



Foto: Tânia Meinerz

Sem regulamentação do Estado e com demanda social de vagas no ensino superior (pois apenas 10% da população entre 18 e 24 anos estão matriculados), o setor educacional no Brasil apresenta, segundo relatório divulgado pelo Jornal Valor Econômico, lucros comparáveis, proporcionalmente, a empresas nacionais de grande porte, como a Vale do Rio Doce, Gerdau e a Petrobrás. Segundo a pesquisa, dez IES do setor privado estavam, em 2005, entre as mil maiores empresas do Brasil. E mesmo atingindo um baixo percentual da população, frente ao potencial do país, as faculdades e universidades brasileiras movimentam aproximadamente 15 bilhões de reais por ano.

Prato cheio para a invasão da visão mercadológica, especialmente após a abertura de capital das IES na Bolsa de Valores, que exigiu delas a adoção de políticas de governança corporativa, em Nível 2. As transformações se dão até mesmo na linguagem e na chamada profissionalização de gestão. As Instituições tem agora, por exem-

plo, departamentos de “Relações com Investidores”, para os quais devem transmitir balanços trimestrais sobre a administração, as movimentações financeiras, aquisições e lucratividade.

É preciso mesmo muita agilidade para acompanhar o avanço do processo de desnacionalização da educação superior no Brasil, de tão intenso e agressivo que se tornou. Os dados sobre o tema precisam de atualização freqüente e esta constatação é preocupante. Sinal de que as negociatas estão se expandindo de maneira descontrolada.

A mercantilização em números

A situação só tem priorado. Desde março de 2007, quando a Anhanguera Educacional S.A tornou-se a primeira Instituição de ensino superior da América Latina a abrir capital na Bolsa de Valores, mais três Instituições seguiram o mesmo caminho. São elas: a Estácio Participações S.A. – representante, entre outras, da Sociedade de Ensino Superior Estácio de Sá; o SEB – Sistema Educacional Brasileiro S.A. – que atua para o Grupo COC; e a Kroton Educacional S.A. – holding de educação e detentora da marca Pitágoras.

Apenas no primeiro dia de operações, as ações da Anhanguera tiveram alta de 21,39%. De lá para cá, a Instituição já vendeu 27,8% de seu capital para investidores e captou mais de R\$ 300 milhões (dados divulgados em março 2008). Seu histórico de expansão é impressionante. Em apenas dois anos, passou de 13 para 42 campi, em função da aquisição de outras Instituições de ensino, em São Paulo, Rio Grande do Sul e Goiás.

Segundo Ricardo Scavazza, diretor vice-presidente operacional e de relações com investidores da Instituição, a visão da Anhanguera em relação a aquisições é substituir a expansão orgânica, “ou seja, quando compra-

mos uma destas unidades a visão é uniformizar o modelo de negócio, o modelo pedagógico”. Scavazza diz ainda que o esforço está em desenvolver um modelo de negócio baseado no modelo pedagógico estandardizado e processos de negócio também absolutamente uniformes, garantindo replicabilidade do modelo e permitindo uma expansão rápida e em novos mercados.

É lamentável e preocupante a explicitação de tal visão, que ignora o fator humano e todas as contingências e subjetividades do setor educacional, além das diversidades regionais, que estrategicamente deveriam ser levadas em consideração ao analisarmos a interferência, por exemplo, que a formação superior pode trazer para o mercado de trabalho.

O processo continua. Somente no primeiro trimestre de 2008, já foram anunciadas diversas novas fusões e aquisições, que potencializam aglomeração no setor, por meio da formação de gigantes da educação que prometem intensificar ainda mais sua expansão.

O balanço anunciado pelo SEB – Sistema Educacional Brasileiro S.A., representante do Grupo COC, reporta Lucro Líquido Ajustado de R\$27,5 milhões em 2007, com crescimento de 21,6%. Recentemente, anunciou a aquisição de 93,4% do capital da DBI Investimentos S.A. (Grupo Dom Bosco), que detém 100% das sociedades educacionais localizadas na Cidade de Curitiba (Paraná). O grupo divulgou ainda que o Sistema COC de Ensino pretende quadruplicar sua taxa de crescimento em 2008. No caso, destaque para o Ensino a Distância (EAD), que segundo o balanço, “está preparado para mais do que quintuplicar seu faturamento, tendo expandido sua rede para 151 mercados (50 em 2007) com 241 salas (57 em 2007)”.

Já a Estácio Participações S.A., que