantes.

## > O que os clientes sabem sobre o Reino Unido como país?



## > O que os clientes sabem sobre o Reino Unido como destino de estudos?

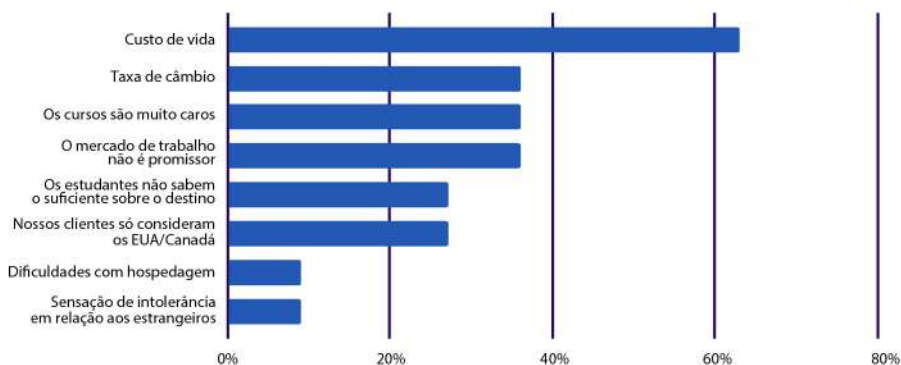


## > O que motiva os clientes na hora de escolher uma instituição de ensino?

Motivo	Proporção de agentes que indique esse motivo
Oportunidades no mercado de trabalho após a conclusão dos estudos	72%
Permissão para trabalhar enquanto estuda	72%
Custo de vida	54%
Custo do curso	45%
Qualidade do ensino	36%
Taxa de câmbio	27%
Oportunidades turísticas/culturais	27%
Classificações internacionais	18%
Segurança	18%
Aspectos culturais	9%
Qualidade de vida	9%
Proximidade com outros países europeus	9%
Expectativas salariais	9%
Opiniões da família	9%

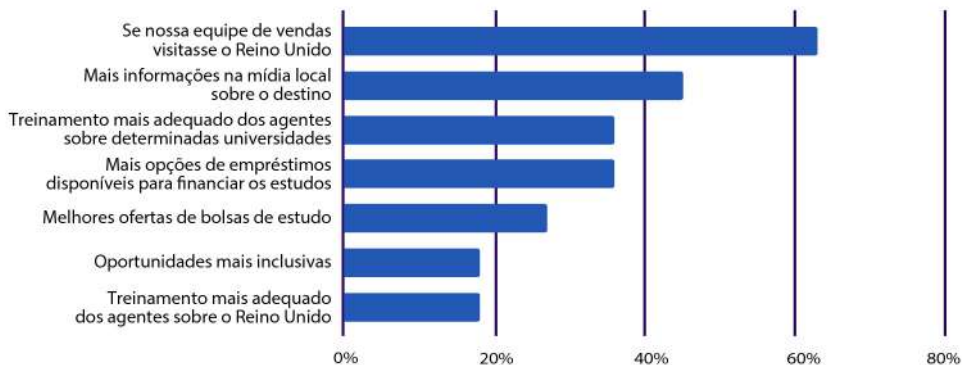
Os motivadores mais importantes para os clientes na hora de escolher uma instituição, mencionados respectivamente por 72% dos agentes na Colômbia, foram as oportunidades no mercado de trabalho após a conclusão dos estudos e a permissão para trabalhar enquanto estudavam. O custo de vida e os preços dos cursos foram outros fatores decisivos.

## > Quais são os principais desafios em relação ao ensino superior no Reino Unido?



O custo de vida foi o principal desafio na hora de concluir o ensino superior no Reino Unido, além da taxa de câmbio e a sensação de que o mercado de trabalho não é muito promissor. Três agentes disseram que os estudantes não sabem o suficiente sobre o Reino Unido e outros informaram que os clientes tinham outros destinos em mente.

## > O que pode causar o aumento da demanda?





## > O que ajudaria a vender mais programas de ensino superior no Reino Unido?

Viagens de familiarização para visitar universidades britânicas	72%
Mais bolsas de estudo	45%
Sessões de treinamento presenciais regulares para nossa equipe de vendas	45%
Melhorar o treinamento em relação ao Reino Unido como destino de estudos	36%
Contatos importantes/representantes da universidade	36%
Escalas/expectativas salariais claras para os graduados	36%
Informações claras sobre as regras de imigração	27%
Depoimentos encorajadores de ex-alunos	27%
Mais informações sobre oportunidades inclusivas/ auxílios	27%
Identificar pontos relevantes de cursos específicos das universidades	18%
Opção de empregos de meio período para trabalhar enquanto estuda	9%

Os agentes colombianos querem mais treinamento, tanto sobre o Reino Unido como destino de estudo quanto sobre as universidades com as quais gostariam de ter um contato mais próximo. Os agentes expressaram um grande interesse de que os membros das equipes de vendas visitassem o Reino Unido durante uma viagem de familiarização, além da vontade de ver mais campanhas sobre o Reino Unido na mídia nacional.

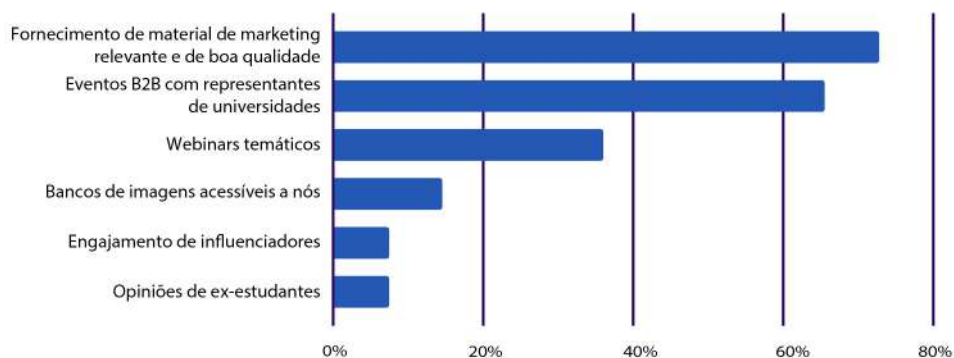
## > Como os estudantes universitários financiam os estudos?

Agente 1	Financiamento estudantil
Agente 2	Financiamento estudantil
Agente 3	Autofinanciado 70%, Financiamento estudantil 30%
Agente 4	Autofinanciado
Agente 5	Financiamento estudantil

Agente 6	A maioria autofinanciada
Agente 7	Autofinanciado 70%
Agente 8	Autofinanciado 70%,Financiamento estudantil 20%; Bolsa de estudos parcial 10%
Agente 9	Autofinanciado 50%, Financiamento estudantil 50%
Agente 10	Autofinanciado 60%

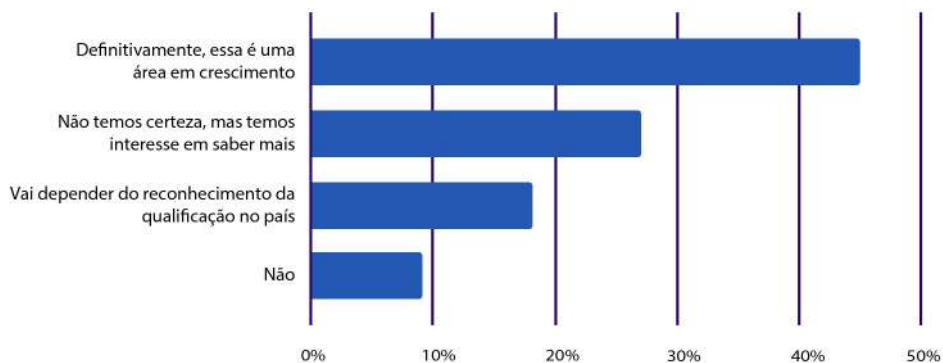
Ao serem questionados sobre como os estudantes universitários financiam os estudos internacionais, os agentes não foram claros quanto à divisão exata entre financiamentos estudantis e bolsas de estudo, mas parece que cerca de 65% são autofinanciados. Os agentes listaram a COLFUTURO e ICETEX como fontes de financiamento para estudantes, junto com os bancos comerciais Bancolombia e Sufi. Uma agência (English Star) tem parceria com a cooperativa [Coomeva](#) e oferece 5% de desconto em programas de estudo no exterior.

## > Como o British Council pode auxiliar sua agência para aumentar as candidaturas?



A grande maioria (91%) dos agentes colombianos gostaria que o British Council fornecesse material de marketing relevante e de boa qualidade para promover o Reino Unido, 82% querem se encontrar com representantes universitários britânicos por meio de eventos B2B e 45% gostariam de participar de webinars temáticos. Apenas um agente citou a opinião dos ex-alunos como resposta, assim como o engajamento dos influenciadores, que não foi um apoio necessário.

## > Você acha que existe mercado para uma oferta on-line de universidades do Reino Unido?



Aproximadamente metade dos agentes colombianos (45%) veem a oferta on-line das universidades britânicas como uma área em crescimento. Outros 45% estão interessados em saber mais, e dois agentes disseram que dependeria se as qualificações seriam reconhecidas na Colômbia. Nenhum dos agentes oferece esses programas atualmente e apenas uma agência disse que não há demanda para uma oferta on-line das universidades britânicas.

# Análise da Colômbia

Cerca de 57 mil estudantes colombianos de ensino superior estão em mobilidade internacional, mas o Reino Unido detém apenas 2% desse mercado. Embora muitos estudantes colombianos escolham a Argentina e a Espanha como principais destinos, principalmente pelo fato de que podem estudar em espanhol, em muitas vezes têm a possibilidade de estudar gratuitamente em instituições públicas na Argentina, é importante entender porque o Reino Unido é apenas a 12ª preferência para os estudantes colombianos.

Em um estudo feito em novembro de 2022 para o British Council, 90% dos agentes educacionais colombianos disseram que o Canadá estava entre os cinco principais destinos para ensino superior e 26% mencionaram o Reino Unido entre os cinco primeiros. Na verdade, quase metade (47%) das agências nomearam apenas o Canadá quando questionadas sobre os principais destinos. A possibilidade de residência permanente no Canadá é uma clara motivação para os estudantes da Colômbia e a divulgação pública dessa oportunidade indica que o modelo de negócios para muitos agentes está concentrado exclusivamente no Canadá.

Muitos agentes colombianos disseram que não têm contato direto com universidades do Reino Unido, vários trabalham com plataformas como ApplyBoard e Adventus e por meio de grupos como INTO e Study Group. A grande maioria dos agentes na Colômbia (89%) disse, em novembro de 2022, que gostaria de trabalhar com mais universidades parceiras no Reino Unido.

A presença de orientadores da EducationUSA em onze centros de apoio aos estudantes na Colômbia (a maioria em centros colombiano-americanos) dá aos Estados Unidos uma clara vantagem geográfica e dá ao destino acesso livre aos estudantes colombianos. O número de estudantes nos EUA não foi afetado pela pandemia global.

A Austrália registrou uma recuperação pós-pandêmica impressionante no número de estudantes da Colômbia em 2022. Embora não seja possível afirmar que esses registros são uma consequência do lançamento da plataforma [Study Australia Experience](#) com conteúdo em espanhol, o envolvimento documentado após a campanha de comunicação regional mostra que o país ganhou grande visibilidade durante 2022.

A Austrália faz um ótimo recrutamento para o setor VET (53% dos estudantes admitidos da Colômbia) com oportunidades de residência de longo termo para pessoas com determinadas qualificações que atendem à [escassez de habilidades](#) e passam em testes baseados em [pontos](#), entre outras condições.

Os estudantes colombianos do ensino superior na Austrália têm preferência por programas de negócios e gestão, também o principal campo de estudo para os colombianos que consideram estudar EUA. Embora a economia seja uma das principais áreas selecionadas pelos participantes no estudo de janeiro de 2023 para o British Council, é interessante notar que a carreira na área de tecnologia foi a mais citada. Talvez seja o reflexo do atual déficit de habilidades nas áreas de TI e relatos da mídia sobre a abertura de centenas de milhares de vagas no setor, além das empresas de tecnologia dos EUA que empregam funcionários remotos, permitindo que os colombianos ganhem salários equivalentes aos dos EUA sem sair de casa.

As áreas de estudo mais escolhidas pelos colombianos com financiamento do COLFUTURO, de 2017 a 2022, foram engenharia (21%), administração e negócios (12%), ciências sociais (11%), direito (8%) e arquitetura e design (7%). O total de 8.233 estudantes colombianos foram financiados neste período de cinco anos. Quase metade (47%) eram de Bogotá/Distrito Capital, 13% eram de Antioquia, 5% de Santander e Atlântico, respectivamente, e 4% eram de Valle del Cauca.

Os agentes citaram o custo de vida como o principal desafio para estudos de ensino superior no Reino Unido. Disseram que os cursos são muito caros e que o mercado de trabalho do Reino Unido não é promissor. As taxas de câmbio também foram citadas como uma barreira. Entretanto, o custo não parece ser um fator primordial quando os colombianos consideram estudar no Reino Unido. Embora um quinto dos participantes da pesquisa tenha dito que precisaria de uma bolsa de estudos para estudar no Reino Unido, o principal comentário foi em torno do alto padrão do sistema educacional britânico e a ideia de que estudar no Reino Unido melhorariam muito as perspectivas de emprego. Na verdade, apenas 6% disseram que achavam que estudar no Reino Unido era muito caro.

É importante que as partes interessadas percebam que existem outros destinos de estudo no Reino Unido além de Londres, que tende a ser a cidade mais popular para os colombianos. Dos 1.706 estudantes que foram financiados para ir ao Reino Unido com a COLFUTURO de 2017 a 2022, 54% foram para Londres e 41% dos colombianos que estavam no Reino Unido para concluir o ensino superior em 2020/21 residiam na capital britânica.

Esse fato levanta a questão sobre o nível do conhecimento dos agentes e clientes em potencial em relação aos custos e benefícios de estudar no Reino Unido. Os agentes reconhecem que muitos clientes têm pouquíssimo conhecimento a respeito do Reino Unido, enquanto muitos acham que outros países têm mais iniciativas para promover a oferta educacional no mercado. Os agentes disseram que os estudantes colombianos têm os Estados Unidos e o Canadá como referência principal quando se trata de estudos internacionais de nível superior.

No entanto, o fato de o Reino Unido ser o segundo destino mais popular para financiamentos estudantis apoiados pelo COLFUTURO sugere que há um certo conhecimento a respeito do sistema educacional britânico. Quase 300 (296) estudantes colombianos receberam financiamento para estudar no Reino Unido em 2022 e 311 foram financiados para estudar nos

EUA. Apenas 86 alunos receberam financiamentos da organização sem fins lucrativos para estudar no Canadá em 2022 e 113 usaram o financiamento para estudos na Austrália.

Dois em cada cinco colombianos que participaram do estudo gostariam de saber mais sobre os cursos disponíveis nas universidades britânicas e 29% gostariam de completar um programa on-line em uma universidade do Reino Unido (25% já completaram programas on-line em universidades internacionais). Quase metade dos agentes (45%) disse que os cursos on-line são uma área em crescimento. Outros 45% queriam saber mais sobre essa possibilidade, incluindo a confirmação a respeito do reconhecimento de qualificações internacionais on-line na Colômbia.

Muitas vezes, e principalmente nas áreas de TI, as qualificações formais são menos valorizadas pelas empresas do que treinamentos práticos e experiência. Seria interessante investigar se as empresas na Colômbia valorizariam uma oferta de programas de curto prazo on-line que abordam os déficits de habilidades específicas. É importante analisar a concorrência para comparar com a oferta do Reino Unido em termos de conteúdo, preço e retorno do investimento.

Há uma certa falta de conexão entre alguns agentes colombianos e o British Council, e uma crença (baseada em fatos ou não) de que o British Council trabalhou em concorrência direta com os agentes alguns anos atrás. Durante o estudo, foi mencionado que o British Council promovia diretamente escolas, universidades e outras instituições em um modelo baseado em comissões em 2009/2010. Se ocorreu de fato ou não, essa informação mostra que é necessário retomar as relações entre a entidade governamental do Reino Unido e o setor de agentes colombianos.

Os agentes querem vender e é importante que eles conheçam completamente o produto, principalmente no caso do ensino superior, que não é apenas uma grande despesa financeira, mas também um grande passo para os pais que enviam seus filhos adolescentes para estudar no

exterior. É razoável pressupor que as pessoas que não conhecem completamente um determinado destino não vão se esforçar muito para vendê-lo, e irão vender aquele que conhecem melhor. O conhecimento é apenas metade da batalha. O Reino Unido também precisa criar demanda, para que os estudantes em potencial saibam o que o ensino britânico tem a oferecer.

Estudantes colombianos querem saber mais sobre a vida dos estudantes no Reino Unido, como se inscrever em um curso e quais bolsas estão disponíveis, como melhorar o inglês para o padrão necessário para estudar em uma universidade britânica, que auxílios estudantis estão disponíveis no Reino Unido, que cursos estão disponíveis mais sobre a empregabilidade depois de concluir a graduação. Eles buscam informações práticas e isso justifica um plano de comunicação que aborde todas as etapas do processo de busca e candidatura, com conteúdo desenvolvido para esclarecer curiosidades e dúvidas.

Quando as pessoas pesquisam on-line em busca de informações sobre estudos no exterior, que perguntas elas digitam? Quais palavras-chave estão usando e quais são os principais resultados? Essas perguntas precisam ser levadas em consideração, para que as informações relevantes de fontes oficiais estejam no topo dos resultados de pesquisa. Os colombianos disseram que pesquisam em sites do governo e sites relacionados à educação. As informações estão atualizadas? Os sites são confusos?

As principais mensagens do #StudyUK precisam ser identificadas e comunicadas ao mercado por meio de uma variedade de canais. Apesar de os colombianos mencionarem tanto o Instagram quanto o Facebook como redes sociais importantes para buscar informações sobre estudos no exterior, a análise da atividade mostra que o Instagram tem melhor engajamento dos estudantes. Mesmo com centenas de milhares de seguidores, muitas mensagens estão caindo em um vazio virtual e são uma perda de tempo e recursos.

A agência governamental ICETEX auxilia o acesso ao ensino superior dos estudantes de origens menos favorecidas por meio de financiamentos estudantis parcialmente perdoáveis. Atualmente, há 10 mil candidatos para uma chamada da ICETEX (20% de índice de sucesso dos candidatos), uma grande oportunidade de visibilidade para as universidades britânicas. Para fazer uma parceria com a ICETEX, as universidades do Reino Unido precisam oferecer um desconto de 50% nas taxas (atualmente não há parceiros no país). Talvez seja interessante oferecer um número limitado de vagas nessas parcerias, seja com descontos oferecidos pela universidade no Reino Unido ou com apoio governamental.

A FPP e a BMI são as principais organizadoras de feiras de recrutamento de estudantes na América Latina. 822 estudantes colombianos participaram de um evento on-line da FPP em setembro de 2022, e 48% declararam interesse em programas de graduação, 21% buscavam oportunidades internacionais de pós-graduação e 21% queriam estudar em um programa de idiomas no exterior. Foi solicitado aos estudantes que indicassem qual era o seu país de destino preferido (eles poderiam selecionar mais de um). 41% disseram estar interessados em estudar no Reino Unido (73% disseram o Canadá, 63% os Estados Unidos, 59% mencionaram a Espanha como destino de estudo preferido).

Dezoito universidades do Reino Unido participaram das feiras da BMI na Colômbia em 2022, ao lado de 17 do Canadá, 19 da Austrália e 36 dos Estados Unidos. As feiras virtuais da FPP foram menos populares entre os britânicos e apenas uma universidade participou ao lado de nove da Austrália, 16 dos Estados Unidos e 23 do Canadá.

# Recomendações:

## > O engajamento do Reino Unido

- Para fazer planos para a Colômbia, é importante ter uma ideia do engajamento atual do mercado. É recomendável fazer uma avaliação para entender quais universidades britânicas já estão colaborando com o mercado colombiano. Elas têm um representante no mercado? Quais são os principais desafios que enfrentam na Colômbia?
- É importante investir na organização de eventos presenciais para apoiar aquelas que já têm uma presença no mercado, por exemplo, disponibilizando salas de reunião do British Council para sessões de treinamento dos agentes nas principais cidades. As universidades que não têm presença no mercado devem ser estimuladas a buscar representação (mesmo que seja um representante que abranja vários mercados da região), ou agendar visitas regulares para estabelecer algumas parcerias importantes.

## > Construção da marca

- O British Council precisa desenvolver a marca #StudyUK na Colômbia, para criar distinção entre o braço de operações de recrutamento de estudantes e outras iniciativas.
- Criar uma plataforma da Study UK em espanhol e lançá-la por meio de uma campanha de comunicação nacional (ou regional) que inclua uma chamada direta, seja para fazer inscrição em uma série de webinars, ou para receber avisos regulares de bolsas de estudo.

## > Relacionamento com agentes

- Estreitamento dos vínculos com a ANEX, a associação colombiana de agências de educação. Embora seja importante manter o alinhamento com as agências individualmente, é vantajoso colaborar com o grupo de agências que assinaram e compartilham do mesmo código ético. A colaboração com a ANEX facilitará o contato com pelo menos 26 agências, e é recomendável que a associação esteja envolvida no planejamento de alguns eventos para os agentes.
- Organização de eventos B2B para os agentes conhecerem melhor os representantes das universidades do Reino Unido, compreenderem os diferenciais entre instituições e terem um ponto de contato em cada universidade para responder rapidamente às perguntas.
- Programação de viagens de familiarização a regiões específicas do país para os agentes que têm interesse e gostariam de vender os produtos de ensino superior no Reino Unido. É importante tentar tirar um pouco o foco de Londres e trazer os agentes para outras partes mais baratas do Reino Unido. A intenção é focar na infraestrutura física e nas estruturas de apoio das universidades, mostrar onde os clientes vão estudar, comer, fazer compras, dançar, dormir. Não é uma viagem para inúmeras reuniões com slides do PowerPoint. Os agentes podem receber um pendrive com informações e participar de apresentações específicas antes ou depois da viagem.

## > Plataformas EdTech

- É recomendável estabelecer alguma conexão com entidades ligadas à ApplyBoard e Adventus, pois ambas já têm parcerias com dezenas de agências na Colômbia (a ApplyBoard trabalha com 88 agências colombianas, a Adventus tem um portfólio de 56 agentes no mercado). O conteúdo relacionado ao Reino Unido nessas plataformas deve ter mensagens consistentes, além de investigar as oportunidades de parceria, como patrocínio de eventos.

## > Redes escolares

- Construção de uma rede de escolas particulares na Colômbia para incluir escolas internacionais e IB, e garantir que os orientadores tenham concluído o treinamento disponível.
- Tanto a BMI quanto a FPP oferecem eventos para orientadores do ensino médio e a participação nesses eventos é uma boa forma de começar a construir essas redes importantes. O patrocínio desses eventos ajuda a transmitir as principais mensagens às partes interessadas das melhores escolas da Colômbia.
- Workshops para orientadores do ensino médio, não apenas a respeito do Reino Unido como destino de estudos, mas também sobre as melhores práticas gerais de orientação profissional.
- Convide um grupo de conselheiros do ensino médio para visitar um seletivo grupo de universidades do Reino Unido.

- Análise da possibilidade de oferecer programas de familiarização universitária em parceria com agentes. Esses programas são uma ótima oportunidade para mostrar a infraestrutura da universidade e áreas específicas de cursos. É importante manter o foco nas habilidades interpessoais nos programas e incluir uma variedade de atividades culturais.

## > Agências de financiamento

- Alinhamento com entidades de bolsas de estudo e financiamento de estudantes para garantir que as universidades do Reino Unido compreendam totalmente a exposição potencial que essa ligação oferecerá ao mercado estudantil colombiano. Eventos informativos para estudantes colombianos em datas de lançamento de chamadas específicas ou em pontos específicos do calendário acadêmico.
- O British Council deve se envolver com os bancos comerciais Bancolombia e Sufi, e com a cooperativa Coomeva, para analisar as possibilidades desse relacionamento.

## > Recrutamento de estudantes

- Participação da marca Study UK em eventos de recrutamento de estudantes como BMI, FPP, ou eventos menores do Study UK nas principais cidades do mercado colombiano. Além de apresentar os benefícios de estudar no Reino Unido a um público seletivo de estudantes, o British Council e as universidades britânicas têm a possibilidade de reunir listas de contatos consistentes para futuras campanhas de marketing bem planejadas por e-mail, considerando a informação de que 38% dos estudantes preferem esse meio de comunicação.

## > Oferta on-line

- Investigação da oferta atual de programas on-line de universidades do Reino Unido, se a qualificação será reconhecida na Colômbia e se são necessárias qualificações britânicas formais. Os empregadores preferem cursos curtos e práticos?
- Avaliação do potencial de estabelecer contato direto com a Câmara Colombiana de Informática e Telecomunicações (CCIT) para oferecer programas às empresas associadas a fim de suprir os déficits de habilidades.

