

Observatorio Educaedu de la Formación

Webinar: 11/06/2020



Sumario

1. **Presentación**
2. **¿Hay luz al final del túnel?. Datos de mercado.**
3. **Impacto del COVID-19 en los estudiantes.**
4. **Impacto del COVID 19 en los centros.**



Grupo Educaedu:

Líder en orientación académica y generación de leads



120 millones de visitas al año, en todo el mundo



50 millones de visitas de alumnos buscando formación en **España**



5 millones de leads generados y 4,5 millones de fans en Facebook.



Presencia en 20 países y en 11 mercados.



Líderes en España, México, Brasil, Portugal, Colombia y Chile.



6 millones de currículums.

educaedu

tumaster

BUSCAOPOSICIONES.com

educaweb (*)

avanza
entucarrera.com

a+ aprendemas.com

CC CanalCursos.com
La mejor formación a un solo click

infoempleo

TopFormacion.es
¿Te conformas o te formas?

Hay luz al final del túnel

Grandes líneas

A lo largo del confinamientos se ha registrado un importante incremento de las búsquedas de **formación online**.

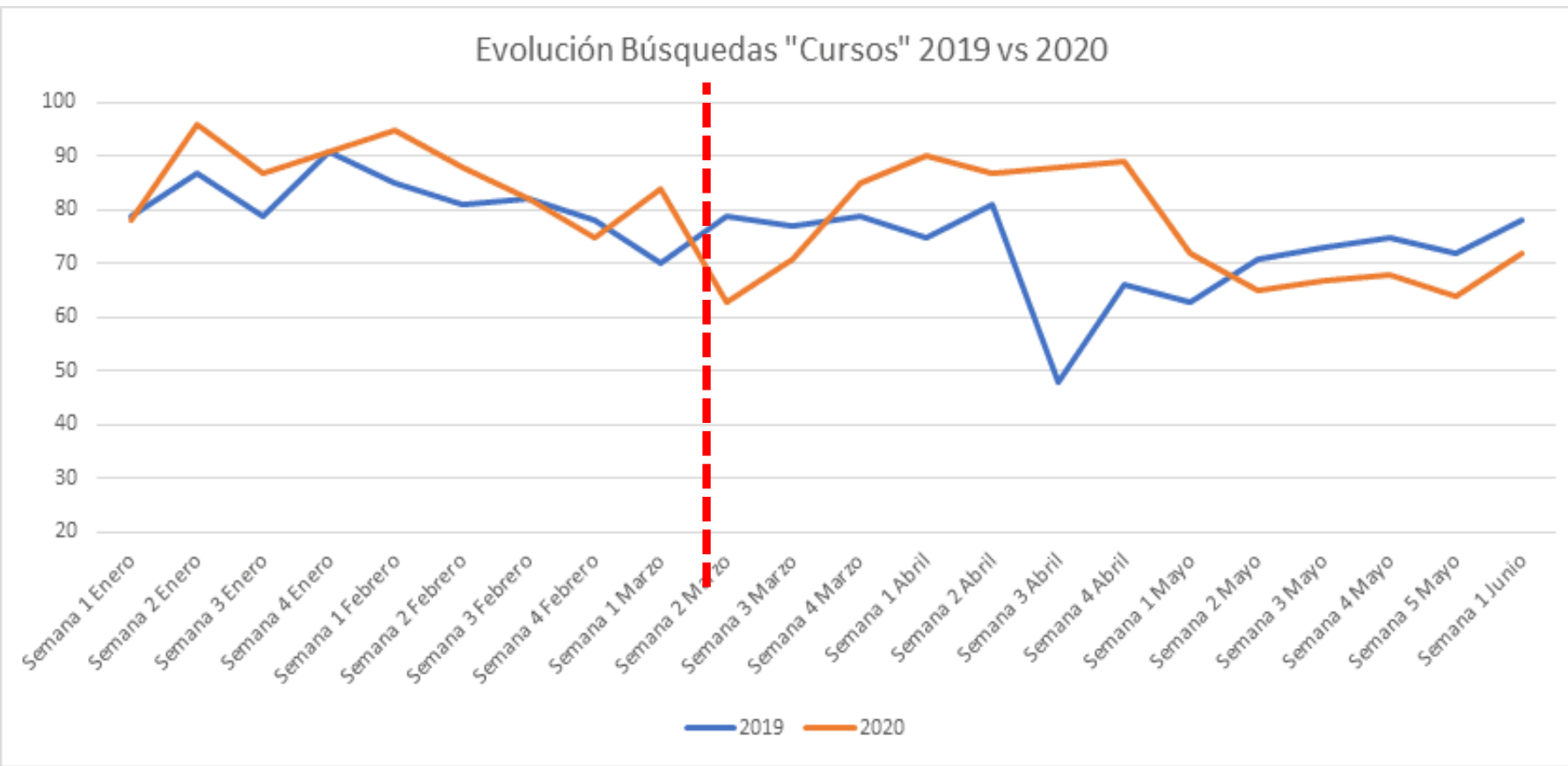
Los datos recogidos durante los últimos días apuntan a una **#vueltanuevanormalidad**, donde la mayoría de indicadores están volviendo a valores anteriores a la crisis sanitaria.

La **transformación digital** de los centros de formación ha experimentado un acelerón sin precedentes en estas últimas doce semanas. Es obligado estar 100% preparados para una eventual segunda oleada.

Un alto porcentaje de los alumnos potenciales manifiestan que el COVID-19 les ha estimulado en su decisión de formarse.

¿Cómo ha impactado la crisis en la demanda de formación?

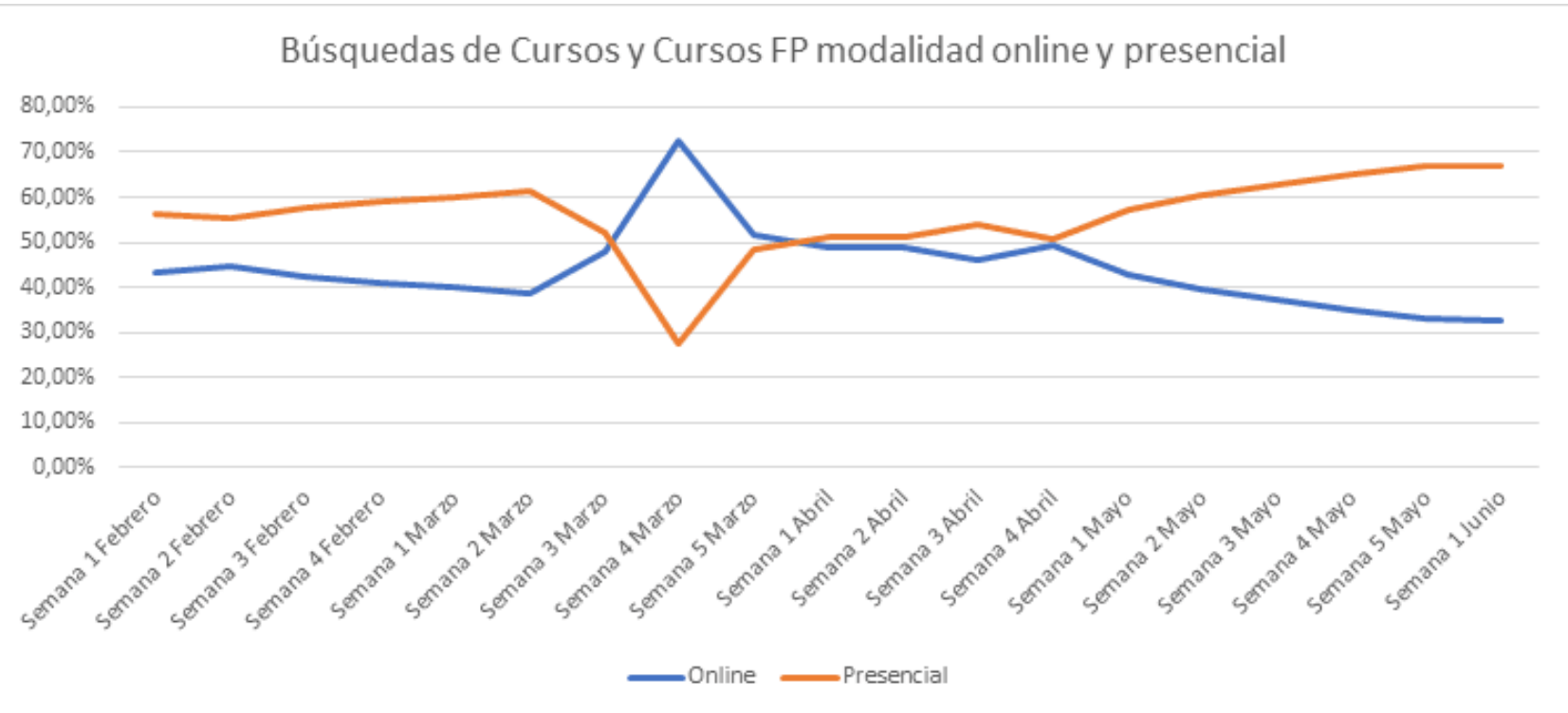
Al inicio de la alerta sanitaria las búsquedas de cursos crecieron fuertemente. El volumen de búsquedas se ha mantenido por encima hasta primeros de mayo. Actualmente, la demanda de cursos está por debajo del 2019. Los estudiantes han aprovechado el confinamiento para buscar información y matricularse en centros online.



La demanda agregada de formación permanece estable a pesar de la crisis.

¿Esta volviendo la demanda de formación a la normalidad?

Transvase de demandas: Al inicio de la crisis, las búsquedas de cursos online crecieron fuertemente vs las presenciales. Sin embargo, las curvas se han vuelto a cruzar para alcanzar valores de precrisis sanitaria. Otro signo más de vuelta a la normalidad



1. La demanda de formación está volviendo a la normalidad.

2. La crisis sanitaria impulsó de forma significativa la demanda de formación online pero con la desescalada estamos volviendo a los valores previos de la crisis.

Demanda por tipos de Formación

	Tipo Formación	feb-20	may-20	Crecimiento
En mayo 2020, los cursos presenciales son los más demandados al igual que lo eran en Febrero 2020	Cursos Presenciales	43,70%	45,40%	3,89%
	Cursos Online	23,70%	23,00%	-2,95%
La demanda de Cursos de FP Presenciales está creciendo notablemente, 33,90%	Cursos FP Presenciales	11,80%	15,80%	33,90%
	Cursos FP Online	8,80%	8,80%	0,00%
	Masters Presenciales	3,90%	2,10%	-46,15%
	Masters Online	5,30%	3,50%	-33,96%
	Grados Presenciales	1,60%	0,70%	-56,25%
	Grados Online	1,20%	0,70%	-41,67%
	Total	100,00%	100,00%	0,00%

Demanda de Cursos y Cursos FP por provincias

Madrid, Barcelona y la formación Online siguen siendo en números absolutos las provincias con mayor demanda. Representan el 49% de la demanda global.

La recuperación de la demanda presencial está siendo diferente según la provincia.

	feb-20	may-20	Diferencia
Murcia	0,76%	2,00%	163,22%
Málaga	2,04%	2,80%	37,25%
Vizcaya	1,72%	2,30%	33,66%
Pontevedra	0,99%	1,20%	21,64%
Baleares	1,43%	1,70%	19,13%
Valladolid	0,91%	1,00%	10,29%
Sevilla	2,65%	2,90%	9,31%
Alicante	2,77%	2,90%	4,77%
Madrid	13,69%	13,50%	-1,39%
A Coruña	1,61%	1,50%	-6,59%
Zaragoza	1,94%	1,80%	-7,11%
Online	29,01%	26,40%	-8,99%
Valencia	5,23%	4,40%	-15,91%
Barcelona	12,13%	9,10%	-24,97%

Las provincias más pobladas aun no han vuelto a la normalidad

- 1. En mayo de 2020 la demanda de programas presenciales sigue siendo mayor que la de programas Online al igual que antes de la crisis.**
- 2. Gran crecimiento de la demanda de cursos de FP presenciales.**
- 3. La demanda de cursos presenciales no está creciendo a la misma velocidad en todas las provincias.**

Oportunidades de negocio y desarrollo de nuevos productos formación Online

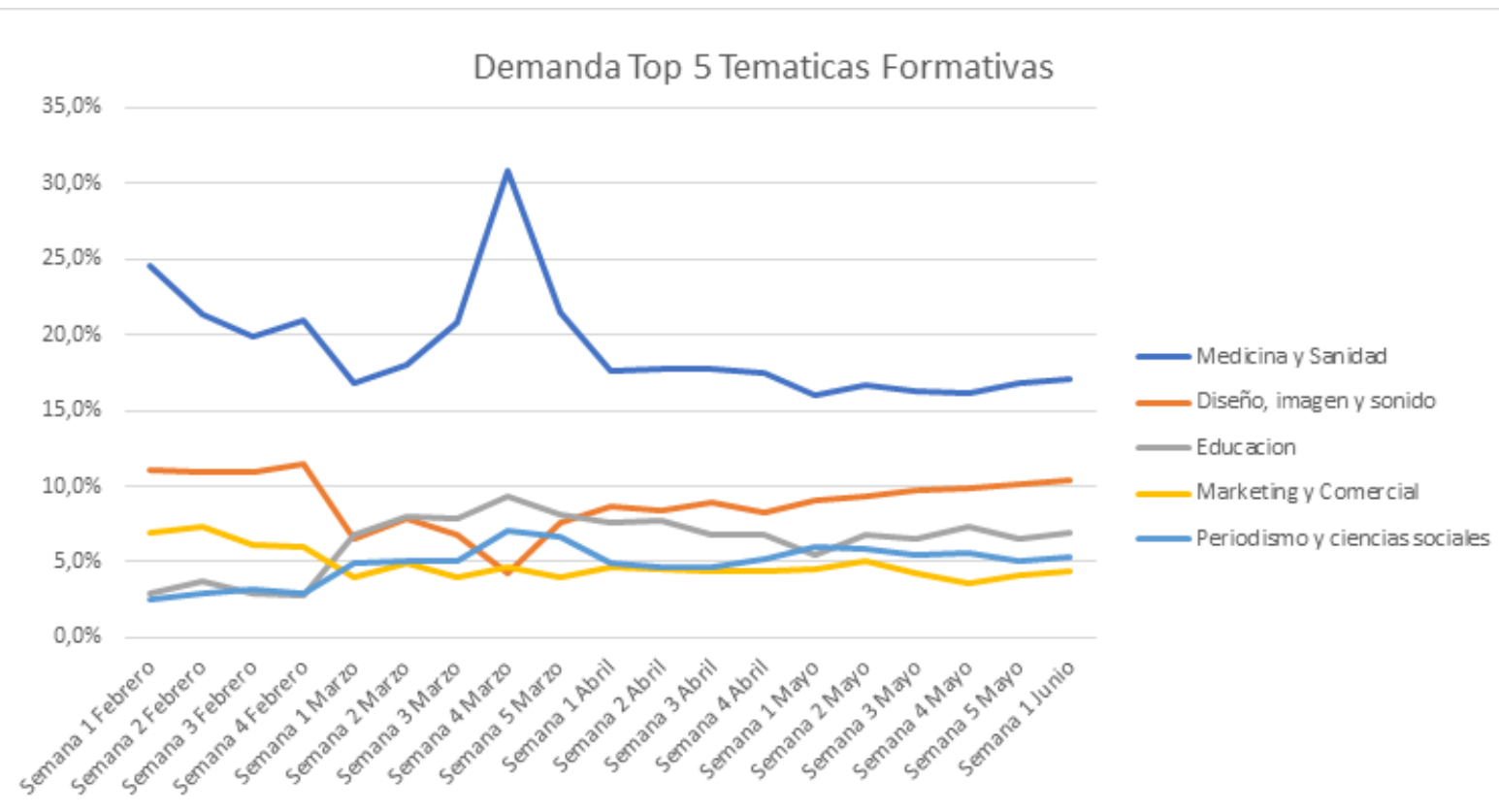
Existen oportunidades en el mercado con competencia reducida para desarrollar nuevos productos y así satisfacer la demanda existente	Subcategoría	Provincia	Búsquedas / mes
	Ley de Contratos del Sector Público LCSP	Online	777
	Auxiliar de Guardería / Jardín de Infancia	Online	757
	Fisioterapia Deportiva	Online	732
	Contabilidad	Online	628
	Coaching Nutricional	Online	621
	Estética y Belleza	Online	500
	Auxiliar de Geriatría	Online	488
	Vigilante de Seguridad	Online	438
	Electricidad: Instalaciones Eléctricas	Online	415
	Gestión de Contratación Pública	Online	400
	Enfermería en Quirófano	Online	384
	Atención Temprana	Online	365
	Educación Infantil especialista Inteligencia Emocional	Online	359
	Dificultades del Aprendizaje	Online	351
Dirección de Fotografía	Online	348	

Oportunidades de negocio y desarrollo de nuevos productos formación presencial

Se detectan oportunidades en temáticas demandadas por los usuarios y con poca competencia frente a otras categorías más competidas	Subcategoría	Provincia	Búsquedas/mes
	Edición Digital de Imágenes	Madrid	676
	Diseño de Moda	Madrid	500
	Coaching Emocional	Madrid	394
	Auxiliar de Guardería / Jardín de Infancia	Madrid	291
	Coaching Deportivo	Barcelona	281
	Auxiliar de Vuelo	Barcelona	279
	Vehículos Eléctricos	Madrid	279
	Osteopatía	Madrid	275
	Dirección Cinematográfica	Madrid	246
	FP Técnico Superior en Acondicionamiento Físico	Madrid	245
	FP Técnico en Farmacia y Parafarmacia	Las Palmas	244
	Dietética y Nutrición	Madrid	234
	Ciberseguridad - Seguridad Informática	Madrid	233
	FP Técnico Superior en Dirección de Cocina	Barcelona	233
Tanatoestética - Tanatopraxia	Granada	227	

¿Ha afectado la crisis a las categorías formativas demandadas por los usuarios?

Medicina y Salud sigue siendo la temática formativa más demandada seguida de la categoría de Diseño, Imagen y Sonido, que, tras caer fuertemente al inicio del confinamiento, ha recuperado los valores que tenía antes de la crisis sanitaria



¿Ha afectado la crisis a las categorías formativas demandadas por los usuarios?

La crisis ha modificado las categorías de estudios más demandadas. Las categorías relacionadas con el Marketing y la educación han sido las más beneficiadas.

Categorías que más decrecen tras COVID-19		Categorías que más crecen tras COVID-19	
Intervención y Mediación Familiar	▼ 389	Gamificación	▲ 384
Consultoría de SAP	▼ 337	MBA Marketing Digital	▲ 361
Ingeniería Industrial	▼ 279	Business Analytics	▲ 350
Diseño de Interiores	▼ 214	Branding	▲ 327
Educación Infantil especialista en Atención Temprana	▼ 158	Psicomotricidad Infantil	▲ 293
Musicoterapia	▼ 157	Dirección de Arte	▲ 263
Neuromarketing	▼ 141	Gestión Comercial y Marketing	▲ 216
Protocolo y Organización de Eventos Institucionales	▼ 138	Preparador Físico	▲ 182
Organización de Eventos	▼ 110	Acoso Escolar - Bullying	▲ 166
Mantenimiento Industrial	▼ 101	Tecnologías de la Información para la Educación	▲ 94

- 1. Tanto en la formación online como presencial, existen oportunidades de negocio en temáticas formativas dónde hay demanda y escasa competencia.**
- 2. Por temáticas, la categoría de sanidad y la de imagen y sonido siguen siendo las más demandas por los usuarios, como ocurría antes de la crisis.**
- 3. La crisis ha afectado notablemente a la demanda de temáticas formativas específicas.**

**Impacto del COVID-19 en
los usuarios**

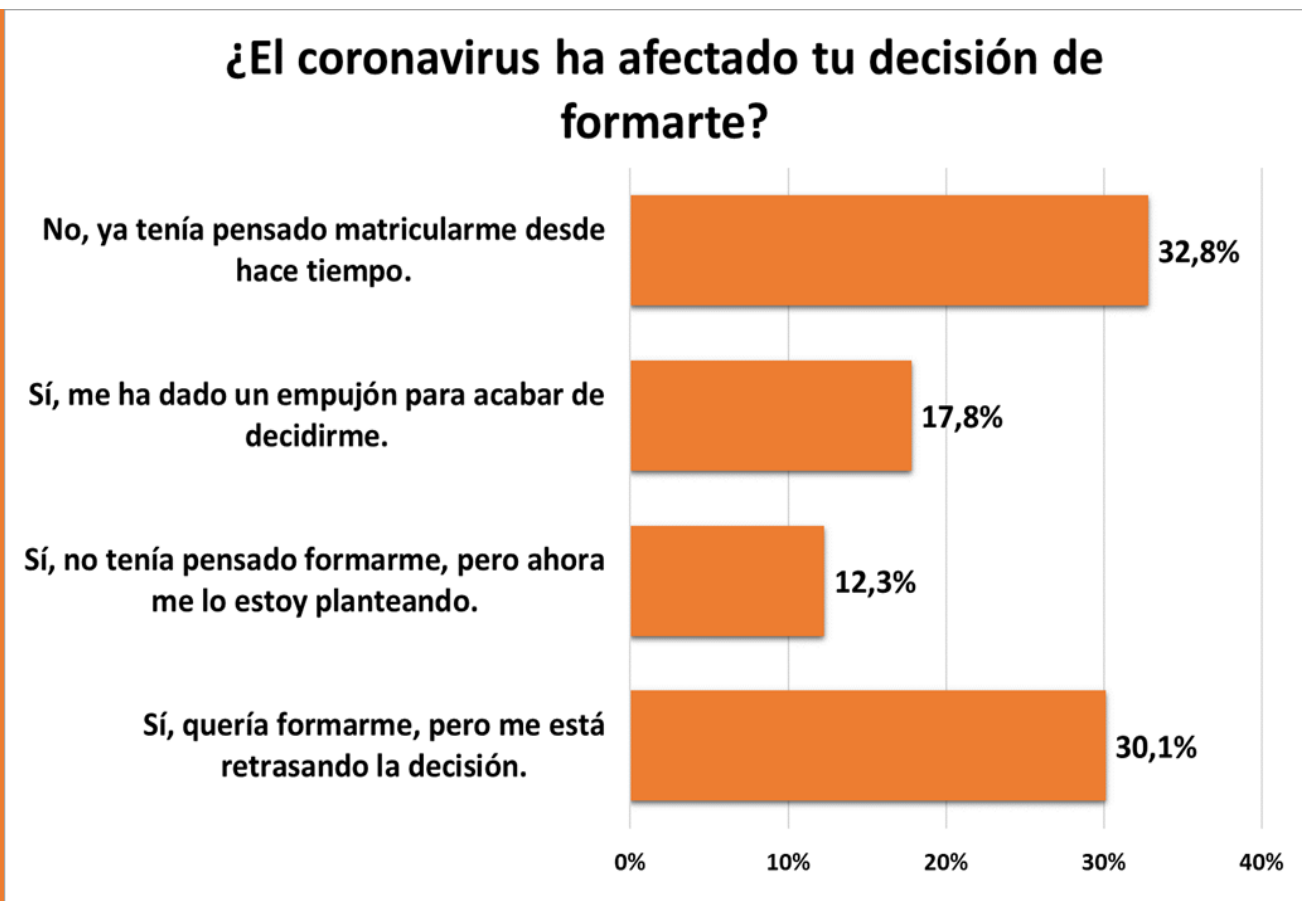
**Encuesta a usuarios del
Grupo Educaedu en España**



¿Ha afectado la crisis a la decisión de matricularse?

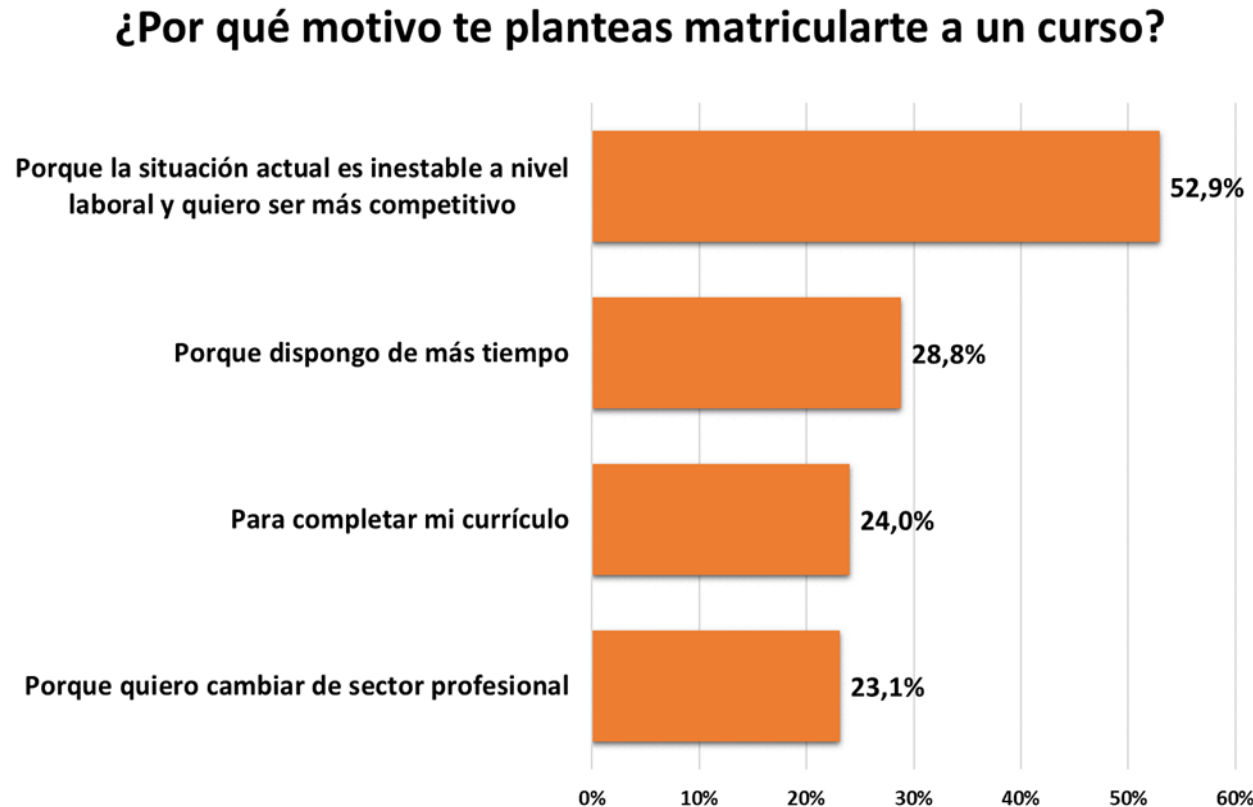
La decisión de matricularse en un programa formativo se ha visto afectada por la situación de emergencia sanitaria.

El 30,1% manifiesta que la crisis sanitaria ha retrasado su decisión de matricularse en un programa formativo.



¿Por qué quieren estudiar un programa formativo?

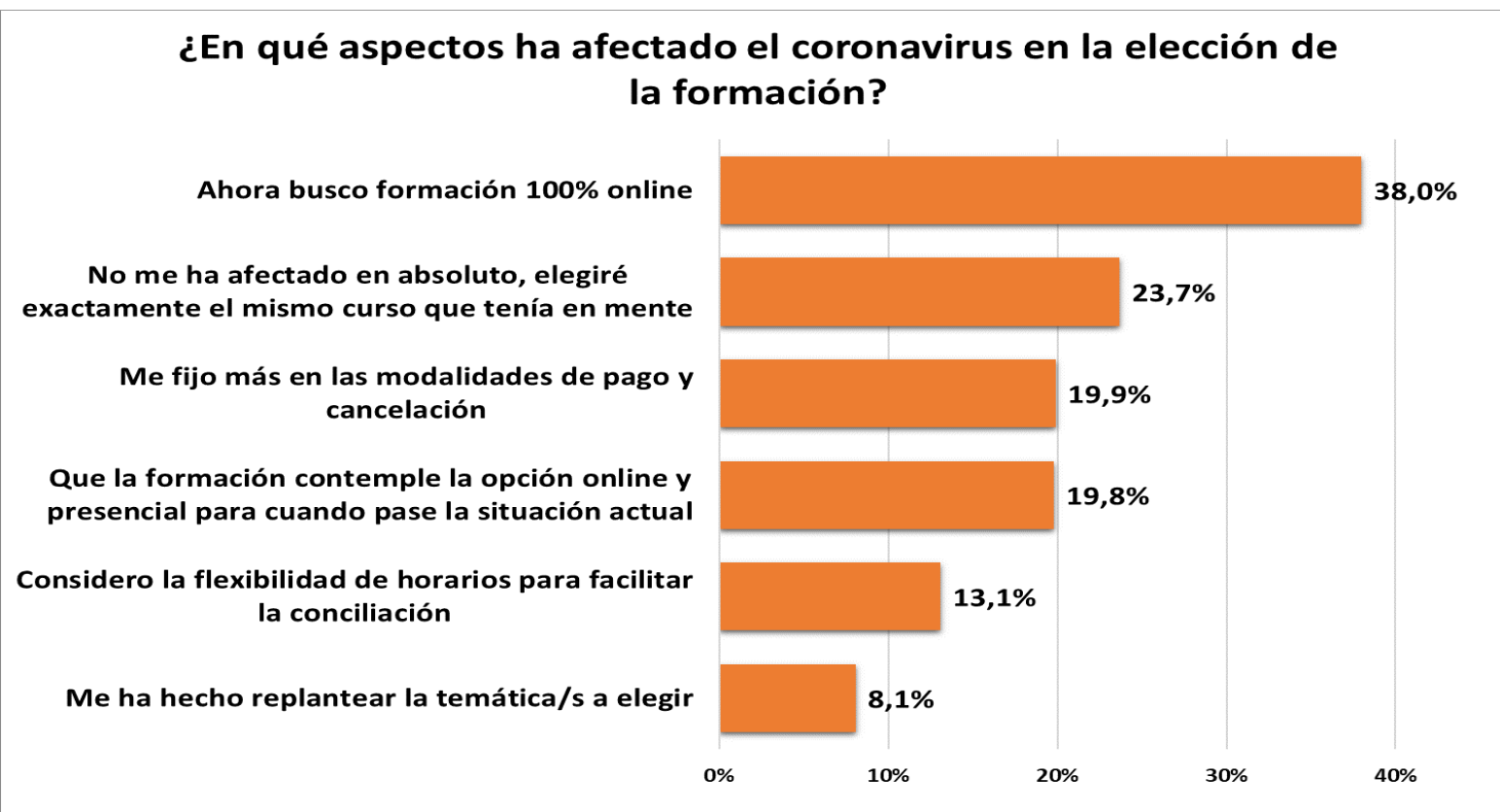
El alumnado manifiesta que el principal motivo que le anima a seguir formándose es la necesidad de ser más competitivo, dado el momento actual de incertidumbre del mercado laboral.



Fuente: Encuesta a usuarios universitarios Grupo Educaedu.

¿Ha afectado la crisis a la elección de los estudiantes?

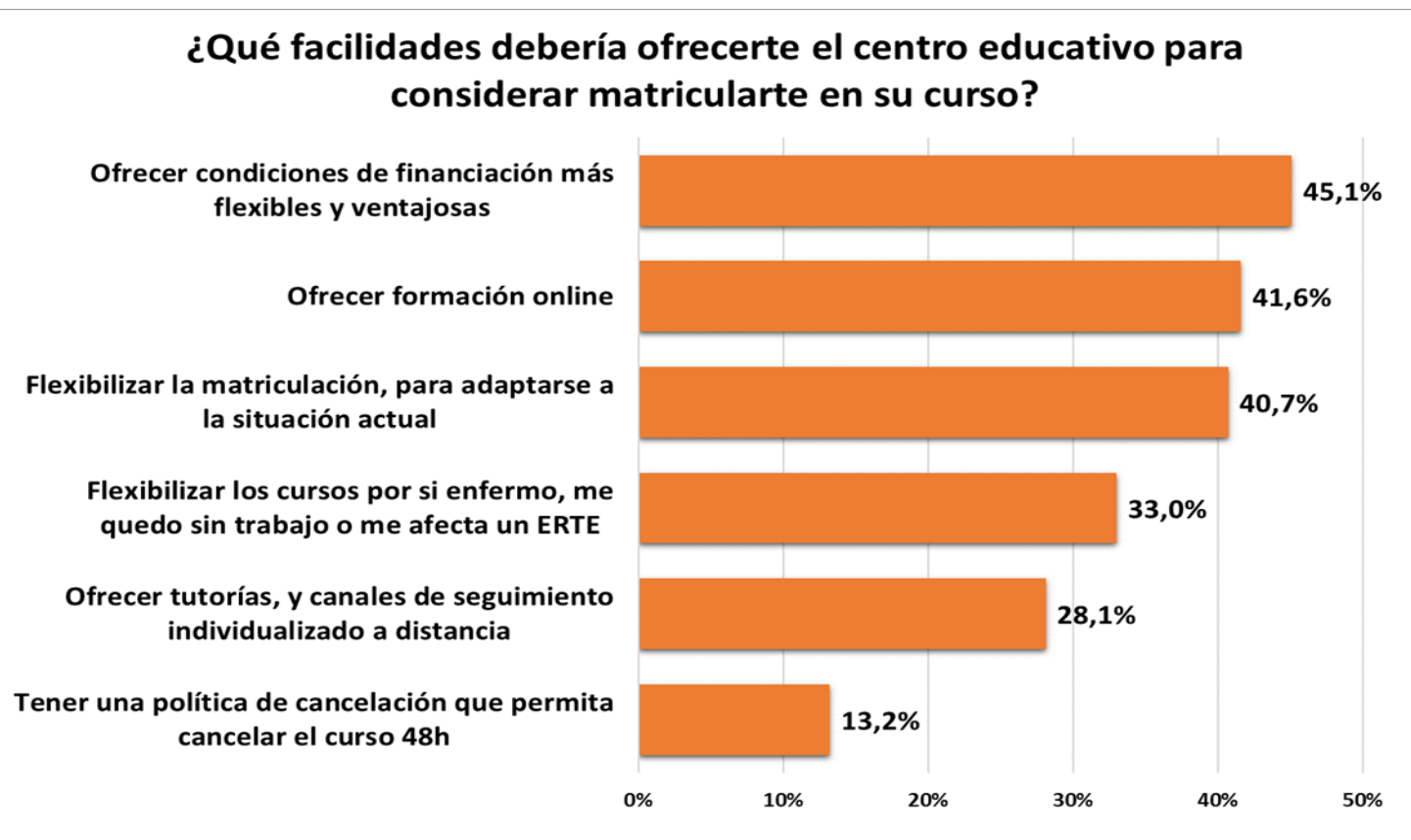
El Covid-19 parece haber cambiado las preferencias del alumnado, que se decantaba por una formación 100% online en el 38% de los casos o que la misma pudiese ser impartida en ambas modalidades, presencial y online, en el 19,8% de los casos, previendo una segunda oleada y confinamiento.



¿Qué “extras” deben ofrecer las Escuelas para diferenciarse y matricular a los alumnos?

La flexibilización de las condiciones de matriculación, conceder becas y facilidades de financiación son los atributos más valorados por los estudiantes en estos momentos.

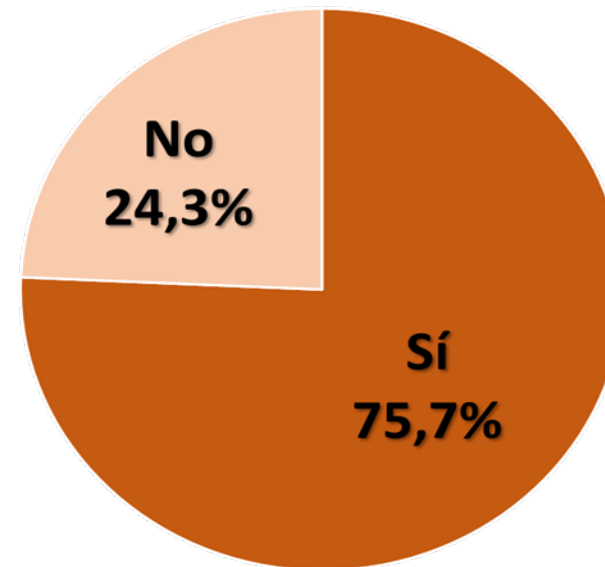
Posibilidad de cancelación y buscar soluciones en caso de cambios en las condiciones del alumnado, como pueden ser una enfermedad o la pérdida del empleo (33%).



¿Tienen pensado matricularse en el CP?

El 75,7% de los estudiantes encuestados manifiesta que ya se ha matriculado o que tiene la intención de hacerlo en el corto plazo.

¿Te has matriculado o tienes intención de matricularte en el corto plazo en un centro de formación?



