

Ensino a distância tem novo ciclo de investimentos

Beth Koike e Paola de Moura

Após dois anos de desaceleração no ritmo de crescimento no mercado de educação a distância, grandes grupos de ensino como Anhanguera, Kroton, Unopar e Estácio estão promovendo investimentos para expansão ou para entrar nesse segmento, que hoje conta com aproximadamente 1 milhão de alunos.

O novo ciclo de investimentos coincide com a possibilidade de o Ministério da Educação flexibilizar, nas próximas semanas, os decretos de 2005 e 2006, que exigiram uma reestruturação nos polos de ensino a distância, com a criação bibliotecas e laboratórios de informática, por exemplo. Muitas faculdades não conseguiram se enquadrar às exigências e somente em 2008 foram desativados 1.337 polos de educação a distância (EAD) em todo o país. "Não há sentido ter biblioteca ou uma estrutura enorme nos polos de EAD. O acesso à tecnologia avançou e os alunos podem fazer tudo pela web", disse João Vianney, consultor da Hoper.

A Anhanguera está investindo em uma nova plataforma tecnológica que permitirá dobrar sua capacidade de ministrar aulas a distância - segmento em que estão 35% dos seus 308 mil alunos, incluindo os matriculados nos cursos livres. A Anhanguera não revela o montante alocado nesse projeto, mas segundo o Valor apurou, o investimento gira em torno de R\$ 40 milhões.

Com a nova plataforma, a Anhanguera passa a ter uma estrutura capaz de transmitir 36 mil horas de aulas por mês, digitalizar todo o conteúdo pedagógico, além de editar e produzir vídeos. "Agora temos 50 canais de satélite, antes eram 27. Podemos transmitir mais aulas simultaneamente", diz Alexandre Dias, CEO da Anhanguera. O novo investimento é o maior da instituição na área de tecnologia. A Anhanguera já aplicou R\$ 35 milhões para readequação dos seus polos de ensino a distância às normas do MEC.

Já a Unopar - maior faculdade de ensino a distância do país, com 150 mil alunos - prevê dobrar o número de matrículas até 2015. "Estamos analisando novos cursos e novas ferramentas tecnológicas", afirma Elisabeth Bueno Laffranchi, chanceler da Unopar, cuja sede fica em Londrina (PR). A instituição foi uma das primeiras faculdades fiscalizadas pelo MEC, que exigiu revisão do material didático, contratação de coordenadores, entre outros quesitos. Essas readequações demandaram investimentos de R\$ 10 milhões, segundo Elisabeth.

Com faturamento de R\$ 420 milhões, a Unopar tem foco totalmente voltado para o ensino a distância. Há apenas 10 mil alunos em seus cursos presenciais. "Entramos no mercado de ensino a distância em 2002. O que nos ajudou muito é que na época tínhamos um canal de TV a cabo em Londrina. As gravações das aulas eram feitas nos estúdios da TV, que fechou e deu lugar aos cursos de EAD", disse a chanceler da Unopar.

A mineira Kroton, cujo principal acionista é o fundo americano Advent, é outro grande competidor da área de ensino que está firmando seu pé no setor. A instituição prevê que no começo de 2012 o MEC conceda aprovação para sua entrada no mercado de aulas a distância. A ideia é usar suas faculdades e também as escolas que usam o sistema de ensino Pitágoras como polos. O Pitágoras pertence à Kroton e 777 escolas privadas de várias regiões do país usam suas apostilas. "Credenciamos junto ao MEC nossos 76 melhores polos para entrar em EAD", afirma Rodrigo Galindo, presidente da Kroton.

A previsão do executivo é que até 2014 a Kroton tenha 60 mil alunos em cursos de ensino a distância, em 350 polos localizados em várias regiões do país. "Conseguimos sinergia entre nosso 'business' de ensino básico e superior. Acreditamos que daqui a dois anos o ensino a distância represente 12% da receita líquida ou 20% do nosso resultado operacional", diz Galindo.

A carioca Estácio também tem planos de expansão nesse mercado. A instituição obteve o registro do MEC para operar em ensino a distância em 2009. Hoje, conta com 36,7 mil alunos

em cursos de tecnólogos, graduação e pós-graduação, em 45 polos. A expectativa é que o MEC autorize mais 27 polos da instituição a oferecer cursos a distância.

Segundo o presidente da Estácio, Eduardo Alcalay, o ensino a distância aumenta a capilaridade da universidade e traz mais retorno. Isso porque, apesar do preço da mensalidade ser menor - de R\$ 180, em média, enquanto a de um curso presencial gira em torno de R\$ 450 - a margem é 30% maior.

Alcalay acrescenta que, para crescer no segmento, o grupo também está buscando parceiros em cidades onde não tem polos. Além disso, nas próximas aquisições, vai considerar instituições já autorizadas a operar no ensino a distância.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 12 set. 2011, Empresas, p. B3.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais