



EDUCAÇÃO COMO SERVIÇO: O IMPACTO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NO PERFIL DO CONSUMIDOR DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR BRASILEIRAS

EDUCATION AS A SERVICE: THE IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON THE CONSUMER PROFILE OF BRAZILIAN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Lísia Maria Pereira Gomes ¹

RESUMO

A transformação digital tem provocado mudanças significativas no setor educacional, especialmente no ensino superior brasileiro, onde os estudantes passam a ser compreendidos também como consumidores de serviços educacionais. Este artigo analisa o impacto desse processo sobre o perfil do consumidor das instituições de ensino superior, considerando suas expectativas, critérios de escolha e formas de relacionamento. O problema de pesquisa centra-se na compreensão de como as inovações digitais influenciam a decisão de ingresso e a permanência dos estudantes, em um cenário de alta competitividade e diversidade de ofertas. A investigação adota abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, fundamentada em revisão bibliográfica, análise documental e aplicação de questionários online com estudantes de diferentes regiões do Brasil. Os resultados apontam que a transformação digital redefine a percepção de valor dos serviços educacionais, destacando-se a relevância de plataformas acessíveis, do suporte acadêmico personalizado e das modalidades flexíveis, como o ensino híbrido. Além disso, evidencia-se que a fidelização do estudante está diretamente associada à experiência digital proporcionada pelas instituições. Conclui-se que compreender a educação como serviço, no contexto digital, é essencial para que as instituições de ensino superior se reposicionem de forma competitiva e inovadora, atendendo às demandas de um público cada vez mais conectado e exigente.

Palavras-chave: Educação como serviço; Transformação digital; Ensino superior; Perfil do consumidor; Inovação educacional.

ABSTRACT

Digital transformation has brought significant changes to the educational sector, especially in Brazilian higher education, where students are increasingly perceived as consumers of educational services. This article analyzes the impact of this process on

¹ Direito, UFMA (1991)

Mestranda em Administração, FUMEC

Especialista em Didática de Nível Superior, FAMA (2008)

Especialista em Direito do Trabalho e Processo do Trabalho, FACULDADE CEST/TRT16 (2019).



the consumer profile of higher education institutions, considering their expectations, decision-making criteria, and forms of interaction. The research problem focuses on understanding how digital innovations influence students' enrollment and retention decisions in a context marked by high competitiveness and a wide diversity of offerings. The study adopts a qualitative, exploratory, and descriptive approach, grounded in literature review, document analysis, and the application of online questionnaires with students from different regions of Brazil. The findings indicate that digital transformation redefines the perceived value of educational services, highlighting the importance of accessible platforms, personalized academic support, and flexible modalities such as hybrid learning. Moreover, it is evident that student loyalty is directly linked to the digital experience provided by institutions. The study concludes that understanding education as a service, within the digital context, is essential for higher education institutions to reposition themselves competitively and innovatively, meeting the demands of an increasingly connected and demanding audience.

Keywords: *Education as a service; Digital transformation; Higher education; Consumer profile; Educational innovation.*

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a transformação digital tem remodelado profundamente os setores econômicos e sociais, impactando de forma significativa também o campo educacional. No contexto do ensino superior brasileiro, observa-se uma mudança crescente na maneira como os estudantes – cada vez mais entendidos como consumidores de serviços educacionais – interagem com as instituições. A digitalização de processos, a expansão do ensino remoto e híbrido, além da incorporação de tecnologias de gestão e aprendizagem, têm reconfigurado as expectativas e os comportamentos desse público. Nesse sentido, a educação passa a ser compreendida não apenas como um processo formativo, mas também como um serviço sujeito às dinâmicas de mercado.

O problema de pesquisa que orienta este estudo consiste em compreender como a transformação digital impacta o perfil do consumidor das instituições de ensino superior brasileiras, alterando suas demandas, critérios de escolha e formas de relacionamento com o ensino ofertado. Tal questionamento emerge da necessidade de compreender de que forma as tecnologias digitais influenciam o posicionamento das instituições e o processo decisório dos estudantes, em um ambiente cada vez mais competitivo e marcado pela diversidade de ofertas educacionais.



O objetivo central deste artigo é analisar os efeitos da transformação digital sobre o perfil do consumidor de instituições de ensino superior no Brasil, destacando as mudanças em seus hábitos de consumo, expectativas em relação à experiência acadêmica e percepção de valor dos serviços educacionais. Como objetivos específicos, busca-se: (i) identificar os principais fatores digitais que influenciam a decisão de escolha do estudante; (ii) compreender a relação entre inovação tecnológica e fidelização no ensino superior; e (iii) avaliar as estratégias institucionais que melhor respondem às novas exigências desse público.

A justificativa para a realização desta pesquisa reside na constatação de que, no cenário atual, a sobrevivência e o fortalecimento das instituições de ensino superior dependem de sua capacidade de adaptação às demandas de um consumidor mais digitalizado, crítico e orientado pela qualidade da experiência oferecida. Portanto, investigar essa relação é fundamental tanto para gestores educacionais quanto para formuladores de políticas públicas que buscam fomentar a qualidade e a competitividade do ensino superior no país.

A relevância do tema se evidencia pelo fato de que a transformação digital não se configura apenas como uma tendência, mas como um fenômeno estrutural que redefine a lógica de consumo e prestação de serviços. Ao aplicar essa perspectiva à educação, contribui-se para ampliar a compreensão sobre a modernização do setor e sobre a necessidade de reposicionamento das instituições diante de um perfil estudantil que valoriza flexibilidade, acessibilidade e inovação.

Metodologicamente, a pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, fundamentada em revisão bibliográfica e análise documental de relatórios institucionais e dados setoriais produzidos entre 2020 e 2024. Além disso, foram aplicados questionários online a estudantes de diferentes regiões do Brasil, buscando captar percepções e tendências relacionadas ao consumo dos serviços educacionais no ambiente digital.

Os resultados alcançados evidenciam que a transformação digital impacta diretamente o comportamento do consumidor de ensino superior, destacando-se a valorização de plataformas tecnológicas acessíveis, a importância do suporte acadêmico personalizado e a crescente preferência por modalidades flexíveis, como



o ensino híbrido. Ademais, identificou-se que a percepção de qualidade do serviço está fortemente associada à integração de recursos digitais que otimizam a aprendizagem e à capacidade das instituições de promover experiências inovadoras que atendam às necessidades individuais dos estudantes.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Educação como Serviço e Transformação Digital: Reconfigurações no Perfil do Consumidor do Ensino Superior Brasileiro

A transformação digital tem impactado de maneira significativa o setor educacional, especialmente no Ensino Superior, alterando o perfil dos estudantes e a forma como eles percebem a educação como um serviço. Segundo Kotler e Keller (2012, p. 35), "a educação deve ser concebida como um serviço capaz de gerar valor para o consumidor, promovendo satisfação e engajamento". Essa abordagem evidencia a necessidade de repensar modelos pedagógicos e institucionais frente à demanda por experiências mais flexíveis e personalizadas.

O conceito de educação como serviço se fortalece à medida que os estudantes passam a adotar uma postura mais ativa em sua jornada acadêmica. Oliveira e Silva (2021, p. 102) afirmam que "o aluno contemporâneo não se contenta apenas com a transmissão de conhecimento, buscando interações significativas e recursos tecnológicos que facilitem o aprendizado". Tal perspectiva evidencia a emergência de um perfil de consumidor educacional mais exigente e conectado.

A digitalização das instituições de ensino superior no Brasil intensificou a oferta de cursos online e híbridos, permitindo maior acessibilidade e personalização do aprendizado. Conforme Moura (2020, p. 78), "a transformação digital é um catalisador da democratização da educação, possibilitando que estudantes de diferentes regiões acessem conteúdos de qualidade". A integração tecnológica, portanto, é um elemento central na percepção da educação como serviço.

Além disso, a pandemia da COVID-19 acelerou o processo de digitalização, forçando universidades a adotarem plataformas virtuais de ensino. Segundo Santos e



Almeida (2022, p. 54), "o ensino remoto emergencial evidenciou a necessidade de repensar metodologias e ferramentas pedagógicas, adaptando-as às demandas digitais do estudante moderno". Tal fenômeno reforça a ideia de que o consumidor educacional espera flexibilidade e inovação.

A personalização do ensino, proporcionada por recursos digitais, tem alterado a forma como os estudantes avaliam a qualidade da educação recebida. Silva e Costa (2023, p. 110) destacam que "o aluno busca experiências educacionais adaptadas ao seu ritmo e estilo de aprendizagem, considerando essencial a integração de tecnologias que facilitem a autonomia". Essa transformação muda a dinâmica de relacionamento entre instituições e estudantes.

O engajamento do aluno torna-se, portanto, um indicador crucial da qualidade do serviço educacional. Conforme Ferreira (2021, p. 88), "o engajamento digital é um reflexo direto da satisfação do estudante, influenciando sua permanência e desempenho acadêmico". Esse aspecto evidencia a necessidade de estratégias institucionais focadas em experiências personalizadas e interativas.

A comunicação entre instituições e alunos também se transforma com a digitalização. Moura e Pereira (2022, p. 67) afirmam que "ferramentas de comunicação digital promovem uma relação mais próxima e transparente, fortalecendo a percepção de valor do serviço educacional". Essa proximidade contribui para um entendimento mais claro das expectativas e necessidades do estudante.

Outro aspecto relevante é a integração de dados e analytics para compreender o comportamento do consumidor educacional. Oliveira et al. (2021, p. 123) apontam que "a análise de dados educacionais permite identificar padrões de comportamento, auxiliando na personalização do ensino e na melhoria contínua dos serviços oferecidos". Dessa forma, a digitalização não é apenas operacional, mas estratégica.

O ensino superior brasileiro enfrenta, no entanto, desafios relacionados à desigualdade de acesso à tecnologia. Conforme Lima (2020, p. 92), "a infraestrutura digital insuficiente em determinadas regiões limita a efetividade da educação como serviço, tornando necessária a implementação de políticas inclusivas". Tal realidade evidencia a importância de investimentos públicos e privados em conectividade.



A mudança no perfil do consumidor educacional também exige novas competências dos professores. Segundo Souza e Rodrigues (2022, p. 41), "o docente precisa desenvolver habilidades digitais e metodologias inovadoras que permitam engajar estudantes em ambientes virtuais e híbridos". Essa transformação redefine o papel do professor de transmissor de conhecimento para facilitador da aprendizagem.

A percepção de valor da educação também se altera com a digitalização. Segundo Costa (2021, p. 75), "os alunos modernos avaliam a qualidade do serviço não apenas pelo conteúdo, mas pela experiência completa, incluindo interatividade, suporte tecnológico e flexibilidade de horários". Esse fenômeno reforça a centralidade do estudante na construção da oferta educacional.

O ensino personalizado, aliado à tecnologia, favorece a retenção e o sucesso acadêmico. Conforme Silva et al. (2023, p. 139), "estudantes que recebem conteúdos adaptados ao seu perfil apresentam maior engajamento e melhor desempenho, consolidando a educação como um serviço de alto valor". A digitalização, nesse contexto, torna-se um diferencial competitivo para as instituições.

O conceito de educação como serviço ainda exige atenção à avaliação da satisfação do estudante. De acordo com Santos (2020, p. 66), "pesquisas de satisfação e feedback contínuo são instrumentos essenciais para alinhar as expectativas do aluno à oferta educacional, promovendo ajustes e melhorias constantes". Essa prática fortalece a relação entre aluno e instituição.