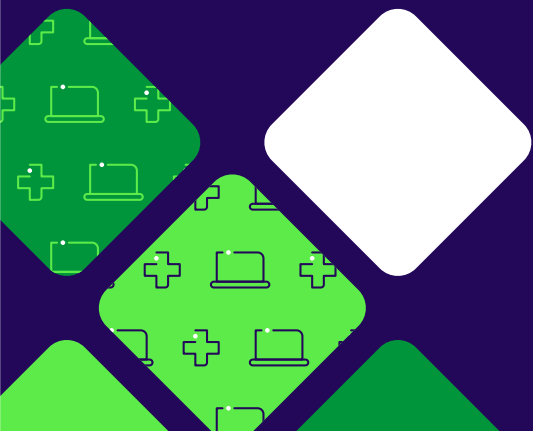
## > Estratégia de comunicação

- Revisão das atividades das redes sociais e engajamento na Colômbia, e desenvolvimento de materiais que estejam alinhados diretamente com o que os estudantes estão procurando, para que seja possível se concentrar em áreas específicas de diferentes carreiras e cursos no Reino Unido que levam a esses perfis profissionais.
- Desenvolvimento de mensagens e material de marketing para o #StudyUK, para que os agentes tenham fácil acesso aos bancos de imagens de alta qualidade com informações importantes.
- Conteúdo regular em espanhol, de preferência com estudantes ou graduados colombianos, para contar histórias pessoais e aspectos práticos da vida dos estudantes no Reino Unido. O conteúdo não precisa ficar limitado a processos acadêmicos ou formais, pode incluir conselhos e dicas, ou relatórios em primeira mão de experiências positivas ou incomuns. Além disso, tópicos como “dicas para economizar dinheiro enquanto estuda no Reino Unido”, “cinco coisas que eu gostaria de saber antes de viajar para o Reino Unido” etc. Esse conteúdo pode ser hospedado no site do Study UK (para otimizar o mecanismo de pesquisa com certas palavras-chave incorporadas) e postado nas redes sociais.
- Identificação das principais publicações educacionais da Colômbia para criar conteúdo interessante sobre tópicos que não estejam diretamente relacionados ao recrutamento, mas que discutam as tendências futuras. Entrevistas com funcionários de setores específicos das universidades ou do governo do Reino Unido.



# México

---





# México

População	126 milhões
PIB 2022	1,4 bilhão de dólares
Desemprego	2,8% (novembro de 2022)

## Principais recomendações:

- Engajamento de alto nível com o Conselho Nacional de Padronização e Certificação de Competências Trabalhistas para avaliar determinadas áreas com déficits de habilidades;
- Lançamento da plataforma StudyUK em língua espanhola, com eventos na Cidade do México, Monterrey, Guadalajara e Juárez;
- Presença da marca #StudyUK local em eventos de recrutamento de estudantes;
- Alinhamento com a AMTE, a associação mexicana de agentes de educação;
- Maior envolvimento com agências de financiamento e estratégia de comunicação relacionada a datas significativas.

## Visão geral do mercado

O México é a segunda nação mais populosa da América Latina, com um PIB de US\$ 1,4 bilhão e a segunda maior economia da região, colocando o México entre as 15 maiores economias do mundo. No entanto, o [Banco Mundial](#) informou que o México teve um desempenho inferior nas últimas três décadas em termos de crescimento, inclusão e redução da pobreza em comparação com países semelhantes. Os dados do FMI [mostram](#) que o crescimento real do PIB está relativamente estagnado desde 1980. O México voltou a um crescimento razoável do PIB de [4,8%](#) desde a pandemia, no entanto, a previsão de crescimento para 2023 é de apenas 2,1%. O recente aumento nas [remessas](#) dos Estados Unidos sugere que muitos mexicanos estão enfrentando dificuldades financeiras, apesar da recuperação.

As taxas de inflação no México estão em [8%](#) atualmente, mas isso não é novidade em um país que nunca teve baixos níveis de inflação (as taxas chegaram a 132% no final dos anos 1980). Os preços dos alimentos [impulsionaram](#) a inflação em 2022 (14,25% em outubro de 2022). A produção de petróleo bruto, que antes era uma parte fundamental da economia, caiu significativamente. A [OCDE](#) estima que os crescentes setores de bens e serviços representam mais de 40% do PIB atualmente.

Apesar de uma longa história de problemas sociais (como a violência relacionada a cartéis, por exemplo), o México desenvolveu um forte ecossistema de startups com incentivos de

crescimento oferecidos pelo governo. Os hubs de tecnologia costumam se concentrar na Cidade do México, uma das maiores cidades do mundo (população de 21 milhões de pessoas), em Monterrey e Guadalajara. A localização global faz com que o local seja um ótimo país para multinacionais, por isso o México se tornou o primeiro país da América Latina a [regulamentar](#) o setor de fintech em 2017.

## > Cenário político

O México é uma federação e os poderes e responsabilidades são divididos entre os governos federal, estadual e municipal. O presidente Andrés Manuel López Obrador assumiu o cargo em dezembro de 2018. Desde então, o escopo das forças armadas se [expandiu](#) para incluir aplicação da lei, programas sociais, projetos de construção e controle de fronteiras, já que o México continua sendo uma rota comum para a população da América Central que pretende chegar aos Estados Unidos.

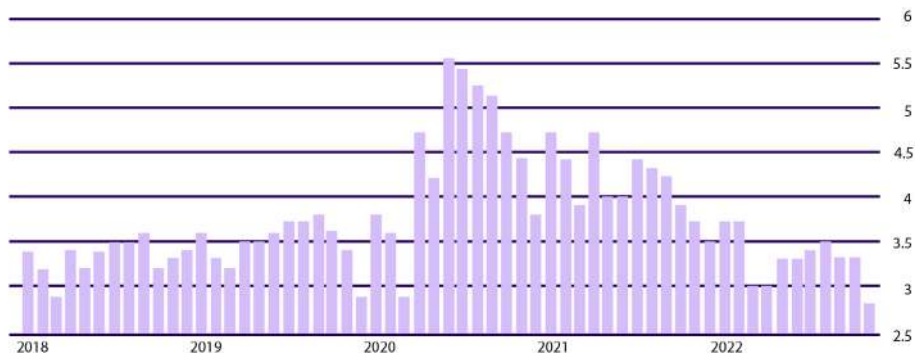
O Presidente López Obrador foi questionado devido à sua postura dura com relação à lei e à ordem, e a proposta da política de “prisão sem fiança”, que prevê a prisão preventiva obrigatória para pessoas acusadas de fraude, contrabando ou evasão fiscal (a política foi derrubada pela Suprema Corte). As eleições de meio mandato em 2021 foram marcadas por uma [onda](#) de

violência com motivação política, na qual mais de cem funcionários e candidatos foram mortos. Um [relatório](#) de 2020 do Instituto para Economia e Paz nomeou o México como um dos lugares mais perigosos do mundo para exercer cargos políticos.

O fortalecimento interno do México é um foco do governo, portanto, muitos fundos que historicamente eram reservados para financiar estudos de pós-graduação internacionais por intermédio do Conselho Nacional de Humanidades, Ciências e Tecnologias (CONAHCYT) foram redirecionados para universidades públicas locais e bolsas de estudo no país.

## > Taxa de desemprego

A taxa de desemprego aumentou de [3,5% para 4,4%](#) de 2019 para 2020, um aumento relativamente baixo no contexto da pandemia da Covid-19, e caiu para [2,8%](#) em novembro de 2022. O desemprego para pessoas com educação superior ficou acima da média nacional em 2021 ([5%](#)), apontando para a falta de empregos bem remunerados. O México tem um alto índice de emprego informal, por isso, os trabalhadores não têm acesso aos benefícios e salários mais altos dos empregos formais. Já um relatório da [OCDE](#) do mesmo ano, informou que a maior responsável por esse índice [era](#) a desigualdade de renda considerável do México.



Taxa de desemprego no México entre 2018 e 2022. Fonte: [TradingEconomics.com](#)

## > Escassez de habilidades

Mais de um quarto (26%) dos trabalhadores mexicanos são sobre-educados, de acordo com um relatório da OCDE (2017), enquanto 31% são subeducados. O relatório sugeriu que até 40% dos graduados com ensino superior empregados exercem uma ocupação não relacionada ao seu campo de estudo.

Entretanto, de acordo com o [Manpower Group](#), a escassez de profissionais se manteve em 65% em 2022, uma melhora em relação aos 75% do ano anterior, mas ainda 13% maior do que os registros anteriores à pandemia. A escassez de profissionais é mais grave no comércio atacadista e varejista, TI e tecnologia e manufatura. Os setores com maior demanda são atendimento ao cliente, operações logísticas, vendas e marketing, suporte administrativo e de escritório.

Um estudo de 2018 da Universidade de Zacatecas indica que 1,4 milhão de mexicanos com pós-graduação deixaram o país em 25 anos (1990 - 2015) devido à falta de oportunidades de desenvolvimento profissional. A [Caintra](#), rede industrial de Nuevo León, criou a Aliança Empresarial para a Educação Técnica para incentivar as empresas a promover a educação técnica e fortalecer a empregabilidade dos jovens. Quatrocentos jovens receberam apoio financeiro para as mensalidades escolares e

treinamento em áreas de desenvolvimento pessoal e profissional, incluindo habilidades socioemocionais. A aliança lançou recentemente um programa chamado Mulheres na Educação Técnica que recebe 15 jovens mexicanas.

Há cerca de 300 empresas de mineração em operação no México, muitas com capital estrangeiro. Em 2019, a Austrade apontou para a necessidade de programas de curta duração para acelerar o desenvolvimento de habilidades no setor, constatando uma alta demanda por habilidades interpessoais e proficiência em inglês. As áreas a seguir foram identificadas entre os grupos da área de mineração com necessidade de desenvolvimento de habilidades: segurança na mineração, sustentabilidade (meio ambiente e relações comunitárias), produtividade, competitividade e habilidades interpessoais. O

Atacado e varejo	69%
TI e tecnologia	68%
Indústria da manufatura	66%
Setor bancário e financeiro	65%
Construção	65%
Educação, saúde e governo	63%
Restaurantes e hotéis	58%

Escassez de profissionais do México em 2022 em todos os setores. Fonte: [Manpower Group](#)

As 5 funções mais procuradas	
1	Serviços de atendimento
2	Operações e logística
3	Vendas e marketing
4	Administração e suporte
5	Tecnologia da informação

As 5 principais habilidades comportamentais	
1	Credibilidade e autodisciplina
2	Resiliência e adaptabilidade
3	Colaboração e trabalho em equipe
4	Raciocínio e solução de problemas
5	Liderança e habilidades sociais

As 5 funções e as 5 principais habilidades comportamentais mais procuradas no México em 2022. Fonte: [Manpower Group](#)

CONACYT, publicou um relatório em 2018 que identificou as necessidades de habilidades setoriais, incluindo: TI, gestão ambiental, técnicas de extração, eletrônica, saúde e segurança, metalurgia e eletromecânica.

Há também uma lacuna de habilidades significativas no turismo mexicano, que representa 77% do setor de serviços. Uma pesquisa da Austrade revelou que 60% das redes hoteleiras tinham dificuldade em preencher cargos, em grande parte porque os candidatos não tinham habilidades interpessoais ou proficiência em inglês. Habilidades em alta demanda incluem: trabalho em equipe, tomada de decisão, comunicação e habilidades gerenciais. A maioria dos hotéis tinha plataformas de treinamento online e investia entre 56 e 200 dólares por funcionário por ano em treinamento. Aqueles que não tinham essas plataformas fizeram parcerias com universidades mexicanas para treinar funcionários juniores e com provedores internacionais para capacitar executivos seniores.

Um relatório da OCDE de 2018 apresentou diversos déficits de habilidades e conhecimentos no México. Entre as habilidades listadas que necessitam de melhorias estão: gestão de recursos financeiros, avaliação e análise de sistemas, gestão de recursos materiais, julgamento e tomada de decisões, negociação. As áreas de conhecimento mencionadas incluem: vendas e marketing, computadores e eletrônica, educação e treinamento, economia e contabilidade, sociologia e antropologia, e telecomunicações.

## > Formação

Grau de escolaridade		Séries	Idade	Anos
Primário	Educação Pré-escolar	-	3 - 5	3
	Educação Básica	1 - 6	6 - 11	6
Médio	Escola Primária	7 - 9	12 - 14	3
Secundário	Educação Básica	10 - 12	15 - 17	3
Superior	Secundário	-	-	4
	Educação Básica	-	-	2
	Ensino médio preparatório	-	-	2

Sistema educacional no México. Fonte: [Scholaro.com](https://www.scholero.com)

Desde 2009, a educação primária é obrigatória no México para crianças de 6 a 12 anos e é oferecida gratuitamente pela Secretaria de Educação Pública (SEP) após um ano de educação pré-escolar obrigatória. Os currículos das escolas públicas e privadas são padronizados pela SEP para incluir espanhol, matemática, ciências naturais, história, geografia, arte e educação física. O ciclo secundário subsequente de três anos é também obrigatório e os estudantes podem optar por uma área acadêmica ou técnica (com foco na formação vocacional, comercial ou artística).

Os que estão no caminho acadêmico tendem a continuar no ensino médio, com muitas escolas afiliadas a universidades locais. O aprendizado de uma língua estrangeira é obrigatório para quem está na área acadêmica desse nível. [Estima-se](#) que aproximadamente 18% dos estudantes do ensino médio no México estão em escolas particulares e a escolaridade privada proporcional mais elevada está nas cidades de Aguascalientes, Guanajuato, Hidalgo, San Luis Potosi, Tamaulipas e Yucatan (embora este número seja baseado em dados de 2008).

Havia [892.836](#) estudantes matriculados em universidades mexicanas em 2021/22, de acordo com a ANUIES (Associação Nacional de Universidades e Instituições de Ensino Superior). No entanto, apenas [27%](#) dos mexicanos de 25 a 34 anos tinham qualificação de ensino superior em 2021. Embora bem abaixo da média da OCDE, de 47%, essa melhoria é marcante em relação aos níveis de 2000, quando apenas 17% dos mexicanos nessa faixa etária tinham ensino superior. Embora as mulheres sejam ligeiramente mais propensas a ter uma qualificação de nível superior do que os homens, elas são menos propensas a estudar nas áreas de ciência, tecnologia e engenharia, áreas que provavelmente lhes renderiam salários mais altos após a formatura. As mulheres com graduação no ensino superior ganham 25% menos do que os homens com o mesmo grau de educação.

Os estudantes mexicanos têm maior tendência a procurar estudos nas áreas de negócios, administração e assuntos jurídicos do que em outras áreas, e representam 35% dos graduados de ensino superior do país. É o que apontam os [dados](#) da OCDE, que mostram que 13% dos estudantes estão na área de artes e humanidades, ciências sociais e jornalismo, e apenas 3% optam por cursos na área de ciências naturais, matemática e estatística. Em comparação com outros países do mesmo tamanho, o México tem poucas universidades de prestígio e a demanda do mercado por educação de ensino superior de qualidade é mal atendida.

A entrada nas universidades é extremamente competitiva e há uma escassez de vagas para o ensino superior, e centenas de pessoas se candidatam para a mesma vaga. O resultado líquido é um grupo considerável de jovens estudantes de classe média que buscam opções de estudo internacional. Os Estados Unidos tradicionalmente desfrutaram uma posição privilegiada para acomodar essa demanda, mas as matrículas caíram nos últimos anos, possivelmente devido ao aumento das fronteiras. As campanhas direcionadas aos estudantes na época dos exames e resultados de admissão às universidades são uma possibilidade de oferecer

## > Proficiência em inglês

Apesar da proximidade com o maior país de língua inglesa do mundo, o México não possui altos índices de proficiência no idioma. O [Índice de Proficiência em Inglês](#) (EF EPI) classifica o México em 88º lugar entre 111 países (19 de 20 na América Latina, apenas o Haiti obteve pontuação inferior). Essa pontuação classifica a proficiência como muito baixa. Algumas regiões e cidades, no entanto, pontuaram acima da média global e têm o nível de proficiência considerado moderado. A proficiência foi menor entre a faixa etária de 18 a

20 anos no México (pontuação média de 381), enquanto a faixa etária de 26 a 30 anos foi ligeiramente melhor do que as outras. Nenhuma faixa etária no México atinge a média global de proficiência.

O EF EPI não é uma medida perfeita de proficiência e o próprio EF aponta para alguns vieses. Apenas as pessoas que têm a intenção de aprender inglês costumam fazer o teste de proficiência, portanto, não há uma avaliação mais ampla da fluência social. No entanto, como um

dos maiores estudos globais anuais (2,1 milhões de pessoas foram testadas em 2022), analisando a proficiência em relação ao PIB, renda per capita e fatores socioeconômicos para identificar tendências, o índice pode ser visto como uma ferramenta útil de comparação.

Cidade	Proficiência em inglês	Proficiência em inglês
Guadalajara	546	MODERADA
Querétaro	528	
Monterrey	520	
León	518	
Hermosillo	511	
Aguascalientes	507	
Ciudad de México	507	

Cidades mexicanas com proficiência moderada da língua inglesa, de acordo com a EF. Fonte: [EF 2022](#)

Um [programa de ensino de inglês nacional](#), implementado em 2009, alcançou suas metas, mas, de acordo com as estatísticas do governo, os resultados poderiam ser melhores. Dados do British Council (2015) apontaram para um mercado de ensino da língua inglesa de quase 24 milhões, ou cerca de 21% da população, enquanto mais da metade (51%) dos empregadores entrevistados disseram que ofereciam treinamento do idioma para seus funcionários. A maioria tinha parceria com empresas privadas externas. O relatório indicou que o México precisaria de cerca de 80 mil professores adicionais para atingir os objetivos de proficiência em inglês.

## > Penetração da internet

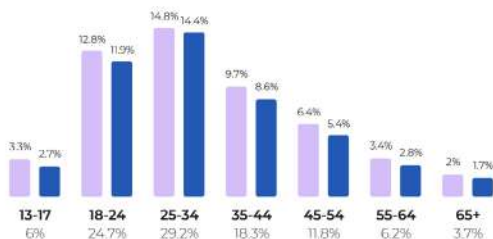
O acesso nacional pleno à internet é um objetivo declarado do governo atual, mas o Instituto Federal de Telecomunicações estima que apenas cerca de 65% da população esteja on-line atualmente. A Altan Redes recebeu um contrato do governo em 2016 com o objetivo de aumentar a cobertura da internet móvel acima de 92% até janeiro de 2024 (prorrogado posteriormente até 2028). Entretanto, a empresa declarou falência em 2021 e o governo se tornou um acionista majoritário com o plano de resgate.

## > Uso das redes sociais

De acordo com o [Instituto Federal de Telecomunicações](#), os mexicanos gastaram, em 2020, de 8 a 10 horas por dia nas redes sociais, acima das 6 a 8 horas por dia de cinco anos antes. Alguns políticos pediram que houvesse mais regulamentação das plataformas de redes sociais, com uma proposta sugerindo que as plataformas como Facebook, Twitter, Instagram etc. deveriam precisar da aprovação do Instituto Federal de Telecomunicações antes de operarem no país.

Rede social	Usuários mexicanos
Facebook	99,900,000
Instagram	40,139,700
LinkedIn	19,270,000

Número de usuários mexicanos nas redes sociais em dezembro de 2022.  
Fonte: [NapoleonCat.com](#)

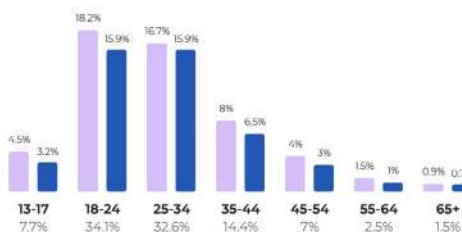


Usuários do Facebook no México  
2022

99 900 000

52.5% Mulheres

47.5% Homens

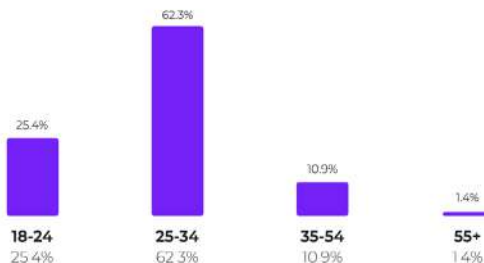


Usuários do Instagram no México  
2022

40 139 700

53.7% Mulheres

46.3% Homens



Usuários do LinkedIn no México  
2022

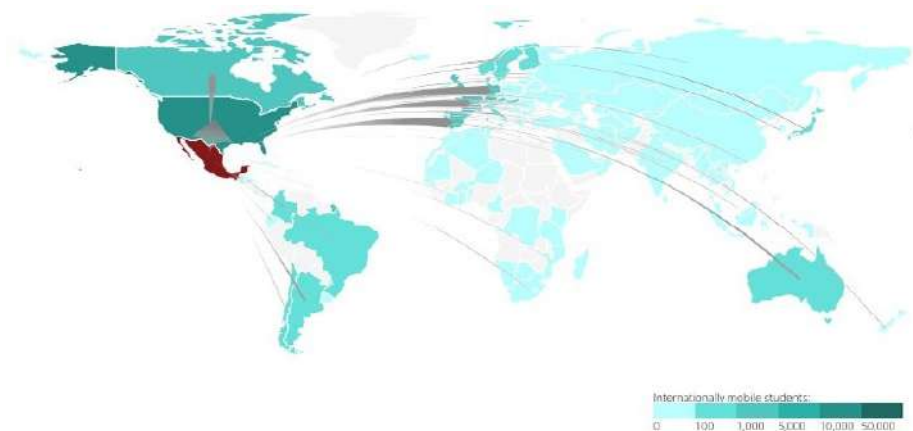
19 270 000



# Mobilidade estudantil

Os Estados Unidos são o destino preferido de quase 42% dos mexicanos que estudam no exterior, segundo dados da [UNESCO](#). É uma opção lógica devido à proximidade geográfica, mas também impulsionada por iniciativas dos EUA como o programa 100.000 Strong Americans

de 2013, que visava a duplicar o número de estudantes de intercâmbio nas Américas até 2020. O programa mexicano Proyecto 100.000 tinha como objetivo enviar 100 mil estudantes para universidades americanas e, em 2014, tinha 27 mil mexicanos participando.



Fluxo global de estudantes de nível superior do México. Fonte: [UNESCO](#)

#	Destino	Número de estudantes de ensino superior em mobilidade	Porcentagem de todos os estudantes de ensino superior em mobilidade
1	Estados Unidos	14,475	42%
2	Espanha	3,511	10%
3	Alemanha	3,447	10%
4	Canadá	2,760	8%
5	França	2,258	6%
6	Reino Unido	1,868	5%
7	Argentina	879	3%
8	Austrália	872	3%
9	Colômbia	424	1%
10	Itália	393	1%
12	Canadá	30,887	89%
<b>Soma dos 10 primeiros</b>		<b>19,975</b>	<b>58%</b>
<b>Os 10 primeiros países de língua inglesa</b>		<b>34,781</b>	<b>100%</b>
<b>Total geral</b>		<b>56,910</b>	<b>100%</b>

Os dez principais países que recebem estudantes de ensino superior do México. Fonte: [UNESCO](#)

# De olho na concorrência

## > Estados Unidos

O México é o nono maior país de origem de estudantes internacionais nos Estados Unidos, e o Departamento de Comércio dos Estados Unidos constatou um aumento na demanda por programas de pós-graduação. Curiosamente, o México é o sexto maior mercado de origem para as *community colleges* (faculdades comunitárias, em tradução livre) nos EUA, um reflexo do interesse dos estudantes por opções mais

acessíveis do que as universidades tradicionais. Em 2019, o mercado estudantil do México para os EUA valia **524 milhões de dólares**. Mais da metade dos estudantes mexicanos nos Estados Unidos (56%) segue programas de graduação. 29% são alunos de pós-graduação, 3% seguem cursos não graduados e 12% estão concluindo OPT (Formação Prática Opcional).

Nível acadêmico	Número de estudantes	% de estudantes brasileiros	% de variação (2020 a 2021)
Graduação	7303	56%	-9%
Pós-graduação	3,788	29%	-0.8%
Estudantes sem graduação	358	3%	56%
OPT	1,537	12%	-11%
Total	12,986	100%	-

Estudantes brasileiros nos Estados Unidos por nível acadêmico (2021) e variação percentual de 2020 a 2021.

Fonte: [Departamento de Comércio dos EUA](#)

Ano	Número de estudantes mexicanos	Variação de ano a ano
2015	17,052	-
2016	16,733	-2%
2017	16,835	0.6%
2018	15,468	-8%
2019	15,229	-2%
2020	14,348	-6%
2021	12,986	-9%

Os 5 principais agentes influenciadores para os estudantes mexicanos na escolha de uma universidade. Fonte: [Departamento de Comercio de los Estados Unidos](#)

Tipo de instituição americana	%
Faculdades associadas (dois anos)	18%
Faculdades de bacharelado (quatro anos)	4%
Universidades de mestrado	8%
Universidades que concedem doutorado	67%
Instituições com foco especial	3%
Instituições públicas	68%
Instituições privadas	32%

Estudantes brasileiros nos EUA por tipo de instituição americana. Fonte: [Departamento de Comércio dos EUA](#)

O número de estudantes mexicanos nos Estados Unidos caiu de forma consistente nos últimos anos, possivelmente devido a tensões transfronteiriças e ao aumento da divulgação de outros destinos. A acessibilidade é a principal preocupação dos estudantes mexicanos quando consideram estudar nos EUA, de acordo com um

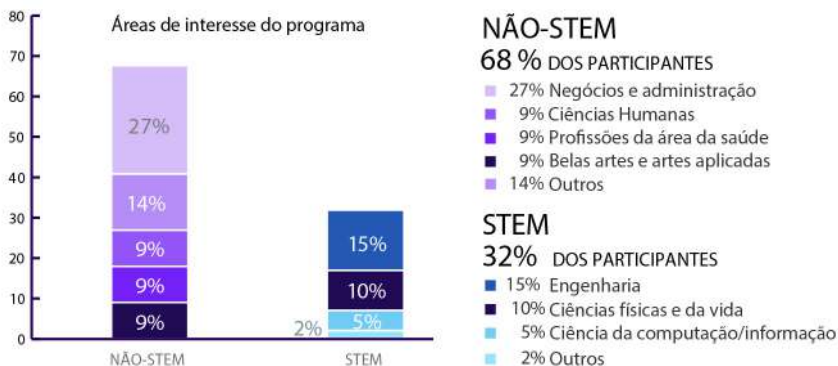
estudo de [2019](#). O relatório da Intead também declarou que 27% dos estudantes mexicanos estão procurando cursos na área de negócios e administração e 15% estão procurando programas de engenharia

### Os 5 principais fatores influenciadores

Fatores mais importantes na hora de escolher uma universidade nos EUA:



Os 5 principais agentes influenciadores para os estudantes mexicanos na escolha de uma universidade. Fonte: [Intead 2019](#).



Interesses do programa entre os estudantes mexicanos. Fonte: [Intead 2019](#).

Rede social	Número de seguidores	Média de engajamento
<b>EducationUSA México</b>		
<a href="#">Instagram</a>	3,679	13
<a href="#">Facebook</a>	14,824	36
<a href="#">Twitter</a>	6,954	2
<b>EducationUSA Global</b>		
<a href="#">LinkedIn</a>	23,917	-
<a href="#">Instagram</a>	107,000	-
<a href="#">Facebook</a>	475,000	-

Presença do EducationUSA nas redes sociais no México, com número de seguidores e média de engajamento do público nas últimas dez postagens.

Há [23 centros do EducationUSA espalhados](#) pelo México, que oferecem serviços gratuitos aos estudantes e fazem parcerias com orientadores do ensino médio e universidades locais. Embora a página do Facebook da EducationUSA México tenha uma média de 36 interações (com base em dez posts), é importante destacar que um dos posts relacionados a uma bolsa de estudos aumentou a média para 215 interações, além de três posts sem nenhuma interação, e outros com apenas uma ou duas. O engajamento é menor no Instagram e mínimo no Twitter.

## > Canadá

O México é o maior mercado latino-americano do Canadá, e os estudantes mexicanos costumam ver os estudos no Canadá como um primeiro passo para a imigração. Embora o número de estudantes tenha diminuído em 2020 devido à pandemia, a recuperação foi considerável um ano depois. O Canadá flexibilizou os requisitos para vistos de curto prazo em 2016, estimulando o aumento no número de estudantes de idiomas vindos do México. Três anos depois, havia mais de [17 mil](#) mexicanos estudando inglês no Canadá e 1.441 estudando francês.

Assim como nos EUA, as faculdades canadenses são populares entre os estudantes mexicanos devido à flexibilidade e acessibilidade. Em 2021, quatro das cinco escolas mais populares entre os mexicanos no Canadá eram faculdades cujos alunos representavam mais da metade (56%) dos novos vistos de estudante em 2020, em comparação com 16% emitidos para estudantes universitários. Um ano depois, a proporção de vistos emitidos por estudantes universitários aumentou para 20%, e os vistos de estudantes universitários caíram para 46% do total para estudantes mexicanos. A proporção de vistos concedidos a estudantes do ensino básico e secundário aumentou de 15% para 26% no mesmo período.

Ano	Número de estudantes mexicanos	Variação de ano a ano
2015	4,225	-
2016	4,905	16%
2017	5,440	11%
2018	5,750	6%
2019	6,255	9%
2020	3,650	-42%
2021	9,710	166%
2022	10,405	7%

Mexicanos com permissão para estudos no Canadá de 2015 a 2022.

Fonte: [IRCC](#)

Rede social	Número de seguidores	Engajamento
<b>EduCanada (Global)</b>		
Instagram	3,727	47
Facebook	72,000	30
LinkedIn	3,693	6

Redes sociais utilizadas pela EduCanada; número de seguidores globais; nível médio de engajamento nas últimas dez postagens.

Embora a EduCanada não tenha uma rede social específica para o México, há um site dedicado (embora simples) para alunos interessados, em

inglês e espanhol, com links para o [site](#) global da EduCanada.

## > Austrália

O México é atualmente o 35º maior país de origem para estudantes internacionais na Austrália, e 3% dos estudantes mexicanos de ensino superior com mobilidade internacional vão para lá para estudar, de acordo com dados da UNESCO. Estudantes de ensino superior representam 19% dos estudantes mexicanos na Austrália, 70% dos quais estudam na pós-graduação. Os estudantes na modalidade VET representam quase a metade (48%) de todos os estudantes mexicanos na Austrália, e 10% seguem programas sem diploma/certificado.

A Austrade (Australia Trade and Investment Commission) lançou a plataforma [Study Australia Experience](#) em janeiro de 2022 e trouxe conteúdo em espanhol para alunos mexicanos. Foi feita uma [campanha regional de comunicação](#) com publicidade direcionada que alcançou 20 milhões de estudantes em potencial na região nos primeiros seis meses, trazendo 310 mil visitantes e 37 mil usuários cadastrados para a plataforma. Dezenas de eventos ao vivo foram realizados na região para promover o país e as instituições de ensino australianas, envolvendo depoimento de ex-alunos, representantes de universidades e agentes educacionais. Uma feira virtual de três horas foi realizada em junho de 2022 para 1.700 alunos em potencial.

Em 2021, a Austrade conectou instituições australianas com escolas IB em toda a América Latina e a equipe local apoia proativamente a FIDERH e a FUNED com eventos destinados a aumentar a participação dos estudantes

Ano	Número de estudantes mexicanos	Varição de ano a ano
2015	1,974	-
2016	2,184	11%
2017	2,474	13%
2018	2,613	6%
2019	3,106	19%
2020	2,440	-21%
2021	1,302	-46%
2022	2,020	55%

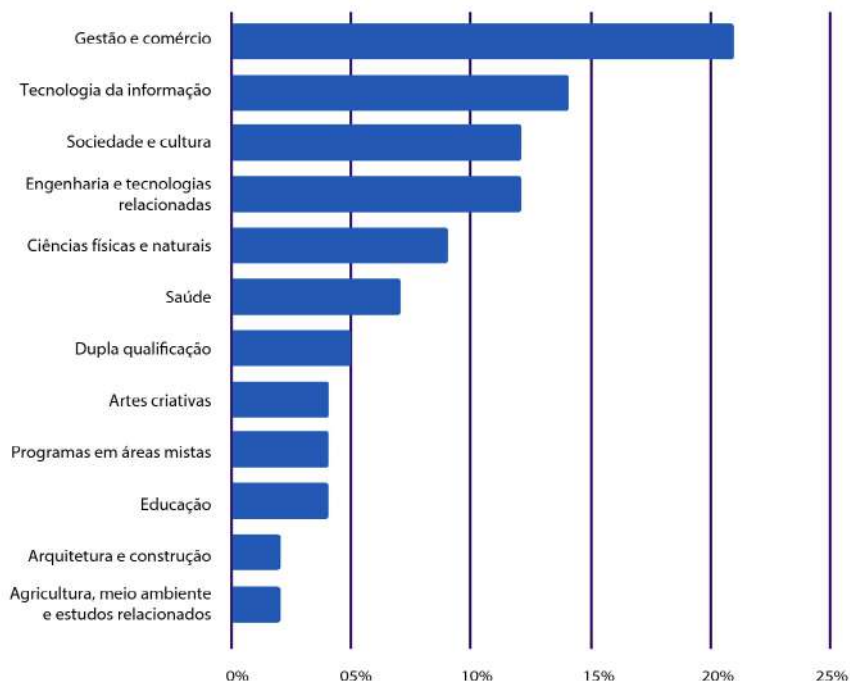
Estudantes mexicanos com visto de estudante na Austrália de 2015 a 2022 e variação de ano a ano. Fonte: [Departamento de Educação do governo da Austrália](#)

Provedor	Número de estudantes	Porcentagem
VET	1,135	48%
ELICOS	563	24%
Ensino superior	448	19%
Cursos sem certificação	230	10%
Escolas	<5	-

Números de matrículas feitas por estudantes do México na Austrália de janeiro a outubro de 2022. Fonte: [Departamento de Educação do governo da Austrália](#)

estrangeiros que utilizam bolsas de estudo e financiamentos estudantis no mercado australiano. Em 30 de janeiro de 2023, foi realizado um [webinar](#) da FIDERH chamado Scholarships and financing for Mexican postgraduate students (bolsas de estudo e financiamento para estudantes mexicanos de pós-graduação, em tradução livre). A embaixada australiana também organiza [eventos](#) educacionais e convida os principais leads da plataforma junto com estudantes que estão de partida, agentes, entidades locais de bolsas de estudo e representantes do mercado. A Austrália teve um pavilhão nas feiras de recrutamento da BMI no México em 2022, com 19 expositores australianos.

A Study Australia Experience está presente na América Latina no Instagram e no Telegram. As dez últimas mensagens foram visualizadas em média 421 vezes. A Austrade mantém uma presença global nos perfis da Study Australia no Facebook e Instagram.



Inscripciones de estudiantes colombianos en educación superior en Australia por área educativa, enero–octubre 20. Matrículas feitas por estudantes mexicanos no ensino superior na Austrália por área de ensino de janeiro a outubro de 2022. [Departamento de Educação do governo da Austrália](#)

Rede social	Número de seguidores	Engajamento
Study Australia Experience - América Latina		
<a href="#">Instagram</a>	10,800	118
<a href="#">Telegram</a>	1,174	-
Study Australia (Global)		
<a href="#">Instagram</a>	37,200	-
<a href="#">Facebook</a>	366,000	-

Redes sociais utilizadas pela Study Australia Experience; número de seguidores globais; nível médio de engajamento nas últimas dez postagens.

## > Reino Unido

Os números da UNESCO [colocam](#) o Reino Unido como o sexto destino mais popular para estudantes mexicanos de ensino superior em mobilidade internacional, com 5% de participação no mercado. No entanto, os índices da HESA demonstram que os números estão caindo ano a ano e não há nenhuma recuperação aparente nos números pós-pandêmicos. Dos 1.595 estudantes do ensino superior do México no Reino Unido em 2020/21, 74% estavam cursando pós-graduação e o restante cursando graduação. Londres é a cidade escolhida por 31% dos mexicanos que estudam no Reino Unido, e 15% optam pela Escócia.

As universidades britânicas têm boas parcerias institucionais no México. O Conselho Nacional de Humanidades, Ciências e Tecnologias, CONAHCYT, tem 21 parceiros britânicos, a FUNED tem 35, e a FIDERH do Banco do México tem acordos com 32 instituições britânicas de ensino superior.

A BMI, organizadora das feiras estudantis, realizou uma feira virtual em abril de 2022 em parceria com a FUNED, a provedora de empréstimos sem fins lucrativos, e o Reino Unido foi o destino mencionado por 49% dos 2.276 estudantes que participaram. Os alunos podiam escolher mais de um país de destino. O Canadá foi escolhido por 52% e os EUA por 46%. A Austrália ficou atrás da Espanha, Alemanha e

França com 26%. Quase um terço dos alunos (27%) era da Cidade do México, 10% estavam em Puebla, 9% em Guadalajara, 8% em Monterrey e 5% em Querétaro e Juárez, respectivamente. As áreas de estudo mais populares foram negócios e administração (30%), engenharia (27%), ciências da computação e contabilidade e finanças (14%, respectivamente).

Em outras feiras presenciais de pós-graduação, o Reino Unido ficou em terceiro lugar na preferência dos estudantes mexicanos. O Canadá liderou com 51% das preferências, seguido pela Espanha (41%). O Reino Unido e os EUA ficaram com 40% dos mais de quatro mil alunos que participaram das feiras em quatro cidades (Cidade do México, Guadalajara, Puebla e Monterrey). Dezoito instituições do Reino Unido se apresentaram em eventos da BMI no México no segundo semestre de 2022 (foram 36 dos EUA, 19 da Austrália e 17 do Canadá).

Ano	Número de estudantes mexicanos	Varição de ano a ano
2015	1,990	-
2016	2,080	5%
2017	2,150	3%
2018	1,995	-7%
2019	2,125	7%
2020	1,915	-10%
2021	1,595	-17%
2022	-	-

Estudantes mexicanos do ensino superior no Reino Unido de 2015 a 2021.  
Fonte: [HESA](#)

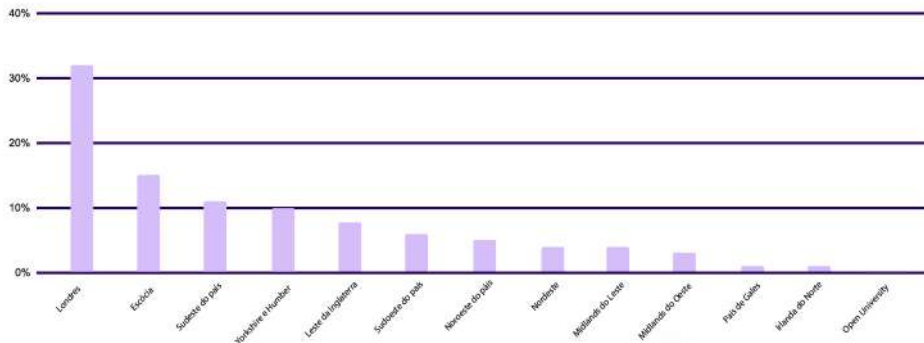
Pesquisa de pós-graduação:	30%
Pós-graduação (ensino)	44%
Primeiro grau de ensino superior	24%
Outra graduação	2%

Nível de estudo: estudantes mexicanos do ensino superior no Reino Unido em 2020/21. Fonte: [HESA](#)

A pesar de contar con un número impresionante de seguidores en redes sociales, el material publicado por el British Council tiene muy poca participación. Aunque la participación promedio (con base en diez publicaciones) en Instagram es de 45, este promedio se vio afectado en gran medida por dos videos publicados recientemente (uno tuvo una participación de 119 miembros de la audiencia y el otro atrajo a 230).

Rede social	Número de seguidores	Engajamento
<b>British Council México</b>		
<a href="#">Facebook</a>	205,000	8
<a href="#">Instagram</a>	16,900	45
<a href="#">Twitter</a>	30,700	3
<b>British Council (Global)</b>		
<a href="#">Facebook</a>	2,400,000	-
<a href="#">Instagram</a>	182,000	-
<b>StudyUK_</b>		
<a href="#">Instagram</a>	92,000	-
<b>Study UK - British Council</b>		
<a href="#">Facebook</a>	628,880	-

Redes sociais utilizadas pelo British Council México, número de seguidores, nível médio de engajamento nas últimas dez postagens.



Região do Reino Unido onde estudantes mexicanos do ensino superior estudaram em 2020/21. Fonte: [HESA](#)



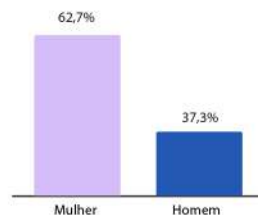
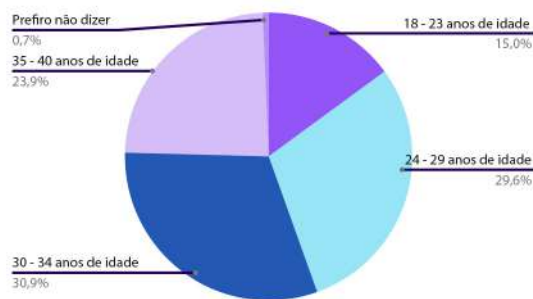
## Pesquisa Exclusiva

# Retrato dos estudantes no México

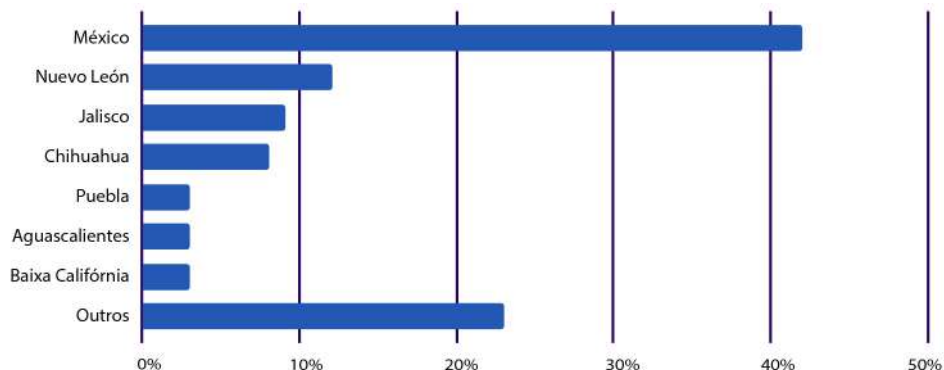
Uma pesquisa exclusiva comissionada pelo British Council foi respondida por 301 mexicanos em janeiro de 2023. As pessoas entrevistadas tinham entre 18 e 40 anos, 15% entre 18 e 23 anos, 30% de 24 a 29 anos, 31% de 30 a 34 anos, 24% entre 35 e 40 anos (duas pessoas não confirmaram a idade). A maioria (42%) dos participantes estava na Cidade do México e no Distrito Federal, 12% estavam em Nuevo León, 9% em Jalisco, 8% em Chihuahua, 3%, respectivamente, em Puebla, Aguascalientes e Baja California.

Apenas 2% não tinham interesse em saber mais sobre oportunidades de estudos no exterior. Mais da metade (57%) dos mexicanos gostaria de receber informações por e-mail, 14% disseram que gostariam de receber informações por correio e 13% citaram o WhatsApp.

A pesquisa foi realizada por meio de uma campanha paga no Survey Monkey e apenas as pessoas com perfis pré-cadastrados com renda familiar acima de 45 mil pesos mexicanos por mês (cerca de 1.969 libras esterlinas) foram chamadas. Foi levado em consideração que as famílias com renda mais baixa talvez não tenham condições de estudar no exterior e, portanto, essas opiniões poderiam desviar o foco do estudo. A maioria (94%) respondeu à pesquisa pelo telefone celular ou outro dispositivo portátil, e o restante respondeu em computadores de mesa. Além disso, 72% da amostra era do sexo feminino.

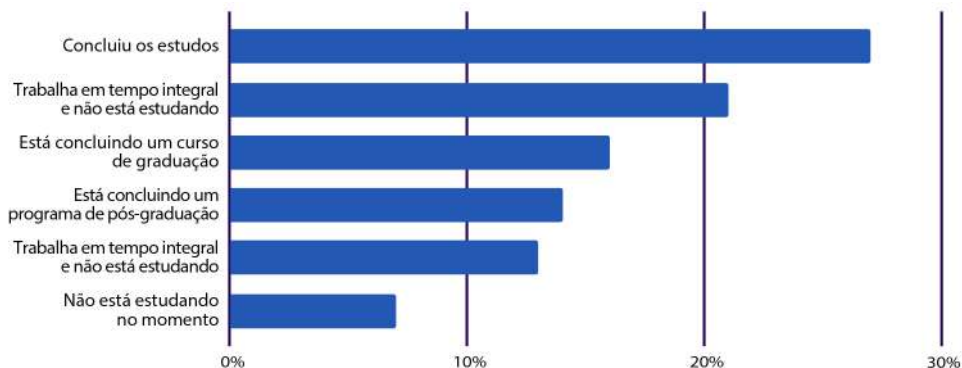


Faixa etária e gênero dos participantes da pesquisa no México. Fonte: British Council México Survey da SOS Education Consultancy



Departamento no México onde os participantes estão localizados. Fonte: British Council México Survey da SOS Education Consultancy

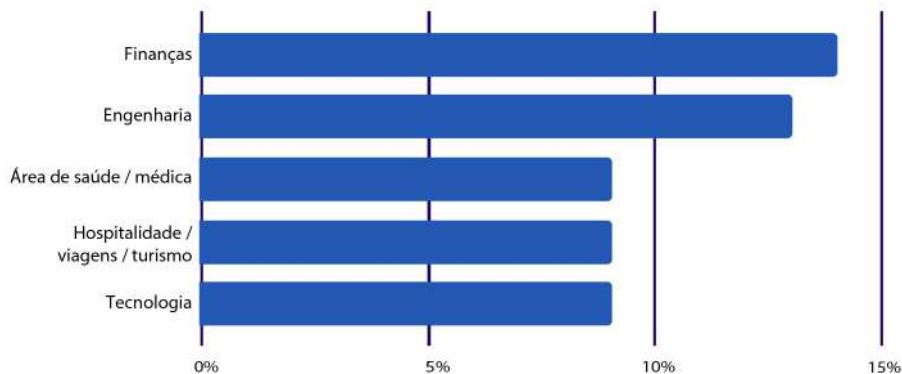
## > Grau de escolaridade atual



Situação atual do estudo dos participantes da pesquisa no México. Fonte: British Council México Survey da SOS Education Consultancy

Cento e cinquenta e três (51%) pessoas que responderam à pesquisa indicaram que estão estudando atualmente, e destas, 41% trabalham em tempo integral. Das que estão estudando, 31% fazem graduação, 27% fazem pós-graduação e 41% não mencionaram o nível de estudo.

## > Aspirações de carreira no futuro

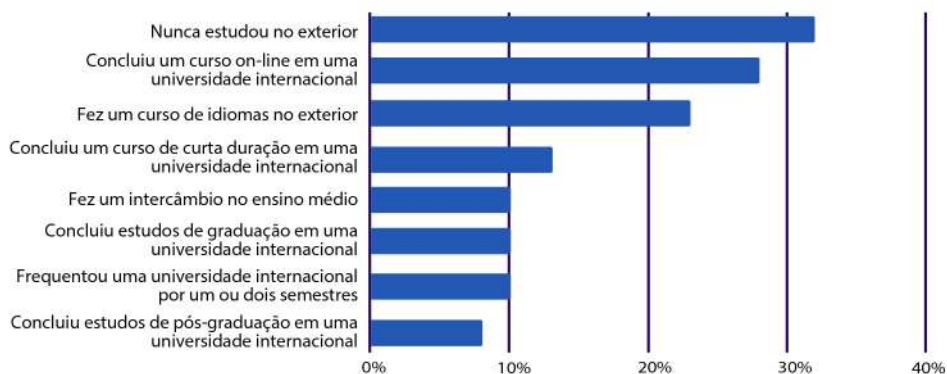


Qual destes setores descreve melhor as áreas em que você deseja seguir carreira? Cinco principais respostas.  
Fonte: British Council México Survey da SOS Education Consultancy

Economia/finançasfoi a carreira mais popular para os mexicanos, citada por 14% dos entrevistados. Com proporção semelhante, 13% têm interesse pela carreira de engenharia. Saúde, hotelaria e tecnologia foram citadas por 9% dos entrevistados, respectivamente. 6% gostariam de trabalhar em marketing, 5% querem seguir carreira jurídica e 5% desejam seguir carreira na área educacional.

4% dos mexicanos escolheram uma carreira no governo ou no setor público, assim como uma carreira em pesquisa e desenvolvimento, e 3% escolheram carreiras em telecomunicações e logística, respectivamente. Apenas 2% dos mexicanos escolheram carreiras nas áreas de farmácia ou biotecnologia, mídia ou publicidade, manufatura e recursos humanos.

## > Você já estudou no exterior?



Você já estudou no exterior? (selecione até três respostas). Fonte: British Council México Survey da SOS Education Consultancy

Um em cada dez (10%) participantes completou os estudos de graduação em uma universidade internacional. 23% desses participantes também completaram estudos de pós-graduação internacionais e 29% desse subconjunto também completaram um curso on-line em uma instituição estrangeira de ensino superior. Quatro em cada dez (39%) mexicanos que concluíram um programa internacional de graduação também estiveram em um programa de idiomas no exterior e 10% fizeram intercâmbio no ensino médio.

Dez por cento dos mexicanos disseram ter concluído um programa de intercâmbio no ensino médio e 10% dessas pessoas concluíram programas de graduação internacionais posteriormente. Um quarto das pessoas (23%) que estiveram em um programa de ensino médio disseram que concluíram um curso on-line em uma instituição estrangeira de ensino superior.

Mais de um quinto dos mexicanos (22%) concluiu um programa de idiomas no exterior e 18% destes também concluíram um curso de graduação internacional. Já 13% fizeram pós-graduação no exterior. Quatro em cada dez (39%) mexicanos que viajaram para aprender idiomas também relataram ter concluído um curso on-line em uma universidade internacional, e 16% desse subconjunto disseram ter concluído um curso de curta duração em uma instituição estrangeira de ensino superior.

Quase um em cada três (28%) dos participantes disse ter concluído um curso on-line em uma universidade internacional, 31% deles concluíram anteriormente um curso de idiomas internacional e 8% desse subconjunto participaram de um programa de intercâmbio no ensino médio. 11% concluíram seus estudos de graduação no exterior e 8% participaram de um programa de pós-graduação internacional.

