

Crátilo
GRUPO

4T2025

TRACKING EDUCACIONAL CRÁTILO

Dados consolidados dos grupos educacionais listados na bolsa brasileira

Crátilo

GRUPO

Apresentação

Por Gabriela Mangelardo 

*VP do Grupo Crátilo. Mestre em Comunicação pela Universidade de Salamanca (Espanha).
Atua em estratégia e inteligência de mercado para o ensino superior, com foco em crescimento sustentável e tomada de decisão orientada por dados.*

LEITURA ESTRATÉGICA DO SETOR EDUCACIONAL - 4T2025

O acompanhamento sistemático dos principais indicadores operacionais e financeiros dos grupos educacionais brasileiros tem se consolidado como uma ferramenta essencial para a compreensão das dinâmicas do ensino superior no país. Nesta edição do *Tracking Educacional Crátilo - 4T2025*, apresentamos uma análise estruturada dos dados divulgados pelas companhias listadas em bolsa, com o objetivo de oferecer uma leitura qualificada sobre os movimentos mais recentes do setor.

Os resultados do período indicam um cenário de crescimento moderado, porém consistente, com avanço na captação de alunos (+3%), expansão da base total (+5%) e incremento da receita líquida (+6%). Destaca-se, ainda, a evolução mais significativa do EBITDA (+13%), sinalizando ganhos relevantes de eficiência operacional. Em conjunto, esses indicadores revelam um setor em processo de amadurecimento, que combina expansão com maior disciplina na gestão de custos e foco em rentabilidade.

A análise comparativa entre os grupos evidencia, contudo, diferenças estruturais importantes. Variações nos níveis de investimento em marketing e vendas, nos prazos médios de recebimento e no desempenho por modalidade de ensino apontam para estratégias distintas de posicionamento e captura de valor. Esses elementos reforçam a necessidade de uma leitura que vá além dos resultados agregados, considerando a qualidade do crescimento e a sustentabilidade dos modelos operacionais adotados.

Outro aspecto relevante diz respeito ao equilíbrio entre expansão e eficiência. A relação entre captação, retenção e geração de resultado segue como um dos principais desafios do setor, especialmente em um ambiente competitivo e sensível a preço. Nesse contexto, a interpretação integrada dos indicadores torna-se fundamental para apoiar decisões mais consistentes e alinhadas aos objetivos institucionais de longo prazo.



É a partir dessa perspectiva que o Grupo Crátilo estrutura este estudo. Ao consolidar e analisar dados públicos de diferentes companhias, buscamos contribuir para o fortalecimento de uma cultura de gestão orientada por evidências, promovendo maior clareza sobre tendências, oportunidades e pontos de atenção no mercado educacional.

Complementando esta análise, o estudo conta com um posfácio assinado por Caio Raya, CEO do Grupo Cobrafix, que amplia a reflexão sobre os desdobramentos estratégicos para o setor. Em sua leitura sobre o cenário de 2026, o autor destaca três frentes prioritárias para os gestores educacionais: o avanço do hibridismo real – entendido como a integração efetiva entre presencial e tecnologia com foco em valor prático; a adoção de microcertificações como estratégia para promover empregabilidade e reduzir a evasão; e o uso da inteligência artificial aplicada à gestão, especialmente na automatização de processos de backoffice.

Como síntese, reforça-se uma mudança estrutural no foco do setor: mais do que captar, torna-se essencial reter. A sustentabilidade financeira e o legado institucional das organizações de ensino estarão cada vez mais associados à sua capacidade de conduzir o aluno até a conclusão de sua jornada formativa.

Mais do que apresentar informações, este material se propõe a apoiar lideranças na construção de uma visão estratégica baseada em dados, condição cada vez mais indispensável para instituições que desejam crescer de forma sustentável e competitiva no cenário atual.

Boa leitura!

Gabriela Mangelardo

VP do Grupo Crátilo

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO RELATÓRIO

<u>DATA DESENVOLVIMENTO</u>	27/03/2026
<u>DESENVOLVIMENTO</u>	Crátilo Educacional – Inteligência de Mercado
<u>AVISOS IMPORTANTES</u>	<p>1. Os números apresentados em um mesmo bloco do relatório não necessariamente possuem comparabilidade entre os grupos, e estão sujeitas ao padrão de apresentação das informações de cada grupo;</p> <p>2. Esta apresentação poderá conter declarações que expressam a mera expectativa dos responsáveis pelos relatórios dos grupos educacionais, bem como a previsão de eventos futuros e incertos. Tais expectativas e/ou previsões envolvem riscos e incertezas e não devem servir como base para a tomada de decisão quanto à aquisição de ações das companhias mencionadas;</p>
<u>FONTES DE INFORMAÇÃO</u>	Este relatório é composto por um compilado de indicadores divulgados pelos grupos educacionais listados abaixo. Todos os números e valores contidos nesse relatório estão sujeitos ao formato de divulgação das companhias nos seus relatórios de divulgação de resultados trimestral.



<https://ri.cogna.com.br/>



<https://investors.vitru.com.br/>



<https://www.yduqs.com.br/>



<https://ri.animaeducacao.com.br/>



<http://ri.sereducacional.com/>



<https://ri.cruzeirosuleducacional.com.br/>

CALENDÁRIO DE EVENTOS

Resultados **1T25** – 09/05/25
 Resultados **2T25** – 07/08/25
 Resultados **3T25** – 07/11/25
 Resultados **4T25** – 12/03/26

CALENDÁRIO DE EVENTOS

Resultados **1T25** – 14/05/25
 Resultados **2T25** – 13/08/25
 Resultados **3T25** – 14/11/25
 Resultados **4T25** – 25/03/26

CALENDÁRIO DE EVENTOS

Resultados **1T25** – 13/05/25
 Resultados **2T25** – 15/08/25
 Resultados **3T25** – 14/11/25
 Resultados **4T25** – 11/03/26

CALENDÁRIO DE EVENTOS

Resultados **1T25** – 08/05/25
 Resultados **2T25** – 08/08/25
 Resultados **3T25** – 07/11/25
 Resultados **4T25** – 12/03/26

CALENDÁRIO DE EVENTOS

Resultados **1T25** – 15/05/25
 Resultados **2T25** – 14/08/25
 Resultados **3T25** – 14/11/25
 Resultados **4T25** – 25/03/26

CALENDÁRIO DE EVENTOS

Resultados **1T25** – 16/05/25
 Resultados **2T25** – 15/08/25
 Resultados **3T25** – 14/11/25
 Resultados **4T25** – 25/03/26

PRINCIPAIS MENSAGENS DOS RESULTADOS 4T25

INDICADORES OPERACIONAIS



- O crescimento médio da **captação** dos grupos educacionais no último trimestre de 2025 (na comparação com 4T24 e ponderado pelo volume) foi de **+3%**;
- O crescimento médio da **base total de alunos** dos grupos educacionais no último trimestre de 2025 (na comparação com 4T24 e ponderado pelo volume) foi de **+5%**;

INDICADORES FINANCEIROS



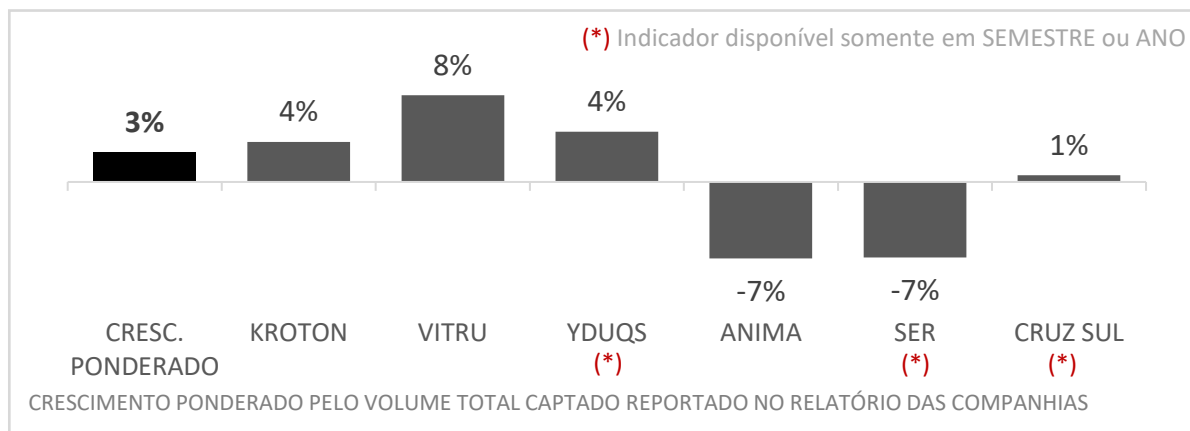
- O crescimento médio da **receita líquida** dos grupos educacionais no último trimestre de 2025 (na comparação com 4T24 e ponderado pelo volume) foi de **+6%**;
- O crescimento médio do **EBITDA ajustado** dos grupos educacionais no último trimestre de 2025 (na comparação com 4T24 e ponderado pelo volume) foi de **+13%**;
- Cruzeiro do Sul possui o melhor **PMR** (prazo médio de recebimento) com 34 dias, seguida por Kroton com 41. Vitru está com 45 dias, Anima e Yduqs operam com 79 dias, e Ser com 97.
- Vitru compromete 15% da receita operacional líquida com as **despesas de marketing e vendas**. Kroton, Anima e Cruzeiro operam na faixa de 7% a 9% enquanto Yduqs e Ser operam na faixa dos 5% ou menos.

TRACKING DE RESULTADOS 4T25 – GRUPOS EDUCACIONAIS

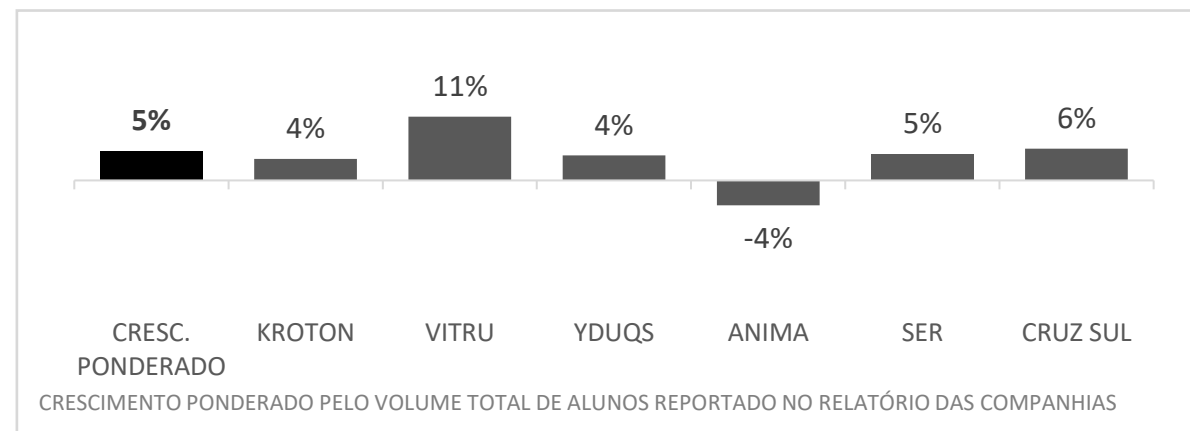


Análise comparativa de indicadores operacionais e financeiros dos grupos listados na bolsa brasileira

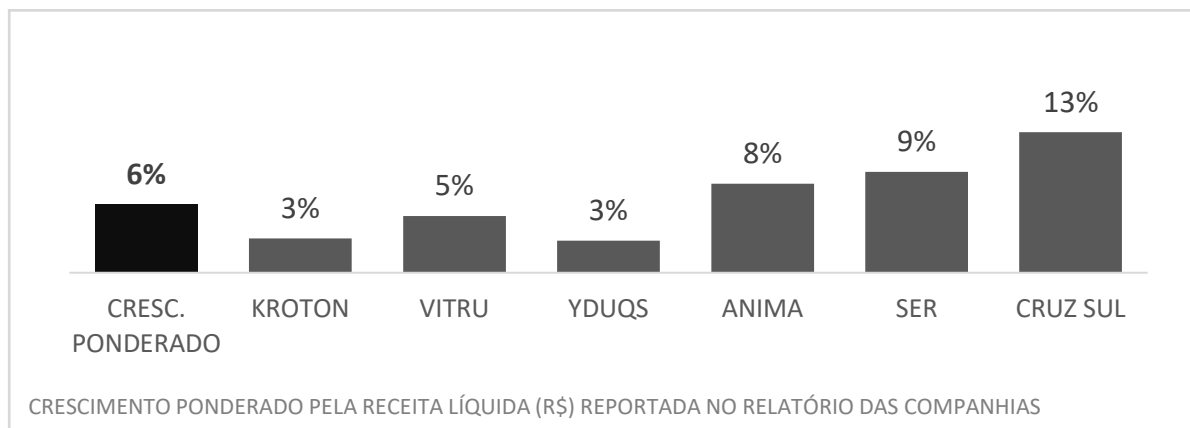
CRESCIMENTO NA CAPTAÇÃO DE ALUNOS – TRIMESTRE (% versus 4T2024)



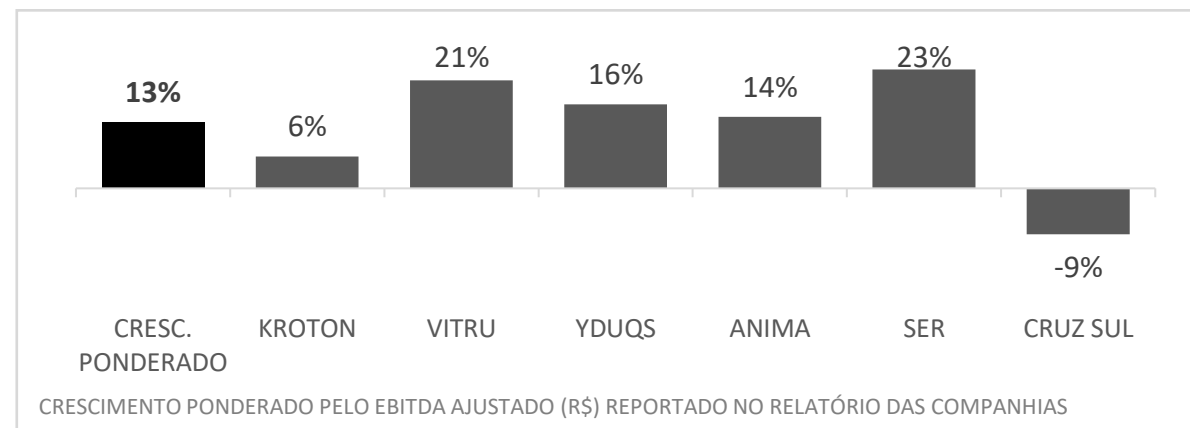
CRESCIMENTO NA BASE TOTAL DE ALUNOS - TRIMESTRE (% versus 4T2024)



CRESCIMENTO RECEITA LÍQUIDA EM REAIS – TRIMESTRE (% versus 4T2024)



CRESCIMENTO DO EBITDA AJUSTADO – TRIMESTRE (% versus 4T2024)



DETALHAMENTO POR GRUPO EDUCACIONAL

kroton 

vitru 
EDUCAÇÃO

YDUQS

ãnima
EDUCAÇÃO

 **ser**
educacional

 **Cruzeiro do Sul**
Educacional

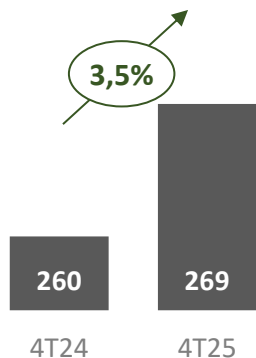
TRACKING DE RESULTADOS 4T2025 – KROTON



Resumo dos principais resultados compartilhados pela companhia para o último trimestre de 2025

CAPTAÇÃO DE ALUNOS

TOTAL (milhares)

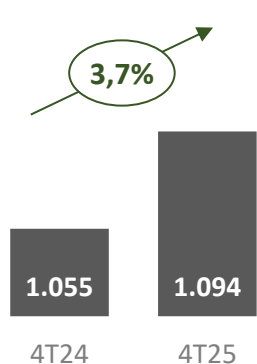


FORMATO VOLUME vs. 4T24

Formato	Volume	vs. 4T24
EAD	238K	+ 2,6%
Presencial	25K	+ 15,6%
Med	6K	- 2,9%
TOTAL	269K	+ 3,5%

BASE TOTAL DE ALUNOS

TOTAL (milhares)