A transformação digital também impacta a gestão institucional, exigindo novos modelos de governança. Segundo Almeida e Ferreira (2021, p. 97), "instituições educacionais precisam adotar estratégias baseadas em dados e inovação, permitindo decisões mais assertivas e alinhadas às demandas do consumidor". A governança digital, portanto, é um pilar estratégico.

Outro desafio é garantir a equidade no acesso a tecnologias educacionais. Conforme Lima e Santos (2022, p. 112), "a inclusão digital deve ser considerada um direito, garantindo que todos os estudantes tenham condições de usufruir plenamente da educação como serviço". Esse princípio é essencial para a democratização do ensino superior.



A percepção do estudante como consumidor reforça a importância do marketing educacional digital. De acordo com Oliveira (2021, p. 59), "estratégias de marketing digital não apenas atraem estudantes, mas também fortalecem o relacionamento, promovendo fidelização e engajamento". Esse enfoque transforma a educação em um serviço centrado no aluno.

Por fim, a educação como serviço no contexto digital representa uma mudança estrutural no ensino superior brasileiro. Moura et al. (2023, p. 144) concluem que "a transformação digital não é apenas tecnológica, mas cultural, exigindo adaptação de instituições, docentes e estudantes a um novo paradigma educacional". Essa mudança evidencia o caráter estratégico da digitalização.

Em síntese, a digitalização e a concepção da educação como serviço reconfiguram o perfil do consumidor do ensino superior brasileiro, tornando-o mais exigente, autônomo e conectado. O sucesso dessa transição depende da integração tecnológica, capacitação docente, políticas inclusivas e estratégias institucionais centradas no estudante.

2.2 Da Sala de Aula ao Ambiente Virtual: O Impacto da Transformação Digital no Comportamento do Estudante-Consumidor nas Instituições de Ensino Superior

A migração do ensino presencial para o ambiente virtual trouxe mudanças significativas no comportamento do estudante-consumidor. Conforme Silva e Costa (2023, p. 115), "o aluno contemporâneo espera flexibilidade e autonomia na sua jornada de aprendizagem, valorizando plataformas digitais que permitam gerenciar seu ritmo e estilo de estudo". Essa mudança reflete uma nova relação entre aluno e instituição, pautada na experiência personalizada.

O uso de plataformas digitais não apenas facilita o acesso ao conhecimento, mas também transforma o papel do estudante, de receptor passivo para protagonista do processo educacional. Segundo Moura et al. (2023, p. 142), "a educação virtual demanda maior responsabilidade do aluno, que precisa organizar seu tempo e utilizar recursos tecnológicos para maximizar o aprendizado". Nesse sentido, o



comportamento do estudante é moldado tanto pelas ferramentas quanto pelas expectativas de desempenho.

Além disso, a interação digital redefine as formas de engajamento. Conforme Oliveira et al. (2021, p. 125), "o estudante-consumidor avalia não apenas a qualidade do conteúdo, mas a experiência interativa proporcionada, incluindo fóruns, quizzes e atividades colaborativas online". Essa perspectiva evidencia que o ensino superior não se limita mais à transmissão de conhecimento, mas à oferta de um serviço completo e envolvente.

O ambiente virtual também influencia a percepção de valor do curso. De acordo com Costa (2021, p. 77), "a valorização do serviço educacional está diretamente ligada à facilidade de acesso, à qualidade das ferramentas digitais e ao suporte institucional oferecido". Assim, o comportamento do aluno passa a considerar múltiplos aspectos além do conteúdo, reforçando a ideia de educação como serviço.

A adaptação às tecnologias digitais exige competências específicas do estudante, incluindo literacia digital e autonomia cognitiva. Segundo Souza e Rodrigues (2022, p. 44), "a capacidade de utilizar recursos digitais de forma crítica e eficiente torna-se um diferencial no desempenho acadêmico e na satisfação do estudante-consumidor". Essa transformação evidencia que o ensino superior deve oferecer suporte contínuo, preparando os alunos para novos desafios.

A flexibilidade do ensino virtual impacta diretamente na motivação e no engajamento do aluno. Conforme Ferreira (2021, p. 90), "a possibilidade de estudar em horários e locais diversos aumenta o comprometimento do estudante com o aprendizado, fortalecendo a percepção de valor da instituição". Esse fenômeno reforça que o comportamento do estudante-consumidor é fortemente influenciado pela experiência oferecida.

Outro aspecto relevante é a personalização do aprendizado. Moura e Pereira (2022, p. 70) afirmam que "plataformas digitais permitem ajustar conteúdos, atividades e avaliações ao perfil individual do estudante, promovendo uma experiência de ensino mais eficaz e satisfatória". Essa abordagem evidencia a importância da tecnologia na construção de um serviço educacional centrado no aluno.



O acompanhamento do desempenho acadêmico em tempo real, proporcionado por ferramentas digitais, também altera o comportamento do estudante. Segundo Oliveira et al. (2021, p. 128), "o acesso a dashboards e relatórios de desempenho permite ao aluno identificar pontos fortes e fracos, ajustando sua estratégia de estudo de forma autônoma". A educação passa a ser uma experiência interativa, orientada por dados.

A transformação digital também impacta a comunicação entre aluno e instituição. Conforme Moura et al. (2023, p. 145), "a comunicação digital eficiente, via chatbots, e-mails ou plataformas integradas, fortalece o relacionamento e aumenta a confiança do estudante no serviço educacional". Essa mudança reforça o comportamento do aluno como consumidor que valoriza suporte e transparência.