## > Você já pensou em estudar em uma universidade no Reino Unido?

Você já pensou em estudar em uma universidade no Reino Unido?	33%
He oído cosas muy buenas sobre la educación en el Reino Unido	30%
Es mi sueño estudiar en el Reino Unido	25%
Me gustaría tomar cursos en línea de una universidad del Reino Unido	22%
Sólo podría ir si obtuviera una beca	15%
Necesitaría mejorar mucho mi inglés	11%
Es mi sueño estudiar en el extranjero, pero no había considerado el Reino Unido	9%
Nunca he pensado en estudiar en el Reino Unido, pero lo consideraría	9%
Estudiaría en el Reino Unido si hubiera un crédito que pudiera pagar después de graduarme	9%
Nunca he escuchado mucho sobre estudiar en el Reino Unido	4%
Estudiar en el Reino Unido es demasiado caro para mí	4%
No me interesa estudiar en el extranjero	1%
No me gustaría viajar tan lejos de casa	1%

Você já pensou em estudar em uma universidade no Reino Unido? (selecione até três respostas)  
Fonte: British Council México Survey por SOS Education Consultancy

Um quarto (24%) dos entrevistados no México declarou que é seu sonho estudar em uma universidade britânica, 41% deles ouviram falar muito bem a respeito do sistema educacional britânico e 33% deles acreditam que uma qualificação britânica causaria um impacto positivo em sua carreira. No entanto, 12% das pessoas precisariam melhorar o nível do inglês. Nenhum dos mexicanos que afirmaram que estudar em uma universidade britânica era seu sonho mencionou que o investimento seria muito alto (talvez eles não saibam quanto custa). Entretanto, 15% do subconjunto mencionou que precisariam ter acesso a um financiamento estudantil para realizar este sonho e 11% deles disseram que seria necessário conseguir uma bolsa de estudos. Dos que citaram o sonho de estudar no Reino Unido, 26% gostariam de fazer um curso on-line em uma universidade britânica.

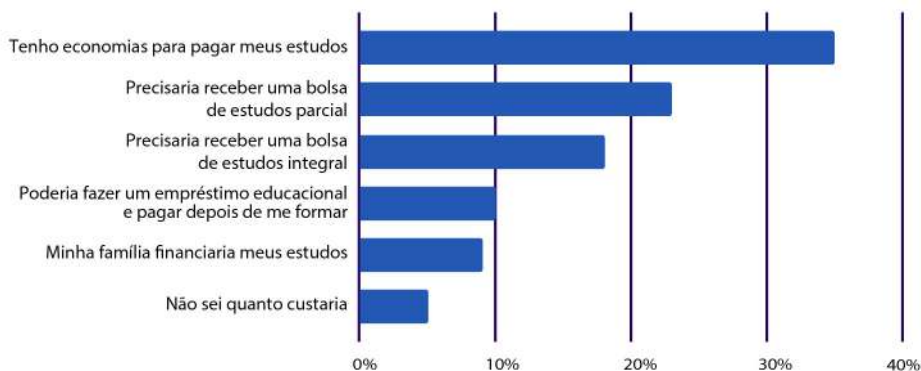
Um terço (32%) dos participantes acredita que uma qualificação britânica seria útil para sua carreira, 41% dizem ter ouvido falar muito bem do sistema educacional britânico e 29% tinham interesse em seguir um programa on-line em uma universidade britânica. Entretanto, 10% desse subconjunto disseram

que primeiramente precisariam melhorar seu inglês, 9% disseram que precisariam de um financiamento estudantil se considerassem essa opção e 13% do subconjunto disseram que seria necessário receber uma bolsa de estudos.

Mais de um quinto dos participantes mexicanos manifestou interesse em aulas on-line de universidades britânicas, 32% disseram ter ouvido coisas positivas sobre o sistema educacional britânico e 42% desse subconjunto acreditam que a qualificação britânica seria boa para suas carreiras.

Da amostra geral, apenas 4% acharam que estudar no Reino Unido seria muito caro. Quase uma em cada dez pessoas (8%) disse que era seu sonho estudar no exterior, mas nunca havia considerado o Reino Unido.

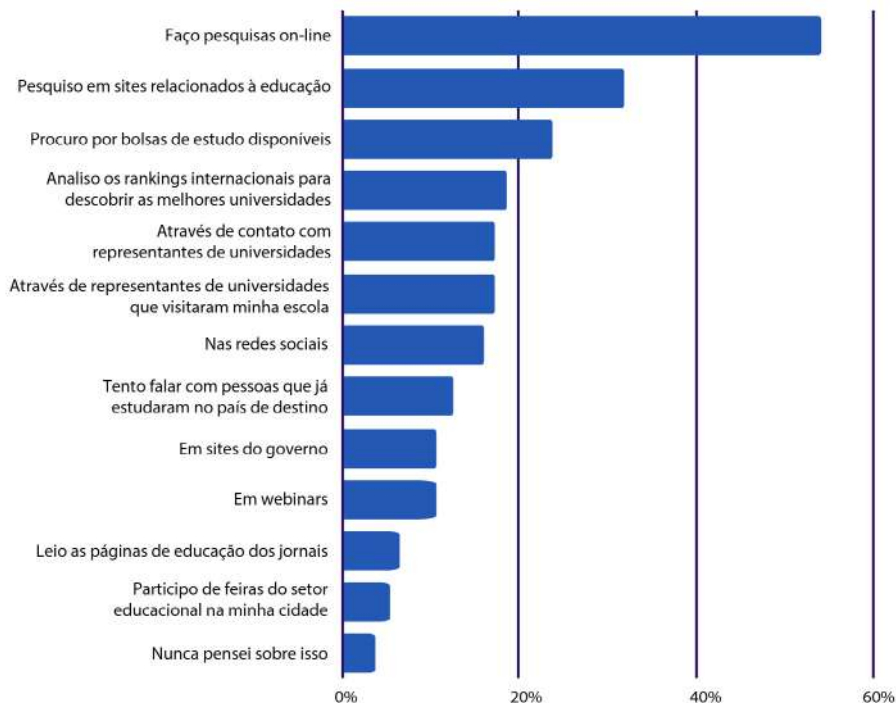
## > Como você financiaria seus estudos no exterior?



Se você recebesse uma oportunidade para estudar no exterior, como financiaria seus estudos? Fonte: British Council México Survey da SOS Education Consultancy

Pouco menos da metade dos mexicanos (44%) disse que financiaria seus próprios estudos (80% deles com economias pessoais e o restante com apoio familiar). 41% afirmaram que precisariam de um abolsa de estudos (56% deles precisariam de um abolsa parcial e 44% precisariam de 100% de apoio financeiro), 10% conseguiriam um financiamento e 5% não sabiam quanto custaria.

## > Qual é a melhor fonte de informações sobre estudos no exterior?

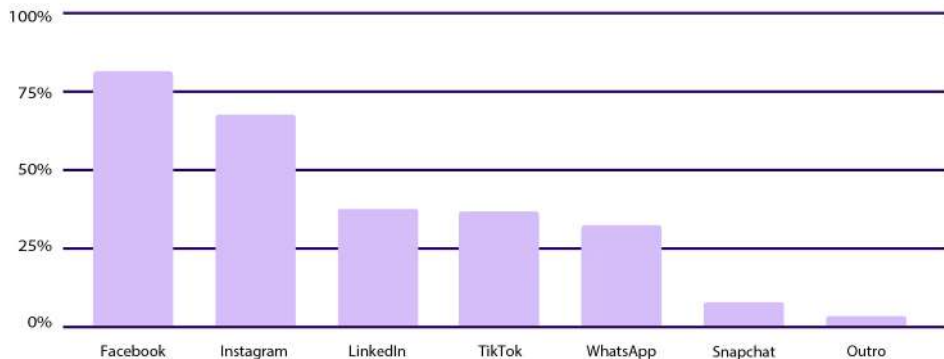


Onde você procuraria informações sobre estudos no exterior? (escolha as 5 principais)

Fonte: British Council México Survey da SOS Education Consultancy

A internet foi mencionada como o melhor meio para obter mais informações sobre estudos no exterior e 54% pesquisariam on-line. Três em cada dez (32%) mencionaram especificamente sites relacionados à educação e 11% citaram os sites do governo como boas fontes de informação. A busca por bolsas disponíveis foi um bom meio de se informar para 24% dos participantes e 19% disseram que fariam uma avaliação dos rankings das universidades internacionais. O contato com representantes universitários foi mencionado por 18% dos participantes (combinando duas respostas) como um bom modo de se informar e apenas 6% disseram que iriam a feiras de educação em suas cidades. Segundo 16% dos mexicanos, as redes sociais são consideradas como uma boa fonte de informação.

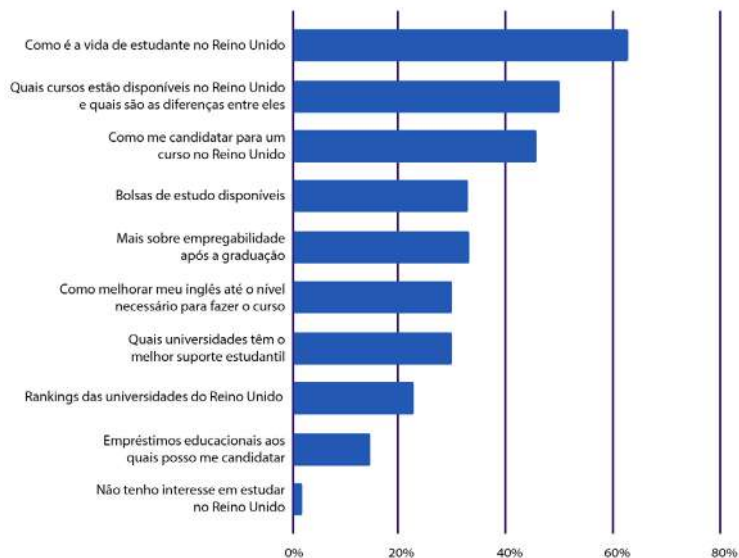
## > Melhor rede social para estudos no exterior?



Que rede social você usaria para saber mais sobre oportunidades de estudo? Fonte: British Council México Survey da SOS Education Consultancy

O Facebook surgiu como o grande favorito dos mexicanos que buscam informações sobre estudos no exterior em redes sociais, citado por 81% dos participantes. 67% disseram que preferem buscar no Instagram. O LinkedIn foi mencionado por 37% e o Tik Tok por um número semelhante, 36%.

## > O que você quer saber sobre estudar no Reino Unido?

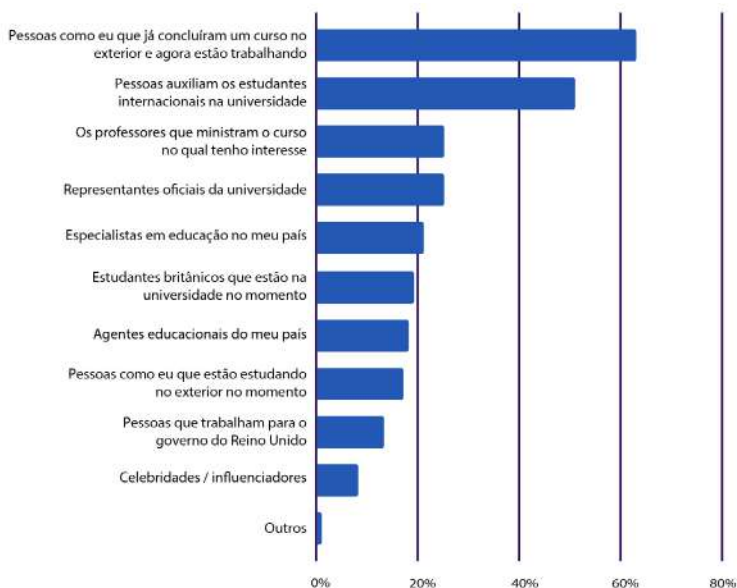


O que você gostaria de saber mais sobre estudar no Reino Unido? (escolha todas que se aplicam)

Fonte: British Council México Survey da SOS Education Consultancy

Segundo 63% dos entrevistados da pesquisa, a maior curiosidade dos mexicanos sobre os estudos no exterior está em torno da vida estudiantil no Reino Unido. Metade dos participantes (49%) disse que gostaria de saber sobre diferentes ofertas de cursos no Reino Unido e como um se diferenciado outro, e um número semelhante (46%) gostaria de saber como fazer a candidatura a cursos no Reino Unido. Um terço (33%) dos participantes tinha como prioridade a empregabilidade após a graduação, já a disponibilidade de bolsas de estudo foi o ponto crucial para 33%, e 30% disseram que gostariam de ter mais informações sobre como melhorar o nível de proficiência em inglês para estudar no exterior. A mesma proporção (30%) gostaria de saber quais universidades oferecem os melhores serviços de apoio. Para 23% dos entrevistados, as informações relativas ao ranking das universidades britânicas são uma prioridade. Apenas 2% disseram que não têm interesse em estudar no Reino Unido.

## > Fontes de informação confiáveis



Se estiver em busca de informações sobre estudar no exterior, prefiro ouvir (escolha 3)  
 Fonte: British Council México Survey da SOS Education Consultancy

A maioria dos mexicanos (80%) quer ouvir a opinião dos colegas e 76% quer ouvir a opinião dos colegas que já estudaram no exterior e estão trabalhando na carreira. Mais da metade (51%) dos mexicanos gostaria de falar mais sobre as opções de estudo internacional com as pessoas que oferecem apoio aos estudantes no campus e um quarto dos participantes (25%) informou que gostaria de interagir como o corpo acadêmico. Um em cada cinco (21%) disse que gostaria de ouvir os especialistas em educação em seu país. 18% preferem obter informações com agentes educacionais e 13% disseram que gostariam de ouvir pessoas que trabalham para o governo do Reino Unido. Apenas 7% disseram que influenciadores ou celebridades locais seriam boas fontes de informações sobre estudos no exterior.



## Pesquisa Exclusiva

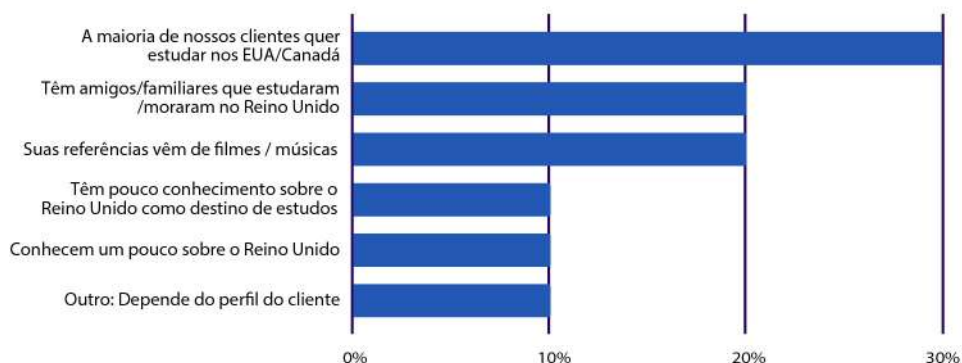
# Retrato dos estudantes no México

Dez agências no México responderam a uma pesquisa em janeiro de 2023 comissionada pelo British Council. Os participantes foram questionados sobre a percepção dos clientes sobre o Reino Unido como destino de estudos e que apoio gostariam de receber para incentivar as vendas de ensino superior para o Reino Unido. Embora muitas perguntas fossem de múltipla escolha, os agentes podiam fazer comentários e dar sua opinião.

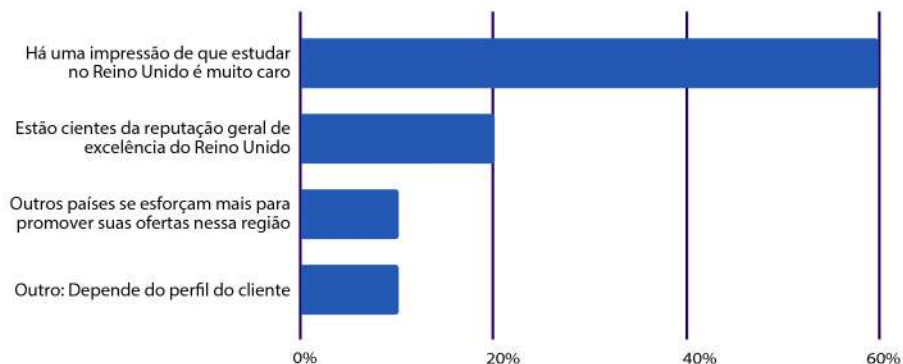
Nenhuma das agências informou que a demanda pelo Reino Unido aumentou desde a pandemia, três disseram que as consultas diminuíram e 70% disseram que a demanda não mudou nos últimos anos. A maioria (67%) disse que gostaria de receber atualizações e informações do British Council por e-mail e 22% disseram que preferiam o WhatsApp.

Os agentes foram solicitados a definir a proporção dos clientes que eram autofinanciados, com bolsas de estudo integrais ou parciais, ou que recebiam financiamentos estudantis, e embora nem todos tenham respondido neste formato, aparentemente, pelo menos 50% dos clientes vinculados à universidade são autofinanciados. Um agente declarou que 100% dos clientes pagam por seus próprios estudos sem qualquer necessidade de apoio financeiro externo, e outros dois disseram que 85% e 75%, respectivamente, poderiam pagar à sua própria maneira. Metade dos agentes disse que uma média de 20% dos clientes se beneficia de empréstimos educacionais (FIDERH, Edupass, Laudex), e oito agentes mencionaram que uma média de 30% dos clientes recebe bolsas de estudo parciais.

## > O que os clientes sabem sobre o Reino Unido como país?



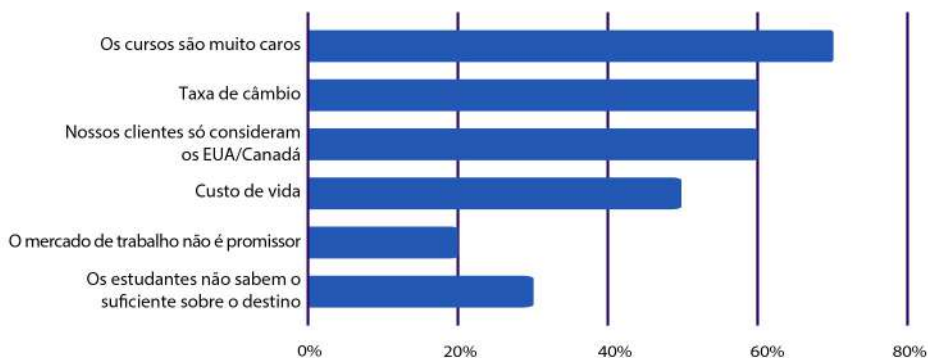
## > O que os clientes sabem sobre o Reino Unido como destino de estudos?



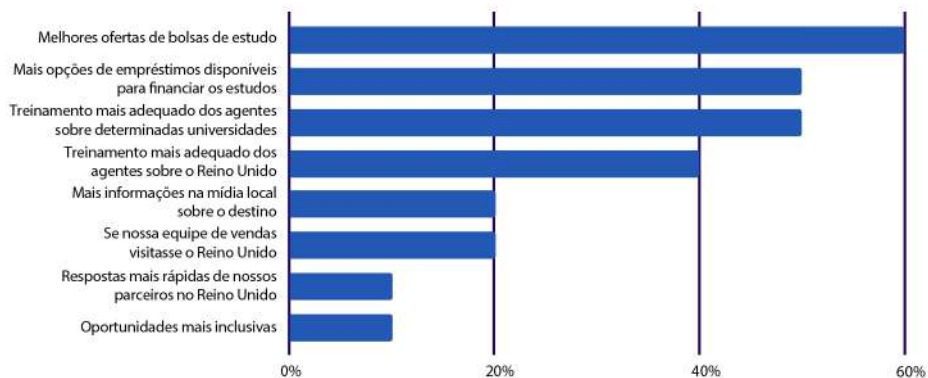
## > O que motiva os clientes na hora de escolher uma instituição de ensino?

Razão	Proporção de agentes citando o motivo
Custo do curso	90%
Oportunidades no mercado de trabalho após a conclusão dos estudos	50%
Custo de vida	50%
Permissão para trabalhar enquanto estuda	40%
Classificações internacionais	40%
Qualidade do ensino	40%
Qualidade de vida	30%
Possibilidade de pagamento em prestações	30%
Taxa de câmbio	20%
Segurança	20%
Aspectos culturais	10%
Proximidade com outros países europeus	10%
Clima	10%
Opiniões de família	10%
Outros: Interações positivas durante o processo de inscrição	10%
Outros: Suporte financeiro (bolsas e empréstimos)	10%

## > Quais são os principais desafios em relação ao ensino superior no Reino Unido?



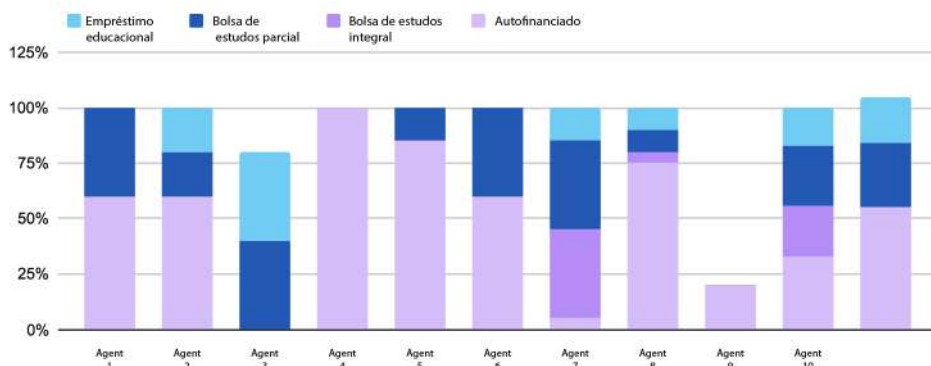
## > O que pode causar o aumento da demanda?



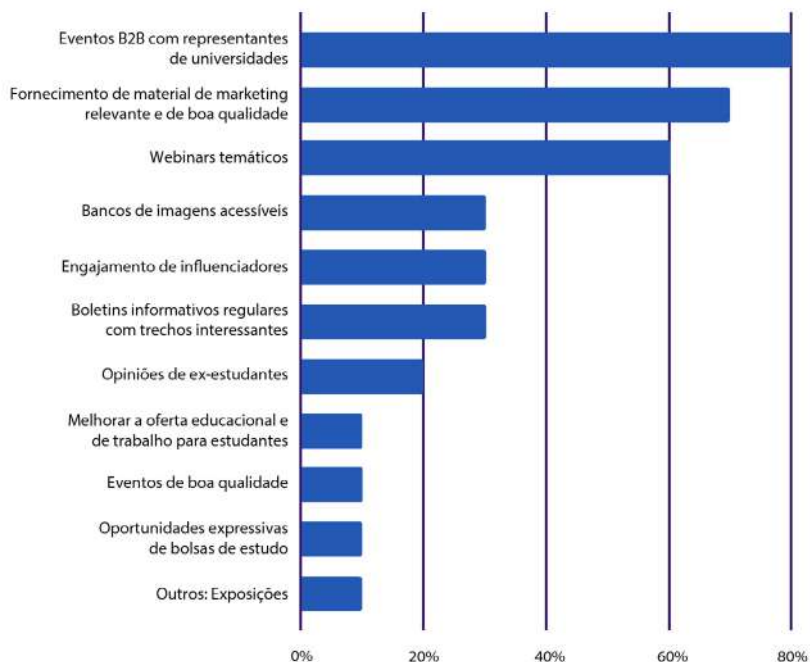
## > O que ajudaria a vender mais programas de ensino superior no Reino Unido?

Informações claras sobre as regras de imigração	70%
Mais bolsas de estudo	50%
Contatos importantes/representantes da universidade	50%
Viagens de familiarização para visitar universidades britânicas	50%
Identificar pontos relevantes de cursos específicos das universidades	40%
Respostas rápidas de parceiros do Reino Unido	30%
Melhorar o treinamento em relação ao Reino Unido como destino de estudos	30%
Mais informações sobre oportunidades inclusivas/ auxílios	30%
Sessões de treinamento presenciais regulares para nossa equipe de vendas	30%
Escalas/expectativas salariais claras para os graduados	10%
Estatísticas relevantes de acesso ao mercado de trabalho	10%
Depoimentos encorajadores de ex-alunos	10%
Outros: Permissão para combinar bolsa de estudos/ empréstimo/ financiamento	10%

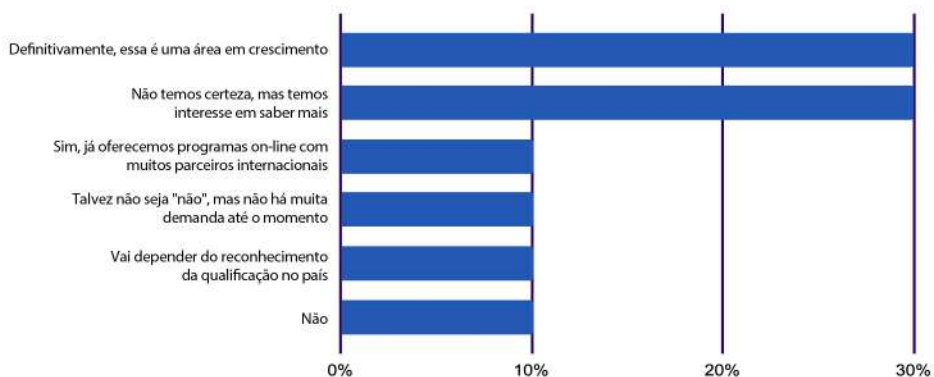
## > Como os estudantes universitários financiam os estudos?



## > Como o British Council pode auxiliar sua agência para aumentar as candidaturas?



## > Você acha que existe mercado para uma oferta on-line de universidades do Reino Unido?



# Análise do México

O Reino Unido é o sexto destino mais popular de estudantes mexicanos de ensino superior em mobilidade internacional, de acordo com dados da UNESCO, com uma participação de mercado de 5%, superada pela participação de 42% do mercado dos EUA. No entanto, o número de estudantes mexicanos que vão para os Estados Unidos caiu em consistentemente nos últimos anos. O fechamento prolongado das fronteiras na Austrália teve um grande impacto no número de estudantes mexicanos em 2020 e 2021, mas a recuperação foi forte em 2022.

Embora o número geral de estudantes mexicanos do Canadá tenha diminuído em 2020 com a pandemia, o destino mostrou uma recuperação considerável no ano seguinte e o número de estudantes cresceu 166%. O Canadá é o principal destino de estudantes do ensino superior para 72% dos agentes do México que responderam à pesquisa realizada em novembro de 2022 em nome do British Council, e um dos cinco principais destinos para 94% deles. Apenas 45% das agências têm relacionamento direto com universidades do Reino Unido e 83% gostariam de ter mais envolvimento.

Os estudantes não pensam automaticamente no Reino Unido quando consideram estudar no exterior. Além disso, os agentes dizem que o Reino Unido é difícil de vender porque os clientes costumam ter os EUA e o Canadá em mente. Os eventos da marca britânica organizados historicamente pelo British Council eram bem conhecidos e ajudaram a promover o Reino Unido como um destino de estudos de alta qualidade. Os agentes que vendem o Reino Unido disseram que promover o país diminuiu o ritmo de vendas dos programas. Embora as pessoas saibam um pouco sobre a reputação de excelência do Reino Unido, a maioria dos agentes disse que os clientes acham que o Reino Unido está acima do orçamento e que as referências do Reino Unido vêm de fontes anedóticas (amigos e familiares ou culturais).

No entanto, o Reino Unido foi o destino mais popular em 2022 para bolsistas de pós-graduação oferecidas pelo CONAHCYT, Fundação Conselho Nacional de Humanidades, Ciências e Tecnologia do México. 21% de todos os estudantes financiados foram para o Reino Unido, 17% foram para os EUA, 9% para o Canadá e 2% para a Austrália. Isso demonstra respeito menos a certos níveis de conhecimento a respeito do Reino Unido no México e é uma prova do engajamento das universidades britânicas (o CONAHCYT tem 21 parceiros do Reino Unido, representando 34% de suas alianças globais). O Reino Unido é o segundo destino mais popular (depois dos EUA) para estudantes que adquirem obtêm financiamento educacional estudantil do FUND, e a organização mexicana sem fins lucrativos conta com 35 parceiros britânicos (33% do total global).

O envolvimento do Reino Unido pode servir a favor de feiras de recrutamento de estudantes no México. O organizador da feira BML informou que 18 instituições do Reino Unido, a maioria universidades, estavam presentes nas feiras no México no final de 2022. A concorrente FPP anunciou após a pandemia que se seus eventos de recrutamento permanecessem 100% on-line, mas desde então mudaram de ideia e pretendem voltar com as feiras presenciais para a região em 2023. Em setembro de 2022, havia três universidades do Reino Unido em uma feira virtual da FPP para o México, junto com 7 da Austrália, 11 dos Estados Unidos e 19 do Canadá.

A grande maioria dos agentes (90%) disse que o preço dos cursos é o principal motivador quando os clientes estão escolhendo uma instituição de estudo internacional. Entretanto, quando perguntaram para uma seleção de mexicanos de classe média alta se consideravam estudar no Reino Unido, o preço não foi considerado um fator importante. Apenas 4% das pessoas responderam que consideravam os estudos no Reino Unido muito caros. Esse fato foi mencionado em outra pergunta sobre o financiamento de

estudos internacionais e apenas 5% disseram que não sabiam quanto custaria um investimento desse tipo. A maioria acredita que estudar no Reino Unido melhoraria muito as perspectivas de carreira ou disseram ouvidos falar muito bem sobre a educação no Reino Unido.

Os agentes achavam que a demanda pelo Reino Unido poderia aumentar se houvesse mais opções de empréstimos educacionais, financiamentos estudantis. Embora seja importante garantir que os estudantes mexicanos estejam cientes das opções de empréstimo, apenas 15% da pesquisa para estudantes em potencial mencionou empréstimos financiamentos como uma prioridade, ainda que 33% quisessem saber sobre as bolsas de estudo disponíveis. Quase a metade (44%) dos alunos contava com financiamento privado para cobrir os custos dos estudos internacionais, seja proveniente de familiares ou de suas próprias economias. Os agentes confirmaram que pelo menos metade dos estudantes que vão para a universidade é autofinanciada.

Melhorar o treinamento para agentes quanto à oferta de universidades específicas aumentaria a demanda, afirmou metade do grupo de agentes, e 40% querem mais treinamento a respeito do Reino Unido como um destino de estudos. Quase um quinto (18%) dos participantes da pesquisa de atitude estudantil quer saber mais informações sobre os estudos no exterior por intermédio dos agentes em seu país, destacando a importância de redes de agentes bem treinados.

Os agentes querem eventos B2B com representantes universitários, os principais pontos de contato para cada universidade (com respostas rápidas), argumentos de venda únicos para cada instituição de ensino superior, materiais de marketing de qualidade e bancos de imagens de fácil acesso. O fato de 70% dos agentes também mencionarem que desejam informações claras sobre imigração sugere que as fontes atuais não são claras e precisam ser revistas.

Os estudantes mexicanos valorizam mais a opinião de depoimentos de ex-alunos no mercado de trabalho do que a experiência daqueles que estudam atualmente no Reino Unido. Eles querem saber mais sobre o retorno do investimento, e não apenas a experiência do aluno. Os mexicanos preferem ouvir os representantes da universidade a receber informações sobre estudos no exterior oferecidas por fontes governamentais. Eles valorizam as percepções e informações dos orientadores estudantis das universidades e dos professores das universidades. Esse fato demonstra a importância da representação das universidades britânicas no mercado para facilitar o acesso dos estudantes aos porta-vozes oficiais.

Os agentes indicaram que o engajamento de influenciadores ajudaria as agências a aumentar as inscrições, mas o feedback dos estudantes foi bem diferente: apenas 8% quer saber sobre estudos no exterior por meio de celebridades. Não é recomendado buscar o engajamento de influenciadores neste momento.

A atividade no mercado deve se concentrar na geração de leads, em campanhas por e-mail cuidadosamente planejadas e relevantes, com chamadas claras para ação. Os títulos de e-mails são muito importantes no panorama competitivo das caixas de entrada da atualidade. Embora não seja prático ou econômico enviar informações sobre estudos no exterior por correio a todos os contatos, algum tipo de marketing físico pode ser disponibilizado no mercado, e os agentes parceiros orientadores educacionais podem dispor de uma cópia impressa de folhetos das universidades, por exemplo. Seu lead for considerado particularmente forte, o material físico poderá ser encaminhado pelo correio.

Economia/finanças e engenharia foram as duas principais carreiras selecionadas pelos participantes da pesquisa, refletindo as tendências nos mercados anglófonos. Negócios e administração foram escolhidos pelos estudantes que consideram estudar nos EUA e, para estudantes de ensino superior na [Austrália](#), para os alunos que participaram do evento

BMIFUNEDem2022.Engenhariatambémfoimuito popular,emboraocampodeasociedadeecultura tenhafeitoumsucessomaioentreosmexicanosna Austrália.AtTecnologiadainformaçãofoiasexta escolha na Austrália em 2022 e o 7º lugar para estudantes que procuram os EUA, e a ciência da computaçãofoioterceirocampomaispopularpara os estudantes em um evento BMI em 2022. A engenharia(28%)foiaprincipaláreadeestudospara estudantesfinanciadospeloCONAHCYTem2022., 17%estudarammedicinaeciênciasdasaúde,e,15% em ciências sociais, biologia e química, respectivamente.

Maisdeumquinto(22%)dosestudantesmexicanos gostariadeconcluirumprogramaon-lineemuma universidade do ReinoUnidoe28%jáconcluíram programason-lineemuniversidadesinternacionais. Umdosagentesmexicanosjáofereceprogramas on-line com parceiros internacionais e 30% consideramqueaofertaon-linedeuniversidadesdo ReinoUnidosejaumaáreaemcrescimento.Outros cincotêminteresseemsabermaiseumdelesdisse quedependeriaseaqualificaçãoseriareconhecida no México.



# Recomendações:

## > Engajamento de alto nível

- É recomendável estabelecer uma ligação como [CONOCER](#), o Conselho Nacional de Normalização e Certificação de Competências Trabalhistas, que faz parte do Ministério da Educação Pública, e visa fortalecer a competitividade econômica no México por meio do desenvolvimento de padrões de competência e certificação de habilidades.

## > O engajamento do Reino Unido

- As universidades do Reino Unido têm algum envolvimento com o mercado mexicano, mas sempre há espaço para melhorar. É recomendável fazer uma avaliação, talvez em formato de pesquisa, para avaliar os níveis atuais de envolvimento no México e identificar quais já têm representação no mercado. O estudo também precisa identificar quaisquer questões específicas que as universidades britânicas enfrentam quando recrutam neste mercado.
- O British Council deve oferecer apoio aos que já atuam no mercado. É necessário realizar eventos para promover o Reino Unido como destino de estudos, além de eventos B2B para representantes que já estão no país, proporcionando uma forma de baixo orçamento para começar a aproximar as universidades dos agentes e redes escolares.

## > Construção da marca

- A marca #StudyUK precisa ser desenvolvida como uma parte distinta das atividades diárias do British Council. Essa identidade de marca é muito importante para passar a mensagem de que há novidades acontecendo no mercado.
- A versão em espanhol da plataforma [StudyUK](#) pode ser lançada após uma campanha de mídia estratégica e um convite para que os estudantes participem de eventos de lançamento nas principais cidades mexicanas: Cidade do México, Guadalajara, Monterrey, Juárez. O site deve ser aberto a todos, mas solicitar algum tipo de cadastro para que as universidades possam se comunicar com as pessoas interessadas em direcionamento de engajamento do mercado.

## > Estratégia de comunicação

- Páginas específicas do México podem ser criadas no Facebook e Instagram (talvez seja mais prático ter perfis LATAM para cobrir outros países de língua espanhola da região). Embora os estudantes tenham dito que buscariam informações sobre estudantes estrangeiros no Facebook, há mais evidências de engajamento no Instagram.
- As mensagens devem ser interessantes e relevantes para o público mexicano. Embora os estudantes indianos ou chineses tenham excelentes testemunhos a oferecer, a mensagem deles não terá a mesma repercussão do que a opinião de um estudante mexicano. O envolvimento com ex-alunos é a garantia de ouvir opiniões originais e locais.

- Planejamento de uma série de webinars para examinar áreas específicas de estudo e carreira. Opiniões acadêmicas, da indústria e de ex-alunos são uma ótima contribuição e eventos assim, que devem ser realizados em espanhol e gravados para o uso no futuro. Evite trazer muitas universidades para esses webinars temáticos iniciais, pois a tarefa inicial é mais pertinente e promover o Reino Unido como destino.
- Identificação das principais publicações no México que têm cobertura educacional e fornecem conteúdo original, não um típico argumento de vendas, e que tragam algo novo. Seja um estudo, uma nova maneira de pensar ou fazer, qualquer coisa que seja interessante para jornalistas e editores, que permita a comunicação de mensagens da marca e que inclua uma chamada à ação para a criação de novas lideranças.
- As principais mensagens que causarão mais impacto sobre o público mexicano devem incluir: segurança, acessibilidade econômica, cursos específicos disponíveis no Reino Unido e as perspectivas de carreira, apoio e serviços aos estudantes no campus, empregabilidade dos graduados, estágios disponíveis e apoio à carreira. Elaboração de material de marketing para a resposta da mensagem, de preferência com vozes mexicanas ou imagens reais de universidades britânicas, e não de banco de imagens.

## > Relacionamento com agentes

- O British Council deve estreitar o relacionamento com a AMTE para facilitar o contato com pelo menos 27 agências mexicanas. A AMTE sugeriu várias possibilidades de engajamento, como patrocínio de reuniões mensais ou AGM, patrocínio de eventos de fim de ano para incluir uma sessão estratégica para agentes e/ou webinars regulares para membros das agências.
- É importante trazer algumas novidades para os membros da AMTE, seja uma mensagem importante através do material de marketing ou lançamento da plataforma Study UK para o México. Os agentes precisam saber que o envolvimento com a marca do Reino Unido tem valor.

## > Plataformas EdTech

- Vale a pena estabelecer algum contato com as plataformas EdTech, apenas para verificar se as mensagens da marca do Reino Unido estejam atualizadas. A Apply Board tinha um portfólio de 80 agentes mexicanos no final de 2022, e a Adventus trabalhava com 47.

## > Redes escolares

- Desenvolvimento de uma rede de escolas internacionais e IB no México para que os orientadores escolares recebam todo o treinamento disponível e estejam cientes das mensagens da marca. As mensagens para as escolas devem estar disponíveis em espanhol, já que muitos países talvez não sejam fluentes em inglês, considerando que, nesse caso, eles são os principais tomadores de decisão e financiadores dos estudos no exterior. A segurança e o suporte aos estudantes precisam ser enfatizados nas mensagens.

- Planejamento de eventos B2B com representantes das universidades para que os orientadores do ensino médio possam conhecer e passar uma sensação de segurança aos pais.
- Consideração ao respeito do desenvolvimento de programas universitários júnior com foco em áreas profissionais e com programas de verão que incluam atividades culturais. Esses programas podem ser comercializados em parceria com os agentes.
- Workshops com algum valor agregado (seja para alunos ou orientadores), com foco em decisão de carreira, futuras áreas profissionais, resolução de problemas ou pensamento criativo.

## > Agências de financiamento

- As universidades do Reino Unido estão bem representadas com o CONAHCYT, FIDERH e FUNED, mas sempre há espaço para crescimento. Mais universidades do Reino Unido devem receber informações sobre as oportunidades disponíveis nessas entidades, e os eventos #StudyUK devem ser agendados próximos das datas de lançamento de chamadas públicas, conclusão de exames, lista de resultados etc. Os eventos podem ser on-line ou presenciais e cada evento traz algum novo tema, como o foco em uma área geográfica específica do Reino Unido ou um campo acadêmico específico.
- É recomendado o envolvimento de alto nível com provedores de empréstimos privados como o [Laudex](#), que já possui quatro parceiros do Reino Unido, e o [Edupass](#), mencionado por agentes neste estudo.

## > Recrutamento de estudantes

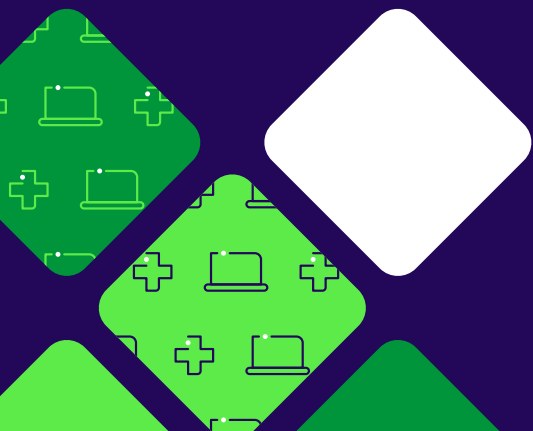
- Os eventos boutique do #StudyUK são melhores do que eventos com vários destinos, devem ser planejados nas principais cidades, além de envolver a participação de ex-alunos e workshop em áreas temáticas (para oferecer algum valor agregado).
- Onde houver uma exposição de um grupo de universidades do Reino Unido em eventos, é aconselhável haver participação da marca em conjunto em um pavilhão patrocinado. O comparecimento da marca permite que as universidades se concentrem em seus próprios pontos de venda exclusivos e em vez de promover o Reino Unido como um destino. A participação nesses eventos é uma forma importante de começar a criar leads para campanhas por e-mail planejadas (57% dos mexicanos gostariam de receber informações sobre estudos no exterior por e-mail).

## > Oferta on-line

- É importante explorar os regulamentos locais relativos ao reconhecimento de qualificação do Reino Unido, assim como a aceitação industrial de cursos curtos sem certificação e avaliar a oferta e o preço dos concorrentes.
- É aconselhável revisar a oferta on-line atual no Reino Unido, uma vez que o conteúdo já pode estar disponível em outro país ou idioma e ser reaproveitado em um formato piloto. Os déficits de habilidades identificados neste relatório devem ser o foco da oferta on-line.

# Peru

---





## Peru

População	34 milhões
PIB 2021	223,25 bilhões de dólares
Desemprego	7,1% (dezembro de 2022)

### Principais recomendações:

- Envolver o nível dos ministérios do governo para identificar oportunidades de parceria na aquisição de habilidades no setor de turismo e mineração.
- Lançamento da plataforma Study UK em língua espanhola, com eventos em Lima e Arequipa.
- Desenvolver vínculos com escolas COAR de alto desempenho e investigar parceria com o Ministério da Educação para bolsas de inclusão;
- Interações B2B virtuais entre universidades do Reino Unido e agentes peruanos.
- Participação do Reino Unido no evento anual do PRONABE Cea estratégia de comunicação em torno dos anúncios de chamadas para bolsas.

### Visão geral do mercado

O Peru foi uma das economias que mais cresce na região na última década (crescimento médio de 6%), de acordo com o [Banco Mundial](#). O PIB de 223,25 bilhões de dólares em 2021 aumentou consideravelmente (**mais de 13%**) em relação a uma queda de 11% no ano anterior, causada pela pandemia. A inflação é tipicamente baixa no Peru, mas atingiu **8,4%** em agosto de 2022, um aumento de pouco mais de 12% em relação ao ano anterior, impulsionada principalmente pelos preços dos alimentos e energia.

Apesar da taxa de dívida pública como porcentagem do PIB ser tipicamente alta na América Latina (expectativa de aumento para quase 74% até 2026), o Peru costuma inverter a tendência e as [previsões](#)

do Ministério de Economia e Finanças de agosto de 2022 sugeriam um índice modesto de 32,5%. O Ministério disse que sua economia seria uma das mais eficientes da América Latina durante os próximos quatro anos, com previsão de uma taxa de crescimento de 3,3% como resultado de: (i) implementação de medidas de gastos públicos e privados; (ii) recuperação da demanda interna após a pandemia; (iii) aumento da produção e das exportações; (iv) aumento da produtividade e da concorrência; (v) planejamento econômico alinhado com os desejos dos consumidores e das empresas.

## > Cenário político

No entanto, a política talvez seja o ponto fraco do Peru. Apesar de todos os presidentes peruanos nas últimas duas décadas estarem envolvidos em casos de corrupção, Pedro Castillo, o sétimo presidente do Peru em pouca mais de uma década, foi o primeiro chefe de Estado em exercício a ser investigado pela Promotoria. Uma [pesquisa](#) realizada pelo Instituto de Estudos Peruanos (IEP) em setembro de 2022 sugeriu que 65% dos peruanos desaprovaram a gestão de Castillo, com crises políticas agravadas pelos [conflitos](#) socioambientais, principalmente nas zonas de mineração e energia. O relatório do IEP concluiu que 84% da população desaprovava o Congresso e mais da metade queria convocar eleições gerais.

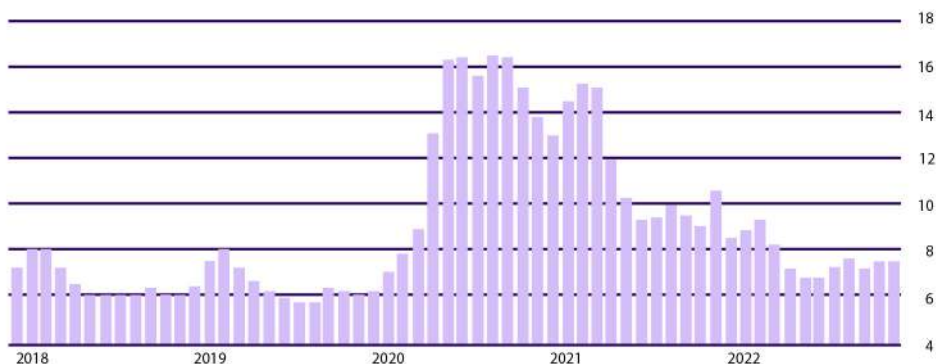
Quando Castillo liquidou o Congresso e anunciou novas eleições em dezembro de 2022, ele foi rapidamente preso e destituído. Comprou mais de um ano de mandato, ele já havia sobrevivido a dois votos de impeachment, à renúncia de quatro primeiros-ministros e a protestos contra o governo. A Human Rights Watch já havia expressado preocupação sobre um projeto de [lei](#) que permitia ao governo emitir “medidas temporárias” em casos de emergência, incluindo a apreensão de serviços de telecomunicações. A situação no Peru continua bastante volátil com protestos violentos em vários centros urbanos.

## > Taxa de desemprego

O desemprego atingiu **16,5%** em setembro de 2020 (consequência do isolamento prolongado durante a pandemia), mas caiu para 7,1% no final de 2022. Embora seja superior à taxa de 6,3% de antes da pandemia, ainda é inferior à média peruana de 8,2% em 20 anos.

A [Oxfam Peru](#) informou em fevereiro de 2022 que a renda média caiu mais de 11% entre 2020 e 2021, afetando principalmente as mulheres, os menos escolarizados e os funcionários de micro e pequenas empresas. No primeiro trimestre de [2022](#), o Instituto

Nacional de Estatística e Tecnologia da Informação informou que, embora a renda média tenha crescido 13,2% no ano seguinte a abril de 2021, os homens foram os principais beneficiários (aumento de 17,9%), enquanto a renda das mulheres cresceu apenas 7,2%. A desigualdade de renda é um problema no Peru. Em 2020, 49,1% da renda do país foi recebida por 20% da população, segundo o [Statista](#).



Taxa de desemprego no Peru entre 2018 e 2022. Fonte: [TradingEconomics.com](#)

## > Escassez de habilidades

Um [relatório](#) do Manpower Group indica que 35% das empresas peruanas não conseguiram encontrar os talentos necessários em outubro de 2021, e que os empregadores se empenham em três incentivos principais para atrair profissionais qualificados: treinamento, flexibilidade de salários e mais altos. Dos 600 empregadores peruanos contatados, 39% estavam oferecendo horários de trabalho mais flexíveis para novos funcionários e 31% haviam aumentado a oferta salarial para atrair e reter talentos.

Mais de três quartos (76%) da força de trabalho estão em empregos informais ([junho de 2022](#)), dos quais 52% possuem qualificações do ensino médio, 15% possuem “educação superior não universitária” e outros 12% possuem formação universitária.

De acordo com um [estudo](#) realizado em julho de 2022 sobre empresas peruanas pelo EsHoy, o Banco Interamericano de Desenvolvimento e o MIDE Development, um em cada três funcionários no Peru não possui as habilidades digitais adequadas, o que indica que 80% das empresas estão com dificuldades para preencher as vagas digitais. Abaixo a oferta local em habilidade tecnológica e digital é vista como um dos principais fatores para isso. O relatório EsHoy recomendou o aumento do treinamento em habilidades digitais básicas e avançadas, inglês, para aumentar a empregabilidade e os salários locais.

O Peru é um dos maiores produtores de prata, cobre e zinco do mundo. A mineração representa cerca de 60% das exportações e havia quase 200 mil pessoas empregadas diretamente na mineração em 2017. As estimativas dizem que o setor precisará de cerca de 46 mil novos funcionários na próxima década e 37% dessas funções precisam ser preenchidas a curto prazo (três anos) devido ao envelhecimento da força de trabalho e aos planos para o desenvolvimento de três novos grandes projetos de mineração.

De acordo com a Austrade ([2019](#)), os cargos executivos e de supervisão são os mais difíceis de preencher no setor de mineração. O maior número de vagas está disponível para cargos de nível de

operador (47%), profissionais (22%) e funcionários de manutenção (17%). As mulheres representam 3% da equipe operacional, 20% em cargos profissionais e 6% das funções executivas. Já os jovens de 18 a 29 anos ocupam apenas 8% das vagas no setor de mineração. O treinamento era uma prioridade ou algo muito importante para a maioria das empresas de mineração contatadas pela Austrade. Todas as empresas tinham recursos destinados ao treinamento, com orçamentos que variavam entre 400 mil e 1 milhão de dólares. Metade das empresas já havia entrado em contato com instituições de ensino internacionais, embora tenham notado algumas preocupações com relação a custos e implicações fiscais.