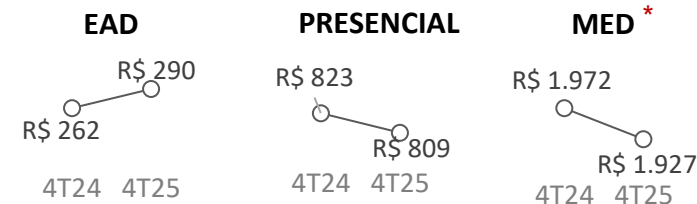


FORMATO VOLUME vs. 4T24

Formato	Volume	vs. 4T24
EAD	901K	+ 2,9%
Presencial	152K	+ 7,4%
Med	41K	+ 9,5%
TOTAL	1.121K	+ 3,7%

OUTROS INDICADORES IMPORTANTES

TICKET MÉDIO (*)



* Considera cursos livres além do curso de graduação

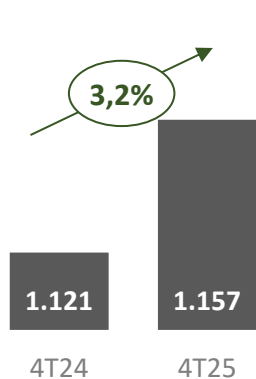
DESPESAS COM MARKETING & VENDAS (milhões)



% ROL	% ROL
4T24	4T25
7,9%	8,7%

RECEITA LÍQUIDA (R\$)

TOTAL (milhões)

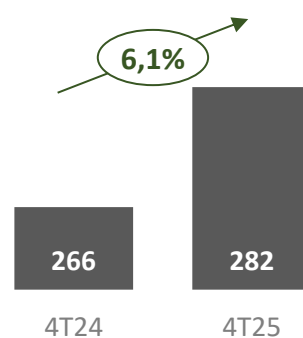


FORMATO VALOR vs 4T24

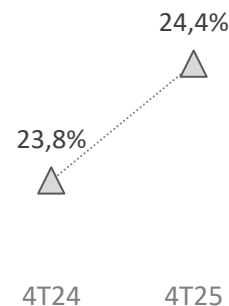
Formato	Valor	vs 4T24
EAD	592MM	9,%
Presencial	314MM	- 6,0%
Med	214MM	0,3%
TOTAL	1.157MM	+ 3,2%

MARGEM EBITDA

EBITDA AJUSTADO (milhões)



MARGEM EBITDA



FORMATO EVASÃO 4T25

Formato	Evasão 4T25
EAD	21,7%
Presencial	13,0%
Med	13,2%
TOTAL	20,3%

PRAZO MÉDIO RECEBIMENTO



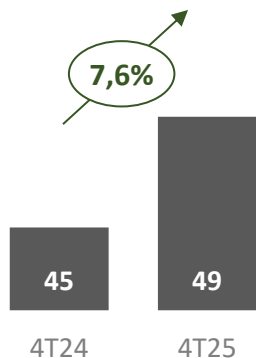
TRACKING DE RESULTADOS 4T2025 – VITRU EDUCAÇÃO



Resumo dos principais resultados compartilhados pela companhia para o último trimestre de 2025

CAPTAÇÃO DE ALUNOS

TOTAL (milhares)

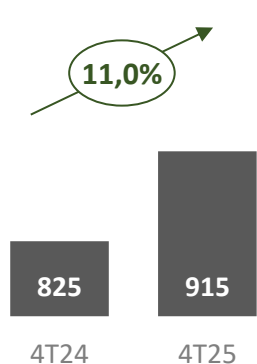


FORMATO VOLUME vs. 4T24

FORMATO	VOLUME	vs. 4T24
EAD	49K	+ 7,6%
TOTAL	49K	+ 7,6%

BASE TOTAL DE ALUNOS

TOTAL (milhares)



FORMATO VOLUME vs. 4T24

FORMATO	VOLUME	vs. 4T24
EAD (graduação + pós)	894K	+ 11,2%
Presencial (graduação + pós)	21K	+ 1,4%
TOTAL	915K	+ 11,0%

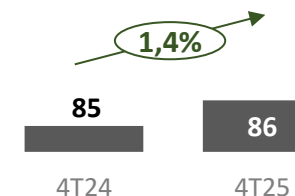
OUTROS INDICADORES IMPORTANTES

TICKET MÉDIO

GRADUAÇÃO EAD



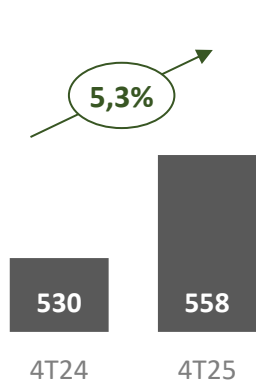
DESPESAS COM MARKETING & VENDAS (milhões)



% ROL	% ROL
4T24	4T25
16,1%	15,4%

RECEITA LÍQUIDA (R\$)

TOTAL (milhões)

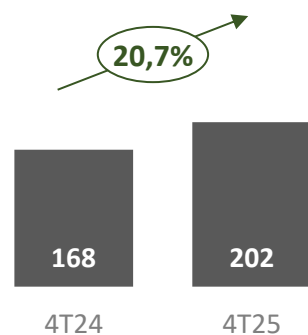


FORMATO VALOR vs 3T24

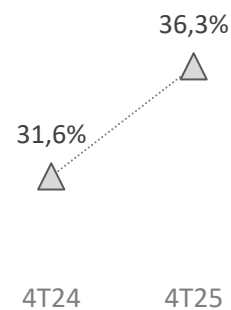
FORMATO	VALOR	vs 3T24
EAD	408MM	+ 5,8%
Presencial	51MM	+ 22,2%
Medicina	67MM	- 4,6%
Educação Continuada	32MM	- 0,9%
TOTAL	549MM	+ 5,3%

