Os desafios atuais do ensino superior
Rodrigo Galindo

O cenário do ensino superior brasileiro que se desenha para os próximos anos vem carregado de desafios. A capacidade de compreender corretamente esse cenário e de se preparar para enfrentar os desafios será o fator que determinará a sobrevivência - ou não - dos grupos que integram esse dinâmico segmento.

Em linhas gerais, dois grandes movimentos podem ser observados. Trata-se de um mercado altamente fragmentado e que passa por um processo de consolidação, que tende a se acelerar num futuro próximo. As projeções apontam que entre 2007 e 2012 haverá uma queda de 14% no número de instituições privadas que oferecem cursos superiores (passando de 2.201 para 1.900).

Essa fragmentação do mercado traz grandes oportunidades de consolidação, especialmente para os grandes grupos educacionais.

Segundo dados da Hoper Consultoria, atualmente cerca de 26% dos alunos estão matriculados nos 18 principais grupos. De 2007 para 2008 os dez maiores grupos de educação registraram um aumento de 39% no número de alunos matriculados (de 640 mil para 889 mil). Se for considerada a manutenção dessa tendência, mesmo que em percentual inferior (de 30% ao ano), chegaremos a 2012 com um contingente superior a 2,5 milhões de alunos concentrado nos 10 maiores grupos.

O segundo movimento aponta para um crescimento expressivo no número de alunos. Apesar da crise mundial espera-se crescimento do número de alunos no ensino superior. O aumento do PIB per capta, o acesso maior ao crédito e o crescimento do número de estudantes concluintes do ensino médio são alguns dos fatores que justificam as previsões de crescimento da base de estudantes do ensino superior.

A sobreposição desses dois movimentos - consolidação e crescimento - leva a uma primeira conclusão óbvia, porém relevante: em alguns anos teremos um número menor de grupos privados de ensino para atender a uma maior demanda de alunos. Trata-se, sem dúvida, de uma perspectiva positiva para as corporações que buscam a consolidação. A definição de quais serão os grupos que continuarão no mercado nos próximos dez anos dependerá, entretanto, de um conjunto de atributos, como a eficiência na gestão, a vitalidade financeira, a percepção que conseguirem transmitir de seus diferenciais competitivos e, claro, a consistência do modelo acadêmico adotado, o que inclui capacidade para identificar e atender às demandas de formação dos alunos.

Mesmo com a redução no número de grupos mantenedores, o ensino superior privado brasileiro ainda ostenta uma baixa concentração, realidade atestada pelo índice que mede a concentração de mercado de um determinado segmento da economia. O HHI (Índice Herindahl-Hirschman) do mercado do ensino superior no Brasil é 0,008. Para se ter uma ideia do que significa essa pulverização, é considerada baixa concentração quando o indicador é inferior a 0,1 e alta quando ultrapassa o 0,18. Por exemplo, no segmento de telefonia móvel, um dos que registram maior concentração no País, o HHI é 0,242.

O processo de consolidação que prosseguirá nos próximos anos não eliminará, portanto, a necessidade que as empresas desse setor consolidem seus diferenciais competitivos, sempre tendo como metas a qualidade do ensino oferecido e a sustentabilidade financeira da instituição. São esses os principais desafios que o segmento do ensino superior enfrentará no futuro imediato. A capacidade de superá-los com competência definirá não apenas quais serão os grupos que se manterão ativos, mas também - e principalmente - qual será a contribuição desse segmento para a formação de profissionais que ingressarão no mercado de trabalho, considerando-se que a qualidade do ensino superior é uma peça-chave para o crescimento socioeconômico do País. Isto significa que a responsabilidade dos gestores desse setor ultrapassa os limites do negócio e se localiza num objetivo bem maior, que é contribuir objetivamente com o desenvolvimento nacional, por meio da formação de profissionais

qualificados e preparados para enfrentar uma concorrência cada vez mais acirrada e cada vez mais global.

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 18 fev. 2009, Primeiro Caderno, p. A3.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais