



LANÇAMENTO NACIONAL PESQUISA SELO BELTA 2026

MAPEAMENTO DO MERCADO DE EDUCAÇÃO INTERNACIONAL NO BRASIL

REALIZAÇÃO



SUORTE:



PATROCÍNIO:



APOIO:



PESQUISA DE MERCADO

SELO BELTA 2026

Equipe responsável

Manolita Correia Lima
Danilo Torini
Claudia Silva



Mobilidade
Acadêmica
GRUPO DE PESQUISA



The background is a blue-toned composite image. At the bottom, a realistic globe of the Earth is shown. Above the globe, a city skyline with several skyscrapers is visible. In the upper right, a world map is depicted with a grid of dots and white lines connecting various points, representing a global network. An airplane is flying across the sky in the upper left quadrant, leaving a white contrail. The overall aesthetic is clean, modern, and professional.

| Estudiantes



Metodologia Estudantes

NATUREZA DA PESQUISA: quantitativa

PÚBLICO-ALVO: estudantes que realizaram intercâmbio e estudantes que têm interesse por intercâmbio

RESPONDENTES: 2271

INSTRUMENTO DE COLETA: questionário on-line

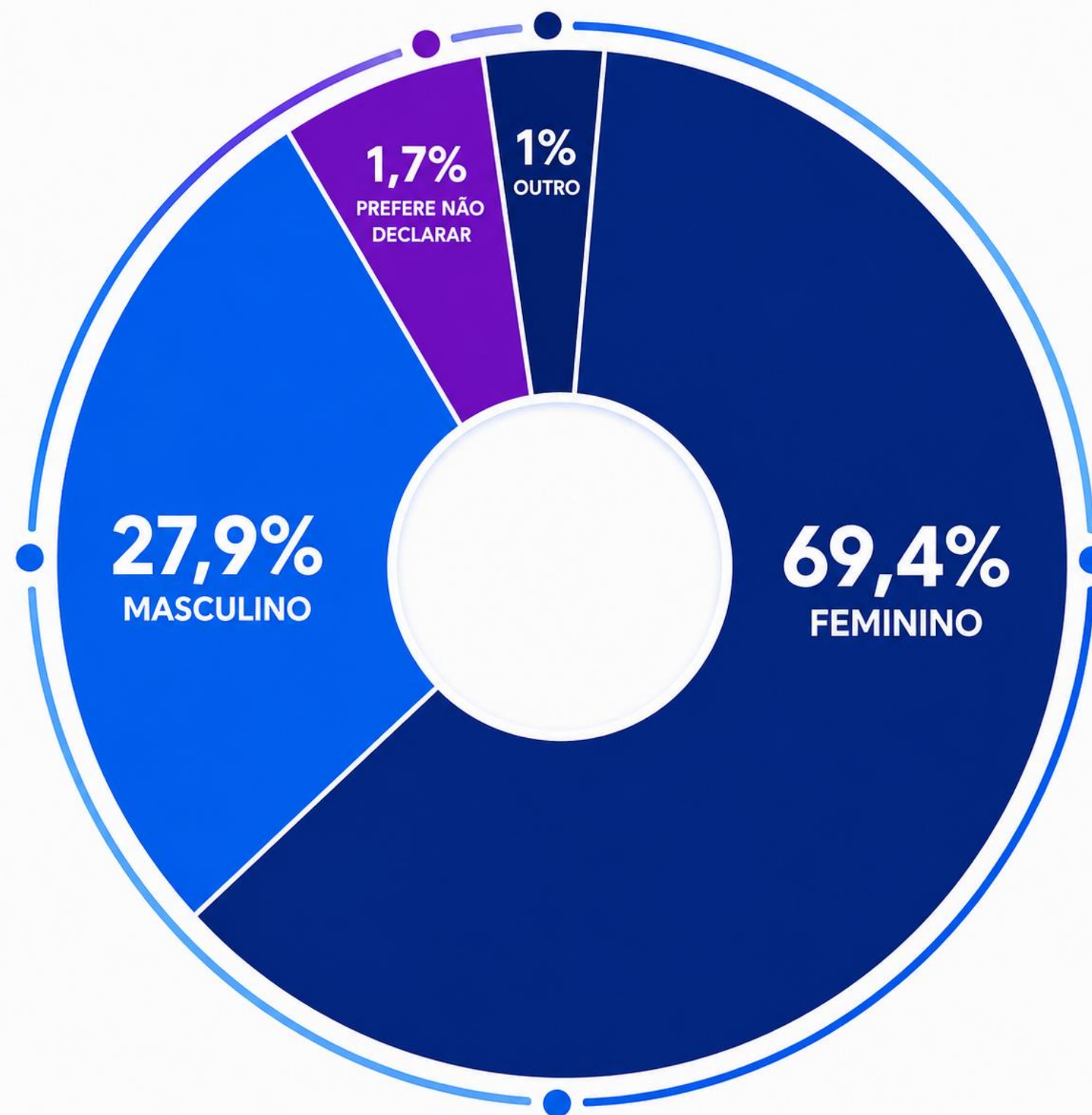
ESTRATÉGIA DE COLETA: convites enviados por e-mail

PERÍODO DE APLICAÇÃO: fevereiro a abril de 2026

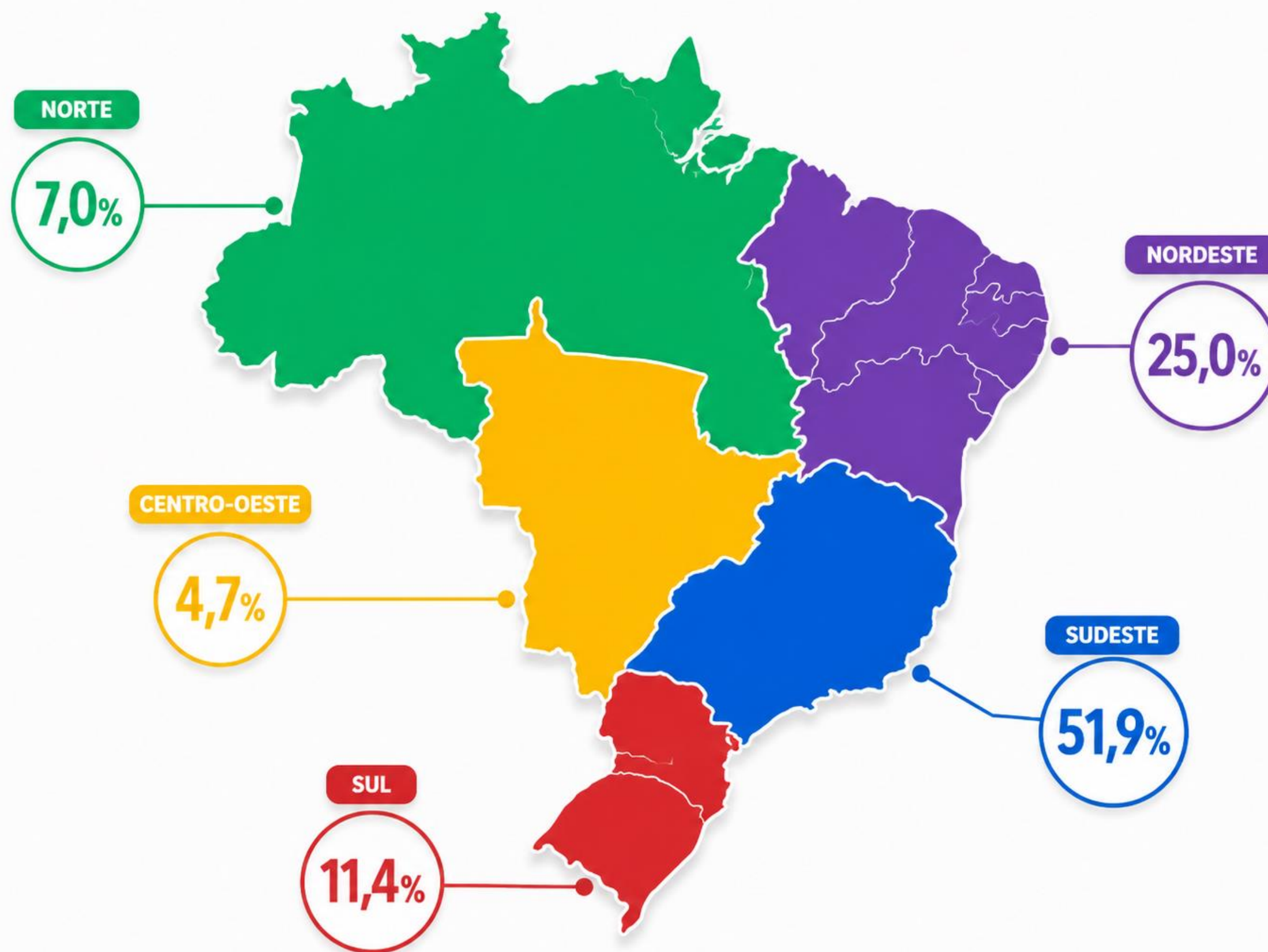
ALCANCE: nacional

LISTAGEM: envio pela Belta, com apoio de Aspire.