- 1. Matriculación: la crisis sanitaria ha impulsado a estudiar a los alumnos, pero ha retrasado sus decisiones de compra.**
- 2. Motivación: los estudiantes quieren mejorar su CV debido a la inestabilidad laboral provocada por la crisis.**
- 3. Oportunidad: los estudiantes...**
 - Prefieren matricularse en centros que impartan formación presencial y online, previendo una segunda oleada.**
 - Desean obtener flexibilidad en los métodos de pago y en la matrícula.**
- 4. Intención de compra: el 75% de los encuestados se han matriculado o lo harán a CP.**

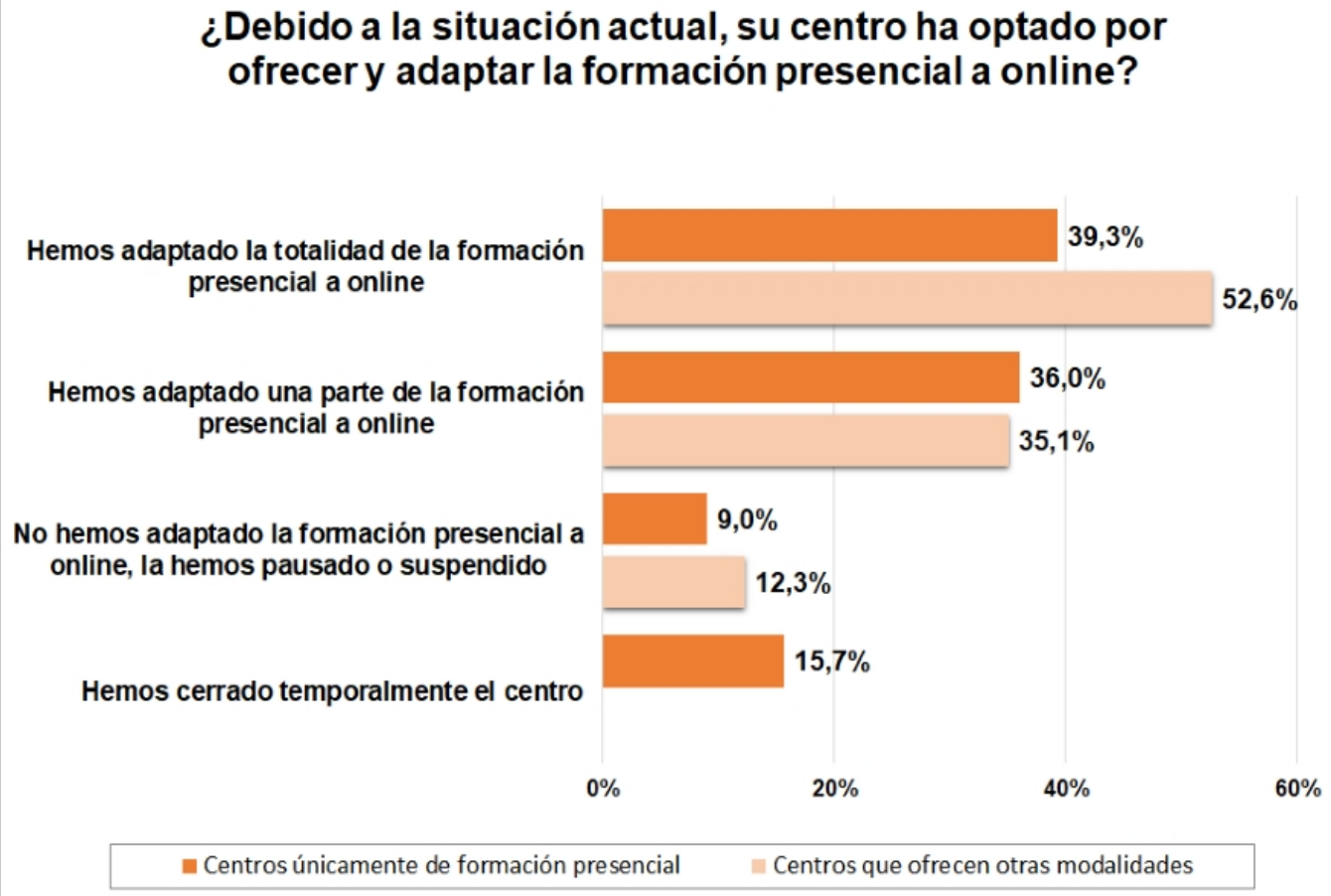
Impacto del COVID-19 en los centros

Encuesta a Centros de Formación, Escuelas de Negocios y Universidades presenciales y online



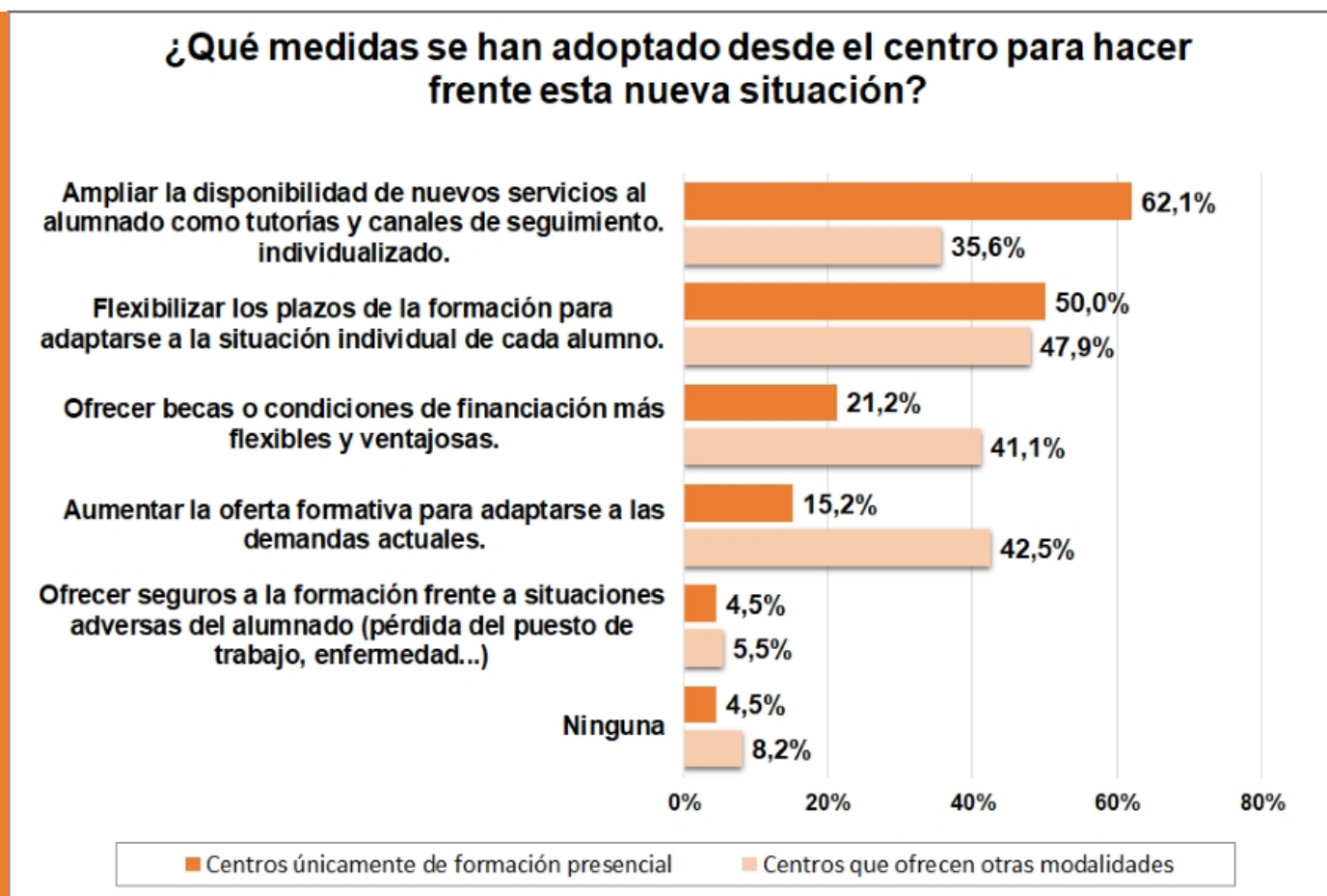
¿Se ha adaptado la formación presencial a online?

Los centros de formación manifiestan haber tenido una gran capacidad de adaptación a la nueva situación. El 52,6% de los centros que ofrecía diferentes modalidades de formación (presencial y online) y el 39,3% de los que ofrecía solo actividad presencial han adaptado la totalidad de su formación presencial a online.



¿Cómo se han adaptado los centros de formación?

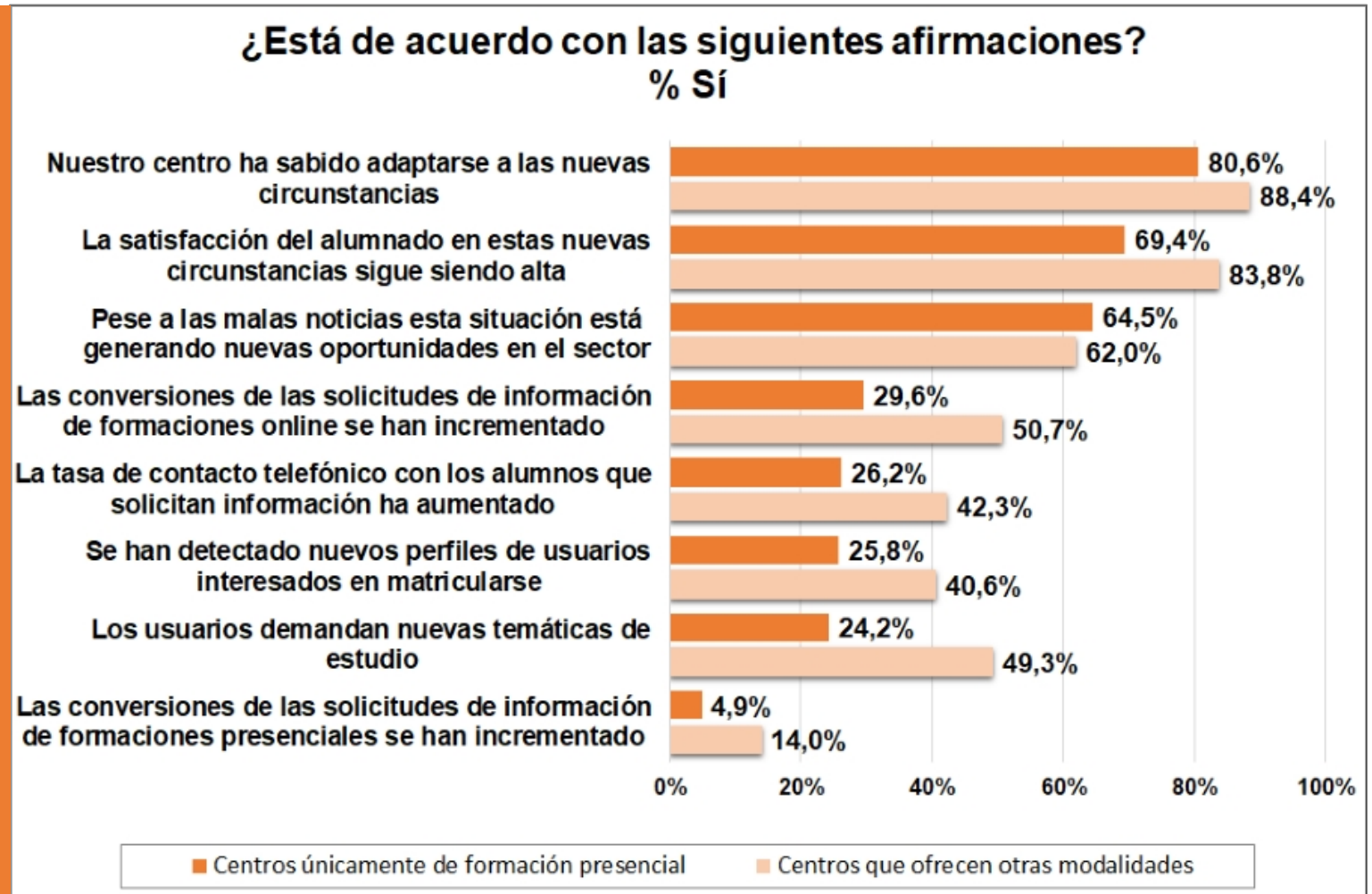
La ampliación de servicios y canales de comunicación con los estudiantes y la flexibilización de los plazos de formación, principales estrategias de adaptación.



¿Qué opinan los responsables?

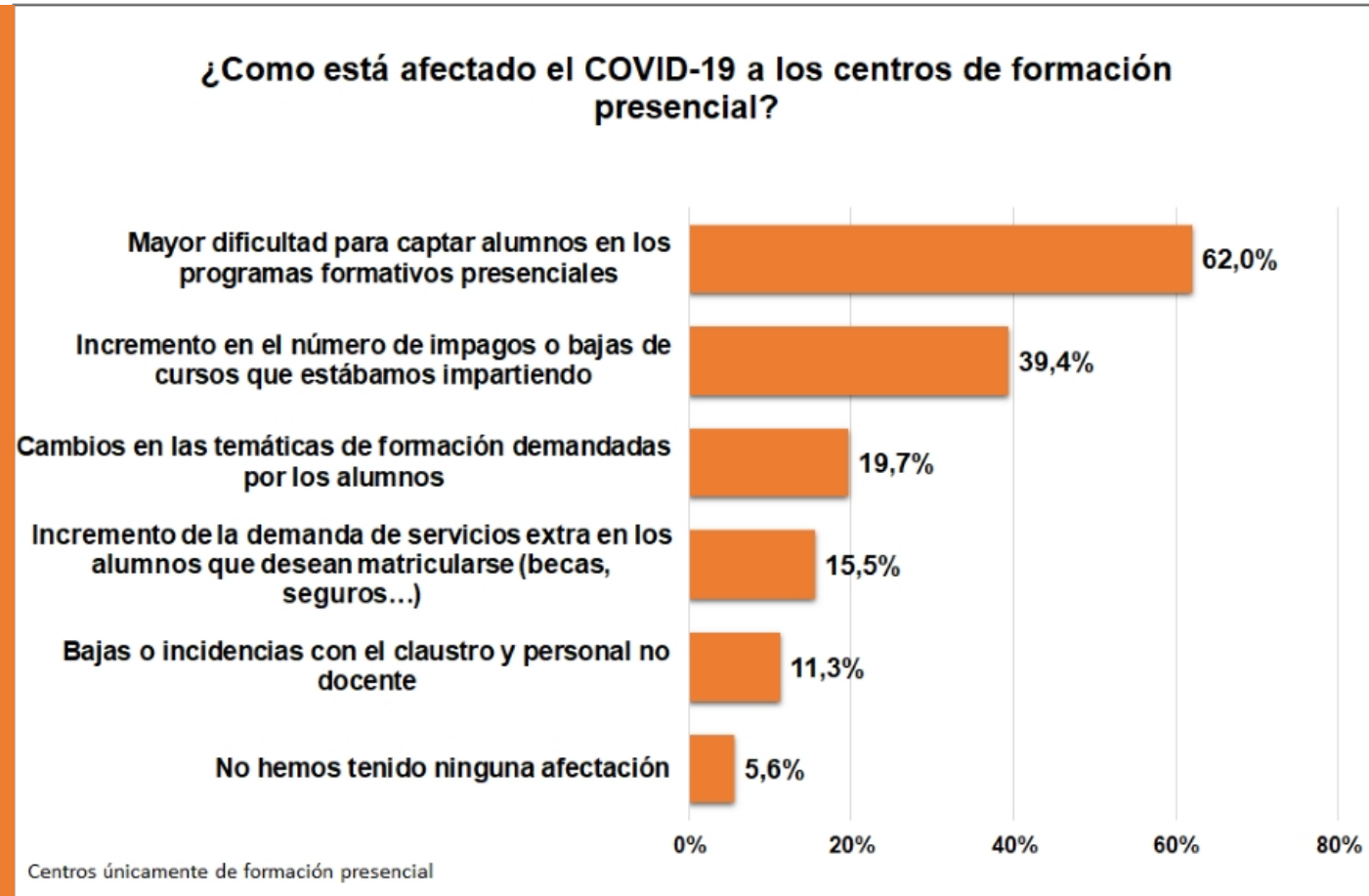
La mayoría de los centros indican que han sabido adaptarse a esta crisis y que sus alumnos están satisfechos.