MARGEM EBITDA

EBITDA AJUSTADO (milhões)



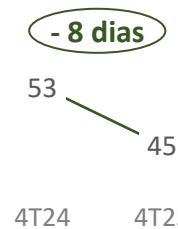
MARGEM EBITDA



FORMATO EVASÃO 4T25

FORMATO	Evasão 4T25
EAD	25%
TOTAL	25%

PRAZO MÉDIO RECEBIMENTO



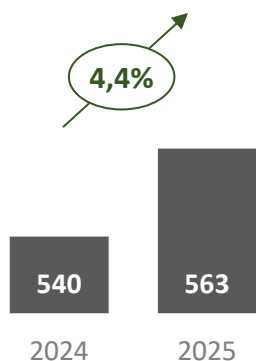
TRACKING DE RESULTADOS 4T2025 – YDUQS



Resumo dos principais resultados compartilhados pela companhia para o último trimestre de 2025

CAPTAÇÃO DE ALUNOS (*)

TOTAL (milhares)



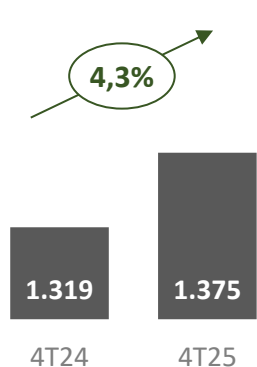
FORMATO VOLUME vs 2024

Premium	6K	+ 10,6%
Digital	363K	- 5,8%
Presencial	194K	+ 30,6%
TOTAL	563K	+ 4,4%

(*) Disponível somente na visão ANO

BASE TOTAL DE ALUNOS

TOTAL (milhares)

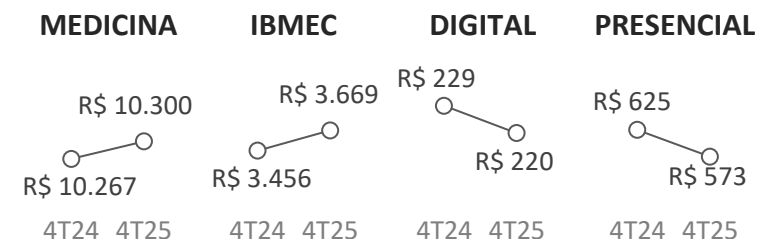


FORMATO VOLUME vs 4T24

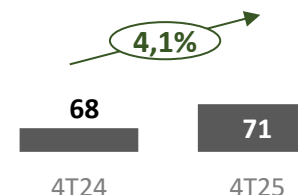
Premium	22K	+ 9,8%
Digital	1.046K	+ 1,9%
Presencial	308K	+ 12,7%
TOTAL	1.375K	+ 4,3%

OUTROS INDICADORES IMPORTANTES

TICKET MÉDIO



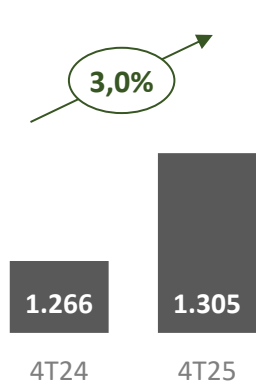
DESPESAS COM MARKETING & VENDAS (milhões)



TRIMESTRE	% ROL
4T24	5,4%
4T25	5,4%

RECEITA LÍQUIDA (R\$)

TOTAL (milhões)

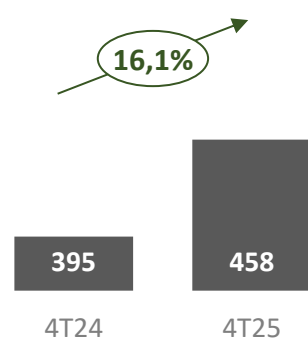


FORMATO VALOR vs 4T24

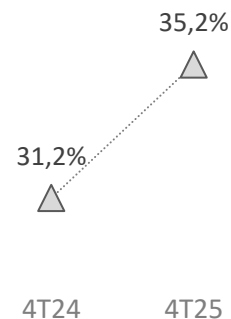
Premium	415MM	+ 10,3%
Digital	365MM	- 5,4%
Presencial	525MM	+ 4,1%
TOTAL	1.305MM	+ 3,0%

MARGEM EBITDA

EBITDA AJUSTADO (milhões)



MARGEM EBITDA



FORMATO	EVAÇÃO 4T25
Premium	5%
Digital	29%
Presencial	20%
TOTAL	25%

PRAZO MÉDIO RECEBIMENTO

- 17 dias



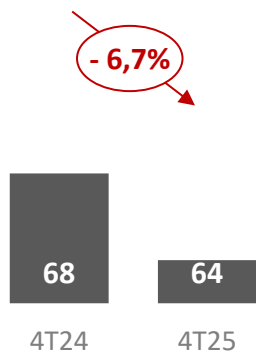
TRACKING DE RESULTADOS 4T2025 – ANIMA EDUCAÇÃO



Resumo dos principais resultados compartilhados pela companhia para o último trimestre de 2025

CAPTAÇÃO DE ALUNOS

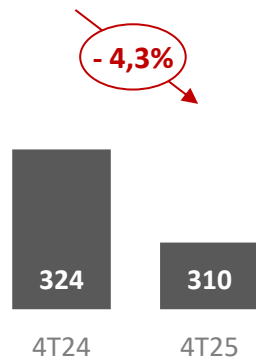
TOTAL (milhares)