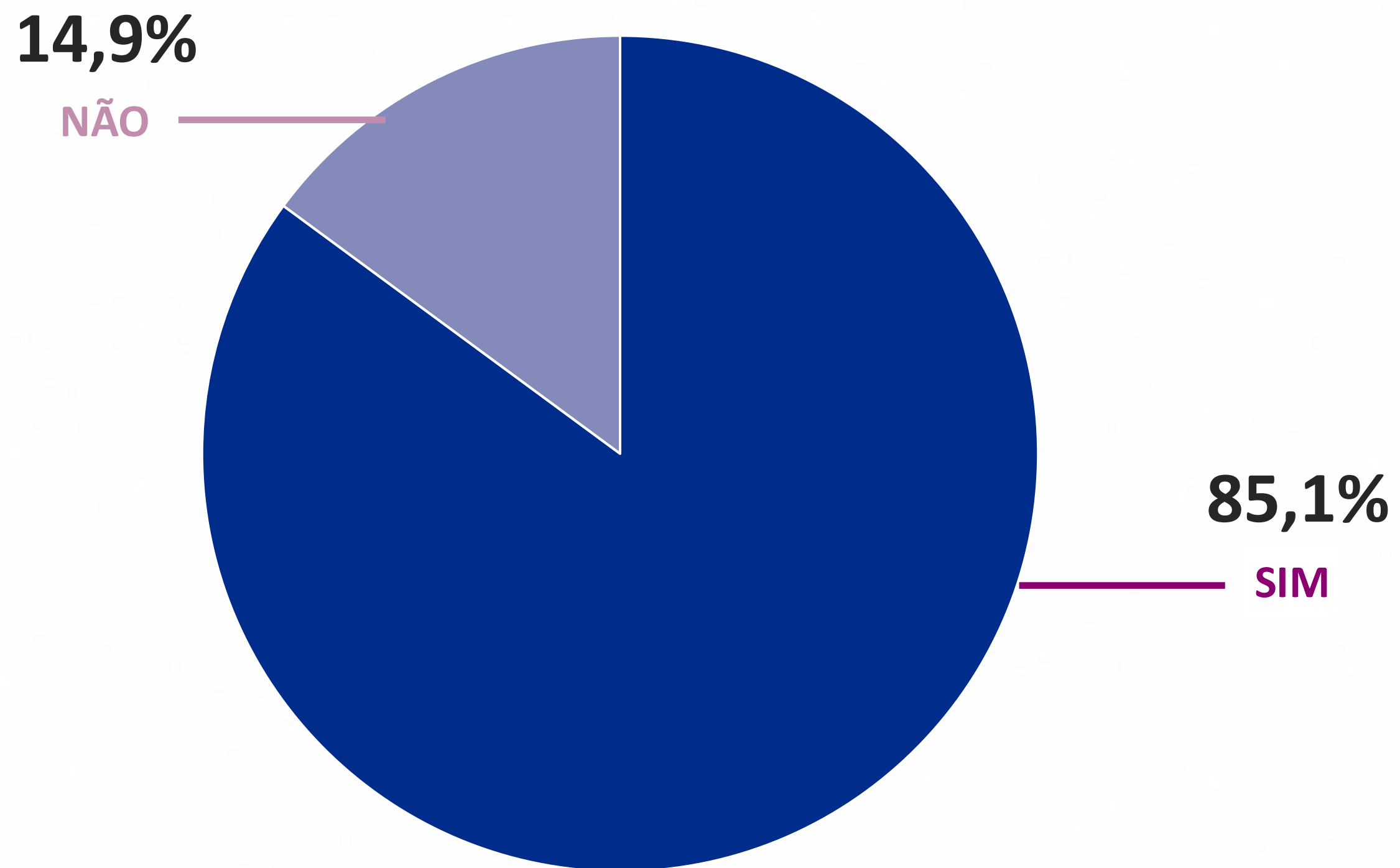
Gênero



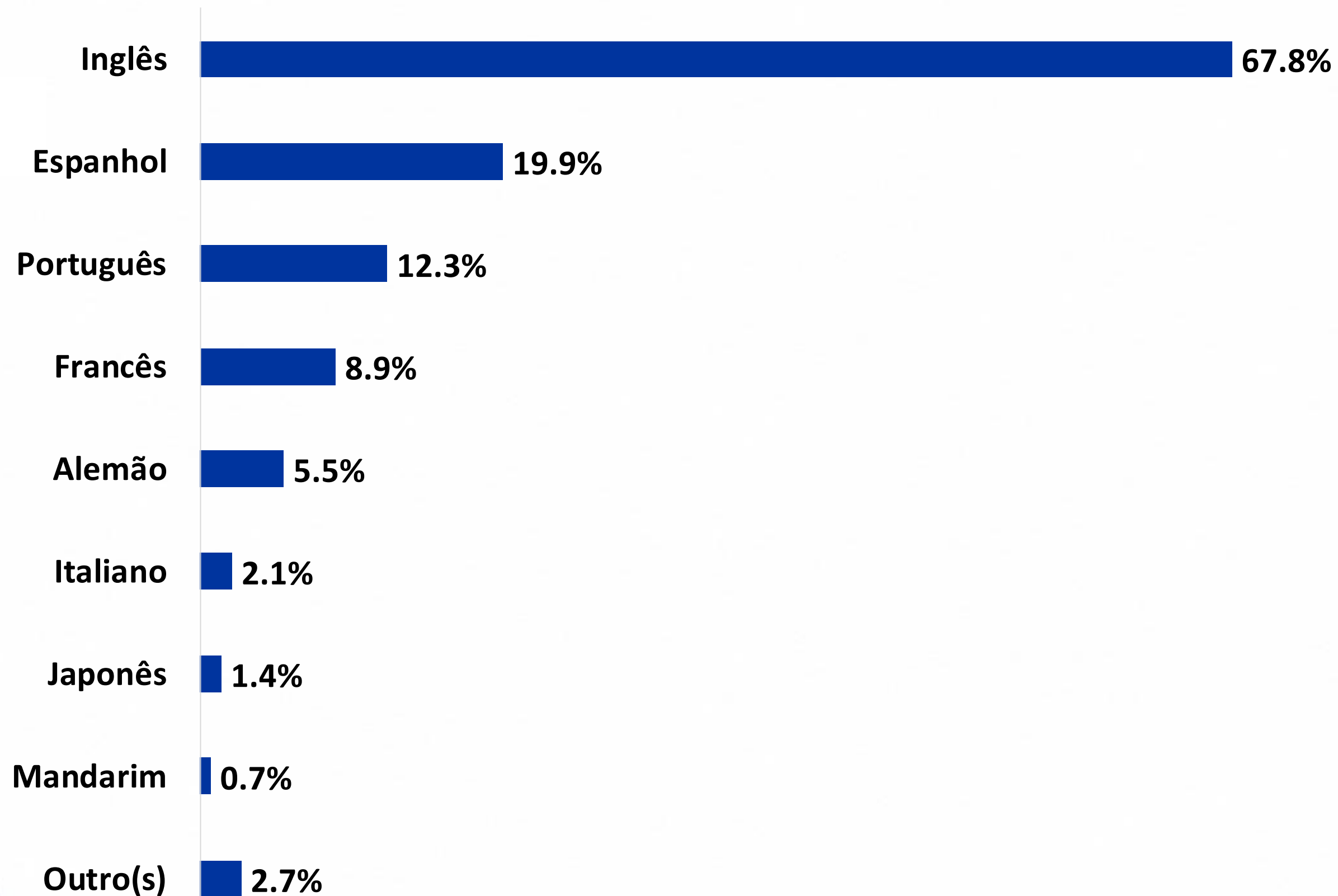
Distribuição Regional dos respondentes



Primeira experiência de intercâmbio

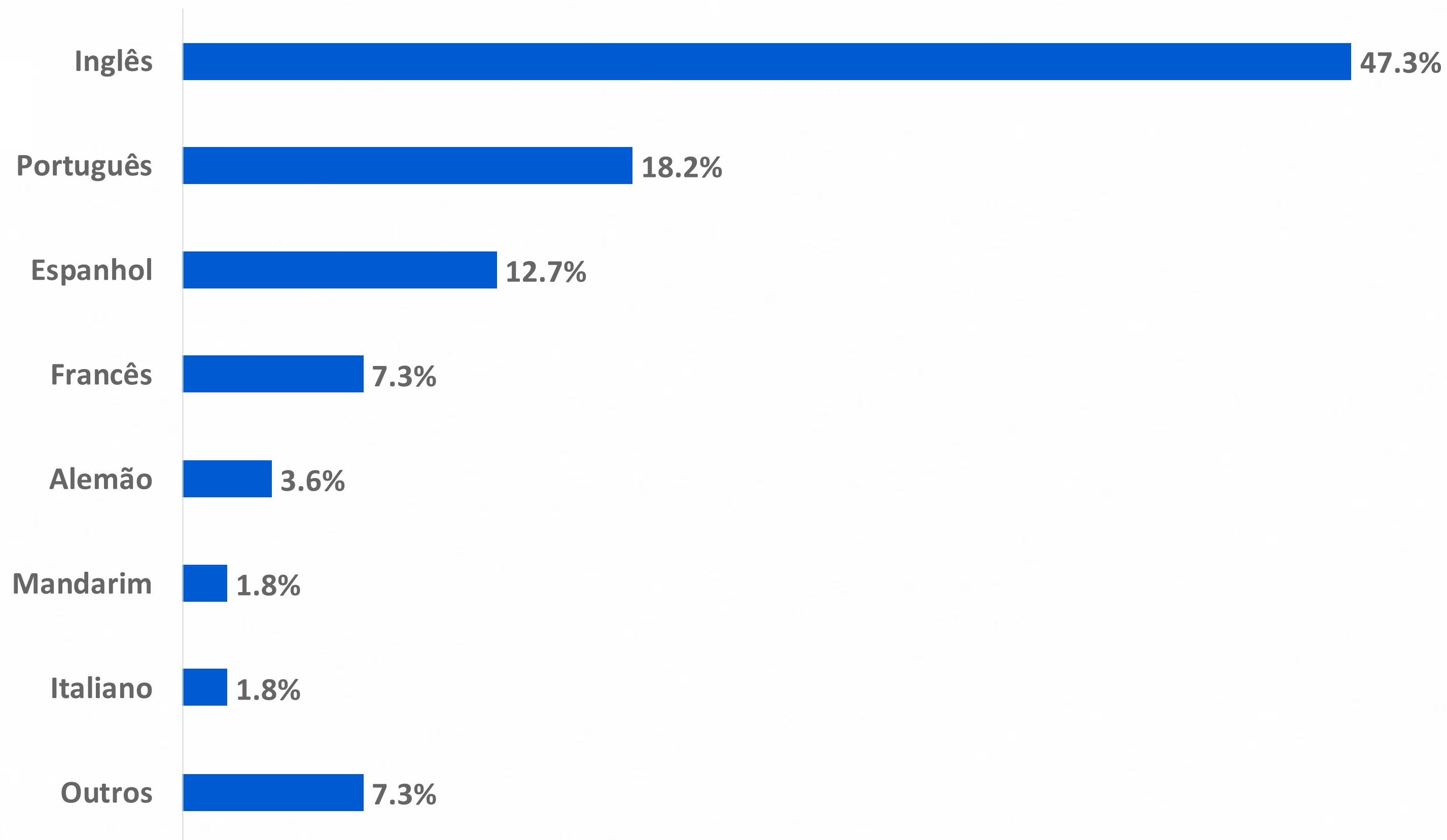


Idioma estudado na primeira experiência de intercâmbio



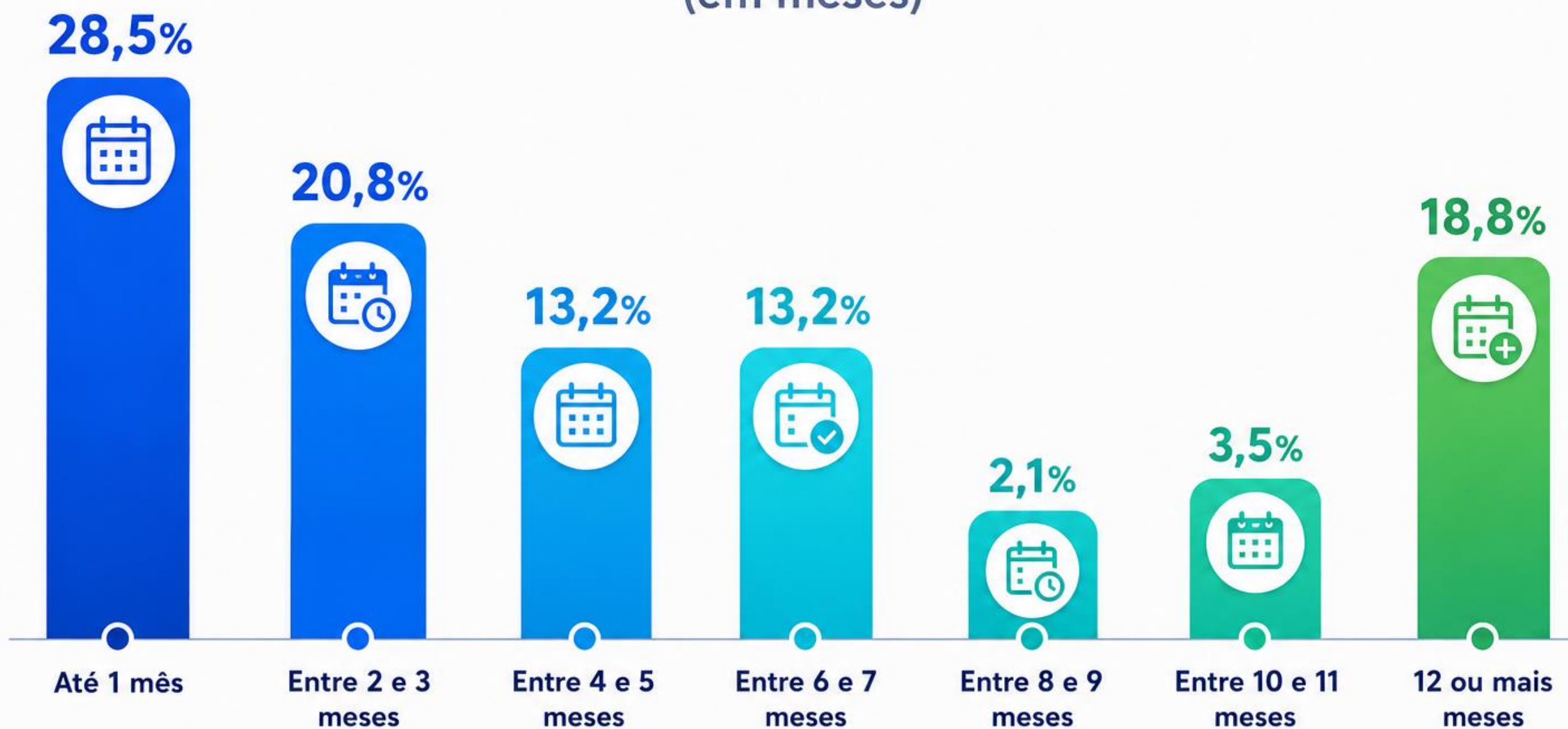
Idioma estudado na experiência anterior

Aplicável quando já realizado um intercâmbio



DURAÇÃO DO INTERCÂMBIO

(em meses)



RESUMO



Até 3 meses
49,3%
dos intercâmbios

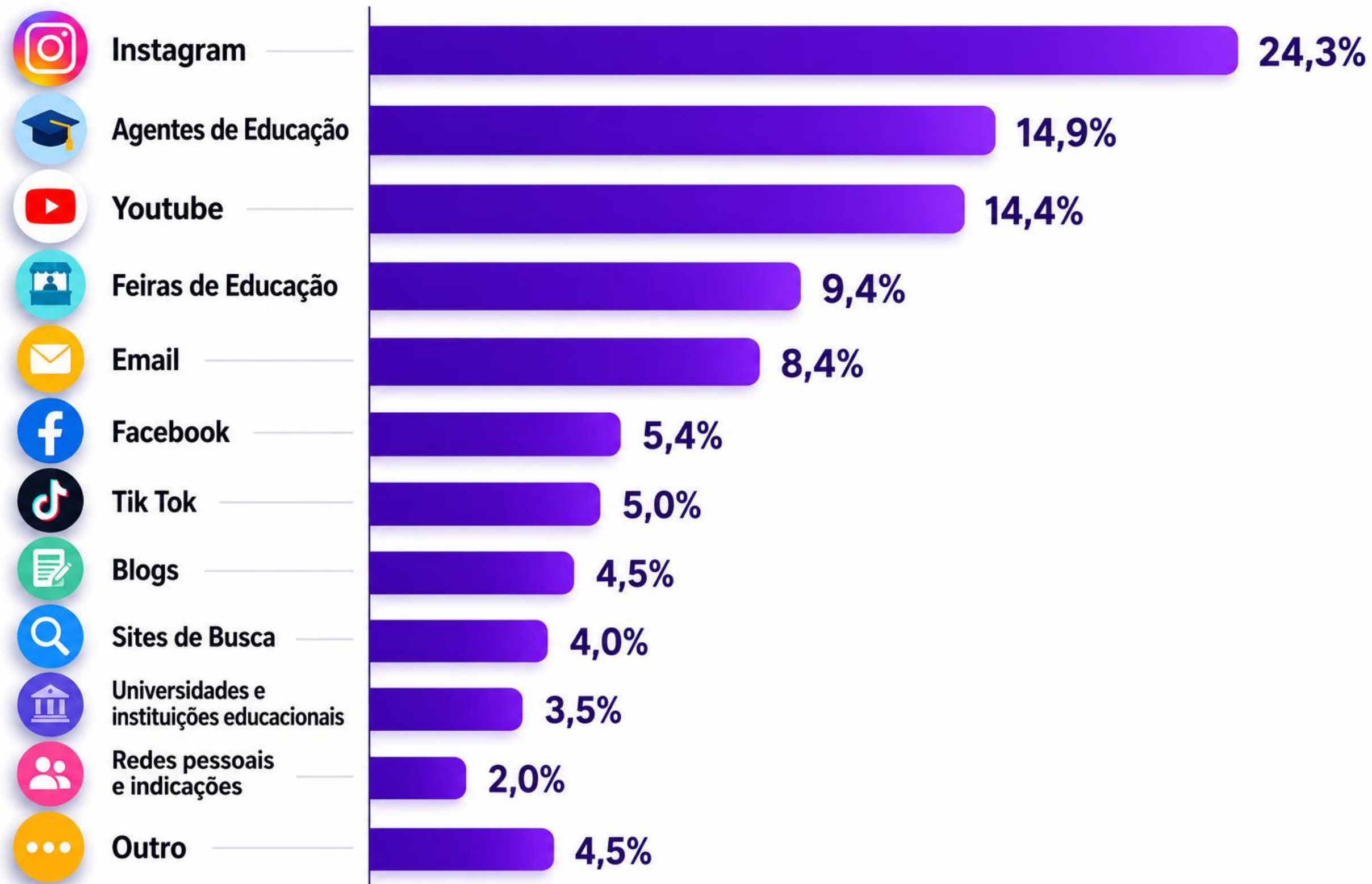


De 4 a 7 meses
26,4%
dos intercâmbios

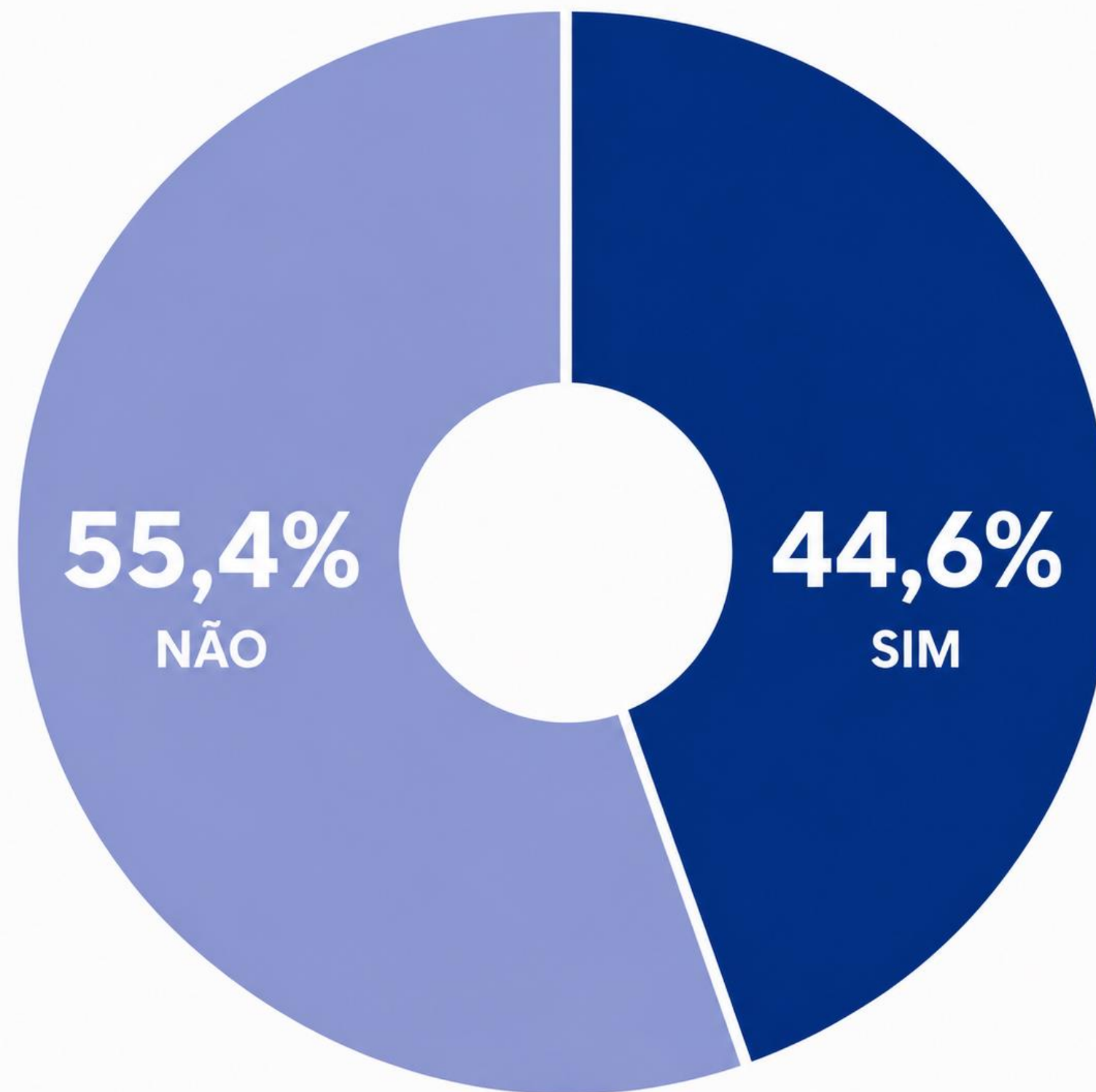


8 meses ou mais
24,4%
dos intercâmbios

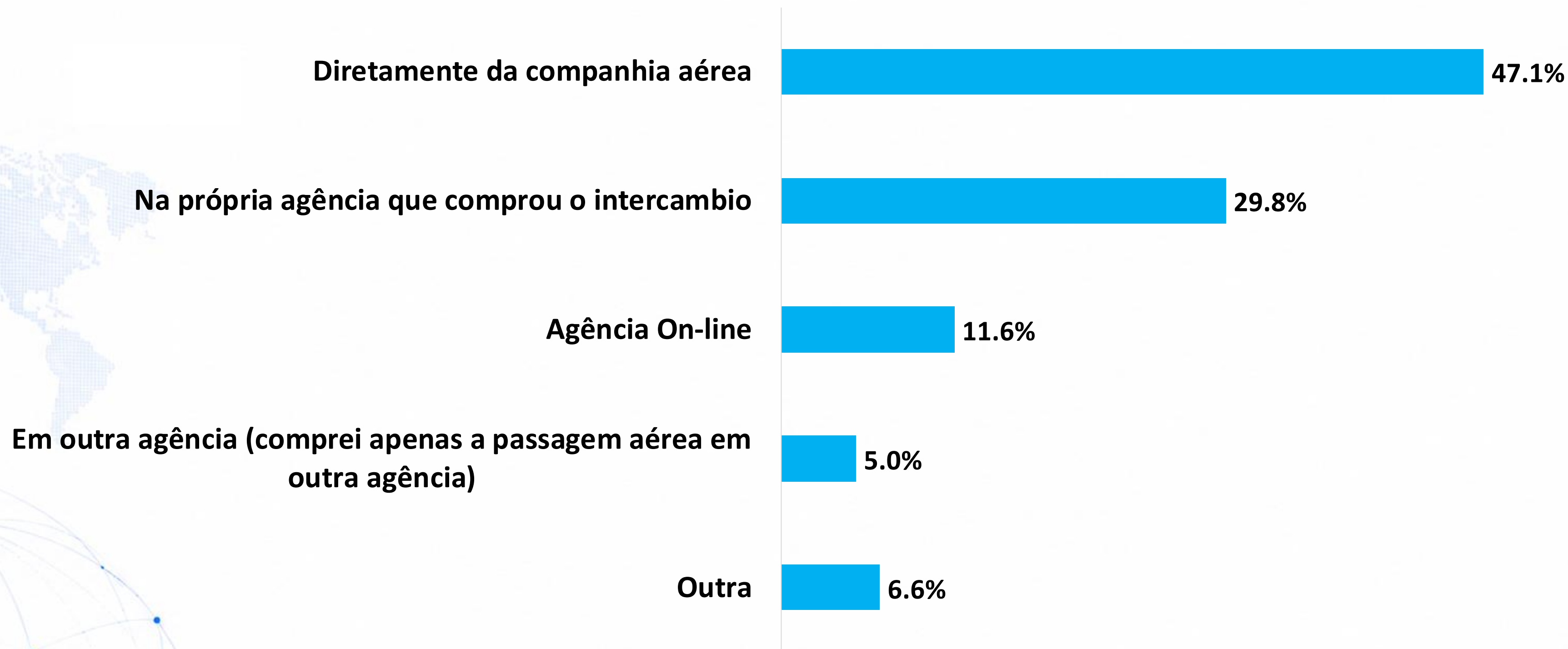
Veículo(s) pelos quais recebeu informações sobre o país de destino



Oferta de passagens aérea na agência onde adquiriu intercâmbio



Meio de aquisição da passagem aérea





RAZÕES PARA A ESCOLHA DA AGÊNCIA





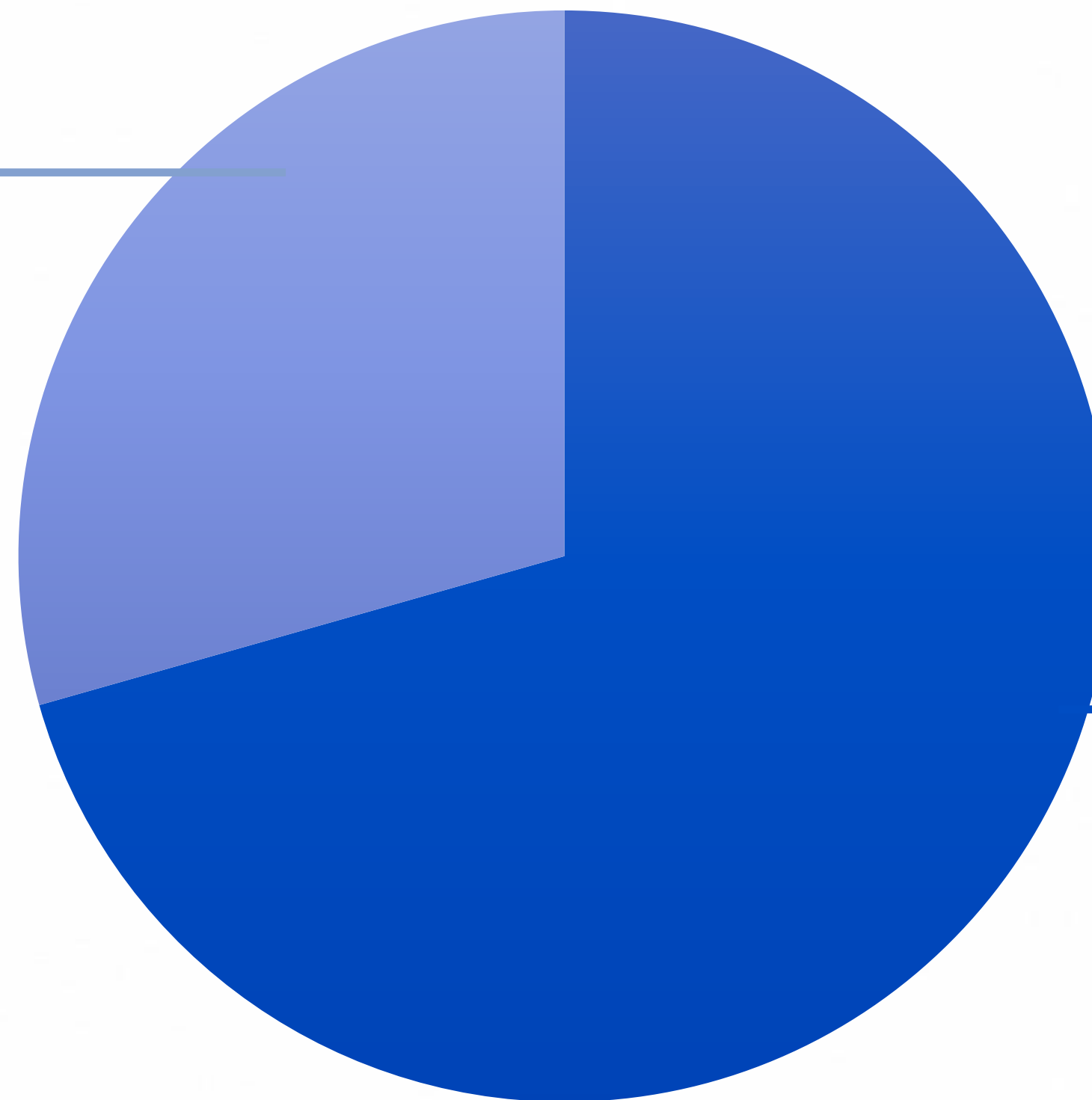
EXPECTATIVAS PARA O INTERCÂMBIO



Interesse em realizar intercâmbio em breve

29,4%

NÃO



70,6%

SIM



Quando pretende realizar o intercâmbio?