Cerca de 8% da força de trabalho peruana está empregada no setor de turismo, cerca de 1,3 milhão de pessoas. A Austrade indicou a necessidade de treinamento local específico para funcionários que usam novas tecnologias. O Peru possui órgãos de treinamento públicos nacionais e regionais para o desenvolvimento de habilidades na indústria de turismo e hotelaria. [OPROMPERU](#), do Ministério de Comércio Exterior e Turismo, oferece programas para melhorar a capacitação de micro, pequenas e médias empresas do setor de turismo, por exemplo. Em [junho de 2022](#), a cidade de Arequipa, Patrimônio Mundial da UNESCO desde 2020, entrou nos programas Turismo Futuro do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), e será feito um estudo diagnóstico para desenvolver um plano de ação para acelerar o uso de tecnologias no setor do turismo.

Vagas difíceis de preencher	Habilidades em demanda
Gerentes de unidades	Comunicação
Instrumentação e geotecnia	Liderança
Técnicos de máquinas	Análise e síntese
Operadores de máquinas pesadas	Aptidão para executar o trabalho
Gerentes de projeto	Inteligência emocional
Contadores	Proficiência em inglês

Vagas difíceis de preencher e habilidades em demanda no setor de mineração.

Fonte: [Austrade 2019](#)

## > Formação

Grau de escolaridade		Séries	Idade	Anos
Primário	Primário	1-6	6-12	6
Secundário	Secundário	7-11	13-18	5
Vocacional	Título profissional de técnico	-	12 - 14	3
Superior	Bacharel profissional	-	-	4
	Licenciatura	-	-	4-6
	Mestrado	-	-	2
	Doutorado	-	-	2

Sistema educacional no Peru. Fonte: [Scholaro.com](http://Scholaro.com)

A educação é obrigatória da 1ª à 11ª série. Há mais de [8 milhões](#) de estudantes na educação básica, dos quais 80% (6,4 milhões) frequentam escolas públicas. Cerca de 98% das crianças peruanas de 5 a 14 anos frequentam a escola. No entanto, os números da UNESCO (2019) sugerem que até 22% das crianças nesta faixa etária também trabalham, principalmente na agricultura (64%), mas também em serviços (30%).

As matrículas no ensino superior no Peru cresceram mais rápido do que em qualquer outro país latino-americano entre 2008 e 2018. Os números passaram de 775 mil para 1,6 milhão. Houve um crescimento semelhante no número de universidades em atividade no Peru. Entre 2000 e 2019, o número quase

dobrou, de 74 para 139. Uma política de interferência governamental mínima favoreceu o [grande aumento](#) de modelos com fins lucrativos de qualidade inferior, dificultando consideravelmente o controle de qualidade. O Peru teve vários ministros da Educação desde 2019.

Um relatório de 2019 da [SUNEDU](#) (Superintendência Nacional de Educação Superior Universitária) revelou que 53% dos estudantes universitários peruanos estavam matriculados em cursos na área de ciências sociais seguidos por engenharia e tecnologia, representando 28% das matrículas.

## > Proficiência em inglês

O Peru ocupa a 51ª posição entre 111 países, de acordo com o [Índice de Proficiência em Inglês EF 2022](#), colocando o país na categoria moderada, e classificado em 10 dos 20 países da América Latina. A proficiência é relativamente equilibrada entre os gêneros e grupos etários. As pessoas de 21 a 25 anos, 26 a 30 anos e 31 a 40 anos estão na categoria de proficiência Moderada. Já as pessoas de 18 a 20 anos e mais de 41 anos estão na categoria Baixa.

Uma [pesquisa de 2022](#) da Maple Bear Network of Canadian Schools sugeriu que apenas 4% dos

peruanos são fluentes em inglês. O Currículo Nacional de Educação Básica do Peru prioriza o desenvolvimento de habilidades relativas ao inglês como língua estrangeira. Em 2015, foi estabelecida uma Política Nacional de Língua Inglesa com o objetivo de alcançar o bilinguismo inglês-espanhol até 2021. Na época, um [estudo](#) do British Council mostrou que 57% dos alunos peruanos estudavam inglês no ensino médio, 46% durante a universidade e 41% frequentavam escolas de idiomas particulares. Foi assinado um [memorando de entendimento](#) com o Reino Unido em 2015. O compromisso incluía



escolas deverão de língua inglesa, mas o programa foi colocado em segundo plano em 2019.

Há 25 High Performance Schools (COAR) localizadas no Peru que oferecem treinamento intensivo de inglês e currículo IB gratuito para estudantes de alto desempenho “com o objetivo de melhorar essas habilidades e promover seu comprometimento com o desenvolvimento local, regional e nacional”. O Ministério da Educação abriu [2.677](#) vagas para novos alunos no ano letivo de 2023.

Análises dos [dez principais destinos](#) para estudantes peruanos de ensino superior em mobilidade internacional mostram que 16% (5.239 estudantes) vão para países de língua inglesa, indicando que há um fluxo de estudantes de língua inglesa no Peru que buscam estudos universitários internacionais.

Cidade	Proficiência em inglês	Proficiência em inglês
Lima	539	MODERADA
Cuzco	518	
Arequipa	508	
Trujillo	504	

Fonte: [EF English Proficiency Index 2022](#)

## > Penetração da internet

A entidade nacional de estatísticas INEI [informou](#) que 73% dos peruanos com mais de 6 anos tiveram acesso à internet no primeiro trimestre de 2022, com considerável variação regional. Embora 86% dos habitantes da capital Lima estivessem on-line, apenas 76% tinham acesso à internet em outras cidades peruanas, e apenas 41% podiam acessar a internet em áreas rurais. As estatísticas do governo mostram que, em 2021, 39,4% das residências tinham acesso a uma conexão fixa à internet, e 49,4% tinham acesso a um computador.

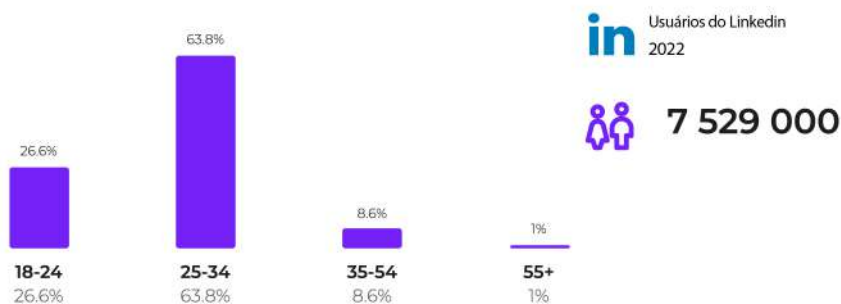
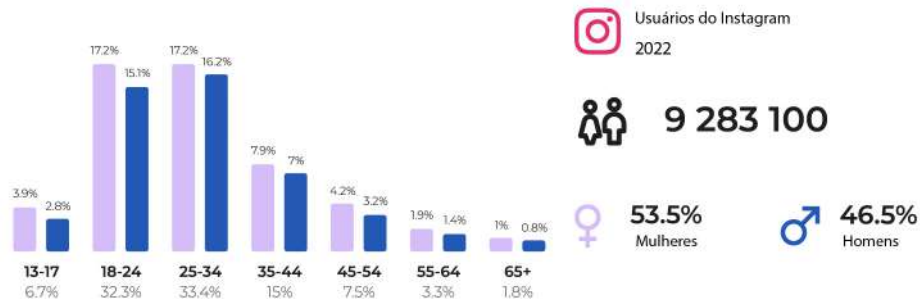
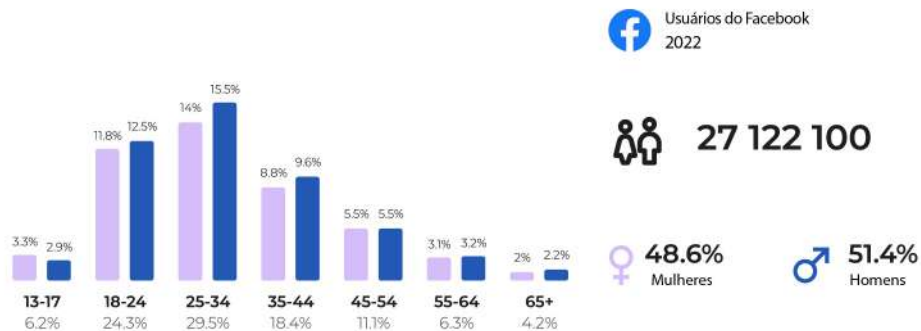
A grande maioria dos usuários de internet do Peru vive em regiões urbanas, principalmente em Lima, capital do país, onde 95% das residências estavam on-line em 2021.

## > Uso das redes sociais

Um [estudo](#) de 2021 da Ipsos revelou quase 14 milhões (13,8) de usuários de redes sociais, com idade entre 18 e 70 anos, em partes urbanas do país. As plataformas mais populares são Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram e Messenger. O TikTok, Snapchat e Instagram apresentaram o maior crescimento no ano. O relatório sugeriu que o TikTok é o melhor canal para divulgar promoções no Peru, o Facebook para comentários sobre as experiências do usuário de estruturas ou produtos e o YouTube para recomendações.

Rede social	Usuários colombianos
Facebook	27,122,100
Instagram	9,283,100
LinkedIn	7,529,000

Número de usuarios peruanos de redes sociales en diciembre de 2022.  
Fuente: [NapoleanCat.com](#)



Número de usuários colombianos nas redes sociais em dezembro de 2022. Fonte: [NapoleanCat.com](https://www.napoleoncat.com)

# Mobilidade estudantil

[Dados da UNESCO](#) mostram que o Peru tem mais de 35 mil estudantes de ensino superior estudando no exterior, e a Argentina é o destino mais popular, recebendo mais da metade (51%) deles. Os Estados Unidos vêm em seguida, com cerca de 3.400

estudantes (10% dos estudantes do ensino superior em mobilidade internacional do Peru). Há uma afinidade declarada com os países de língua espanhola e 68% dos estudantes escolhem países onde as aulas são ministradas no idioma.



Fluxo global de estudantes de nível superior do Peru. Fonte: [UNESCO](#)

A Argentina é o principal destino para estudantes em mobilidade internacional do Peru. Isso se explica pela qualidade relativamente alta das instituições em comparação com a oferta no país de origem, além da possibilidade de estudar gratuitamente (em 2017, cerca de 80% dos estudantes internacionais peruanos na Argentina estavam em instituições públicas).

Os estudantes internacionais do Peru se preocupam com os custos, e um relatório de 2019 da Intead revelou que a acessibilidade econômica era o fator mais importante para os estudantes (62%) ao decidirem onde estudar nos Estados Unidos. O relatório analisou o feedback de 955 estudantes

peruanos, dos quais 55% eram do sexo feminino, e constatou que os cursos de negócios e administração eram os mais procurados (32%), seguidos por 18% que tinham interesse em fazer um curso de engenharia.

#	País de destino	Número de estudantes de ensino superior em mobilidade	Porcentagem de todos os estudantes de ensino superior em mobilidade
1	Argentina	17,964	51%
2	Estados Unidos	3,398	10%
3	Espanha	3,106	9%
4	Chile	2,681	8%
5	Brasil	1,468	4%
6	Alemanha	1,341	4%
7	França	959	3%
8	Austrália	671	2%
9	Reino Unido	612	2%
10	Canadá	558	2%
<b>Soma dos 10 primeiros</b>		<b>32,758</b>	<b>95%</b>
<b>Os 10 primeiros países de língua inglesa</b>		<b>5,239</b>	<b>16%</b>
<b>Total geral</b>		<b>35,379</b>	<b>100%</b>

Os dez principais países que recebem estudantes de ensino superior do Peru. Fonte: [UNESCO](#)

# De olho na concorrência

## > Estados Unidos

Os Estados Unidos são o segundo destino mais popular para os estudantes peruanos e o destino anglófono mais popular de todos, atraindo 10% de todos os estudantes de ensino superior em mobilidade internacional. Os números do Departamento de Comércio dos EUA mostram que quase metade (47%) dos estudantes peruanos nos EUA estão a graduação, 31% são estudantes de pós-graduação, 6% estão seguindo programas sem

graduação e 15% estão completando o OPT (Optional Practical Training). Curiosamente, na região, os números de mobilidade internacional do Peru para os EUA não foram afetados durante a pandemia global. Provavelmente, devido ao aumento nas parcerias institucionais e à flexibilidade, que permitiu que os estudantes iniciassem os estudos on-line enquanto as restrições de viagem estavam em vigor.

Nível acadêmico	Número de estudantes	% de estudantes peruanos	% de variação (2020 a 2021)
	1672	47%	0.7%
Pós-graduação	1107	31%	-2.6%
Estudantes sem graduação	232	6%	3%
OPT	545	15%	4%
Total	3556	100%	-

Estudantes peruanos nos Estados Unidos por nível acadêmico e variação percentual ano a ano. Fonte: [Departamento de Comércio dos EUA](#)

Ano	Número de estudantes peruanos	Variação de ano a ano
2015	2763	-
2016	3268	18%
2017	3200	-2%
2018	3253	2%
2019	3409	5%
2020	3647	7%
2021	3566	-2%

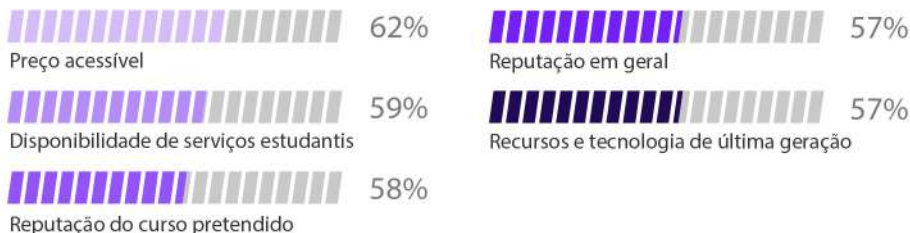
Estudantes peruanos nos EUA 2015 a 2021 e variação percentual ano a ano. Fonte: [Departamento de Comércio dos EUA](#)

Tipo de instituição americana	%
Faculdades associadas (dois anos)	9%
Faculdades de bacharelado (quatro anos)	4%
Universidades de mestrado	9%
Universidades que concedem doutorado	73%
Instituições com foco especial	4%
Instituições públicas	56%
Instituições privadas	43%

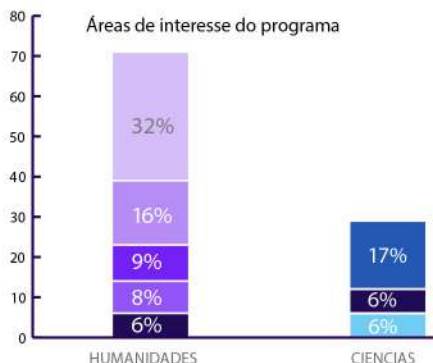
Estudantes peruanos nos EUA por tipo de instituição americana. Fonte: [Departamento de Comércio dos EUA](#)

## Os 5 principais fatores influenciadores

Fatores mais importantes na hora de escolher uma universidade nos EUA:



Os 5 principais agentes influenciadores para os estudantes peruanos na escolha de uma universidade. Fonte: [Intead 2019](#)



Interesses do programa entre os estudantes colombianos. Fonte: [Intead 2019](#)

### NÃO-STEM

71% DOS PARTICIPANTES

- 32% Negócios e administração
- 8% Ciências Humanas
- 9% Profissões da área da saúde
- 6% Belas artes e artes aplicadas
- 16% Outros

### STEM

29% DOS PARTICIPANTES

- 17% Engenharia
- 6% Ciências físicas e da vida
- 6% Ciência da computação/informação

Rede social	Número de seguidores	Média de engajamento
<b>EducationUSA Perú</b>		
<a href="#">Instagram</a>	11,500	382
<a href="#">Facebook</a>	44,095	56
<b>EducationUSA mundial</b>		
<a href="#">Instagram</a>	107,000	-
<a href="#">Facebook</a>	475,000	-

Presença do EducationUSA nas redes sociais no Peru, com número de seguidores e média de engajamento do público nas últimas dez postagens.

O [EducationUSA](#) tem dez centros de orientação estudantil localizados no Peru (Arequipa, Chiclayo, Cusco, Huancayo, Ilo, Lima (2), Piura, Tacna, Trujillo). Eles oferecem orientação gratuita sobre tópicos como requerimentos de admissão, apoio financeiro, como escolher um programa, o processo dos estudantes e a preparação para os exames dos candidatos. O EducationUSA trabalha em estreita colaboração com as escolas públicas de alto nível do Peru (COAR) espalhadas por todo o país. Todos os centros de aconselhamento do EducationUSA no Peru têm sua própria página no Facebook, e as páginas nacionais têm um engajamento razoável, mas o engajamento no Instagram chama mais atenção. As mensagens se concentram em dicas práticas para a candidatura aos EUA, anúncios de bolsas de estudo e informações gerais sobre os Estados Unidos. Um vídeo curto no Instagram com um estudante peruano que recebe ajuda financeira dos Estados Unidos foi assistido 2.083 vezes.

## > Canadá

Embora o número de estudantes peruanos que viajam para o Canadá para estudar fosse relativamente baixo antes da pandemia e tenha diminuído 35% em 2020, a recuperação foi considerável e houve um aumento robusto de 275% em 2021.

A EduCanada usa as páginas para promover a oferta canadense e não tem uma presença nas redes sociais direcionada especificamente para o Peru. Apesar de ter muito mais seguidores no Facebook, é possível constatar que o engajamento é maior no Instagram. As mensagens nas redes sociais destacam ofertas de bolsas de estudo, os perfis das universidades (incluindo detalhes sobre os serviços de apoio), e a inserção dos estudantes no mercado de trabalho. Já as mensagens governamentais mais amplas se concentram na segurança e na qualidade de vida. As faculdades canadenses oferecem uma alternativa mais barata e mais curta às universidades tradicionais, e muitas têm representantes que atendem países de língua espanhola na região.

A Câmara de Comércio Canadá-Peru é muito ativo no setor educacional no Peru. Além de listar várias faculdades canadenses entre seus [parceiros](#) educacionais (a inscrição custa 450 dólares e é cobrada uma taxa anual de 540 dólares), a entidade também trabalha com a plataforma de recrutamento ApplyBoard. A instituição organiza visitas acadêmicas ao Canadá, missões educacionais para dar apoio a parcerias institucionais, além de uma série de webinars relacionados à educação que são promovidos em seu site. Em outubro de 2022, por exemplo, foram realizados os webinars: “A experiência de ser um estudante internacional no

George Brown College” com um graduado peruano, “University Canada West - o papel das universidades canadenses no crescimento econômico”, “Fanshawe Global, o aliado estratégico no desenvolvimento de capacidades”, entre outros.

Ano	Número de estudantes peruanos	Varição de ano a ano
2015	285	-
2016	395	39%
2017	495	25%
2018	560	13%
2019	685	22%
2020	445	-35%
2021	1,670	275%
2022	3,200	52%

Peruanos com permissão para estudos no Canadá de 2015 a 2022.  
Fonte: [IRCC](#)

Rede social	Número de seguidores	Engajamento
EduCanada (mundial)		
<a href="#">Instagram</a>	3,727	47
<a href="#">Facebook</a>	72,000	30
<a href="#">LinkedIn</a>	3,693	6

Redes sociais utilizadas pela EduCanada; número de seguidores globais; nível médio de engajamento nas últimas dez postagens.

## > Austrália

Os números da UNESCO para estudantes do ensino superior com mobilidade global indicam que a Austrália possui 2% de participação no mercado do Peru. Entretanto, dados australianos mostram que o Peru é seu 41º maior país de origem para estudantes internacionais. Um terço dos estudantes peruanos no Canadá está concluindo programas de idiomas, 41% estão matriculados em programas vocacionais (VET). Os provedores australianos de programas VET estabeleceram parcerias com empresas de mineração no Peru para oferecer treinamento com certificação em trabalho de mineração e habilidades de saúde e segurança.

No termo de um acordo de livre comércio de 2020 entre os dois países (PAFTA), o Peru concordou em incentivar as autoridades competentes a reconhecer as qualificações do ensino superior da Austrália, com uma concessão que permite aos estudantes peruanos concluir parcialmente os estudos na Austrália e o restante on-line no Peru. Além disso, abriu as portas para os provedores australianos estabelecerem campus no país sul-americano, embora dentro de certas cotas.

Um quarto (25%) dos estudantes peruanos na Austrália estão concluindo programas de ensino superior e 62% deles estão na pós-graduação. Os programas de negócios são os mais populares e representam 29% das matrículas no ensino superior peruano na Austrália em 2022, seguidos pelos programas de engenharia, com 13%. Os cursos de ensino superior na área de sociedade e cultura foram a escolha de 11% dos estudantes peruanos na Austrália, 9% escolheram programas na área de tecnologia da informação e 8% optaram por estudar ciências naturais e físicas.

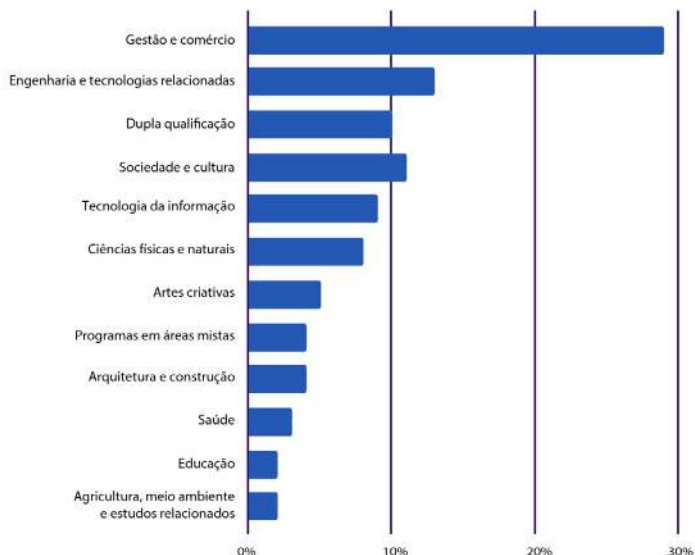
Ano	Número de estudantes peruanos	Variação de ano a ano
2015	1,063	-
2016	1,077	1%
2017	1,139	6%
2018	1,292	13%
2019	1,402	9%
2020	1,269	-9%
2021	1,067	-16%
2022	1,322	24%

Estudantes peruanos com visto de estudante na Austrália de 2015 a 2022 e variação de ano a ano. Fonte: [Departamento de Educação do governo da Austrália](#)

Provedor	Número de estudantes	Porcentagem
VET	676	41%
ELICOS	535	33%
Ensino superior	411	25%
Escolas	12	0.7%
Cursos sem certificação	<5	-

Números de matrículas feitas por estudantes do Brasil na Austrália de janeiro a outubro de 2022. Fonte: [Departamento de Educação do governo da Austrália](#)





Matrículas feitas por estudantes peruanos no ensino superior na Austrália por área de ensino de janeiro a outubro de 2022.  
[Departamento de Educação do governo da Austrália](#)

Uma campanha regional gerenciada pela Austrade lançou a plataforma Study Australia Experience em janeiro de 2022, oferecendo conteúdo em espanhol relacionado a bolsas de estudo, perfis de instituições australianas e um mecanismo de busca para ajudar os estudantes a identificar onde são oferecidos determinados cursos. Foi feita uma campanha regional de comunicação com publicidade direcionada que alcançou 20 milhões de estudantes em potencial na região nos primeiros seis meses, trazendo 310 mil visitantes e 37 mil usuários cadastrados para a plataforma nos primeiros seis meses. Dezenas de eventos ao vivo foram realizados na região para promover a Austrália e suas instituições de ensino que contaram com ex-estudantes como os principais embaixadores, representantes de universidades e agentes educacionais. Além disso, em junho de 2022, foi realizada uma feira virtual de três horas para 1.700 estudantes em potencial. Os eventos e webinars na plataforma são realizados em espanhol para atender à comunidade estudantil latino-americana mais ampla.

Em 2021, a Austrade convidou instituições australianas para se reunirem com escolas IB em toda a América Latina, e a equipe apoiou ativamente o

PRONABEC com eventos para aumentar a participação da Austrália no mercado de estudantes estrangeiros que se beneficiam de um financiamento estudantil, assim como a ligação com o banco BCP. A embaixada australiana também organiza eventos educacionais e convida os principais leads da plataforma junto com estudantes que estão de partida, agentes, entidades locais de bolsas de estudos e representantes do mercado.

A Study Australia Experience está presente na América Latina no Instagram e no Telegram. As dez últimas mensagens foram visualizadas em média 421 vezes. A Austrade mantém uma presença global no perfil do Study Australia no Facebook e no Instagram.

Rede social	Número de seguidores	Engajamento
<b>Study Australia Experience – América Latina</b>		
<a href="#">Instagram</a>	10,800	118
<a href="#">Telegram</a>	1,174	-
<a href="#">Instagram</a>	37,200	-
<a href="#">Facebook</a>	366,000	-

Redes sociais utilizadas pela Study Australia Experience: número de seguidores globais; nível médio de engajamento nas últimas dez postagens.

## > Reino Unido

O Reino Unido é o nono destino preferido dos estudantes peruanos, segundo dados da Unesco, e está à frente do Canadá em termos de estudantes do ensino superior. O Reino Unido não sofreu muito em relação ao número de alunos durante a pandemia. Na verdade, os números cresceram 25% em 2020, possivelmente devido ao fato de os alunos poderem iniciar os cursos on-line enquanto as restrições de viagem estavam em vigor. Mais da metade (51%) dos estudantes peruanos em universidades do Reino Unido estão concluindo programas de graduação e pouca mais de um terço (33%) dos alunos do ensino superior o Perú escolheram Londres como destino.

