

# Anhembi Morumbi em busca da

Consciente do caráter empresarial, universidade investe para transformar educação em produto inovador e lucrativo

**Regiane de Oliveira**  
roliveira@brasileconomico.com.br

Quando a universidade Anhembi Morumbi decidiu, há um ano, investir R\$ 280 mil para importar o boneco SimMan 3G, da norueguesa Laerdal, para substituir corpos humanos reais em aulas de anatomia da Escola de Ciências da Saúde, a medida gerou polêmica. “Somos penalizados pelo MEC [Ministérios da Educação], que exige a utilização de cadáveres no estudo das áreas de saúde”, afirma Ricardo Grau, CEO e vice-reitor da instituição. Na opinião do executivo, é o MEC que deve se modernizar, pois não faz sentido voltar ao modelo medieval de estudo do corpo humano. “A questão é a tecnologia atual, com a qual o manequim é mais real do que um cadáver.”

Conflitos à parte, o fato é que a opinião de Grau faz parte dos princípios de negócios da instituição, que nasceu tendo a inovação em sua base fundadora — na década de 1970, a Anhembi foi a primeira a abrir um curso de turismo no país. “Hoje temos mestrado em hospitalidade, em linha com a demanda da Copa do Mundo e da Olimpíada”, diz Grau.

A instituição, que desde 2005 faz parte da rede americana de universidades Laureate, criou um modelo de operação que hoje serve de exemplo para outras unidades do grupo no país. “Temos uma série de oportunidades de oferecer nosso know-how para outras instituições em âmbito nacional”, afirma Grau. Ele cita a sinergia de cursos e otimização de processos operacionais com instituições como Universidade Potiguar (Natal), Centro Universitário do Uninorte (Manaus), IBMR (Rio) e Unifacs (Salvador).

A diferença é que no DNA da Anhembi, a educação é um produto — sem o constrangimento que a denominação costuma causar no meio acadêmico —, e a inovação é parte

“

**Não daria para oferecer diploma de hospitalidade com a chancela de Lyon, esportes em parceria com o Real Madrid, empregos de verão no Chile e em Barcelona ou mesmo trazer personalidades como Tony Blair, se a universidade não fizesse parte de uma rede internacional**

**Ricardo Grau**

## PÚBLICO-ALVO

● A Anhembi Morumbi conta hoje com mais de 27 mil alunos, 90% das classes A, B e C, que pagam cerca de R\$ 1,1 mil ao mês. A taxa de evasão da instituição é de 12% ao ano. Em São Paulo, a média de evasão do ensino privado é de 17%.

● A instituição atende com 10% de suas vagas aos alunos do Programa Universidade para Todos (Prouni) do governo federal. E de acordo com Ricardo Grau, vice-reitor da instituição, os alunos do ensino público têm boa performance.

● A universidade oferece uma disciplina de inovação e criatividade por curso, bem como aulas de reforço em língua portuguesa e matemática para alunos que apresentarem dificuldades.

do mesmo conceito. “Temos um produto entregue em quatro anos, que precisa estar de acordo com as necessidades dos clientes, no caso os alunos”, afirma o executivo, que já atuou em áreas de telecomunicações e consumo.

O recém-lançado curso de gastronomia a distância é um exemplo. As aulas práticas serão filmadas e os alunos terão orientação on-line e módulos temáticos. A garantia de sucesso está na pesquisa, que durou cerca de um ano, para lançar o curso, mas sem expectativas românticas quanto a seu prazo de validade. “Temos cursos que são descontinuados sim, como é o caso do design de jóias, que não teve demanda”, afirma Grau.

## Capital estrangeiro

Grau afirma que a internacionalização da empresa foi fundamental para acelerar o crescimento e melhorar a oferta de serviços. “Não daria para oferecer diploma de hospitalidade com a chancela de Lyon, esportes em parceria com o Real Madrid, empregos de verão no Chile e em Barcelona ou mesmo trazer personalidades [como o ex-primeiro-ministro britânico Tony Blair, que no dia 26 de outubro dará uma palestra para alunos da instituição], se a universidade não fizesse parte de uma rede internacional. E tudo isso é fundamental para a inovação”, afirma Grau.

## Crédito universitário

A instituição está se preparando para o crescimento da demanda de alunos. A expectativa se deve ao aumento de participação do crédito universitário. O instrumento atende a 15% da base de alunos e pode atingir até 20% nos próximos anos. “Relançamos o curso de graduação executiva, que atende alunos trabalhadores que têm um tempo menor para os estudos, em turno de duas, três vezes por semana, ou, às vezes, somente aos sábados”, conta. ■

## PRINCIPAIS MOMENTOS DA INSTITUIÇÃO

Década de 1970

1990

2005, a rede Laureate

Publicitários instalam em São Paulo a Faculdade de Comunicação Social Anhembi. Um ano mais tarde, outro grupo, formado por engenheiros e arquitetos, funda a Faculdade de Turismo do Morumbi, com o primeiro curso de graduação em turismo do país. As instituições se unem na década de 1980.

São lançados cursos superiores inéditos no Brasil como negócios da moda; pedagogia, com habilitações em tecnologia educacional; farmácia, com ênfase em cosmetologia e design digital, entre outros. Em 1999, implanta os primeiros cursos tecnológicos com duração de dois anos.

A rede americana de universidades Laureate adquire 51% da Anhembi Morumbi, abrindo caminho para a globalização da empresa, por meio de programas de intercâmbio e múltipla diplomação em mais de 35 instituições privadas de ensino superior, em 20 países.



# gestão do futuro

Marcela Beltrão



Ricardo Grau, principal executivo da Anhembi Morumbi: relacionamento financeiro e atendimento aos alunos caminham juntos para antecipar problemas



## Mudanças

### Instituição quer aumentar em 15% os projetos acadêmicos

A área de pesquisa acadêmica sempre foi o calcanhar de Aquiles das instituições privadas no país. Ricardo Grau, CEO da Anhembi Morumbi, garante que a instituição está atenta às dificuldades. E sabe que são necessárias mudanças para ampliar o alcance de seus trabalhos. “Nosso foco é qualidade e não quantidade”, diz. A Anhembi, por solicitação de seus mestres e doutores, estuda subsidiar pelo menos uma hora semanal para a produção de pesquisa.

“Hoje o pessoal produz no final de semana, em seus dias de folga”, afirma. As mudanças estão em linha com os planos de crescimento da universidade. A expectativa da instituição é de um crescimento de 15% em projetos de pesquisa de docentes e estudantes no próximo ano.

“Vamos investir em pesquisas que tenham relevância para o cenário econômico nacional”, afirma Grau. É o caso do recém-criado Núcleo de Estudos em Produção mais Limpa, da Escola de Engenharia e Tecnologia, que é dedicado à busca de estratégias produtivas que evitem ou minimizem a geração de resíduos e a utilização eficiente de energia.



1 O manequim SimMan 3G wireless, simula um homem de 65 quilos e 1,70 metro, e é programado para ter várias reações humanas, entre elas o choro, convulsões, a transpiração e a alteração das pupilas.

2 Simulador usado pelos alunos do curso de aviação civil.

Matéria