FORMATO	VOLUME	vs 4T24
Pres & Semi	34K	+ 5,1%
Digital	30K	- 17,2%
Inspirali	Sem info	Sem info
TOTAL	64K	- 6,7%

BASE TOTAL DE ALUNOS

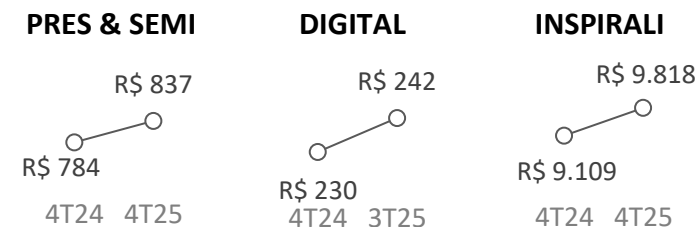
TOTAL (milhares)



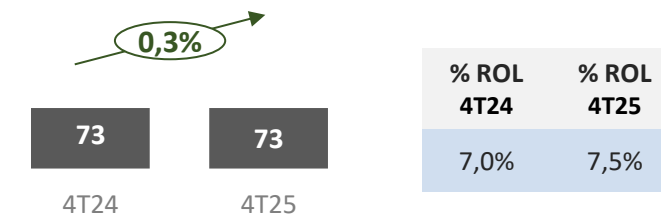
FORMATO	VOLUME	vs. 4T24
Pres & Semi	187K	- 2,1%
Digital	111K	- 8,8%
Inspirali	12K	+ 4,9%
TOTAL	310K	- 4,3%

OUTROS INDICADORES IMPORTANTES

TICKET MÉDIO

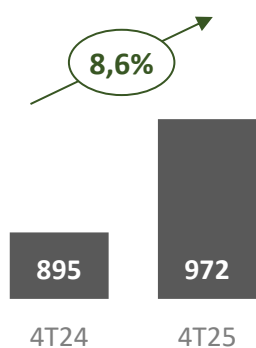


DESPESAS COM MARKETING & VENDAS (milhões)



RECEITA LÍQUIDA (R\$)

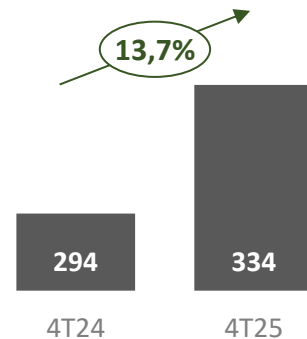
TOTAL (milhões)



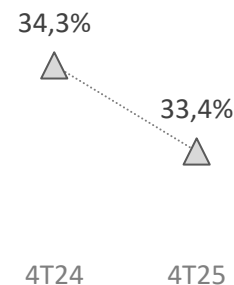
FORMATO	VALOR	vs. 4T24
Pres & Semi	498MM	+ 4,5%
Digital	84MM	+ 3,9%
Inspirali	390MM	+ 15,6%
TOTAL	972MM	+ 8,6%

MARGEM EBITDA

EBITDA AJUSTADO (milhões)

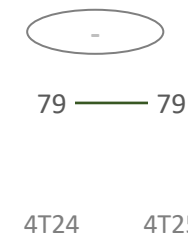


MARGEM EBITDA



FORMATO	EVASÃO 4T25
Pres & Semi	16,4%
Digital	24,1%
Inspirali	6,8%
TOTAL	19,3%

PRAZO MÉDIO RECEBIMENTO



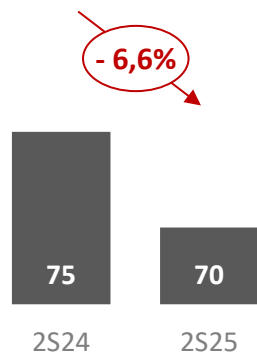
TRACKING DE RESULTADOS 4T2025 – SER EDUCACIONAL



Resumo dos principais resultados compartilhados pela companhia para o último trimestre de 2025

CAPTAÇÃO DE ALUNOS (*)

TOTAL (milhares)

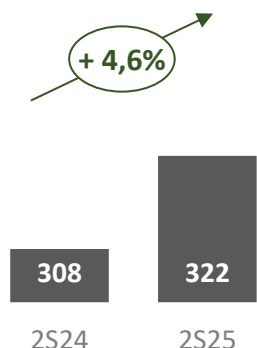


FORMATO	VOLUME	vs. 2S24
Híbrido (graduação)	27K	-10,7%
Digital (graduação)	43K	-3,7%
TOTAL	70K	-6,6%

(*) Disponível somente na visão SEMESTRE

BASE TOTAL DE ALUNOS (*)

TOTAL (milhares)



FORMATO	VOLUME	vs. 2S24
Híbrido (graduação)	182K	+10,4%
Digital (graduação)	140K	-2,2%
TOTAL	322K	+5,4%

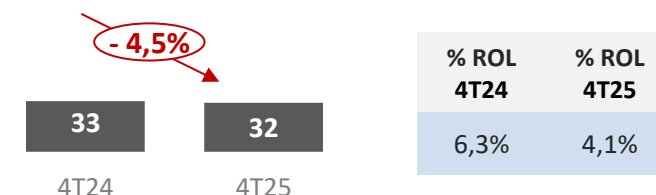
(*) Disponível somente na visão SEMESTRE

OUTROS INDICADORES IMPORTANTES

TICKET MÉDIO



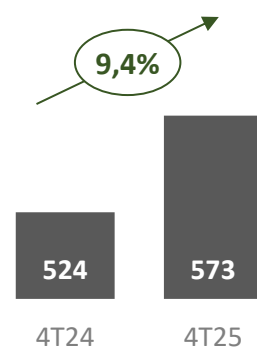
DESPESAS COM MARKETING & VENDAS (milhões)