	1º semestre de 2026	2,0%
	2º semestre de 2026	8,4%
	1º semestre de 2027	19,8%
	2º semestre de 2027	16,9%
	Em 2028 ou depois	31,0%
	Não sei	22,1%





TIPO DE INTERCÂMBIO DESEJADO



| Agentes

The background is a blue-toned graphic. At the bottom, a globe of the Earth is shown with a city skyline of skyscrapers rising from its horizon. Above the globe, a world map is depicted with a grid of dots and white lines connecting various points, representing a global network. In the upper center, a commercial airplane is shown in flight, leaving a white contrail. The overall composition is modern and technological, with a clean, blue color palette.



Metodologia Agentes

- **NATUREZA DA PESQUISA:** quantitativa.
- **PÚBLICO-ALVO:** gestores de rede de agências de intercâmbio, gestores de agência de intercâmbio, franqueados, supervisores, gerentes, donos ou representantes de marcas de intercâmbio.

RESPONDENTES: 74 empresas respondentes, que representam 590 pontos de venda Belta e não-Belta.

INSTRUMENTO DE COLETA: questionário on-line.

ESTRATÉGIA DE COLETA: convites enviados por e-mail.

PERÍODO DE APLICAÇÃO: fevereiro a abril de 2026.

ALCANCE: nacional.

- **LISTAGEM:** envio pela Belta, com apoio de ICEF e StudyTravel.

A graphic element on the left side of the slide. It features a central circle with the text 'Metodologia Agentes' inside. The circle is surrounded by several concentric, semi-transparent blue rings. There are also blue dots and lines extending from the circle, suggesting a network or data flow.

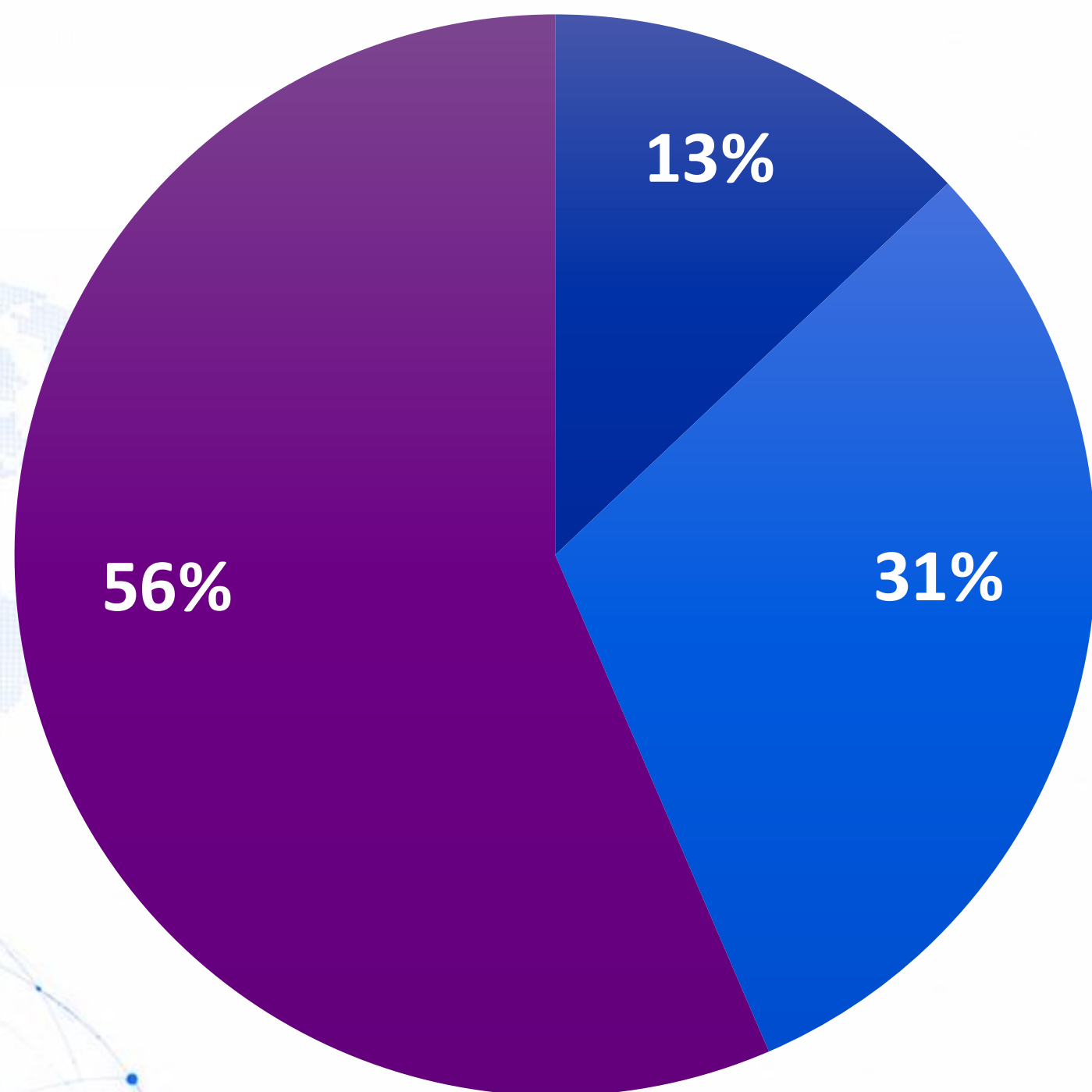
Metodologia Agentes

Nas principais questões do instrumento de coleta, foi utilizado o recurso de construção de *rankings*, segundo o qual uma pontuação é atribuída a cada resposta de acordo com a posição atribuída aos itens na classificação feita pelo respondente (*Ex: 1º lugar: 20 pts; 2º lugar: 19 pts;; 20º lugar: 1 pt*).

Trata-se de um recurso que garante maior acuidade da informação e refinamento de análise.

Metodologia adequada para estudos comparativos longitudinais (pesquisas ao longo do tempo).

Perfil dos Respondentes (Agentes)



56%

Gestor de uma agência de intercâmbio

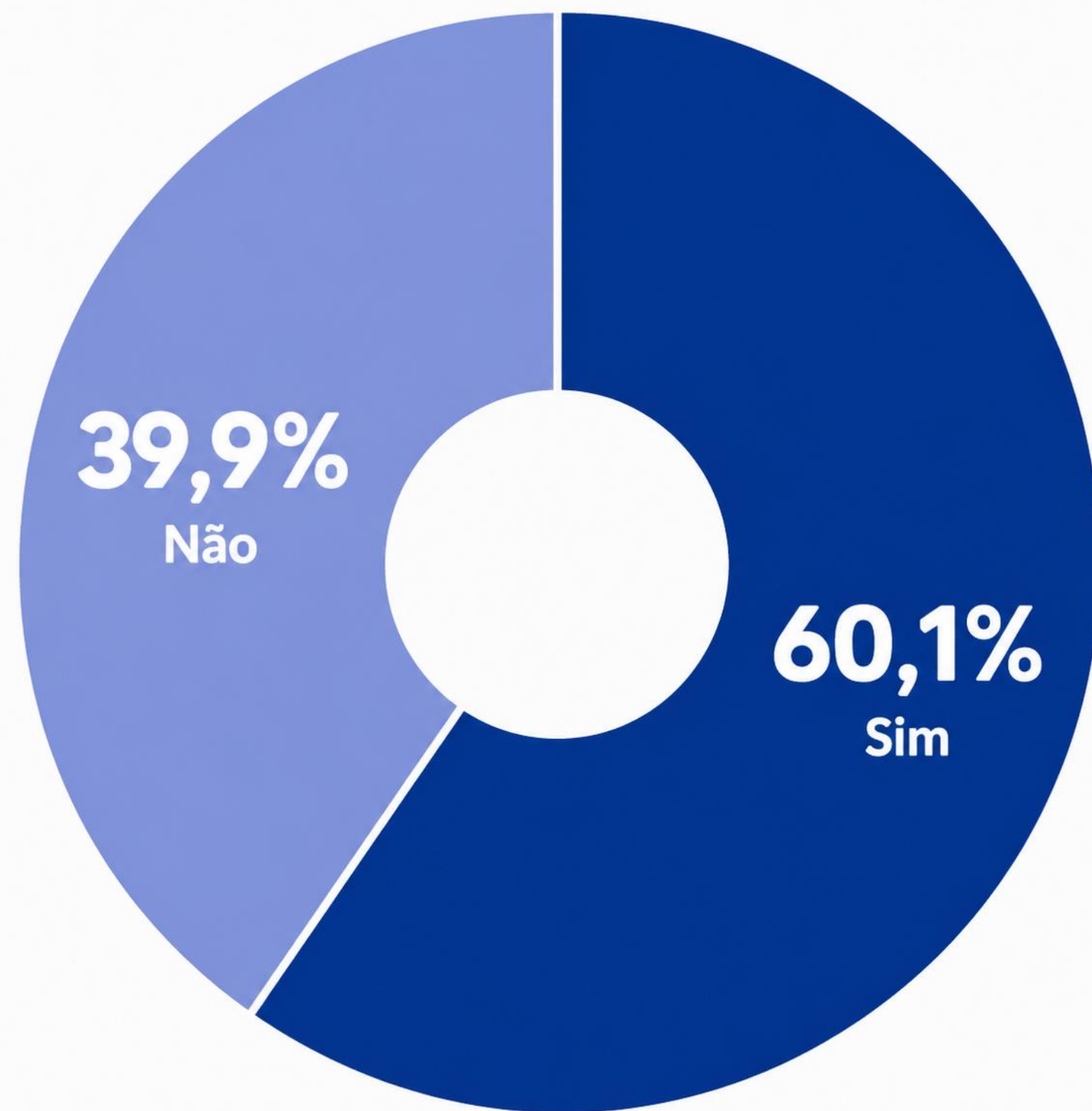
31%

Franqueado, supervisor, gerente, dono ou representante de uma marca de intercâmbio