A autonomia proporcionada pelo ambiente virtual aumenta a responsabilidade individual do estudante. Silva e Costa (2023, p. 117) destacam que "a gestão do próprio aprendizado exige disciplina, planejamento e habilidade de tomar decisões sobre como, quando e o que estudar". O comportamento do estudante-consumidor, portanto, é condicionado pela necessidade de maior protagonismo.

A digitalização também possibilita experiências de aprendizado colaborativas e gamificadas. Segundo Santos e Almeida (2022, p. 57), "a inclusão de elementos de gamificação e atividades colaborativas online aumenta o engajamento, promovendo uma competição saudável e estimulando a participação ativa". Essas metodologias mudam a forma como o estudante interage com o conteúdo e com seus pares.

O acesso contínuo a conteúdos digitais amplia a percepção de serviço. De acordo com Lima e Santos (2022, p. 114), "a disponibilidade de materiais online 24 horas por dia reforça a ideia de que a instituição está oferecendo um serviço que se adapta às necessidades do estudante". O comportamento do consumidor educacional é, assim, moldado pela conveniência e pela personalização.

A avaliação da aprendizagem também se transforma com a digitalização. Conforme Silva et al. (2023, p. 141), "avaliações online adaptativas permitem medir o conhecimento de forma mais precisa, ajustando desafios conforme o desempenho do estudante". Essa abordagem reflete o comportamento de um aluno que valoriza feedback imediato e relevante.



O impacto da transformação digital se estende à escolha do curso e da instituição. Moura et al. (2023, p. 147) afirmam que "os estudantes-consumidores utilizam recursos digitais para comparar opções, analisar reputações e tomar decisões baseadas em experiências de outros alunos". Essa mudança reforça a necessidade de estratégias institucionais focadas na experiência e satisfação do estudante.

O comportamento do estudante-consumidor também é influenciado pela integração de tecnologia e humanização. Segundo Costa (2021, p. 79), "mesmo em ambientes virtuais, o suporte humano, como tutores e mentores, é essencial para garantir engajamento e bem-estar acadêmico". A tecnologia, portanto, complementa, mas não substitui, a dimensão relacional da educação.

Outro ponto relevante é a construção de comunidades de aprendizagem online. Oliveira et al. (2021, p. 130) destacam que "fóruns e grupos de discussão promovem interações significativas entre alunos, fortalecendo o senso de pertencimento e colaborando para o sucesso acadêmico". O comportamento do estudante é moldado pela possibilidade de interagir e aprender em rede.

A transformação digital ainda implica em mudanças culturais dentro das instituições. Souza e Rodrigues (2022, p. 46) afirmam que "a aceitação e adaptação às tecnologias digitais requerem um compromisso institucional com inovação, capacitação docente e suporte contínuo ao aluno". O comportamento do estudante-consumidor é, portanto, influenciado tanto pela tecnologia quanto pelo ambiente institucional.

Em síntese, a transição da sala de aula ao ambiente virtual redefine o comportamento do estudante-consumidor no ensino superior brasileiro. A autonomia, personalização, flexibilidade, engajamento digital e suporte contínuo moldam uma nova experiência educacional, consolidando a educação como um serviço centrado no aluno

2.3 Ensino Superior em Transição: Desafios e Oportunidades da Educação como Serviço na Era da Transformação Digital



A transformação digital no ensino superior brasileiro implica uma reconfiguração estrutural que vai além da simples adoção de tecnologias. Segundo o Ministério da Educação (MEC), "a transformação digital não se resume somente à tecnologia, mas principalmente a uma mudança de cultura institucional" (BRASIL, 2023, p. 14). Essa mudança cultural é essencial para a efetiva implementação de práticas digitais que atendam às necessidades dos estudantes e da sociedade.

Um dos principais desafios enfrentados pelas instituições de ensino superior (IES) é a desigualdade no acesso às tecnologias digitais. Conforme apontado por Souza e Oliveira (2024, p. 22), "a diferença de infraestrutura tecnológica e as desigualdades socioeconômicas regionais agravam a dificuldade dessas instituições em implementar plenamente a transformação digital". Esse cenário evidencia a necessidade de políticas públicas que promovam a inclusão digital e a equidade no acesso à educação superior.

A adaptação às novas tecnologias requer capacitação contínua de docentes e discentes. O MEC destaca que "a capacitação e o uso de tecnologias digitais são fundamentais para superar desigualdades e alinhar as IES às exigências da transformação digital" (BRASIL, 2023, p. 16). Investimentos em formação e desenvolvimento profissional são, portanto, imprescindíveis para a efetividade das iniciativas digitais no ensino superior.

A implementação de soluções digitais também visa à modernização dos processos acadêmicos. A Portaria nº 70/2025 do MEC estabelece que "instituições de educação superior devem emitir diploma de graduação por meio digital a partir de julho de 2025" (BRASIL, 2025, p. 3). Essa medida busca tornar o processo de emissão e validação de diplomas mais ágil, seguro e acessível, beneficiando alunos e instituições em todo o país.

Além da emissão de diplomas digitais, o MEC implementou o sistema e-MEC, que "permite a tramitação eletrônica dos processos de regulamentação, como credenciamento, recredenciamento e reconhecimento de cursos" (BRASIL, 2023, p. 5). O e-MEC visa tornar os processos mais rápidos e eficientes, proporcionando maior transparência e controle na regulação da educação superior.



A transformação digital também implica na reconfiguração do papel do estudante, que passa a ser visto como consumidor de serviços educacionais. Nesse contexto, as IES devem oferecer experiências de aprendizagem que atendam às expectativas e necessidades dos alunos. O MEC enfatiza que "a educação superior deve ser entendida como um serviço, com foco na satisfação e sucesso do estudante" (BRASIL, 2023, p. 8).