Rede social	Número de seguidores	Engajamento
<b>British Council Perú</b>		
<a href="#">Facebook</a>	77,293	28
<b>British Council (global)</b>		
<a href="#">Facebook</a>	2,400,000	-
<a href="#">Instagram</a>	182,000	-
<b>StudyUK_britishcouncil (global)</b>		
<a href="#">Instagram</a>	92,000	-
<b>Study UK - British Council</b>		
<a href="#">Facebook</a>	628,880	-

Estudantes peruanos do ensino superior no Reino Unido de 2015 a 2021. Fonte: HESA

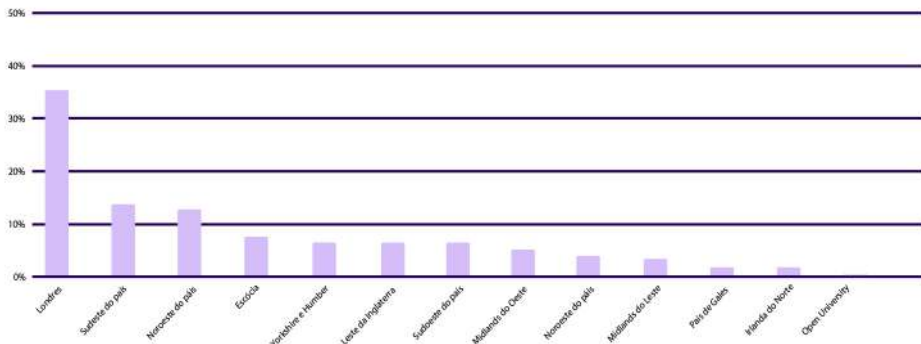
Ano	Número de estudantes peruanos	Varição de ano a ano
2015	290	-
2016	380	31%
2017	415	9%
2018	495	19%
2019	490	-1%
2020	615	25%
2021	605	-2%
2022	N/A	-

Estudantes peruanos do ensino superior no Reino Unido de 2015 a 2021. Fonte: HESA

Pesquisa de pós-graduação:	10%
Pós-graduação (ensino)	38%
Primeiro grau de ensino superior	49%
Outra graduação	2%

Nível de estudo: estudantes peruanos do ensino superior no Reino Unido em 2020/21. Fonte: HESA

Parece que a única rede social exclusiva do British Council para o Peru é o Facebook, apesar de ter mais de 77 mil seguidores, o engajamento médio nas postagens é de 28 (com base nas últimas dez postagens da página). Curiosamente, o post mais popular recentemente foi um webinar relacionado ao British Council, que teve 235 interações, incluindo 37 compartilhamentos. Isso indica que os estudantes costumam engajar mais quando o conteúdo é interessante e relevante para eles.



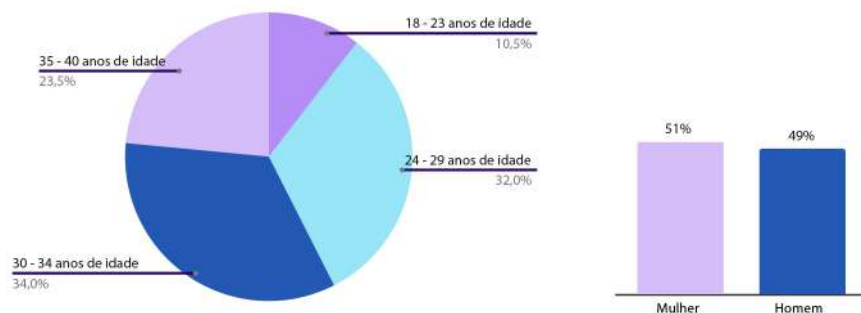
Região do Reino Unido onde estudantes peruanos do ensino superior estudaram em 2020/21. Fonte: HESA

## Pesquisa Exclusiva

# Retrato dos estudantes no Peru

Uma pesquisa exclusiva comissionada pelo British Council foi respondida por 200 peruanos em janeiro de 2023. As pessoas entrevistadas tinham entre 18 e 40 anos, 16% entre 18 e 23 anos, 25% de 24 a 29 anos, 30% entre 30 e 34 anos e 30% entre 35 e 40 anos. A maioria (87%) respondeu à pesquisa pelo telefone

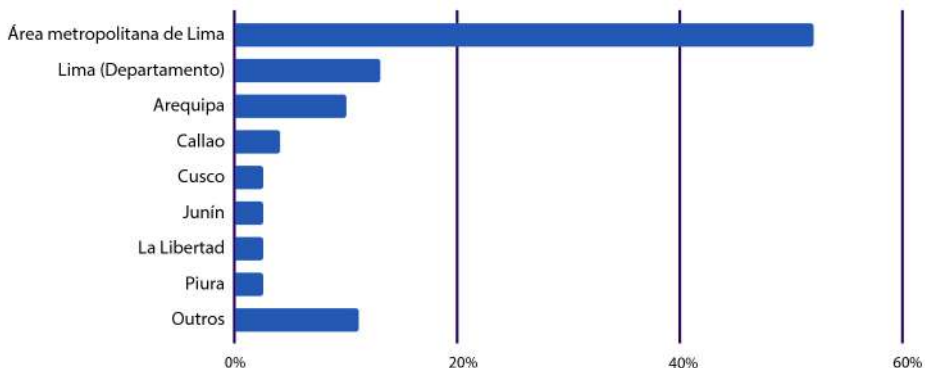
celular ou outro dispositivo portátil, e o restante respondeu em computadores de mesa. Além disso, 51% da amostra era do sexo feminino. Esta foi uma pesquisa de público-alvo paga aplicada por meio da plataforma SurveyMonkey e não foi possível recolher os detalhes para contato dos estudantes.



Faixa etária e gênero dos participantes da pesquisa no Brasil. Fonte: British Council Peru Survey da SOS Education Consultancy

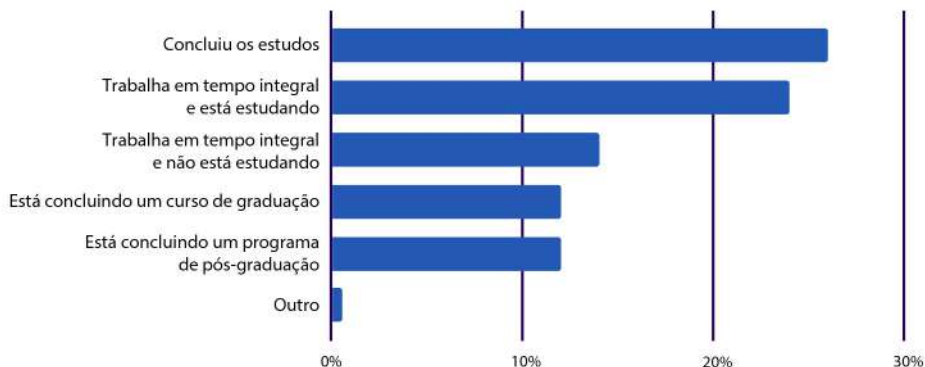
Em vez de selecionar o local exato no Peru para os participantes da pesquisa, foram selecionadas pessoas com renda de pelo menos 4.501 sóis peruanos por mês, equivalente a cerca de 985 libras esterlinas. Foi considerado que isso ajudaria a identificar os locais fora da capital Lima onde se encontram os peruanos mais ricos e avaliar suas opiniões. As respostas vieram de 20 departamentos peruanos, 65% localizados em Lima, 10% em Arequipa e 4% em Callao.

A maioria dos estudantes peruanos (61%) disse que gostaria de receber informações sobre estudos no exterior por e-mail, 16% preferem receber material por correio normal, 11% preferem o WhatsApp, 7% gostariam de receber informações por meio das redes sociais, e apenas 1% disse que gostaria de receber mensagens por meio de webinars ou de eventos em sua cidade.



Departamento no Peru onde os participantes estão localizados. Fonte: British Council Peru Survey da SOS Education Consultancy

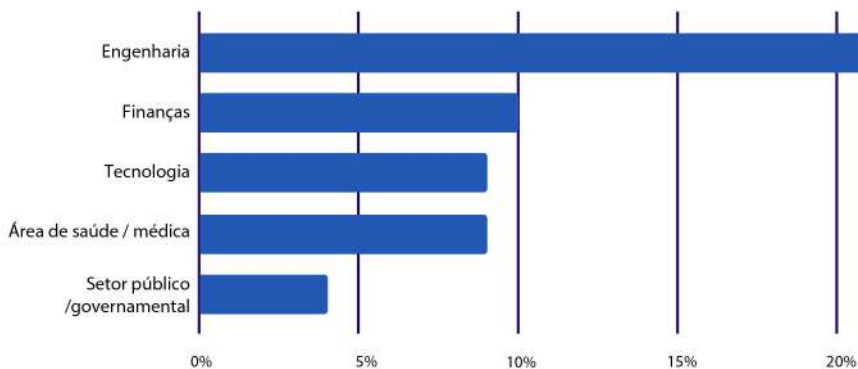
### > Grau de escolaridade atual



Situação atual do estudo dos participantes da pesquisa no Peru. Fonte: British Council Peru Survey da SOS Education Consultancy

Metade(48%)dosparticipantesestãoestudandoatualmente.Desses,metade(50%)trabalhaemtempo integral,24%estãoconcluindoumprogramadepós-graduaçãoeoutros50%estãoconcluindoumprograma de graduação.Quaseumquartodosentrevistados(26%)dissequeconcluiuosestudos,outros14%estão trabalhando e não estão estudando no momento.

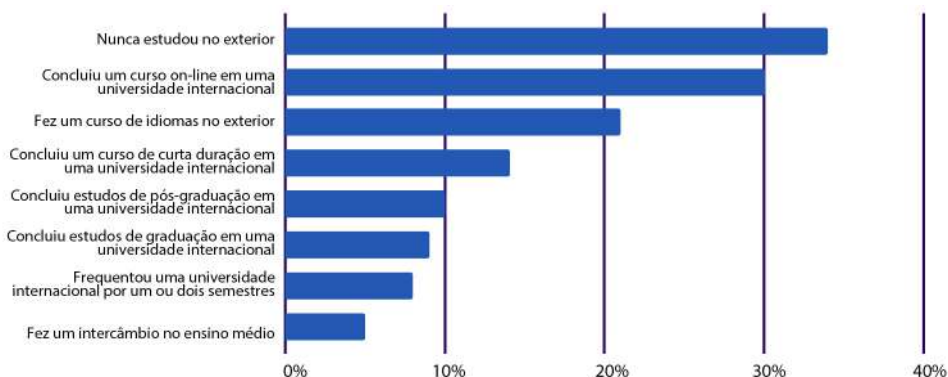
## > Aspirações de carreira no futuro



Qual destes setores descreve melhor as áreas em que você deseja seguir carreira? Cinco principais respostas.  
Fonte: British Council Peru Survey da SOS Education Consultancy

A engenharia é a área favorita e a mais popular para 22% do grupo entrevistado, seguida por economia/finanças (10%), saúde e tecnologia (9%, respectivamente), marketing (5%), e o setor público (4%).

## > Você já estudou no exterior?



Você já estudou no exterior? (selecione até três respostas). Fonte: British Council Peru Survey da SOS Education Consultancy

Dezenove participantes (9%) concluíram a graduação em uma universidade internacional. Deste subconjunto, 32% também concluíram estudos de pós-graduação em um país estrangeiro e 21% concluíram um curso on-line em uma universidade internacional. Nenhum dos participantes fez intercâmbio no ensino médio, mas 21% concluíram um programa internacional de idiomas. Três em cada dez peruanos (30%) concluíram um curso on-line em uma universidade internacional.

Vinte (10%) dos participantes da pesquisa completaram um programa de pós-graduação internacional, sete (35%) dos quais também completaram um curso on-line em universidades internacionais, dois deles com experiência em um programa de intercâmbio no ensino médio e quatro que completaram um curso internacional de idiomas.

## > Você já pensou em estudar em uma universidade no Reino Unido?

Acredito que estudar no Reino Unido melhoraria muito minhas perspectivas de carreira	36%
Ouvi falar muito bem do sistema educacional britânico	30%
É meu sonho estudar no Reino Unido	26%
Eu gostaria de concluir os estudos on-line em uma universidade do Reino Unido	24%
Só seria possível ir se eu ganhasse uma bolsa de estudos	17%
Seria necessário melhorar muito meu nível de inglês	15%
Eu estudaria no Reino Unido se houvesse um empréstimo financiamento disponível que eu pudesse pagar depois de me formar	14%
Nunca pensei em estudar no Reino Unido, mas consideraria	13%
Meu sonho é estudar no exterior, mas eu nunca considerei o Reino Unido	10%
Estudar no Reino Unido é muito caro para mim	5%
Nunca ouvi falar muito a respeito de estudos no Reino Unido	4%
Não tenho interesse em estudar no exterior	1%
Eu não gostaria de viajar para um lugar tão longe de casa	0,5%
Outro	1,5%

Você já pensou em estudar em uma universidade no Reino Unido? (selecione até três respostas)  
Fonte: British Council Peru Survey por SOS Education Consultancy

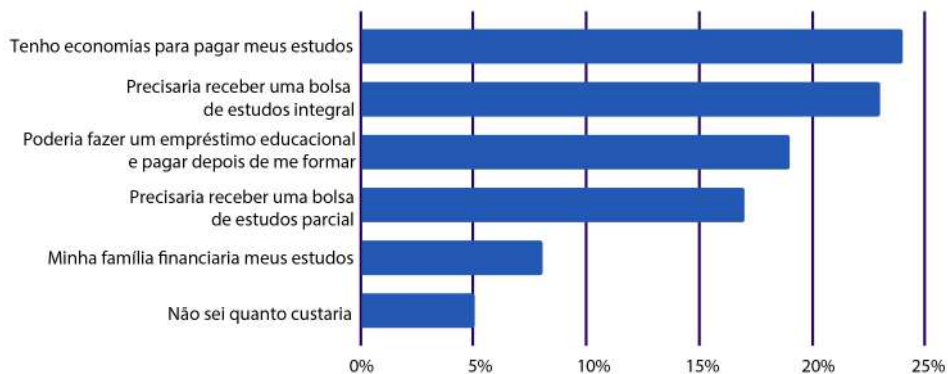
Quase um quarto (24%) dos participantes da pesquisa geral no Peru manifestou o desejo de estudar on-line em uma universidade britânica. Em uma pergunta separada, 30% confirmaram que já haviam completado os estudos on-line em uma universidade internacional. Um quarto (25%) dos participantes da pesquisa disse que era seu sonho estudar no Reino Unido. 43% dessas pessoas achavam que estudar no Reino Unido melhoraria muitas de suas perspectivas de carreira, 27% das pessoas ouviram falar muito bem

sobre a educação britânica e 14% disseram que teriam que melhorar seu inglês primeiro. Das que sonham em estudar no Reino Unido, 16% disseram que isso só seria possível com uma bolsa de estudos e 12% disseram que seria necessário um financiamento estudantil. Apenas um membro desse subconjunto disse que achava que os estudos no Reino Unido eram muito caros. Um quinto desse grupo tem interesse em concluir um curso on-line em uma universidade do Reino Unido.

Muitas pessoas no Peru disseram que estudar no Reino Unido melhoraria muito as perspectivas de carreira, um total de 35% dos participantes da pesquisa. 42% afirmaram ter ouvido falar muito bem

da educação no Reino Unido e um quarto do subconjunto declarou interesse em concluir um curso on-line de uma universidade britânica.

## > Como você financiaria seus estudos no exterior?

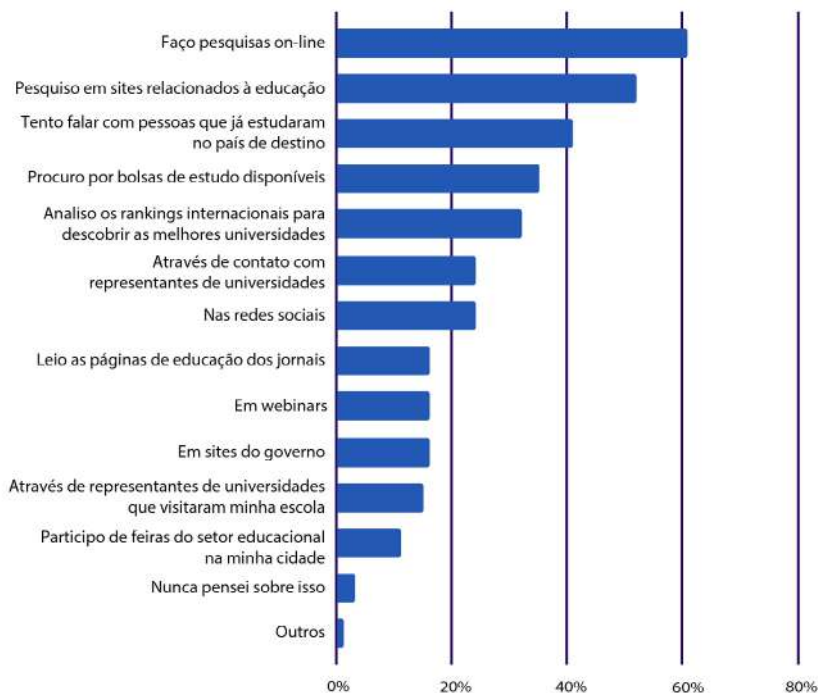


Se você recebesse uma oportunidade para estudar no exterior, como financiaria seus estudos?

Fonte: British Council Peru Survey da SOS Education Consultancy

Quase um terço (32%) dos estudantes no Peru declararam que não precisariam de apoio financeiro adicional para estudar no exterior, 24% dos participantes da pesquisa disseram que têm suas próprias economias, e 8% disseram que seus familiares cobririam os custos. Um quarto (23%) disse que precisaria de uma bolsa de estudos integral e estuda-se em uma universidade estrangeira, 17% precisariam de uma bolsa de estudos parcial, e 19% disseram que fariam um financiamento estudantil para pagar depois de se formar. Uma em cada 20 pessoas (5%) disse que não sabia quanto custaria estudar no exterior.

## > Qual é a melhor fonte de informações sobre estudos no exterior?

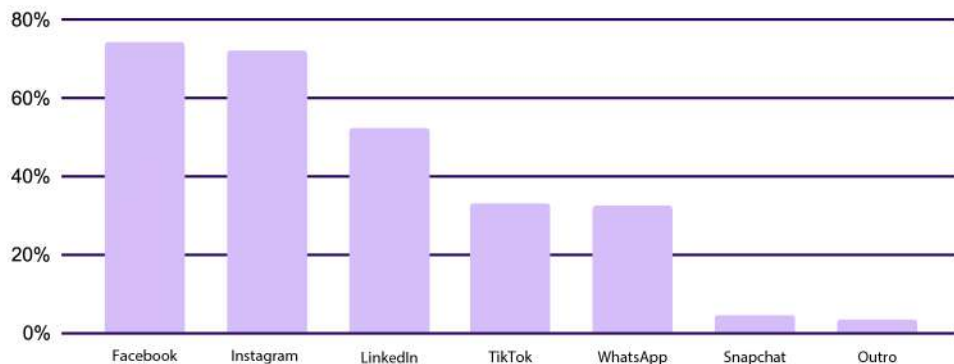


Onde você procuraria informações sobre estudos no exterior? (escolha as 5 principais)  
 Fonte: British Council Peru Survey da SOS Education Consultancy

A internet foi o meio mais popular de buscar informações, citado por 61% das pessoas no Peru. Mais da metade procuraria diretamente em sites relacionados à educação (os participantes poderiam selecionar até cinco respostas a esta pergunta). 41% tentariam falar com ex-alunos, 35% procurariam por bolsas de estudo e 32% analisariam rankings internacionais. Um quarto (24%) pesquisaria nas redes sociais e em sua proporção entraria em contato com os representantes das universidades. 16% dos participantes da pesquisa, respectivamente, mencionaram webinars, páginas de educação em jornais e sites do governo. Apenas uma em cada dez pessoas (11%) disse que iria a feiras de educação e 3% nunca haviam pensado nisso.



## > Melhor rede social para estudos no exterior?

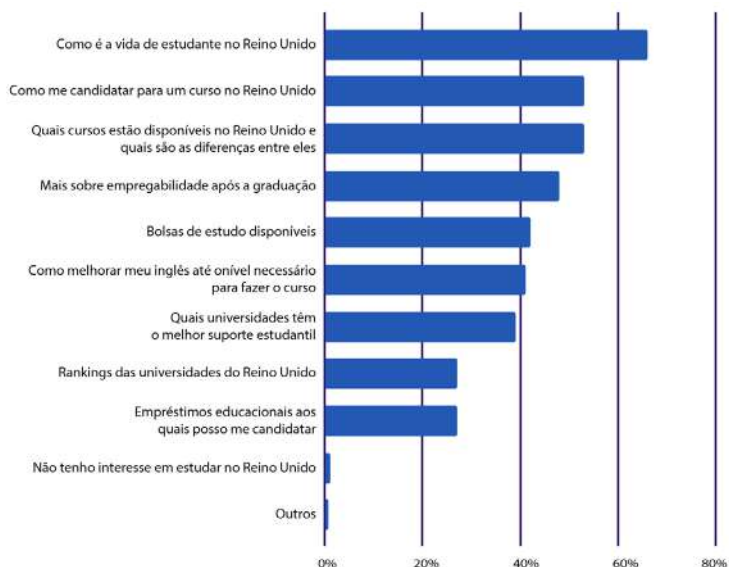


Que rede social você usaria para saber mais sobre oportunidades de estudo?

Fonte: British Council Peru Survey da SOS Education Consultancy

74% dos participantes da pesquisa peruana citaram o Facebook como a melhor plataforma para receber informações sobre estudos no exterior nas redes sociais, seguido de perto pelo Instagram, mencionado por 72%. Um terço (33%) citou o Tik Tok e 32% disseram que usariam o WhatsApp.

## > O que você quer saber sobre estudar no Reino Unido?

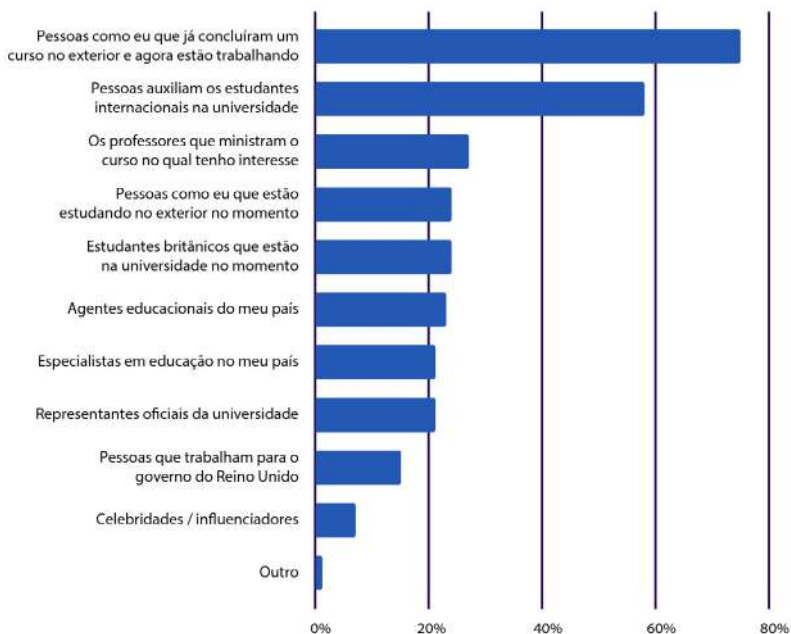


O que você gostaria de saber mais sobre estudar no Reino Unido? (escolha todas que se aplicam)

Fonte: British Council Peru Survey da SOS Education Consultancy

66% dos peruanos têm curiosidade em saber como é a vida dos estudantes no Reino Unido. Mais da metade (53%) quer saber coisas práticas como, por exemplo, como se inscrever em um curso e que variedade de cursos estão disponíveis no Reino Unido. 27% têm interesse nos rankings, 42% querem saber sobre bolsas de estudo e 27% querem saber sobre empréstimos disponíveis. 41% dos participantes mencionaram que precisariam melhorar a proficiência em inglês para chegar a um padrão necessário, e 39% querem saber que tipos de suporte e assistência estarão disponíveis nas universidades britânicas.

## > Fontes de informação confiáveis



Se estiver em busca de informações sobre estudar no exterior, prefiro ouvir (escolha 3)  
 Fonte: British Council Peru Survey da SOS Education Consultancy

Três quartos (75%) dos participantes da pesquisa valorizam a opinião dos ex-alunos. Os peruanos não querem ouvir apenas as pessoas que estão estudando no Reino Unido (mencionado por 24% das pessoas), eles valorizam a experiência dos ex-alunos que desde então acessaram a força de trabalho. Os peruanos também querem se conectar com as equipes da universidade, tanto os orientadores de apoio estudantil (citado por 58%) quanto o corpo docente (citado por 27%). Um quarto dos peruanos (23%) gostaria de receber informações dos agentes educacionais em seu país, 21% têm interesse em ouvir os especialistas locais em educação e também 15% querem saber a opinião de pessoas que trabalham para o governo britânico, e apenas 7% valorizam a opinião dos influenciadores e celebridades.