% ROL	4T24	4T25
	6,3%	4,1%

RECEITA LÍQUIDA (R\$)

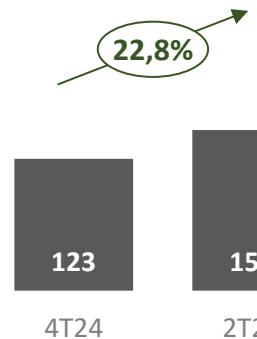
TOTAL (milhões)



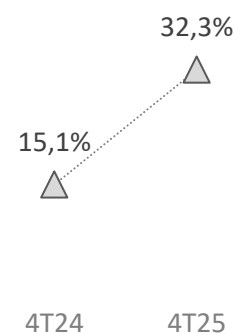
FORMATO	VOLUME	vs. 4T24
Híbrido (graduação + pós)	464MM	+12,3%
Digital (graduação + pós)	86MM	-7,0%
Outros (graduação + pós)	23MM	+25,8%
TOTAL	573MM	+9,4%

MARGEM EBITDA

EBITDA AJUSTADO (milhões)



MARGEM EBITDA

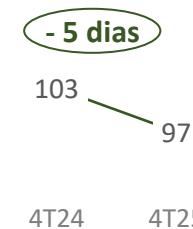


FORMATO EVASÃO 2S25 (*)

Híbrido (graduação + pós)	12,2%
Digital (graduação + pós)	21,6%

(*) Disponível somente na visão SEMESTRE

PRAZO MÉDIO RECEBIMENTO



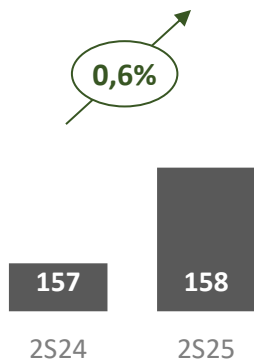
TRACKING DE RESULTADOS 4T2025 – CRUZEIRO DO SUL



Resumo dos principais resultados compartilhados pela companhia para o último trimestre de 2025

CAPTAÇÃO DE ALUNOS (*)

TOTAL (milhares)

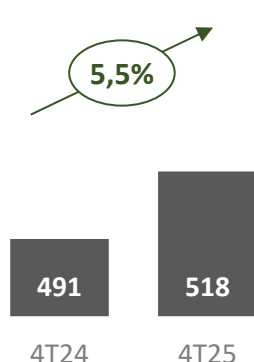


FORMATO	VOLUME	vs. 2S24
Presencial (graduação + pós)	24K	- 7,1%
Digital (graduação + pós)	134K	+ 2,3%
TOTAL	158K	+ 6,9%

(*) Disponível somente na visão SEMESTRE

BASE TOTAL DE ALUNOS

TOTAL (milhares)



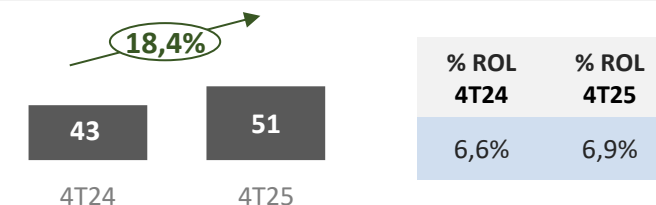
FORMATO	VOLUME	vs. 4T24
Presencial (graduação + pós)	157K	+ 4,0%
Digital (graduação + pós)	381K	+ 12,0%
TOTAL	518K	+ 5,5%

OUTROS INDICADORES IMPORTANTES

TICKET MÉDIO



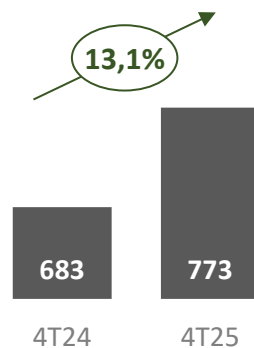
DESPESAS COM MARKETING & VENDAS (milhões)



% ROL	4T24	4T25
	6,6%	6,9%

RECEITA LÍQUIDA (R\$)

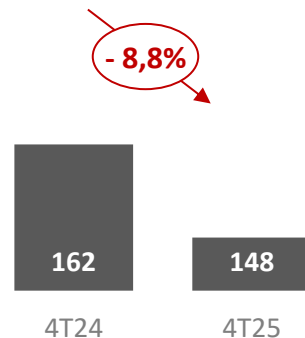
TOTAL (milhões)



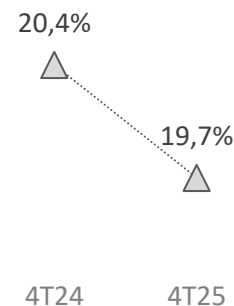
FORMATO	VALOR	vs. 4T24
Presencial (graduação + pós)	513MM	+ 12,7%
Digital (graduação + pós)	260MM	+ 14,0%
TOTAL	773MM	+ 11,6%

MARGEM EBITDA

EBITDA AJUSTADO (milhões)



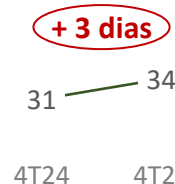
MARGEM EBITDA



FORMATO EVASÃO 2S25

Presencial (graduação + pós)	12%
Digital (graduação + pós)	23%

PRAZO MÉDIO RECEBIMENTO



Posfácio

Por Caio Raya 

Iniciou sua trajetória profissional aos 14 anos na empresa da família, passando por diferentes funções operacionais. Com cerca de 30 anos de experiência, tornou-se CEO do Grupo Cobrafix, uma das maiores empresas brasileiras em cobrança e recuperação de recebíveis. Sua atuação é marcada pela integração entre tecnologia e humanização, com foco na eficiência financeira e no relacionamento sustentável entre instituições de ensino e seus alunos

ENSINO SUPERIOR 2026: EFICIÊNCIA, RETENÇÃO E VALOR

O ensino superior brasileiro consolidou, em 2026, uma mudança estrutural: a escala deixou de ser vantagem competitiva isolada. O mercado passou a premiar eficiência, previsibilidade e capacidade de retenção. Os dados confirmam esse movimento.