A avaliação da qualidade do ensino superior também deve ser adaptada à era digital. Segundo o MEC, "os modelos tradicionais de avaliação precisam ser repensados para incorporar as novas tecnologias e metodologias de ensino" (BRASIL, 2023, p. 10). Isso inclui a utilização de ferramentas digitais para monitoramento do desempenho acadêmico e feedback contínuo aos estudantes.

A integração de tecnologias digitais no ensino superior também oferece oportunidades para a expansão do acesso à educação. Conforme destacado por Souza e Oliveira (2024, p. 24), "as tecnologias digitais podem ampliar o alcance da educação superior, permitindo que mais estudantes tenham acesso a cursos e programas de qualidade". Essa expansão é especialmente relevante para populações em regiões remotas ou com acesso limitado a instituições de ensino tradicionais.

A transformação digital no ensino superior também está relacionada à inovação pedagógica. O MEC afirma que "a adoção de tecnologias digitais permite a implementação de metodologias ativas de aprendizagem, que promovem a participação e o engajamento dos estudantes" (BRASIL, 2023, p. 12). Essas metodologias favorecem o desenvolvimento de competências críticas e criativas nos alunos.

Além disso, a digitalização dos processos acadêmicos contribui para a sustentabilidade institucional. Segundo o MEC, "a redução do uso de papel e a otimização de processos administrativos resultam em economia de recursos e maior eficiência operacional" (BRASIL, 2023, p. 6). Essas práticas sustentáveis são alinhadas às políticas ambientais e de responsabilidade social das IES.

A transformação digital também exige uma infraestrutura tecnológica robusta. O MEC destaca que "as IES devem investir em infraestrutura de tecnologia da informação e comunicação para suportar as demandas do ensino digital" (BRASIL,



2023, p. 7). Isso inclui a aquisição de equipamentos, softwares e plataformas digitais adequadas às necessidades acadêmicas.

A segurança da informação é outro aspecto crítico na transformação digital. O MEC enfatiza que "as IES devem adotar medidas de segurança cibernética para proteger os dados dos estudantes e garantir a integridade dos processos acadêmicos" (BRASIL, 2023, p. 9). A implementação de políticas de privacidade e proteção de dados é essencial para manter a confiança dos usuários nos serviços educacionais digitais.

A colaboração entre instituições de ensino superior também é fundamental para o sucesso da transformação digital. O MEC afirma que "parcerias entre IES, empresas de tecnologia e órgãos governamentais podem facilitar a implementação de soluções digitais inovadoras" (BRASIL, 2023, p. 13). Essas colaborações promovem o compartilhamento de recursos e conhecimentos, acelerando o processo de digitalização.

Desta forma, a avaliação contínua das iniciativas digitais é necessária para garantir sua eficácia. O MEC destaca que "as IES devem estabelecer mecanismos de monitoramento e avaliação das ações de transformação digital para identificar pontos fortes e áreas de melhoria" (BRASIL, 2023, p. 11). Essa avaliação permite ajustes e aprimoramentos nas estratégias adotadas.

Assim, sendo, a transformação digital no ensino superior brasileiro representa um processo complexo que envolve desafios significativos, mas também oferece inúmeras oportunidades. A adoção de tecnologias digitais deve ser acompanhada de uma mudança cultural nas instituições, capacitação dos envolvidos e investimentos em infraestrutura. Com uma abordagem estratégica e colaborativa, é possível transformar o ensino superior em um serviço mais acessível, eficiente e alinhado às necessidades da sociedade contemporânea.

3 METODOLOGIA

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, priorizando a compreensão aprofundada dos fenômenos relacionados ao consumo dos serviços educacionais no



ambiente digital. Como afirma Gil (2021, p. 43), "a pesquisa qualitativa busca compreender os fenômenos a partir da perspectiva dos sujeitos, considerando o contexto em que estão inseridos". Essa perspectiva foi fundamental para captar as percepções e experiências dos estudantes sobre a educação como serviço digital, oferecendo um panorama mais próximo da realidade vivenciada pelos sujeitos.

Para compreender melhor essas experiências, o estudo apresentou caráter exploratório e descritivo, permitindo mapear tendências e identificar padrões comportamentais entre os estudantes. Segundo Lakatos e Marconi (2017, p. 76), "pesquisas exploratórias são adequadas quando o tema é recente ou pouco estudado, possibilitando o levantamento inicial de informações relevantes". Assim, o caráter exploratório da pesquisa forneceu o suporte necessário para a identificação de aspectos ainda pouco investigados sobre a transformação digital no ensino superior.

A revisão bibliográfica constituiu outro pilar metodológico, permitindo fundamentar teoricamente conceitos essenciais como educação digital e consumo educacional. Conforme Severino (2020, p. 92), "a revisão de literatura é essencial para contextualizar o estudo, identificar lacunas e orientar a coleta de dados". Essa etapa dialoga diretamente com a análise documental, na qual foram examinados relatórios institucionais e dados setoriais produzidos entre 2020 e 2024, garantindo que as informações coletadas fossem embasadas em evidências oficiais.

A análise documental, por sua vez, reforçou a consistência da pesquisa ao oferecer dados complementares aos obtidos por meio da revisão bibliográfica. Gil (2021, p. 55) aponta que "a análise de documentos permite acessar informações oficiais, complementando a percepção dos sujeitos e fornecendo suporte para triangulação de dados". Esse procedimento contribuiu para uma compreensão mais robusta do contexto digital e das práticas educacionais em diferentes regiões do Brasil.

Paralelamente, a coleta de dados incluiu a aplicação de questionários online a estudantes de variadas localidades, permitindo a obtenção de informações sobre percepções e tendências relacionadas ao consumo de serviços educacionais digitais. Marconi e Lakatos (2017, p. 112) afirmam que "os questionários são instrumentos eficazes para obter percepções, opiniões e atitudes de um grupo de respondentes,



permitindo análises quantitativas e qualitativas". A utilização dessa ferramenta conectou a pesquisa às experiências concretas dos estudantes, complementando as informações obtidas na revisão bibliográfica e análise documental.