## Pesquisa Exclusiva

# Retrato dos estudantes no Peru

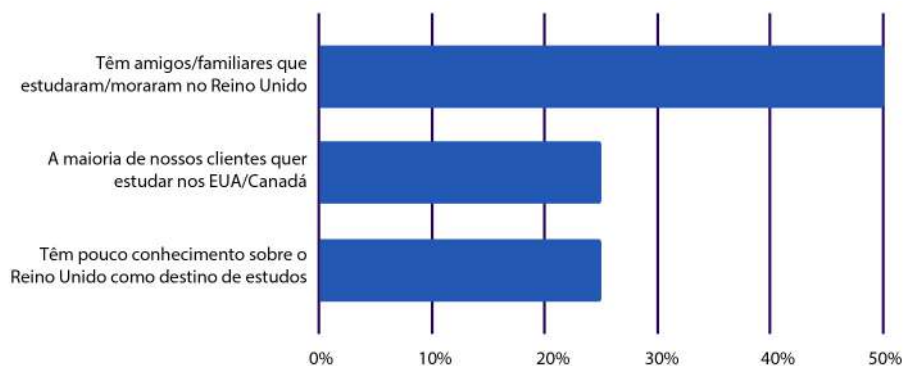
Quatro agências responderam à pesquisa que foi enviada a diversas agências que operam no Peru em janeiro de 2023. Metade dos agentes (50%) disse que a procura por cursos no Reino Unido aumentou após a pandemia global, e a outra metade (50%) disse que as solicitações diminuíram. A maioria das agências (75%) disse que gostaria de receber atualizações de informações por e-mail, e um agente disse que preferia receber mensagens por WhatsApp.

Três dos agentes no Peru disseram que 100% dos estudantes eram autofinanciados. Um confirmou que 69% dos clientes são financiados com recursos próprios ou pagos pela família, 1% recebe bolsas de estudos integrais e 30% recebe bolsas de estudos parciais. Apesar de dizer que todos os estudantes eram autofinanciados, uma agência salientou que ele trabalhou com o banco comercial BCP (Banco de

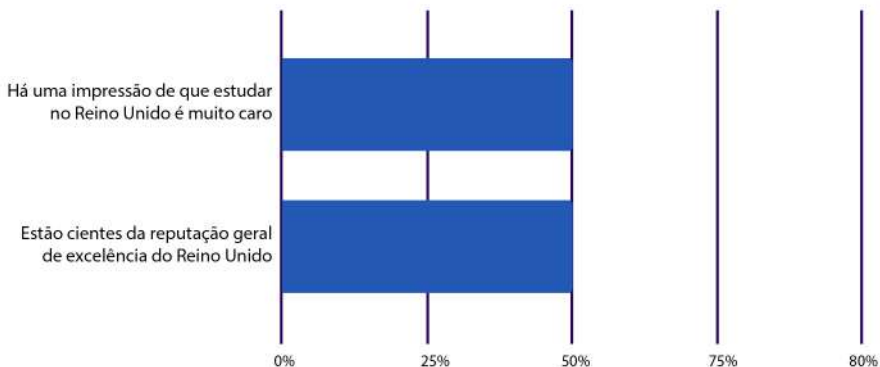
Crédito del Perú). Uma agência com base administrativa na Bolívia, mas operando no Peru, disse que é necessário ter um centro de teste do IELTS na Bolívia, e outra agência com sede no Peru disse que são necessárias mais datas do IELTS UKVI (UK Visas and Immigration).

Metade dos agentes no Peru (50%) disse que os clientes têm alguma referência em relação ao Reino Unido por meio de familiares ou amigos que passaram algum tempo lá, um agente disse que os clientes preferiam estudar nos EUA ou no Canadá, e outro disse que os clientes sabiam pouco sobre o Reino Unido como destino. Metade disse que os clientes estão cientes da reputação de excelência do Reino Unido. A outra metade disse que os clientes acreditam que os estudos no Reino Unido são muito caros.

## > O que os clientes sabem sobre o Reino Unido como país?



## > O que os clientes sabem sobre o Reino Unido como destino de estudos?

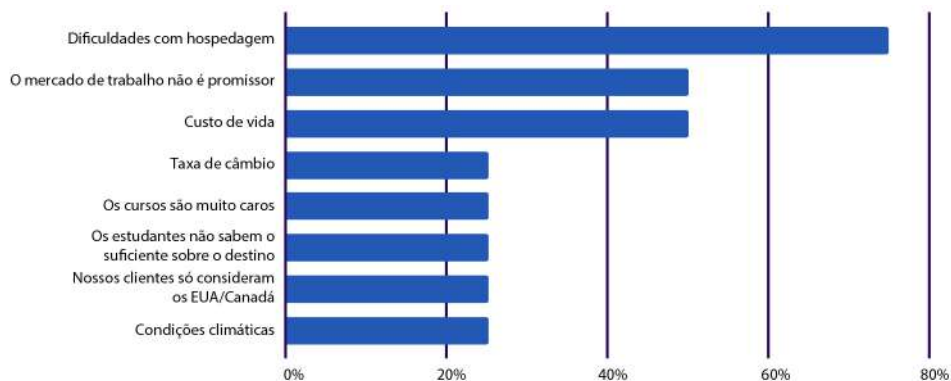


## > O que motiva os clientes na hora de escolher uma instituição de ensino?

Razão	Proporção de agentes citando o motivo
Oportunidades no mercado de trabalho após a conclusão dos estudos	100%
Classificações internacionais	75%
Custo do curso	75%
Custo de vida	75%
Permissão para trabalhar enquanto estuda	75%
Qualidade do ensino	25%
Qualidade de vida	25%
Expectativas salariais	25%
Clima	25%
Seguridade	20%
Aspectos culturais	10%
Proximidade a outros países europeus	10%
Clima	10%

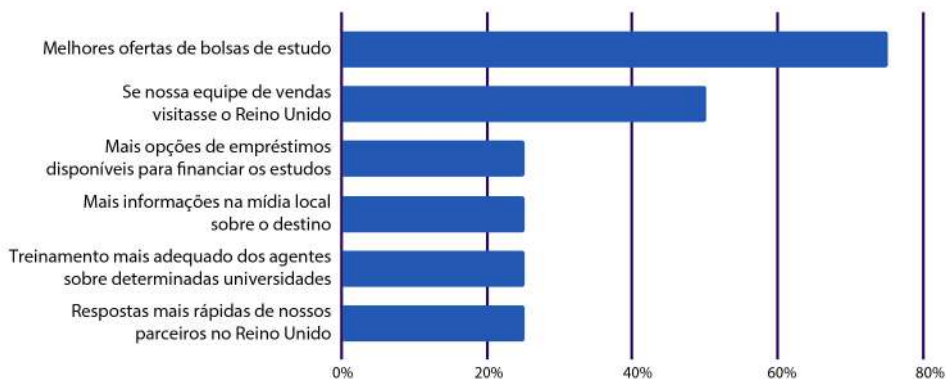
Todos os agentes no Peru responderam à pesquisa e disseram que a principal motivação para os peruanos escolherem uma instituição específica para estudar no exterior são as oportunidades de entrar no mercado de trabalho após a conclusão dos estudos. 75% dos agentes mencionaram os rankings internacionais, custo de vida e permissão para trabalhar enquanto estudam como principais motivadores.

## > Quais são os principais desafios em relação ao ensino superior no Reino Unido?



75% dos participantes mencionaram os problemas com a acomodação como o principal desafio a ser resolvido para concluir o ensino superior no Reino Unido. Para metade dos agentes (50%), o mercado de trabalho pouco promissor e o custo de vida representam os principais desafios. Três quartos (75%) dos agentes disseram que ofertas de bolsas de estudo melhores podem aumentar a demanda, e metade (50%) disse que a demanda pode aumentar se suas equipes de vendas visitarem o Reino Unido.

## > O que pode causar o aumento da demanda?

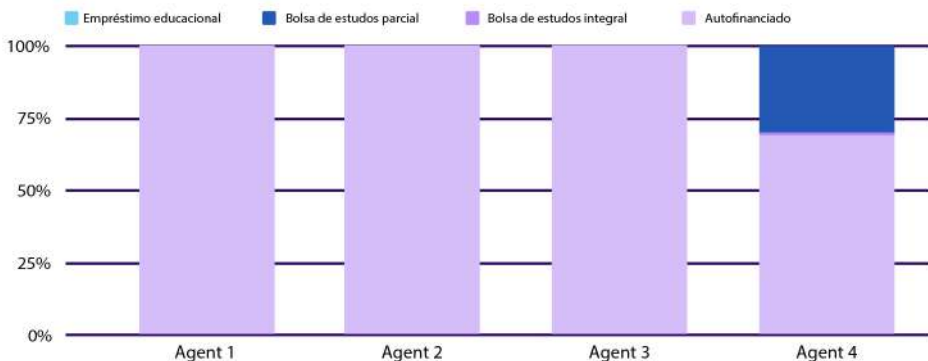


## > O que ajudaria a vender mais programas de ensino superior no Reino Unido?

Mais bolsas de estudo	100%
Viagens de familiarização para visitar universidades britânicas	75%
Respostas rápidas de parceiros do Reino Unido	75%
Melhorar o treinamento em relação ao Reino Unido como destino de estudos	50%
Informações claras sobre as regras de imigração	50%
Identificar pontos relevantes de cursos específicos das universidades	50%
Estatísticas relevantes de acesso ao mercado de trabalho	50%
Escalas/expectativas salariais claras para os graduados	25%
Depoimentos encorajadores de ex-alunos	25%
Escalas/expectativas salariais claras para los graduados	10%
Estadísticas relevantes de empleabilidad	10%
Testimonios contundentes de exalumnos	10%

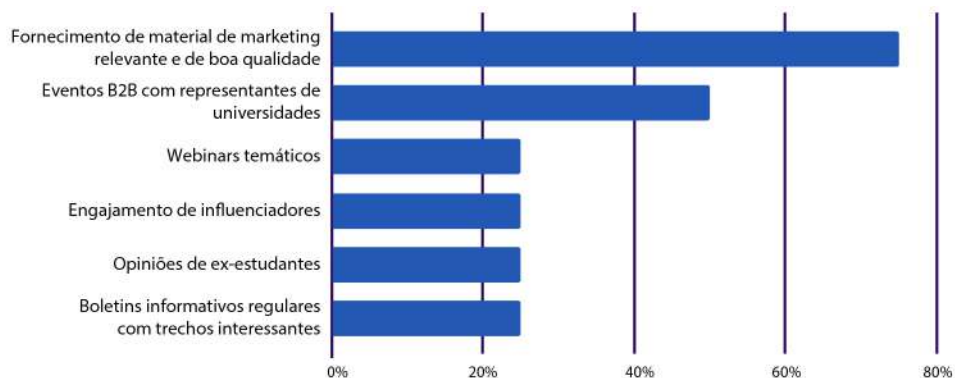
100% dos agentes disseram que aumentar as ofertas de bolsas de estudo para estudantes peruanos estudarem no Reino Unido ajudaria nas vendas de mais produtos do ensino superior britânico. A maioria dos agentes (75%) também disse que viagens de familiarização a universidades britânicas ajudaria a aumentar as vendas, e a mesma proporção pediu respostas mais rápidas dos parceiros no Reino Unido. Metade dos agentes no Peru (50%) quer melhorar o treinamento em relação ao Reino Unido como destino, além da identificação de argumentos de venda exclusivos para cada universidade, informações claras sobre imigração e estatísticas relevantes de empregabilidade.

## > Como os estudantes universitários financiam os estudos?



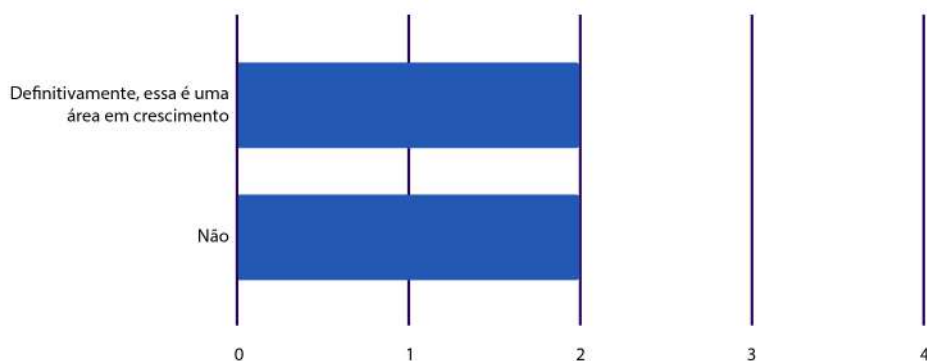
A grande maioria (92%) dos estudantes universitários no Peru são autofinanciados, de acordo com os agentes do mercado, e 75% dos agentes disseram que todos os seus clientes são autofinanciados.

## > Como o British Council pode auxiliar sua agência para aumentar as candidaturas?



75% dos agentes peruanos gostariam de receber um material de marketing relevante e de boa qualidade para promover o Reino Unido como um destino de estudos para o ensino superior. Metade dos agentes também mencionou que gostaria de participar de eventos B2B com representantes da universidade. Já os webinars temáticos, newsletters regulares com informações interessantes, opinião dos ex-alunos e engajamento de influenciadores foram mencionados por 25%, respectivamente.

## > Você acha que existe mercado para uma oferta on-line de universidades do Reino Unido?



As opiniões dos agentes no Peru foram divididas em relação ao potencial do mercado para uma oferta on-line das universidades britânicas. Metade (50%) disse que a área definitivamente está em crescimento e a outra metade disse que não.

# Análise do Peru

Os números da UNESCO [sugerem](#) que a Grã-Bretanha é o 9º destino mais popular para estudantes com mobilidade internacional de ensino superior do Peru, o terceiro destino de língua inglesa mais popular, depois dos Estados Unidos e da Austrália, e mais popular que o Canadá. No entanto, é possível melhorar a participação de 2% no mercado.

Os números australianos caíram em 2020 e 2021, devido ao fechamento prolongado das fronteiras, mas a recuperação foi imediata em 2022. O acordo comercial assinado recentemente entre os dois países abrirá mais o caminho para um crescimento ainda maior, com a possibilidade de instituições australianas abrirem um campus no Peru e o potencial de reconhecimento de qualificações australianas lá.

Apesar de o número de peruanos com permissão para estudar no Canadá ter caído 35% em 2020 durante a pandemia, a recuperação foi excepcional e os números cresceram 275% no ano seguinte. A Câmara de Comércio bilateral ativa, oferecendo uma variedade de webinars práticos com faculdades parceiras e envolvimento como EdTech Apply Board podem ser responsáveis por partes desse crescimento. O número de estudantes peruanos nos EUA não diminuiu durante a pandemia e continuou a crescer, o que comprova a eficácia da flexibilidade, que permitiu que os estudantes se registrassem em instituições americanas e começassem a estudar sem viajar imediatamente.

Ataxa de resposta de agentes no Peru relativamente baixa em comparação com outros mercados da região reflete uma cena menos ativa no local. No entanto, é importante observar que os agentes no Peru trabalham principalmente com ensino superior, têm uma alta proporção de clientes autofinanciados e listam o Reino Unido como um dos principais destinos. Quase um terço (32%) dos peruanos disse que poderia financiar seus próprios estudos no exterior, seja com economias ou com a ajuda de familiares.

Os agentes no Peru indicaram que os preços dos cursos e o custo de vida eram importantes para seus clientes. Esta afirmação foi confirmada por [62%](#) dos estudantes peruanos que escolheram os EUA em 2019, mas não nas conclusões deste estudo. Apenas 5% dos estudantes disseram que estudar no Reino Unido era muito caro para eles (embora 17% tenham dito que precisariam de um bolsa de estudo e 14% disseram que precisariam de um financiamento). Em uma pergunta separada, a mesma proporção (5%) indicou que não sabia quanto custaria estudar no Reino Unido.

Apenas um local oferece o teste do UKVI IELTS no Peru, com apenas [um](#) dia e horário disponíveis por mês, portanto, essa oferta parece insuficiente. Embora não esteja claro quantos alunos podem fazer o teste por dia, pelo menos um agente disse que é preciso aumentar o número de datas do teste (outro agente mencionou que gostaria que houvesse um centro de teste disponível na Bolívia).

Maiores dos peruanos têm impressões positivas do Reino Unido como destino de estudos. Mais de um terço (35%) acha que estudar no Reino Unido ajudaria muito nas perspectivas de carreira, e apenas 4% não tinha ouvido falar muito sobre o assunto. Os estudantes no Peru querem ouvir a opinião dos ex-alunos, especificamente daqueles que já ingressaram no mercado de trabalho. Todos os agentes concordaram que as oportunidades de emprego após a conclusão dos estudos são a principal motivação para os estudantes no Peru, mencionando as preocupações em relação ao atual mercado de trabalho do Reino Unido.

Engenharia foi a área mais popular nos resultados da pesquisa, citada por [22%](#). A mesma preferência foi mencionada por [13%](#) dos estudantes peruanos do ensino superior na Austrália e [17%](#) dos estudantes com destino aos Estados Unidos. O setor de economia/finanças foi a segunda opção mais popular entre os participantes (escolhido por [10%](#) dos estudantes). É uma área que vale a pena promover,



considerando que os cursos de administração e finanças são frequentados por 29% dos estudantes peruanos do ensino superior na Austrália e procurados por 31% que escolhem universidades americanas.

Um quarto dos estudantes peruanos tem interesse em concluir estudos on-line em uma universidade do Reino Unido, e 30% já concluíram um curso on-line em uma universidade internacional, embora a duração dos cursos não seja conhecida. Embora nem todos os agentes no Peru acreditem que há muita demanda para uma oferta on-line das universidades do Reino Unido, certamente é uma área que vale a pena investigar. Entretanto, antes de lançar uma oferta on-line no Peru, é importante entender o cenário local em relação ao reconhecimento de qualificações, que não é o foco deste relatório.

As universidades britânicas estão presentes no Peru, com 48 universidades do Reino Unido aprovadas pelo SERVIR (oferecendo bolsas de estudo para funcionários do setor público) e 58 aprovadas pelo provedor de bolsas PRONABEC. Embora as universidades britânicas estejam entre 8% das universidades aprovadas, 15% das bolsas concedidas em 2022 foram para estudantes com destino ao Reino Unido. O resultado é muito positivo, mas sempre há espaço para melhorar. Universidades parceiras têm a oportunidade de se encontrar com futuros estudantes em um evento anual oferecido pelo PRONABEC, que normalmente acontece em setembro. O evento foi on-line nos últimos anos, mas apenas 11 universidades do Reino Unido participaram em 2022. Não está claro quais são as iniciativas que as universidades britânicas estão adotando para promover a oferta no Peru.

# Recomendações

## > Engajamento de alto nível

- O envolvimento como Ministério de Comércio Exterior e Turismo para verificar os déficits de habilidades que podem ser resolvidos com uma oferta de programas de curta duração por universidades do Reino Unido. É recomendável ter o mesmo envolvimento com as associações industriais, particularmente na mineração, para suprir as habilidades mais urgentes com uma oferta do Reino Unido.
- Também é recomendável melhorar a comunicação com o Ministério de Energia e Mineração, para identificar os déficits de habilidades mais urgentes que podem ser resolvidos por meio de cursos oferecidos por provedores do Reino Unido. Além disso, vale a pena considerar um programa de bolsas de estudos para mulheres na mineração.
- Estabelecimento de uma parceria com o Ministério da Educação para investigar a possibilidade de concessão de bolsas de inclusão no ensino superior para estudantes com renda mais baixa das escolas de alto desempenho do COAR.

## > Oferta on-line

- A aprovação do Tratado Reino Unido/Peru para o reconhecimento mútuo de diplomas visa abrir o mercado para uma forte oferta de programas on-line, particularmente para executivos de alto nível que talvez não tenham tempo de viajar para o Reino Unido por longos períodos.
- Há oportunidades para oferecer mais cursos de especialização a curto prazo e importante entender a oferta atual dos concorrentes para avaliar melhor como abordar esse assunto, com a promessa de um retorno sobre o investimento para os estudantes em potencial.

## > O engajamento do Reino Unido

- As universidades precisam explorar a oferta de aulas especiais que podem ser oferecidas on-line como forma de mostrar os pontos fortes das instituições específicas, alinhadas com os déficits de competências identificados no relatório.
- O envolvimento do setor de língua inglesa ou de universidades do Reino Unido com escolas de idiomas internas para oferecer programas de inglês de nível executivo com foco em associações industriais.
- As universidades do Reino Unido devem ser incentivadas a participar do evento nacional do PRONABEC para conhecer os estudantes em potencial. Campanhas de comunicação nacional e mensagens do Reino Unido nesse período alinhadas com os anúncios de convocação do PRONABEC e do SERVIR.

## > Construção da marca

- É importante planejar uma campanha de construção de marca para aumentar ainda mais o conhecimento positivo que existe e respeitar o Reino Unido.
- A versão em espanhol da plataforma StudyUK deve ser lançada após uma campanha de mídia estratégica, com um convite para os estudantes participarem de eventos de lançamento nas principais cidades peruanas, Lima e Arequipa. Os estudantes de outras cidades podem ser convidados a participar de um evento de lançamento on-line.

## > Estratégia de comunicação

- O status atual do tratado entre o Reino Unido e Peru a respeito do reconhecimento mútuo de diplomas apresentado ao Parlamento em maio de 2021 não está claro, mas haverá uma campanha nacional na mídia do Peru assim que for totalmente acordado.
- Identificação dos principais sites peruanos que transmitem mensagens relacionadas à educação para considerar o patrocínio para que os usuários do site vejam a marca #StudyUK assim que entrarem no site.
- A colocação na mídia pode incluir uma chamada para ação, por exemplo: um convite para os estudantes participarem de webinar temáticos com a participação de pequenos grupos de universidades britânicas. Ou um webinar sobre engenharia ambiental com a participação de uma universidade em Londres, uma na Escócia e uma na Irlanda do Norte.
- É importante desenvolver uma estratégia de comunicação por e-mail para que os estudantes não sejam bombardeados com mensagens irrelevantes. É improvável que os estudantes do Peru se interessem pelos sucessos de um estudante japonês da mesma forma que se interessariam pela história pessoal de alguém de Arequipa que ganhou uma bolsa de estudos para o Reino Unido que mudou sua vida.
- As mensagens com mais repercussão com os estudantes do Peru incluem: vida estudantil no Reino Unido, guia passo a passo para se candidatar à universidade no Reino Unido, depoimentos em vídeo de ex-alunos peruanos graduados que estão no mercado de trabalho atualmente, ofertas de bolsas de estudo abertas a estudantes do Peru com avoz de ex-bolsistas do Peru.
- Uma lista de bolsas de estudo do Reino Unido abertas a estudantes peruanos, incluindo Chevening e o planejamento de eventos de webinar com ex-bolsistas (geração de leads para futuras campanhas).

- O envolvimento com ex-alunos do Peru compartilhando histórias de sucesso é uma parte muito importante da estratégia de comunicação. Cafés de manhã virtuais são um bom maneira de interagir com estudantes em potencial, para que tenham chance de conversar com alguém que concluiu o curso que estão considerando.

## > Relacionamento com agentes

- Embora não haja associação de agentes no Peru, os agentes presentes neste relatório vendem ativamente programas de educação superior e relatam altos índices de estudantes autofinanciados. A maioria dos agentes já tem parcerias diretas com universidades do Reino Unido, e todos, exceto um, gostariam de mais, portanto, há espaço para fazer apresentações com universidades britânicas em atividade na região ou que gostariam de aumentar as admissões.
- Se não for possível viajar até o Peru, vale a pena planejar um evento on-line B2B para que os agentes peruanos possam conhecer os representantes responsáveis pela região. Os agentes devem receber materiais de marketing de boa qualidade para fortalecer a qualidade do trabalho.
- Revisão da oferta atual de testes UKVI IELTS no Peru e a quantidade de estudantes em listas de espera. É importante verificar se a oferta de testes de inglês está atendendo à demanda, e para evitar circunstâncias em que os estudantes não podem viajar para o Reino Unido para estudar em programas de ensino superior devido aos atrasos nos testes de idiomas.

## > Plataformas EdTech

- É recomendada a colaboração com as plataformas EdTech que oferecem soluções de recrutamento de estudantes para garantir que as mensagens do Reino Unido estejam corretas. Embora a ApplyBoard já trabalhe com um portfólio de agentes no Peru, a Adventus também planeja entrar nesse mercado.

## > Redes escolares

- Desenvolvimento de uma rede de escolas peruanas internacionais e IB, além do oferecimento de treinamento para orientadores escolares. Esta rede deve incluir as 25 escolas COAR de alto desempenho que oferecem treinamento intensivo de inglês e currículo IB gratuitamente.
- As principais mensagens disponíveis em espanhol sobre segurança e serviços para estudantes são muito importantes para os pais. Os pais também podem preferir a hipótese de enviar os filhos para cidades menores do que Londres.

## > Recrutamento de estudantes

- Não está claro se há demandas suficientes no Peru para justificar a organização de um evento exclusivo do #StudyUk, e a FPP e a BM não estão em atividade no Peru (o mercado está presente em eventos LATAM mais amplos). No entanto, o educationfair.nl sediará uma feira em Lima em março de 2023, e é recomendável que o pessoal do British Council compareça para avaliar a qualidade antes de aconselhar a participação de universidades do Reino Unido.