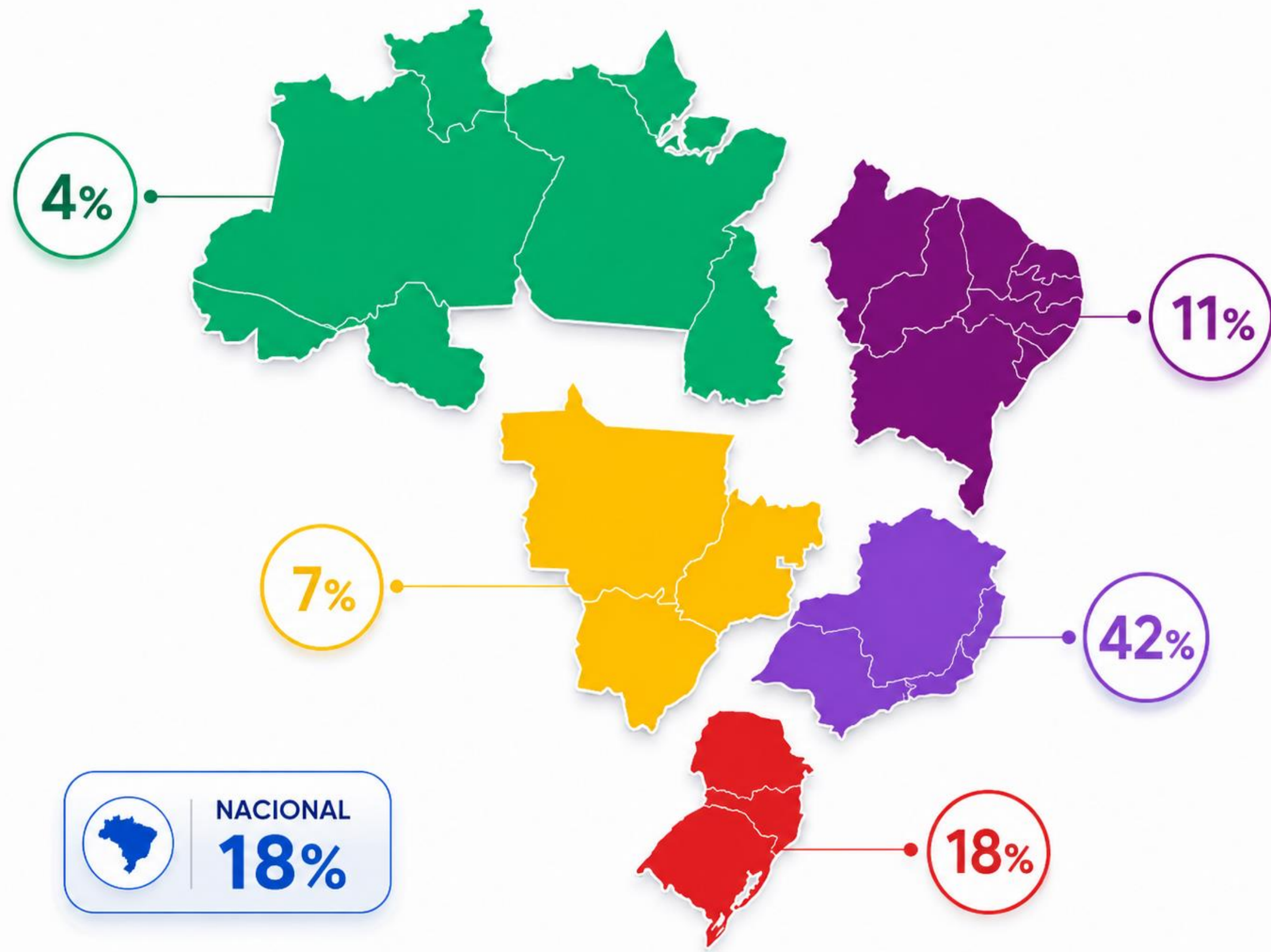
13%

Gestor de uma rede de agências de intercâmbio

Associados à Belta



Regiões de atuação



PRINCIPAIS PROGRAMAS COMERCIALIZADOS

Ranking dos **11 tipos de experiências** mais mencionados

1º		Curso de Idioma
2º		Curso de férias (verão/inverno) para jovens (teen)
3º		Ensino Médio (high school)
4º		Curso de Idioma com trabalho temporário
5º		Curso profissional, certificado ou diploma
6º		Graduação
7º		Pós-graduação (MBA, Especialização, Mestrado ou Doutorado)
8º		Work and Travel (Estados Unidos)
9º		Trabalho voluntário
10º		Au pair
11º		Internship (work experience)



INTERNACIONALIZAÇÃO

Programas que conectam pessoas, culturas e mercados.



MOBILIDADE GLOBAL

Experiências em diferentes países que transformam trajetórias.



DESENVOLVIMENTO ACADÊMICO E PROFISSIONAL

Crescimento acadêmico, profissional e pessoal sem fronteiras.



NOVAS POSSIBILIDADES

Mais que um curso, um caminho para o seu futuro global.



O QUE OS DADOS MOSTRAM:

Os Cursos de Idioma lideram com folga o ranking, seguidos pelos cursos de férias para jovens e pelo Ensino Médio (high school). Graduação e pós-graduação aparecem na sequência, muito próximas entre si. Experiências práticas como Work and Travel, voluntariado, au pair e internship completam o top 11, muito procuradas por quem busca vivências internacionais completas.



Aprender, trabalhar e viver novas culturas.
O mundo é o destino.



PRINCIPAIS SERVIÇOS COMERCIALIZADOS

Ranking dos 4 serviços mais mencionados

1º



Seguro saúde para viagem

2º



Emissão de passagens aéreas

3º



Assessoria para vistos

4º



Reserva de acomodação



O QUE OS DADOS MOSTRAM:

O seguro saúde para viagem lidera o ranking, seguido pela emissão de passagens aéreas. Assessoria para vistos e reserva de acomodação completam os principais serviços buscados por quem planeja viagens e experiências internacionais.



Serviços que conectam pessoas a oportunidades, destinos e novas histórias.

O mundo ao seu alcance.

POR QUE ESSES SERVIÇOS SÃO ESSENCIAIS?



SEGURANÇA E TRANQUILIDADE

Proteção em imprevistos para que o viajante curta a experiência com mais segurança.



CONECTIVIDADE GLOBAL

Acesso às melhores rotas e tarifas para qualquer destino do mundo.



ACESSO A NOVOS DESTINOS

Apoio especializado para tornar sonhos e projetos internacionais possíveis.










CONFORTO E BEM-ESTAR

Hospedagens selecionadas para uma experiência completa.





Principais objetivos para **investir em Intercâmbio**

- 1º**  Vivenciar uma experiência internacional capaz de conciliar Estudo, Trabalho e Turismo
- 2º**  Poder realizar o sonho de conhecer países e culturas diferentes
- 3º**  Interesse de investir em idiomas
- 4º**  Interesse em investir em uma formação e/ou carreira internacional
- 5º**  Interesse de viver fora do Brasil, por determinado tempo
- 6º**  Importância de diferenciar o currículo (CV)
- 7º**  Morar em outro país/imigrar



 **Novas experiências**

 **Desenvolvimento pessoal e profissional**

 **Ampliação de horizontes**

 **Memórias que transformam**

Principais objetivos para investir em Intercâmbio

2º	2º	1º	Vivenciar uma experiência internacional capaz de conciliar Estudo, Trabalho e Turismo	2.666
6º	1º	2º	Poder realizar o sonho de conhecer países e culturas diferentes	2.539
4º	3º	3º	Interesse de investir em idiomas	2.530
1º	4º	4º	Interesse em investir em uma formação e/ou carreira internacional	2.185
5º	5º	5º	Interesse de viver fora do Brasil, por determinado tempo	1.977
3º	6º	6º	Importância de diferenciar o currículo (CV)	1.650
7º	7º	7º	Morar em outro país/imigrar	1.269



PRINCIPAIS DESTINOS

Ranking dos **15 destinos** mais procurados



1º	Canadá	6º	Austrália	11º	Alemanha
2º	Estados Unidos	7º	Espanha	12º	França
3º	Reino Unido	8º	Nova Zelândia	13º	Emirados Árabes Unidos
4º	Irlanda	9º	Itália	14º	Coreia do Sul
5º	Malta	10º	África do Sul	15º	Suíça



O QUE OS DADOS MOSTRAM:

A América do Norte e a Europa lideram as preferências, com forte presença de destinos tradicionais para estudo, trabalho e intercâmbio. Austrália e Nova Zelândia também se destacam na busca por novas experiências.



Do idioma ao intercâmbio, **cada destino pode transformar uma jornada.**



Principais destinos

2023	2024	2025		Pontuação
1º	1º	1º	Canadá	7.129
3º	2º	2º	Estados Unidos	5.958
2º	3º	3º	Reino Unido	5.886
4º	4º	4º	Irlanda	5.342
6º	6º	5º	Malta	4.544
5º	5º	6º	Austrália	4.271
8º	9º	7º	Espanha	2.639
9º	8º	8º	Nova Zelândia	2.394
11º	11º	9º	Itália	1.886
7º	7º	10º	África do Sul	1.723
12º	10º	11º	Alemanha	1.641
10º	12º	12º	França	1.423
-	-	13º	Emirados Árabes Unidos	834

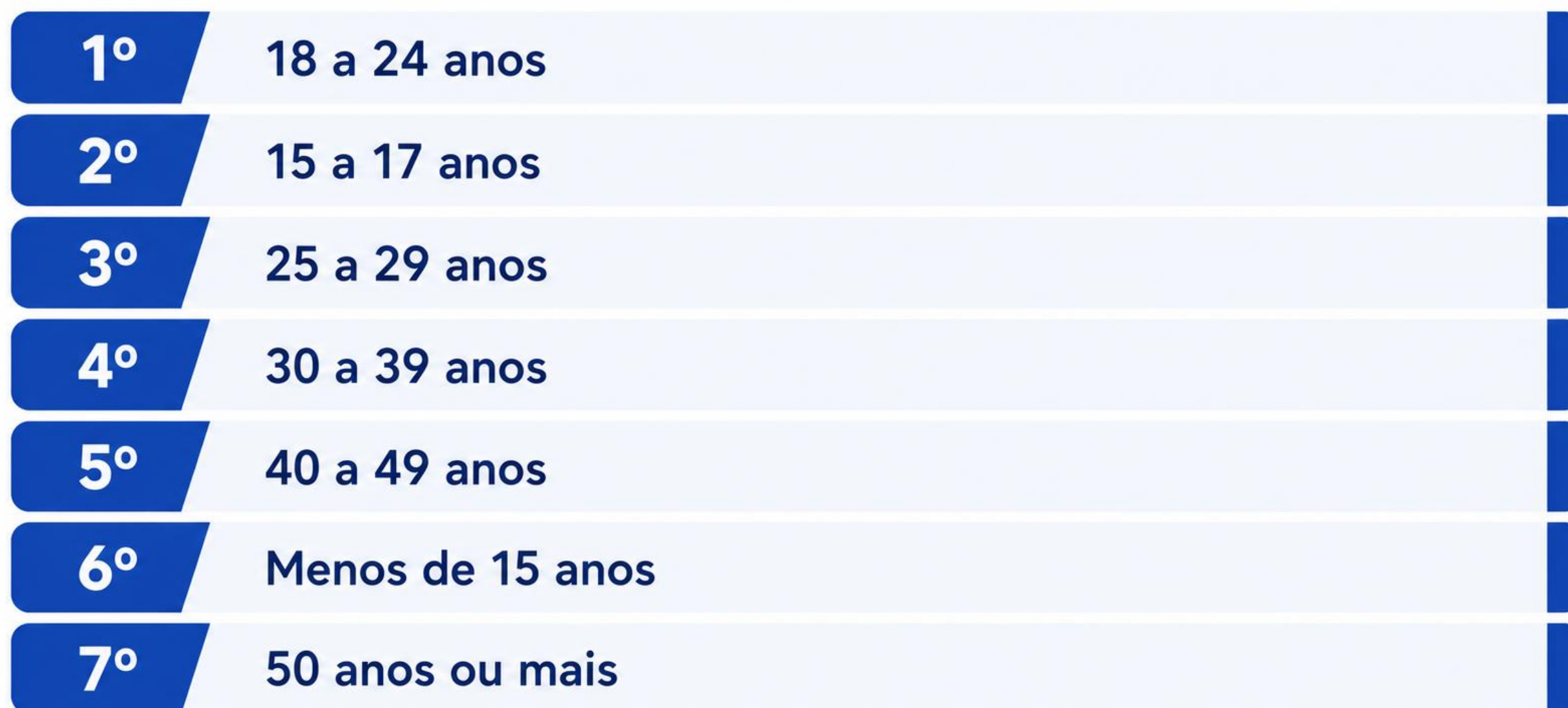
Principais destinos

Continuação:

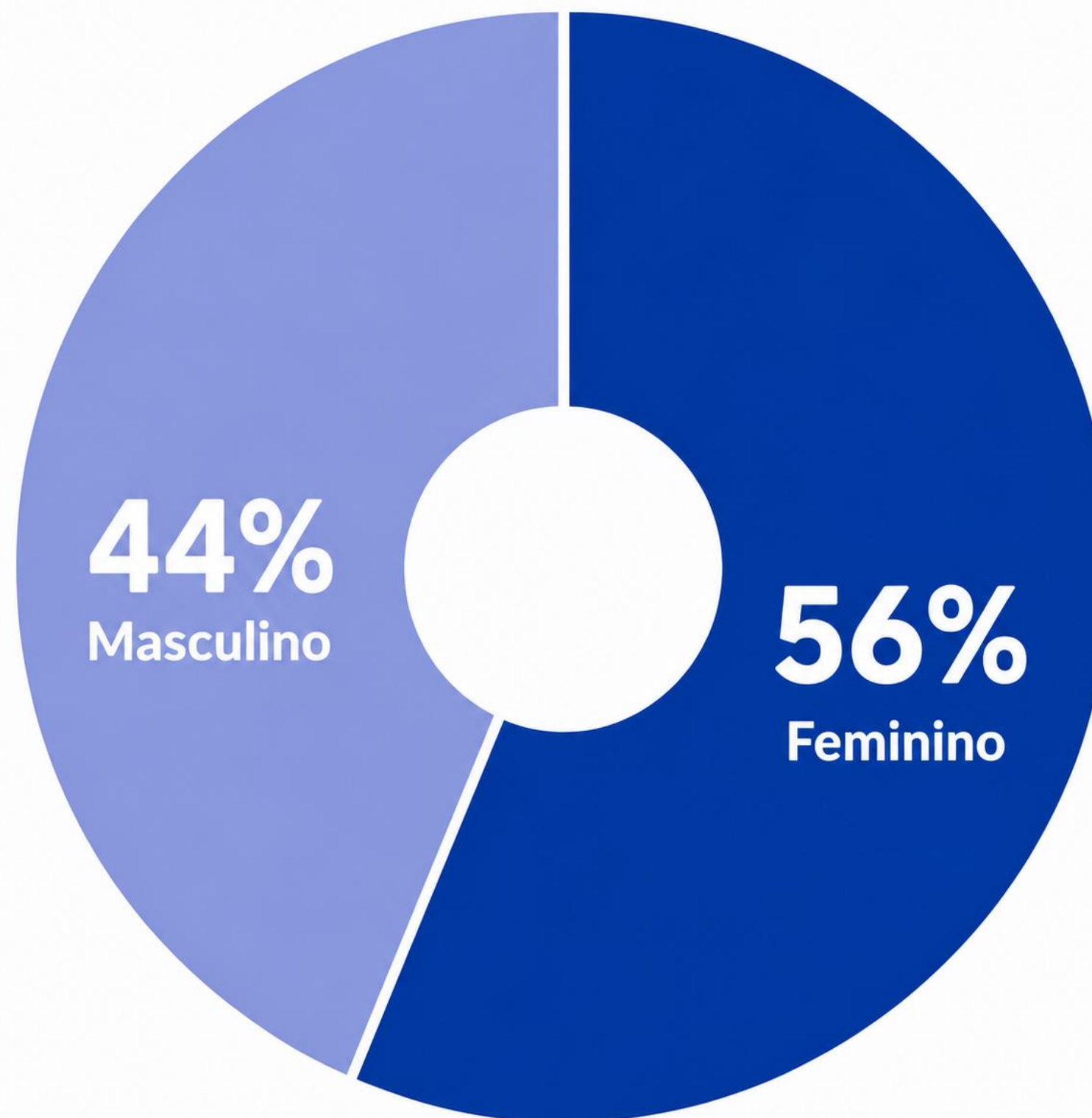
2025		Pontuação
14º	Coreia do Sul	507
15º	Suíça	399
16º	Portugal	272
17º	Japão	253
18º	Argentina	244
19º	Chile	199
20º	China	81
21º	Colômbia	72
22º	Uruguai	54

FAIXA ETÁRIA

DOS CLIENTES QUE VIAJARAM



Gênero dos clientes que viajaram em 2024



CURSOS DE IDIOMA COMERCIALIZADOS

2025	Curso	Pontuação
1º	 Inglês	3.745
2º	 Espanhol	2.194
3º	 Francês	1.877
4º	 Italiano	1.414
5º	 Alemão	1.215
6º	 Japonês	444
7º	 Mandarim	235
8º	 Coreano	94

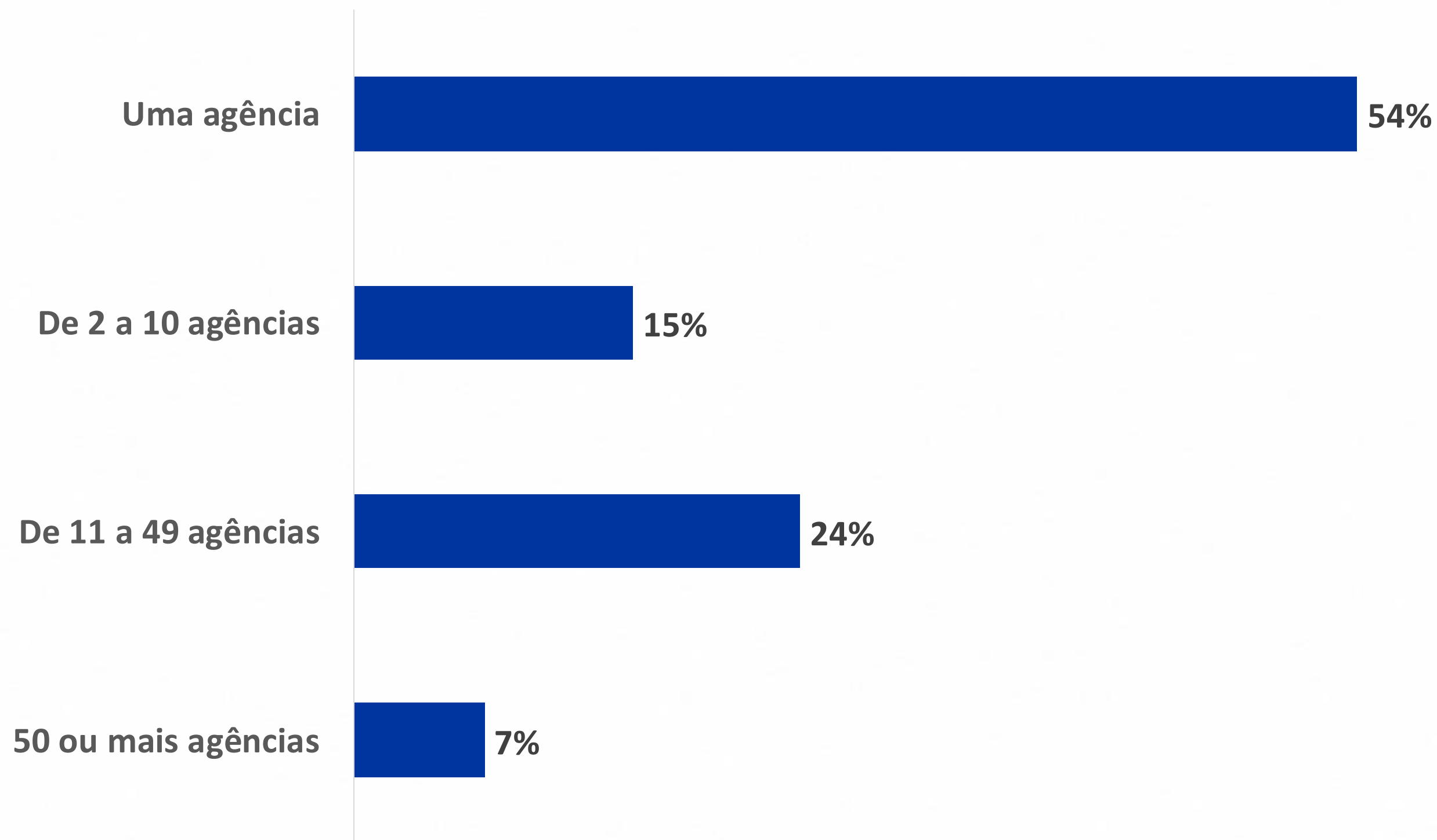


Inglês foi citado em 1º lugar por **93%** das agências.



Coreano foi mencionado espontaneamente em alguma posição por **6%**.

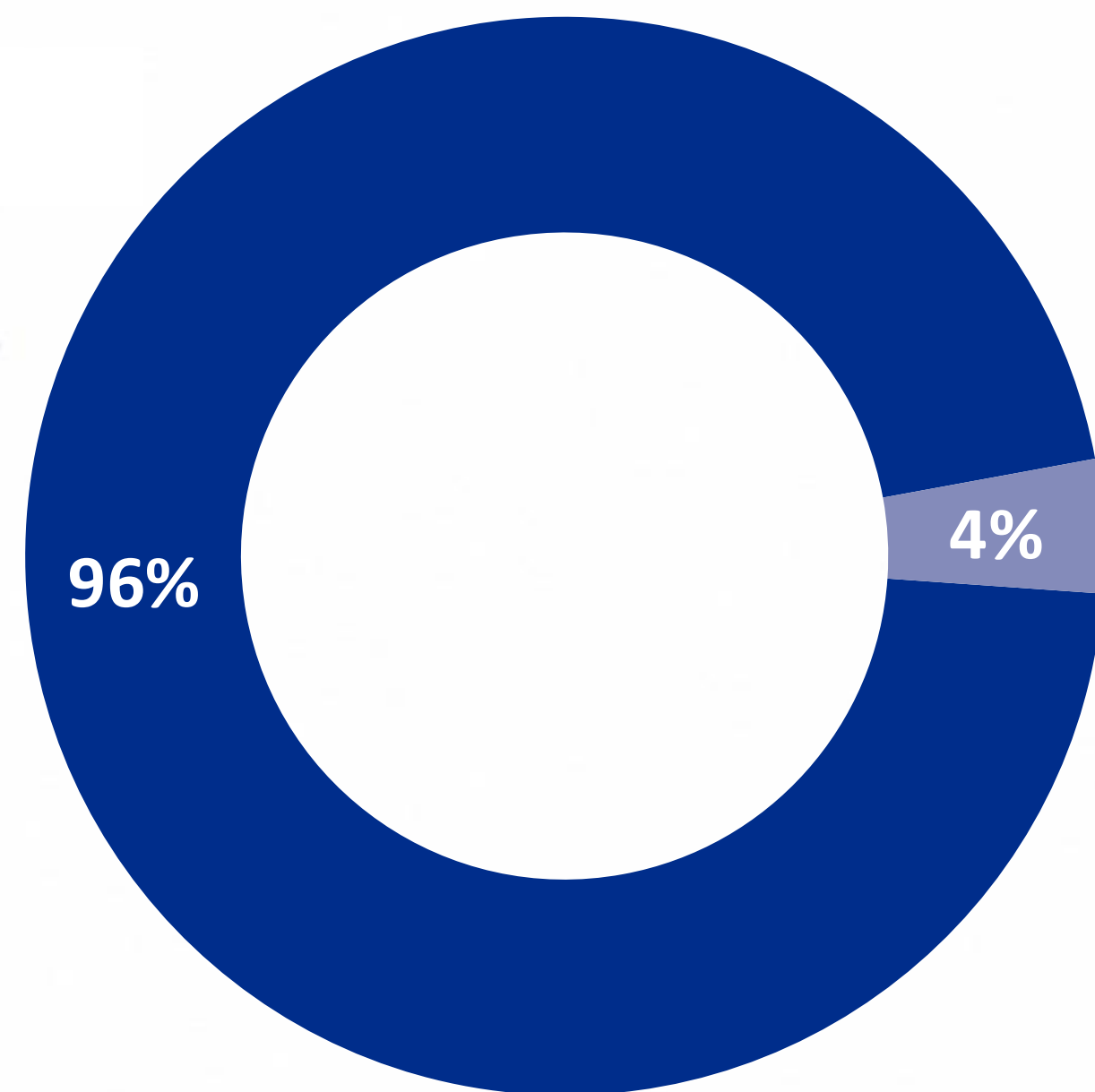
Número de agências que integram as redes



Base de respondentes: 74 empresas respondentes.

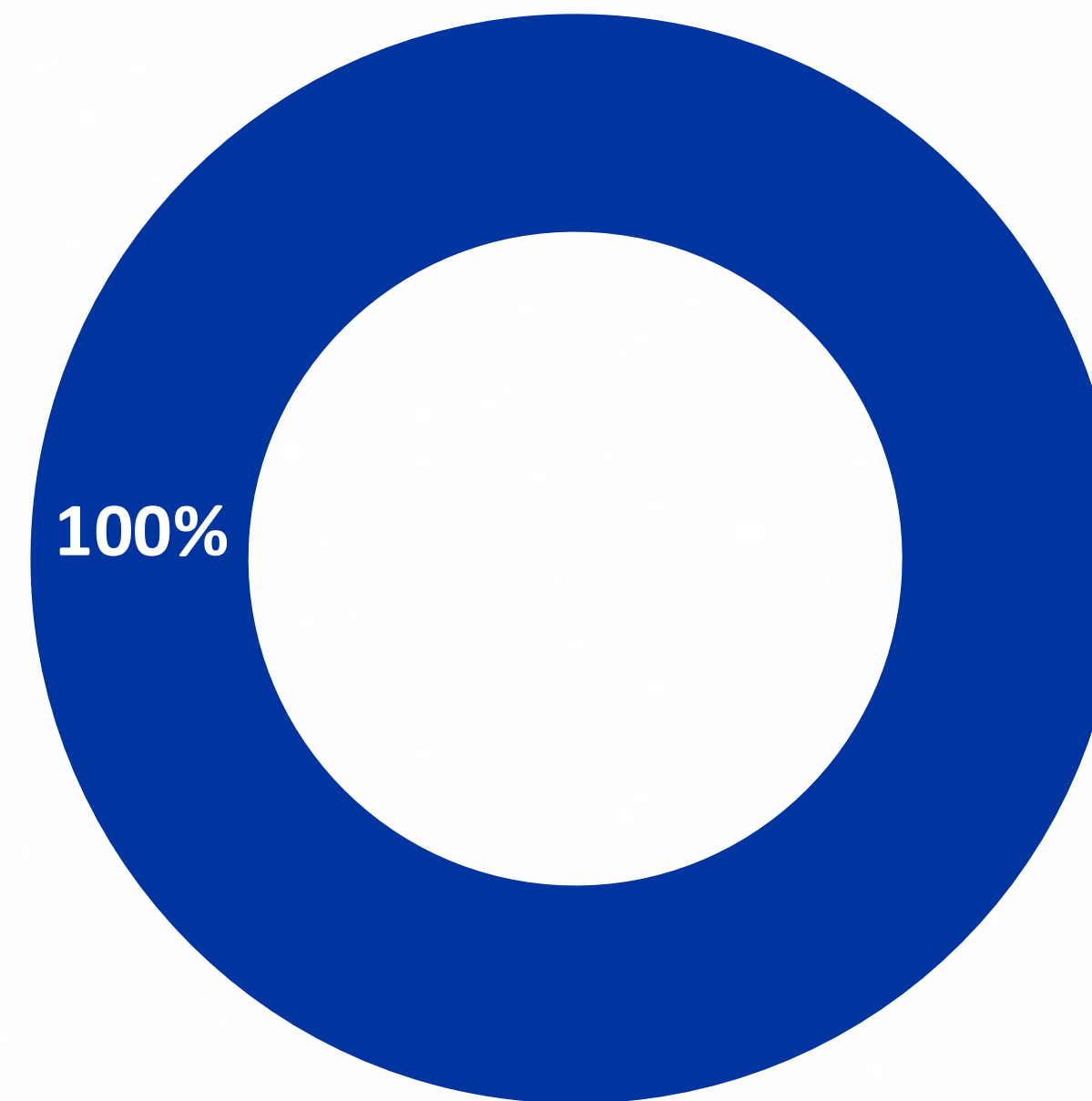
Agências que realizam atendimento online

2024



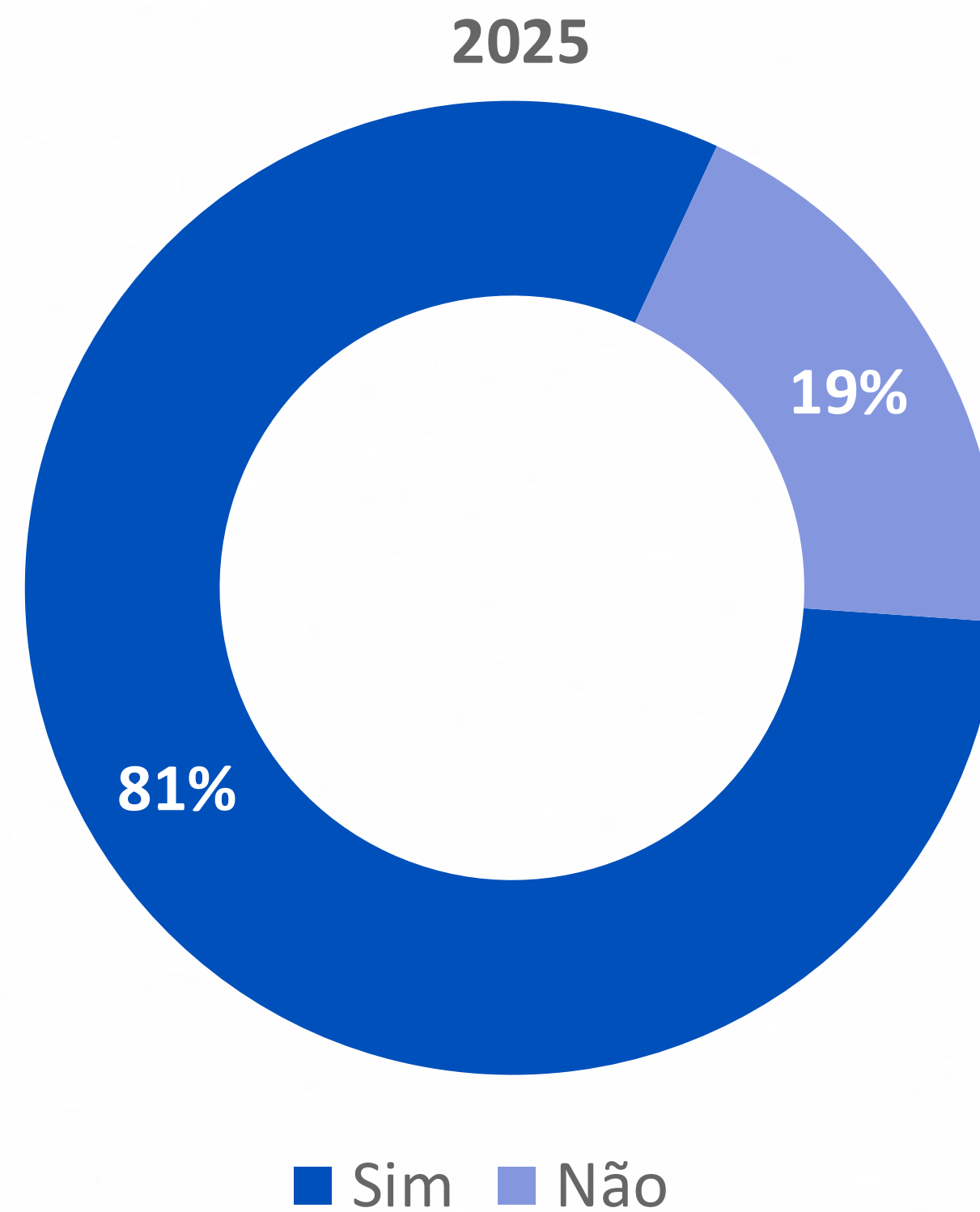
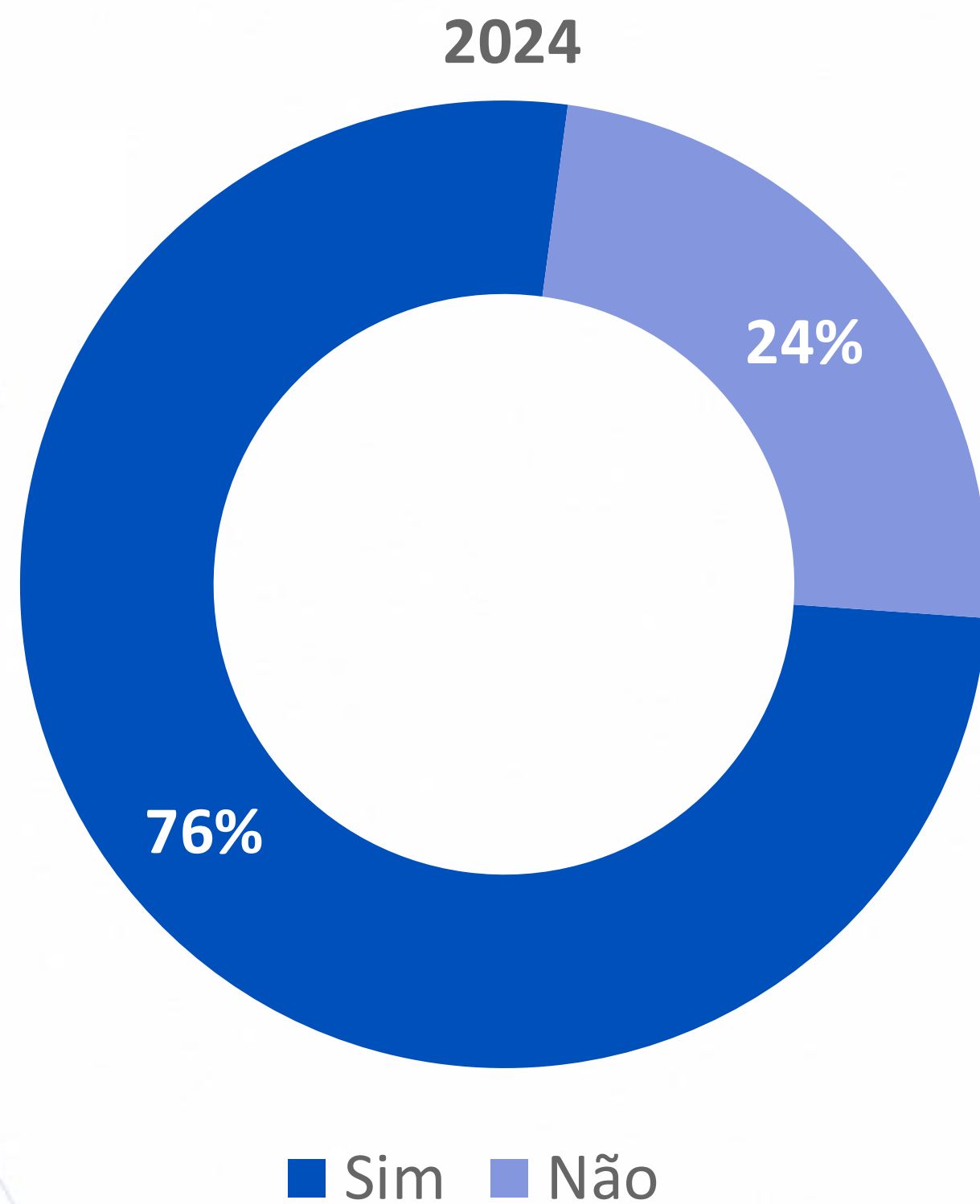
■ Sim ■ Não

2025



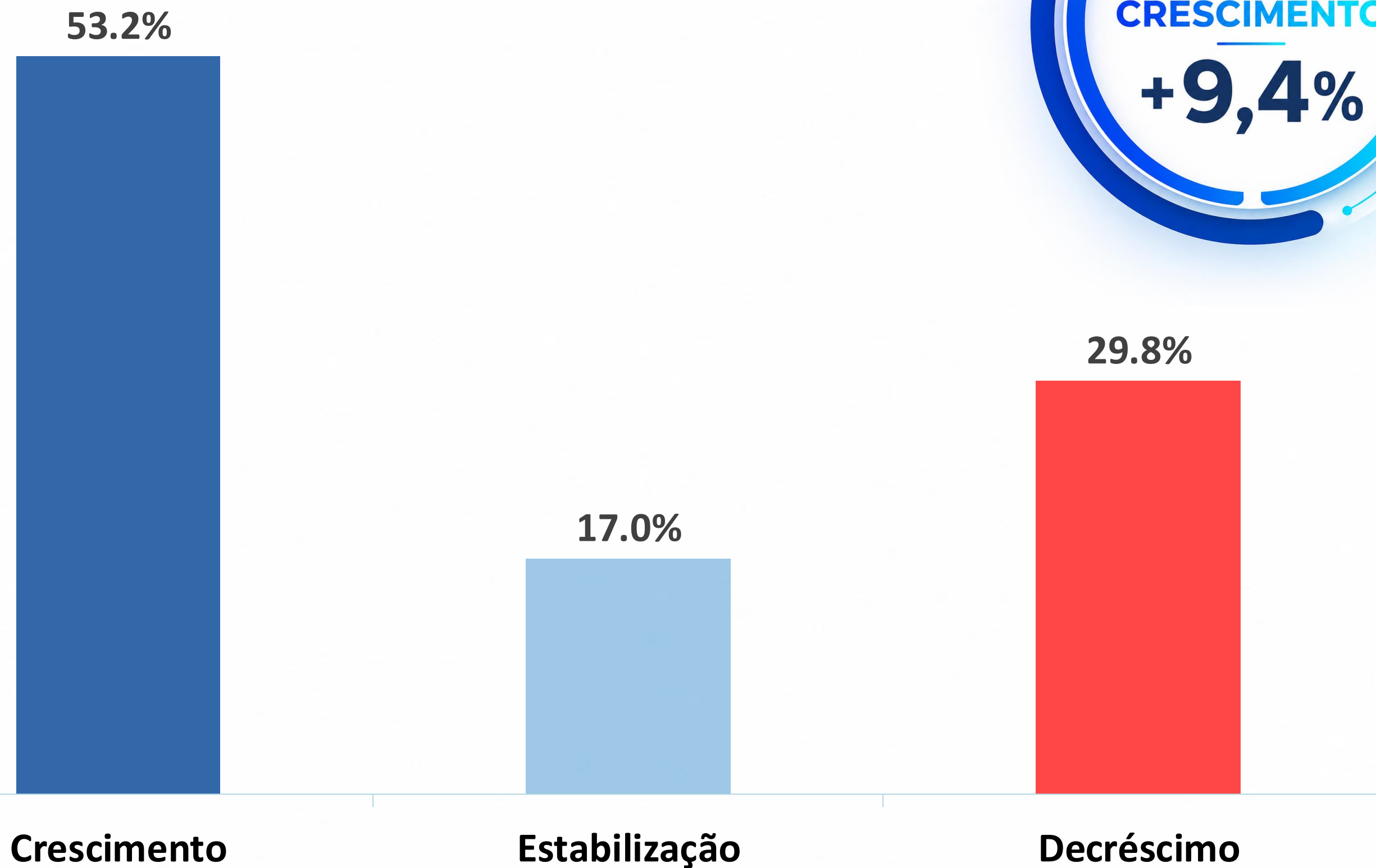
■ Sim

Agências que realizam vendas online

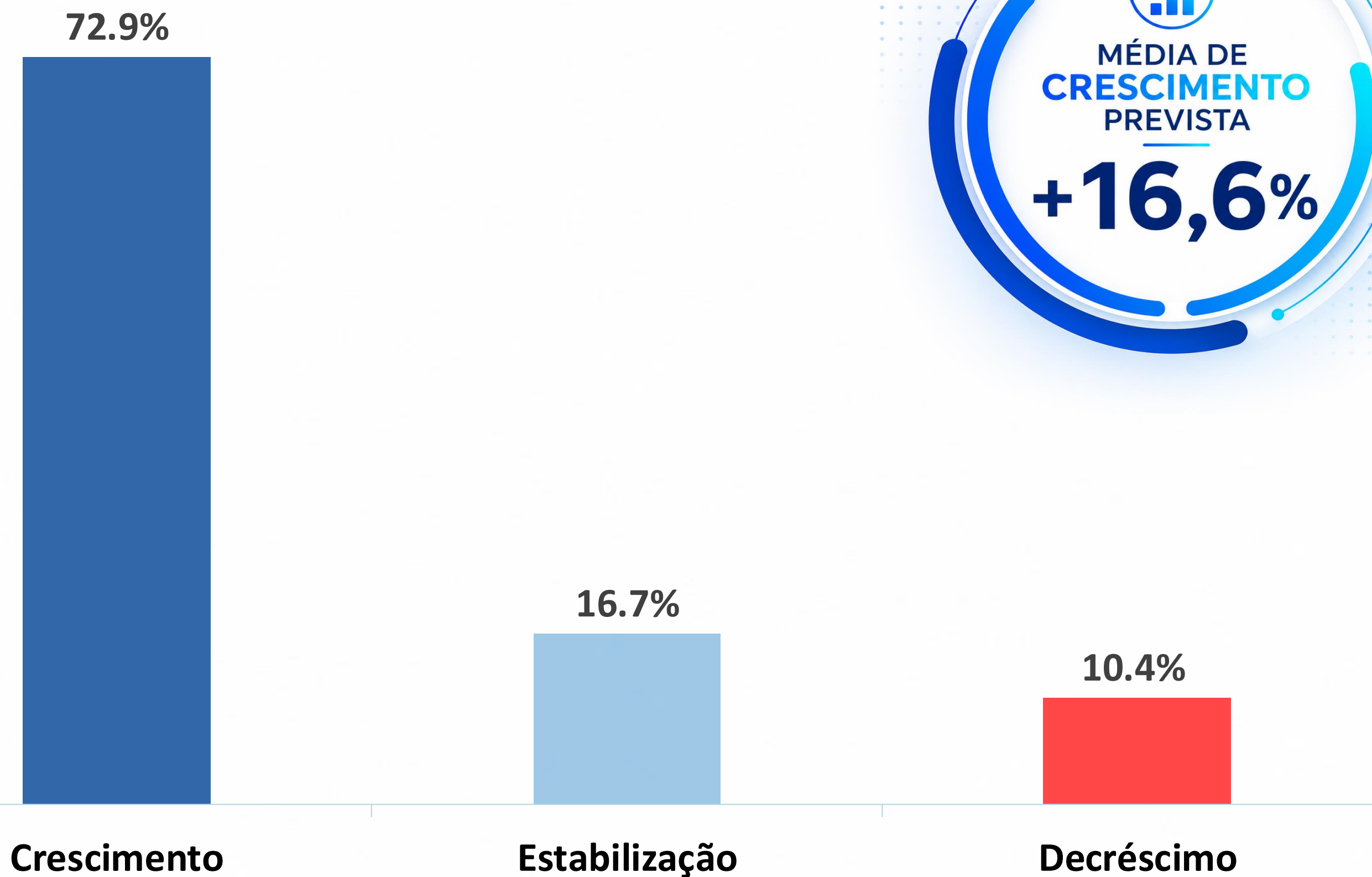


Envio de estudantes ao exterior em 2025

(Comparativamente a 2024)



Expectativa para 2026





Principais fatores que favoreceram venda dos produtos/serviços

1º



Valor final do intercâmbio

2º



Renovação de programa(s) ou serviço(s) disponibilizados por nossa agência ou rede

3º



Reforço das campanhas de divulgação

4º



Permissão de o cliente conciliar atividades de estudo e trabalho

5º



Renovação do cardápio de programa(s) ou serviço(s) oferecidos pelas parceiras internacionais

6º



Facilidade de o cliente obter o visto

7º













Possibilidade do cliente financiar o pagamento do curso/bilhete aéreo





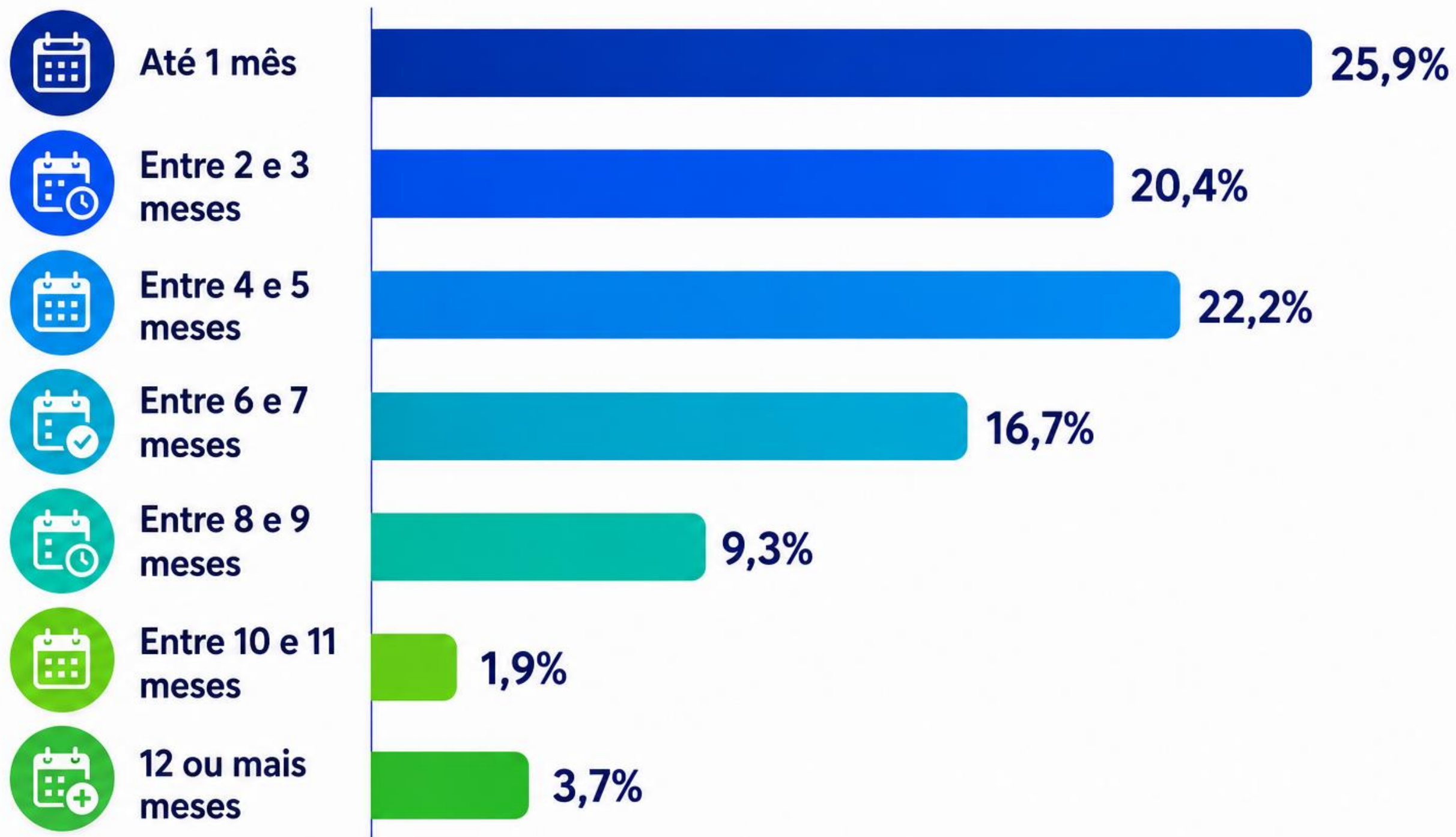
Principais fatores que **desfavoreceram** venda dos produtos/serviços

- 1º**  Desvalorização do Real frente a outras moedas
- 2º**  Instabilidade política e/ou econômica no País de destino
- 3º**  Redução do poder aquisitivo dos clientes
- 4º**  Dificuldade em obter o visto
- 5º**  Elevação dos valores envolvidos no intercâmbio, independentemente do câmbio
- 6º**  Elevação do custo de vida no País de destino
- 7º**  Preocupação quanto à segurança dos(as) filhos(as) no país de destino
- 8º**  Elevação do preço dos bilhetes aéreos
- 9º**  Dificuldade de conciliar estudo e trabalho no país de destino
- 10º**  Dificuldade de encontrar hospedagem

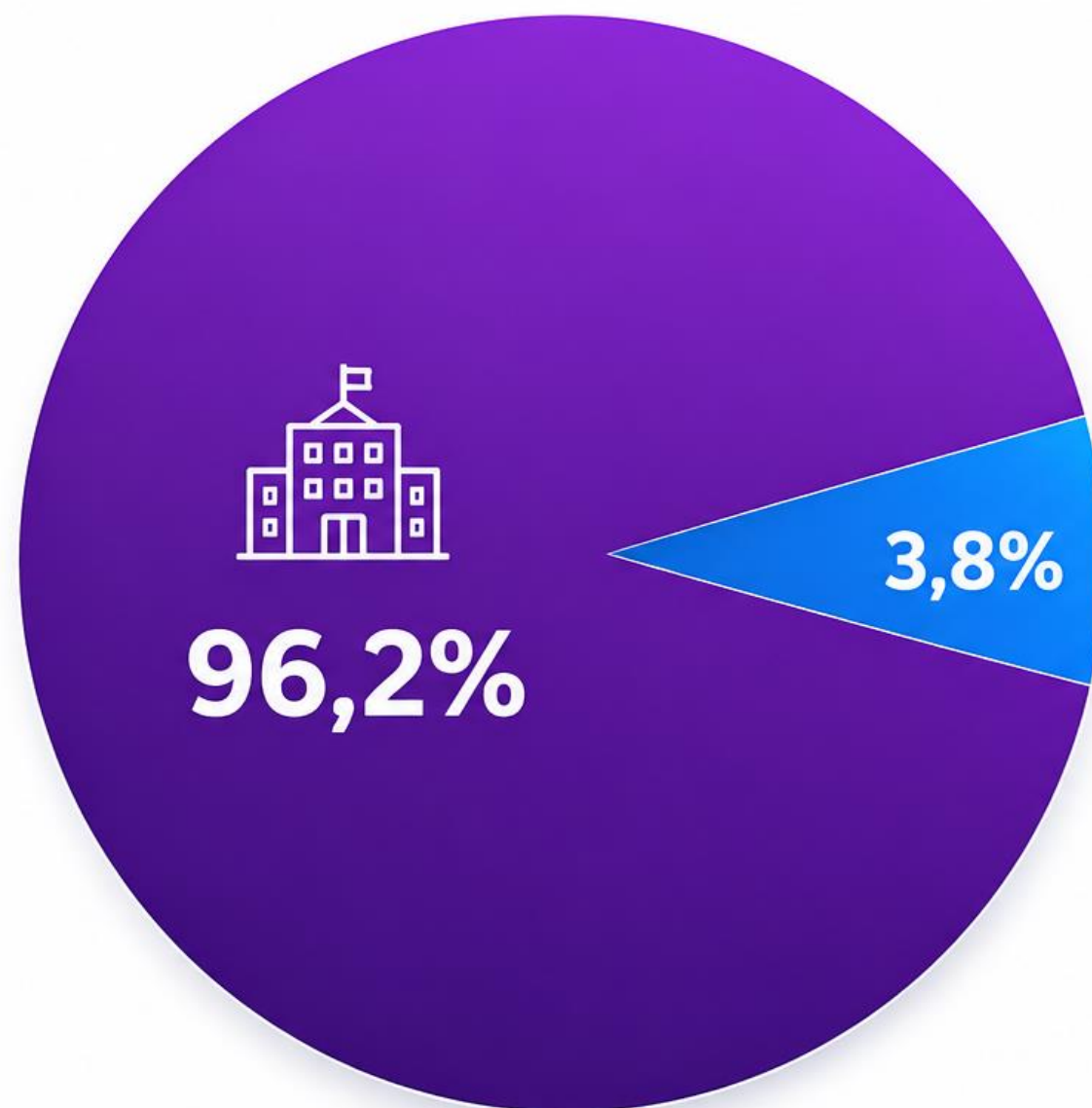


• DURAÇÃO MÉDIA DAS VIAGENS •

(em meses)



Forma de pagamento das mensalidades escolares?



96,2%

Os clientes pagam à sua agência, que depois paga à escola.



3,8%

Os clientes utilizam uma empresa de pagamento para pagar a escola.

Investimento médio realizado pelos clientes (em US\$)

Média por cliente:
US\$ 8.283 (ou R\$ 46.219)
(+14%)



- Até US\$ 3 mil **28%**
- De US\$ 3 mil a US\$ 5 mil **21%**
- De US\$ 5 mil a US\$ 10 mil **36%**
- Acima de US\$ 10 mil **15%**

TOTAL MOVIMENTADO
PELO SETOR EM 2025

R\$ 7
BILHÕES

OU

+ USD 1,25
BILHÃO