Captação: o retorno do presencial e o limite do EAD

O ensino presencial retomou protagonismo, com crescimento de 14,8% nas matrículas de ingressantes. Não se trata de um movimento conjuntural, mas de reposicionamento de valor.

O aluno passou a buscar experiência, networking e aplicação prática — atributos que o modelo EAD puramente assíncrono não conseguiu sustentar sozinho.

As instituições que investiram em modelos híbridos mais robustos capturaram esse movimento: elevaram o ticket médio em 5,2% acima da inflação e reforçaram a percepção de valor.

Enquanto isso, o EAD cresceu apenas 1,9%. O dado sinaliza um ponto de inflexão: a estratégia baseada exclusivamente em preço chegou ao limite.

Evasão: o principal risco financeiro do setor

A evasão, especialmente no digital, consolidou-se como o principal fator de pressão sobre o resultado.

Em 2026, os índices são claros:

Presencial: 24,8%

Híbrido: 31,2%

EAD 100%: 41,9%

A leitura é direta: quanto menor o nível de interação e suporte, maior a perda financeira.

A evasão deixa de ser um indicador acadêmico. Torna-se um indicador de solvência.

As instituições que conseguiram reduzir esse índice em mais de 10% adotaram uma abordagem comum: uso de análise preditiva com IA para identificar sinais precoces de desengajamento — baixa frequência, atraso financeiro, queda de interação — e atuar antes da ruptura.

Inadimplência: gestão ativa de receita

O setor também evoluiu na gestão da inadimplência. Com índices acima de 8,7% para atrasos superiores a 90 dias, a resposta não foi intensificar cobrança, mas mudar o modelo. As instituições mais eficientes migraram da cobrança reativa para a conciliação preventiva. Atuam antes do problema escalar. Estruturam renegociações viáveis. Tratam o aluno como parceiro financeiro. O impacto é mensurável: operações que adotaram esse modelo registraram redução de até 40% nos atrasos, com ganho direto em receita e previsibilidade.

O que define o fechamento de 2026

Três movimentos deixam de ser opcionais:

Hibridismo real

Integração efetiva entre presencial e tecnologia, com foco em valor percebido.

Microcertificações

Entrega de resultados no curto prazo como estratégia de retenção.

IA na gestão

Automação do backoffice — atendimento, cobrança, negociação e suporte — como base de eficiência.

Fechamento

A educação superior em 2026 é um negócio de retenção.

Captar inicia o ciclo.

Reter sustenta o resultado.

Formar consolida valor.

Instituições que operarem com essa lógica terão crescimento consistente. As demais continuarão crescendo em volume — com perda de margem e aumento de risco.

Caio Raya

CEO – Grupo Cobraflix

GLOSSÁRIO DE TERMOS - POR QUE OS INDICADORES SÃO IMPORTANTES

1. RECEITA LÍQUIDA:

A receita líquida é o valor que a empresa gera a partir de suas atividades operacionais após a dedução de descontos, devoluções e impostos. Esse indicador reflete a eficácia das estratégias de vendas, precificação e gestão de custos. Acompanhar a evolução da receita líquida é crucial para avaliar a viabilidade econômica do negócio a curto e longo prazo, bem como para adaptar ações que impulsionem o crescimento sustentável.

2. EBITDA (LUCROS ANTES DE JUROS, IMPOSTOS, DEPRECIÇÃO E AMORTIZAÇÃO):

O EBITDA é um indicador que mede a geração operacional de caixa da empresa, excluindo despesas financeiras, impostos e impactos não-caixa. Ele fornece uma visão ampla da eficiência operacional e da capacidade de geração de lucro da organização. O acompanhamento do EBITDA auxilia na avaliação da eficácia das estratégias de gestão e identifica áreas que podem ser otimizadas para aumentar a rentabilidade.

3. CRESCIMENTO NA CAPTAÇÃO DE ALUNOS:

O crescimento na captação se refere à capacidade de atrair novos alunos. A análise desse indicador permite avaliar a atratividade que as IES que compõem o grupo possuem no mercado, bem como a eficácia das estratégias de marketing e vendas. Acompanhar o crescimento na captação ajuda a identificar tendências de demanda e a ajustar as abordagens de aquisição para alcançar resultados positivos.

4. CRESCIMENTO NA BASE DE ALUNOS:

Para instituições de ensino o aumento na base de alunos é um indicador fundamental. Ele reflete a capacidade da organização de oferecer serviços de qualidade e relevantes, além de medir o reconhecimento da marca e a satisfação dos clientes. O acompanhamento do aumento na base de alunos possibilita ajustes curriculares, inovações pedagógicas e ações de retenção, contribuindo para o crescimento sustentável.

Gestão, Pesquisas e Marketing Educacional

Projetos personalizados do planejamento à Execução

Crátilo
GRUPO

Avenida Paulista, 807(CJ 2315)
Jardins • São Paulo/SP
(11)9 5052-2011
www.cratilo.com

Acompanhe
nossas
Pesquisas,
acesse
gratuitamente
em nosso site.

cratilo.com/instituto