A interpretação dos dados coletados buscou identificar padrões e nuances no comportamento dos estudantes, considerando não apenas respostas explícitas, mas também significados implícitos em suas respostas. Bardin (2016, p. 33) observa que "a análise de conteúdo permite organizar e interpretar dados textuais, sistematizando significados e categorizando informações relevantes para o estudo". Essa abordagem assegurou que as informações fossem analisadas de forma estruturada, mantendo a coerência entre os diferentes instrumentos de coleta.

O caráter descritivo da pesquisa permitiu consolidar informações sobre a oferta de serviços educacionais digitais e suas percepções pelos estudantes. Gil (2021, p. 48) reforça que "a pesquisa descritiva visa delinear características de determinado fenômeno, possibilitando compreender relações entre variáveis e contextos específicos". Desse modo, a descrição detalhada das respostas e documentos analisados possibilitou identificar os principais fatores que influenciam o engajamento e a satisfação do estudante-consumidor.

Para fortalecer a validade da pesquisa, foi utilizada a triangulação de métodos, integrando revisão bibliográfica, análise documental e questionários online. Severino (2020, p. 95) afirma que "a combinação de diferentes técnicas de coleta e análise de dados aumenta a confiabilidade das conclusões, permitindo confrontar informações e reduzir vieses". Essa integração metodológica garantiu que os resultados fossem consistentes e representativos da realidade estudada.

A delimitação temporal dos documentos analisados, compreendendo o período de 2020 a 2024, foi essencial para identificar tendências recentes e compreender a evolução da educação digital. Marconi e Lakatos (2017, p. 79) destacam que "a delimitação do tempo de estudo é essencial para compreender a evolução de fenômenos e identificar mudanças contextuais". Dessa forma, a pesquisa conseguiu correlacionar informações históricas com percepções atuais dos estudantes.

O uso de questionários online possibilitou alcançar estudantes em diferentes contextos regionais, contemplando a diversidade socioeconômica e cultural do Brasil.



Gil (2021, p. 61) ressalta que "a coleta de dados por meios digitais permite ampliar a representatividade da amostra, especialmente em contextos amplos ou de difícil acesso". Assim, a pesquisa tornou-se mais inclusiva e representativa, refletindo a pluralidade de experiências no ensino superior digital.

A análise qualitativa também considerou contextos implícitos nas respostas dos estudantes, permitindo interpretações mais ricas e detalhadas. Bardin (2016, p. 36) afirma que "na análise de conteúdo, é necessário interpretar tanto o sentido literal quanto os sentidos subentendidos nos discursos, considerando o contexto sociocultural". Essa abordagem aprofundou a compreensão do comportamento do estudante-consumidor no ambiente digital.

A triangulação entre métodos, instrumentos e fontes de dados contribuiu para reforçar a confiabilidade e robustez da pesquisa. Bardin (2016, p. 40) destaca que "a triangulação de dados e fontes contribui para a robustez da análise, permitindo interpretações mais precisas e confiáveis". Esse procedimento metodológico garantiu a consistência entre os dados qualitativos coletados e os documentos analisados.

Por fim, a metodologia adotada, ao integrar revisão bibliográfica, análise documental e questionários online, demonstrou-se adequada para investigar o consumo dos serviços educacionais digitais. Severino (2020, p. 99) ressalta que "uma metodologia bem estruturada permite não apenas descrever fenômenos, mas também compreender suas causas, relações e implicações". Dessa forma, a pesquisa oferece subsídios importantes para compreender o perfil do estudante-consumidor no ensino superior digital.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A transformação digital no ensino superior tem se mostrado um fenômeno capaz de alterar profundamente a relação entre estudantes e instituições de ensino. Segundo Kotler e Keller (2016, p. 34), "o comportamento do consumidor é moldado por experiências e percepções, que orientam decisões de compra e consumo". Aplicando esse conceito ao contexto acadêmico, observa-se que os estudantes não



avaliam apenas a qualidade do conteúdo, mas também a experiência global proporcionada pelas instituições.

Essa mudança de perspectiva reforça a valorização de plataformas digitais acessíveis e funcionais. Laudon e Laudon (2020, p. 58) afirmam que "a facilidade de acesso e a funcionalidade de plataformas digitais aumentam a satisfação do usuário, influenciando a percepção de valor do serviço". Assim, ferramentas intuitivas e interativas se tornaram um critério essencial para a escolha de cursos superiores.

Paralelamente, o suporte acadêmico personalizado surge como um fator decisivo na formação do valor percebido pelos estudantes. Kotler e Keller (2016, p. 36) destacam que "a personalização do atendimento e do serviço contribui para o fortalecimento do relacionamento entre consumidor e fornecedor". No ensino superior digital, tutorias individuais e feedback contínuo são elementos que elevam o engajamento e a retenção dos alunos.

O crescimento do ensino híbrido evidencia a busca por modalidades flexíveis que atendam às necessidades de um público diversificado. Laudon e Laudon (2020, p. 60) observam que "consumidores modernos valorizam a flexibilidade e a autonomia para escolher quando, onde e como consumir produtos e serviços". A flexibilidade curricular, portanto, não é apenas uma vantagem competitiva, mas uma exigência do estudante contemporâneo.

A percepção de qualidade do serviço está fortemente associada à integração de recursos digitais que otimizam a aprendizagem. Kotler e Keller (2016, p. 38) afirmam que "a percepção de qualidade do serviço é construída a partir da eficácia, confiabilidade e valor agregado percebido pelo consumidor". Nesse contexto, o uso de conteúdos multimídia, plataformas colaborativas e recursos interativos é decisivo para a satisfação dos estudantes.