Además, los centros han detectado de nuevos perfiles de alumnado que han mostrado su interés en formarse y nuevas temáticas de estudio demandadas.



¿Cómo ha afectado el Covid-19 a los centros presenciales?

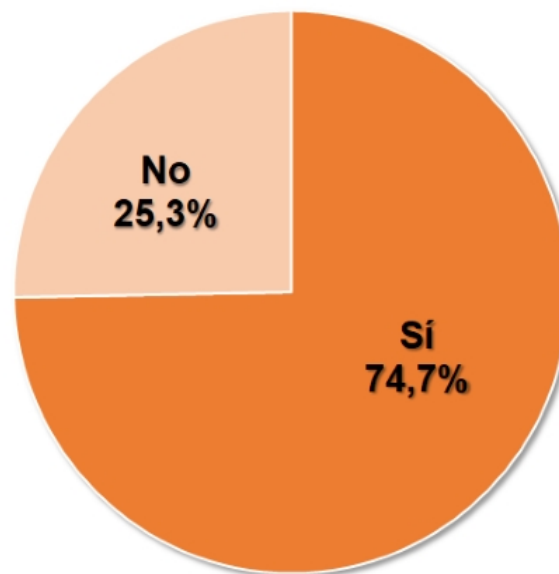
La mayor dificultad para captar alumnos en los programas presenciales (62%) y un incremento en las bajas en los programas que estaban impartiendo (39,4%) son los mayores impactos que han experimentado los centros de formación presencial.



¿Van a ofrecer los centros presenciales formación online?

El 74,7% de los centros que solamente ofrecía formación presencial antes de la crisis reconoce la necesidad de ofrecer formación en la modalidad online de forma permanente tras ella.

¿Después de esta crisis ve necesario incorporar la formación online en su centro de forma permanente?



Centros únicamente de formación presencial

¿Cómo ha afectado el Covid-19 al área de Marketing en los centros de formación online

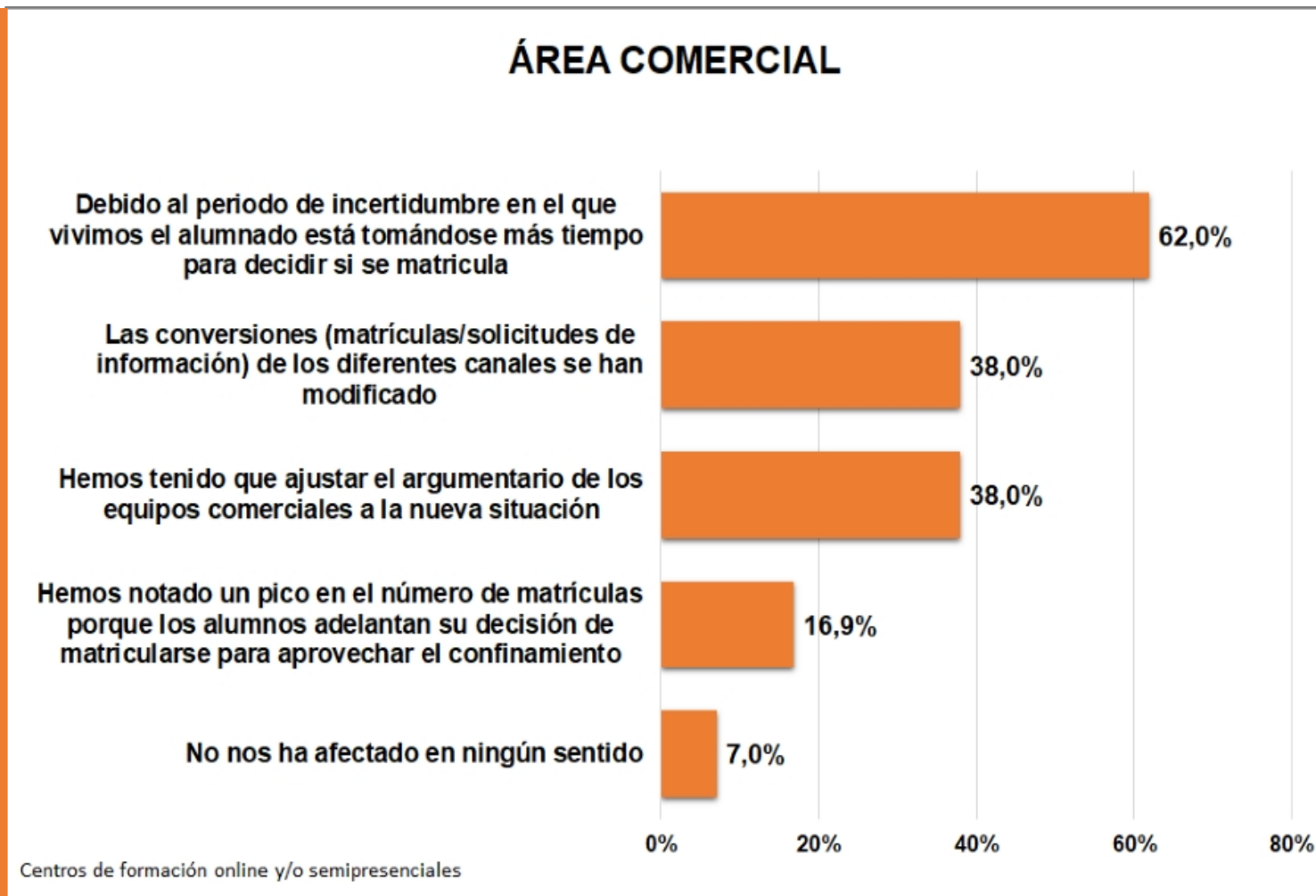
El área de marketing ha tenido que modificar y adaptar sus campañas de promoción y comunicación.

Han observado un transvase de estudiantes desde los centros de formación presenciales hacia los centros de formación online.



¿Cómo ha afectado el Covid-19 al área de Comercial en los centros de formación online

El principal cambio que han detectado el 62% de los centros que ofrecen formación online es que el alumnado está retrasando su proceso de decisión antes de matricularse. Los cambios en las conversiones en los canales de captación y en el argumentario comercial son otros de los aspectos que han representado retos para los departamentos comerciales.



- 1. Los centros han sufrido dificultades para captar alumnos en los programas presenciales y observado una migración de alumnos de programas presenciales a programas online.**
- 2. Han modificado sus estrategias de marketing, comunicación y captación para adaptarse a la nueva situación.**
- 3. Afirman haberse adaptado muy bien a esta nueva situación.**
- 4. Y también que han detectado nuevos perfiles de alumnos que antes no diferenciaban.**

Para acabar...

“Un optimista ve una oportunidad en toda calamidad, un pesimista ve una calamidad en toda oportunidad”.
Winston Churchill.

Muchas Gracias!!!

Contacto:

Manuel Echeazarra
VP Sales
mecheazarra@educaedu.com

Fernando Bacaicoa
Co-CEO
fernando@educaedu.com

