

## Após arrumar a casa, ESPM vai investir R\$ 200 milhões

Beth Koike



"Fui informado que estávamos à beira de um precipício", disse Penteadó, da ESPM

Criada há 60 anos como um curso de propaganda dentro do Museu de Arte de São Paulo (Masp), a ESPM está promovendo uma reestruturação interna para iniciar uma nova etapa de crescimento.

Nos últimos anos, a faculdade que hoje conta com 17 mil alunos cresceu com pouco planejamento e há dois anos foi alertada sobre os riscos que a ESPM poderia sofrer se não arrumasse a casa. "Em outubro de 2009, quando assumi, uma consultoria informou que

estávamos à beira de um precipício com aquela estrutura organizacional", disse José Roberto Whitaker Penteado, presidente da ESPM.

Neste ano, a receita da faculdade deve atingir R\$ 220 milhões, um aumento de 10% sobre o ano passado. "Fomos alertados na hora certa porque ainda registramos crescimento e fechamos nosso balanço com superávit", explicou o presidente da faculdade, que é uma instituição sem fins lucrativos.

Diante desse cenário, a faculdade começou em meados de 2010 a reestruturação com a adoção de um Programa de Demissão Voluntária (PDV) e novas metodologias de gestão, modernização de sistemas de trabalho e capacitação da equipe. No PDV, a prioridade são os funcionários mais velhos e com mais tempo de casa. A faculdade conta com cerca de 700 professores e outros 585 funcionários que trabalham na área administrativa. Nessa reestruturação, outra mudança prevista é o aumento no número de professores que se dedicam em tempo integral à vida acadêmica, uma vez que atualmente poucos professores da ESPM adotam essa exigência do MEC.

Passada a fase de organização interna, que deve perdurar até meados do próximo ano, a ESPM planeja uma expansão com aquisições, criação de novos cursos e aumento de campi. "Acreditamos que até 2015, nossa receita tenha um crescimento orgânico de 30%", enumerou.

Até 2015, está previsto um investimento de cerca de R\$ 200 milhões para ampliação de seus campi localizados em São Paulo, Porto Alegre e Rio. A meta é dobrar o número de alunos daqui quatro anos.

Com a onda de consolidação no setor de ensino, a ESPM também quer se posicionar como consolidadora. "Não haverá espaço para pequenos nessa área de educação. Por isso, pensamos em incorporar outras faculdades", disse Penteado. "Mas isso não quer dizer que seremos tão grandes como Unip, Anhanguera ou Estácio. Somos uma faculdade de nicho", complementou o publicitário. A mensalidade média é de R\$ 2 mil em seus cinco cursos: publicidade e propaganda, administração, design, jornalismo e relações internacionais.

A fim de expandir sua presença no mercado, a faculdade planeja a criação de cursos ligados às áreas de tecnologia de comunicação, ciências sociais (com enfoque em ciência do consumo) e arquitetura.

Nessa nova fase, a faculdade também quer ampliar sua atuação e fechar parcerias com empresas ligadas a eventos e institutos culturais. "Podemos, por exemplo, realizar cursos de artes plásticas em parceria com o Masp, que foi o nosso berço", disse Penteado, lembrando que Pietro Maria Bardi e Assis Chateaubriand, fundadores do museu, apoiaram a criação da ESPM.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 2, 3 e 4 dez. 2011, Empresas, p. B5.**