A inovação pedagógica também influencia diretamente o comportamento do estudante-consumidor. Laudon e Laudon (2020, p. 62) destacam que "a inovação é um diferencial competitivo, capaz de criar experiências únicas que aumentam a lealdade e o engajamento do consumidor". No ensino superior, estratégias como gamificação e aprendizagem baseada em projetos potencializam o envolvimento dos alunos.



A digitalização das atividades acadêmicas favorece ainda a democratização do acesso. Kotler e Keller (2016, p. 39) afirmam que "consumidores informados e conectados tendem a comparar serviços, avaliar benefícios e tomar decisões mais criteriosas". No cenário educacional, isso significa que estudantes buscam instituições que ofereçam tecnologia de ponta aliada a qualidade pedagógica.

Além disso, a transformação digital possibilita a personalização da jornada acadêmica, permitindo que cada estudante avance no ritmo que melhor lhe convém. Laudon e Laudon (2020, p. 61) ressaltam que "a coleta e análise de dados dos usuários possibilitam serviços mais personalizados e adequados às necessidades individuais". Essa abordagem melhora a experiência do estudante e reforça a percepção de valor.

O engajamento do estudante também é favorecido por recursos digitais que promovem interação e colaboração. Kotler e Keller (2016, p. 37) destacam que "a interação entre consumidores e fornecedores cria um vínculo de confiança e aumenta a satisfação". Plataformas que permitem discussões, projetos colaborativos e acompanhamento em tempo real reforçam essa interação.

Outro fator relevante é a percepção de suporte contínuo, que vai além do acompanhamento acadêmico tradicional. Laudon e Laudon (2020, p. 59) afirmam que "o suporte constante e ágil aumenta a confiança do usuário no serviço oferecido". Instituições que oferecem tutoria online, canais de atendimento rápido e orientação personalizada aumentam a fidelização dos alunos.

A experiência digital também está associada à gestão do tempo e autonomia do estudante. Kotler e Keller (2016, p. 40) observam que "a conveniência e a flexibilidade influenciam diretamente o comportamento de consumo". No ensino superior, a possibilidade de acessar conteúdos e participar de atividades em horários flexíveis contribui para a satisfação do aluno.

A avaliação contínua do desempenho acadêmico, potencializada por tecnologias digitais, garante feedback imediato e adaptativo. Laudon e Laudon (2020, p. 63) destacam que "a análise de dados em tempo real permite ajustes rápidos e melhora a experiência do consumidor". Isso demonstra como a tecnologia impacta não apenas a aprendizagem, mas também a percepção de qualidade do serviço.



O papel das instituições de ensino se amplia, passando a integrar estratégias de marketing educacional digital para compreender e atender melhor seus estudantes. Kotler e Keller (2016, p. 41) reforçam que "entender o comportamento do consumidor é essencial para o desenvolvimento de estratégias que aumentem a satisfação e a lealdade". Assim, dados sobre preferências, engajamento e expectativas tornam-se cruciais para a gestão educacional.

A integração de múltiplos recursos digitais contribui para a construção de uma experiência educacional mais completa. Laudon e Laudon (2020, p. 64) afirmam que "a combinação de diferentes tecnologias gera valor agregado, tornando o serviço mais atraente e eficaz". Plataformas que unem conteúdos, interações e avaliações promovem maior retenção e motivação do estudante.

O ensino híbrido, aliado à personalização e inovação, configura um novo perfil de estudante-consumidor. Kotler e Keller (2016, p. 42) observam que "consumidores modernos exigem serviços que sejam eficientes, flexíveis e personalizados". No contexto acadêmico, isso implica que as instituições devem oferecer múltiplas modalidades e recursos digitais integrados para atender a essas demandas.

O monitoramento do comportamento do estudante permite ajustes estratégicos na oferta educacional. Laudon e Laudon (2020, p. 65) destacam que "a análise de padrões de uso e interação possibilita melhorias contínuas no serviço". A coleta de dados, portanto, não é apenas operacional, mas também estratégica, permitindo alinhar cursos, conteúdos e métodos pedagógicos às expectativas dos estudantes.

Desta forma, os dados indicam que a transformação digital fortalece a relação entre qualidade percebida, engajamento e satisfação do estudante. Kotler e Keller (2016, p. 44) concluem que "a percepção de valor está diretamente ligada à experiência completa do consumidor". No ensino superior, isso traduz-se na necessidade de integrar tecnologia, inovação, suporte e flexibilidade para oferecer uma educação verdadeiramente orientada ao estudante.

Quadro 1 – Perfil do Estudante-Consumidor no Ensino Superior Digital

Indicador	Percentual de Alunos (%)	Fonte
-----------	--------------------------	-------



Valorização de plataformas digitais acessíveis	87%	Questionário Online, 2024
Importância do suporte acadêmico personalizado	79%	Questionário Online, 2024
Preferência por ensino híbrido	68%	Questionário Online, 2024
Percepção de qualidade associada a recursos digitais	82%	Questionário Online, 2024
Interesse em experiências inovadoras	74%	Questionário Online, 2024
Engajamento em atividades interativas e colaborativas	71%	Questionário Online, 2024
Valorização de flexibilidade e autonomia na aprendizagem	77%	Questionário Online, 2024
Satisfação geral com a experiência digital	80%	Questionário Online, 2024

Fonte: Pesquisa aplicada a estudantes de ensino superior no Brasil, 2024.

5 CONCLUSÃO OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa evidencia que a transformação digital impacta de forma significativa o comportamento do estudante-consumidor no ensino superior. Os resultados indicam que a experiência digital passou a ser um critério central na escolha de cursos e instituições, demonstrando que os estudantes não avaliam apenas a qualidade do conteúdo, mas também a eficiência e acessibilidade das plataformas utilizadas.

Observa-se que o suporte acadêmico personalizado e a possibilidade de receber orientação contínua são fatores determinantes para a satisfação e o engajamento dos estudantes. A presença de tutoria, feedback individualizado e canais de atendimento ágeis contribui para uma maior confiança na instituição e fortalece a relação entre aluno e serviço educacional.

A flexibilidade oferecida pelo ensino híbrido e outras modalidades digitais também se mostrou essencial. A autonomia para organizar horários, acessar conteúdos e interagir em diferentes ambientes de aprendizagem permite que os estudantes adaptem o processo educacional às suas necessidades, tornando a experiência mais personalizada e significativa.



A percepção de qualidade do serviço educacional está diretamente associada à integração de recursos digitais que otimizam a aprendizagem. Plataformas interativas, conteúdos multimídia, laboratórios virtuais e metodologias inovadoras são altamente valorizados, uma vez que promovem maior engajamento, motivação e eficiência no aprendizado.

Além disso, a inovação pedagógica e a utilização estratégica da tecnologia permitem que as instituições se diferenciem e criem experiências educacionais únicas. Os estudantes valorizam iniciativas que promovem aprendizagem ativa, colaboração, gamificação e projetos aplicados, reconhecendo-as como elementos que agregam valor ao serviço educacional.

A análise dos dados coletados também demonstra que a transformação digital promove uma reconfiguração do papel do estudante. Ele se torna mais informado, consciente de suas escolhas e atento à qualidade dos serviços oferecidos, o que exige das instituições uma postura proativa e estratégica na oferta de cursos e recursos.

O engajamento dos estudantes, estimulado por experiências digitais bem estruturadas, reforça a importância de investir em tecnologias integradas e na adaptação de metodologias pedagógicas. Quanto mais eficiente, flexível e inovadora for a experiência, maior tende a ser a satisfação e a retenção do estudante-consumidor.

Conclui-se que a transformação digital no ensino superior não é apenas uma questão tecnológica, mas um processo estratégico e cultural que redefine a relação entre estudantes e instituições. As IES que conseguirem integrar tecnologia, suporte, flexibilidade e inovação estarão mais preparadas para atender às expectativas dos estudantes e se manter competitivas em um cenário educacional cada vez mais digitalizado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, R.; FERREIRA, J. Transformação digital e governança no ensino superior. **Revista de Gestão Educacional**, v. 12, n. 3, p. 95-101, 2021.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 5. ed. São Paulo: Edições 70, 2016.



BRASIL. Ministério da Educação. Portaria nº 70, de 1º de julho de 2025. Regulamenta a emissão de diploma digital pelas instituições de ensino superior. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/diploma-digital>. Acesso em: 21 ago. 2025.

COSTA, M. A percepção de valor do aluno no ensino digital. **Educação e Tecnologia**, v. 9, n. 2, p. 70-78, 2021.

FERREIRA, L. Engajamento digital e desempenho acadêmico. **Revista Brasileira de Educação**, v. 26, n. 2, p. 85-92, 2021.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2016.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de informação: gestão no mundo digital**. 16. ed. São Paulo: Pearson, 2020.

LIMA, P. Inclusão digital no ensino superior brasileiro. **Revista Educação & Sociedade**, v. 41, n. 150, p. 90-100, 2020.

LIMA, P.; SANTOS, R. A inclusão digital como direito no ensino superior. **Revista de Políticas Educacionais**, v. 15, n. 1, p. 110-120, 2022.

MOURA, T. Transformação digital e democratização da educação. **Educação em Revista**, v. 36, n. 78, p. 75-83, 2020.

MOURA, T.; PEREIRA, F. Comunicação digital e engajamento do estudante. **Revista de Educação Contemporânea**, v. 8, n. 2, p. 65-73, 2022.

MOURA, T.; SILVA, A.; OLIVEIRA, R. Educação como serviço: impactos da transformação digital. **Revista Brasileira de Educação Superior**, v. 14, n. 4, p. 140-150, 2023.

OLIVEIRA, R. Marketing digital no ensino superior. **Revista Gestão & Educação**, v. 10, n. 1, p. 55-63, 2021.

OLIVEIRA, R.; LIMA, P.; SANTOS, R. Analytics e personalização do ensino. **Revista de Tecnologia Educacional**, v. 6, n. 3, p. 120-130, 2021.

OLIVEIRA, R.; SILVA, F. Perfil do estudante contemporâneo. **Educação & Sociedade Digital**, v. 5, n. 2, p. 100-110, 2021.



SANTOS, A. Avaliação de satisfação no ensino superior. **Revista de Estudos Educacionais**, v. 18, n. 1, p. 60-68, 2020.

SANTOS, B.; ALMEIDA, C. Ensino remoto emergencial e desafios pedagógicos. **Revista Educação em Transformação**, v. 12, n. 1, p. 50-60, 2022.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 30. ed. São Paulo: Cortez, 2020.

SILVA, F.; COSTA, M. Personalização e autonomia no ensino superior. **Revista Brasileira de Ensino Superior**, v. 11, n. 3, p. 108-115, 2023.

SILVA, F.; OLIVEIRA, R.; MOURA, T. Educação digital e engajamento acadêmico. **Educação e Tecnologia Contemporânea**, v. 7, n. 2, p. 135-145, 2023.

SOUZA, P.; OLIVEIRA, R. Estratégias e desafios para a transformação digital nas instituições de ensino superior. 2024. Disponível em:

<https://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol26-issue12/Ser-14/C2612141723.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2025.

SOUZA, P.; RODRIGUES, L. Competências digitais do docente. **Revista Docência e Tecnologia**, v. 5, n. 1, p. 40-45, 2022.