

A Análise Estrutural do Ensino Superior Privado sob Perspectiva

Elói Martins Senhoras¹
eloi@ige.unicamp.br

Kelly Pereira Takeuchi²
kellytakeuchi@gmail.com

Katiuchia Pereira Takeuchi³
katiucha@gmail.com

¹Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) - Instituto de Geociências (IG) – Campinas, SP, Brasil

²Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) - Faculdade de Tecnologia (FAT) - Resende, RJ, Brasil

³Universidade Estadual de Maringá (UEM) – Campus Regional de Umuarama, PR, Brasil

RESUMO

O comércio de serviços é um campo estratégico de crescimento para os negócios na economia mundial nos dias atuais, que compreende uma gama diferencial de setores como telecomunicações e turismo, além de setores tradicionais como a educação. A partir do arcabouço analítico de estudo da gestão estratégica e da economia industrial, o artigo desenvolve uma análise estrutural sobre a dinâmica do mercado de ensino superior privado, segundo um recorte temporal que é privilegiado a partir meados dos anos 90, devido às profundas mudanças políticas e econômicas brasileiras que aceleraram as transformações das taxas de crescimento das instituições de ensino superior e da própria arquitetura do sistema de ensino. Com essa discussão pretende-se fornecer os subsídios para a garantia de pluralidade e o aprofundamento do debate sobre quais foram os limites e as reais potencialidades desenvolvidos ao longo do período.

Palavras chaves: educação, ensino superior, instituições privadas.

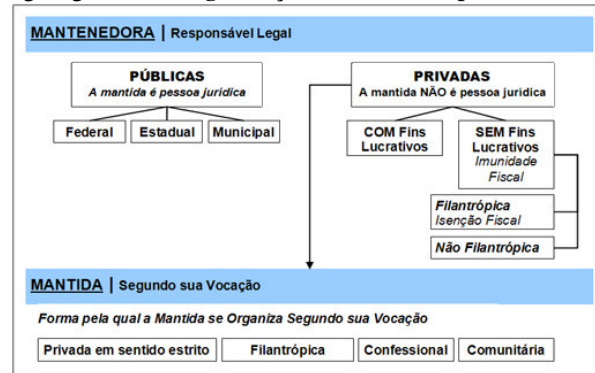
1 - INTRODUÇÃO

O comércio de serviços é uma grande área de crescimento para os negócios na economia mundial nos dias atuais, que compreende desde setores como telecomunicações e turismo, além de setores como saúde e educação. Hoje os serviços respondem por mais de 70% da produção e emprego nas sociedades industriais avançadas, níveis para os quais muitas economias emergentes vêm se aproximando rapidamente. Dentro dos setores de serviços, a educação tem sido vista, como fronteira inexplorada e com grandes oportunidades de lucro e crescimento, devido às restrições fiscais e ineficiências estatais. Dentre os serviços educacionais, o sub-setor que vem sofrendo pressões para maior abertura é o setor de educação terciária, pois é tido como o mais rentável e seus defensores argumentam que o papel do Estado nesse sub-setor não é tão primordial como em outros.

No setor de serviços de educação a parcela vista com maiores possibilidades é a de educação superior e para adultos, pois inclui desde cursos tradicionais de graduação até cursos complementares e de treinamento para executivos.

Tendo em vista a organização administrativa das instituições brasileiras de ensino superior, as instituições classificam-se segundo a natureza jurídica de suas mantenedoras entre instituições públicas (criadas por projetos de lei) e instituições privadas (criadas por um credenciamento junto ao Ministério da Educação).

Organograma 1 - Organização do Ensino Superior no Brasil



Fonte: MEC-SESU, 2005.

Diante da importância estratégica do ensino terciário como nicho de serviços capitalistas, e levando-se em consideração a estrutura de organização do ensino superior brasileiro, o presente trabalho procura focar sua análise sobre as instituições privadas com fins lucrativos, bem como na relação delas com as instituições mantidas e administradas pelo setor público.

2 - MARCOS EVOLUTIVOS DO SETOR DE ENSINO SUPERIOR PRIVADO NO BRASIL

É no final do século XIX que começam a surgir instituições de ensino superior privado (IES privadas) no Brasil. Como marcos evolutivos destacam-se quatro grandes momentos da história destas instituições:

No primeiro momento, de 1933 a 1960, o ensino superior privado cristaliza-se na realidade do país, através de instituições de pequeno porte. No segundo período, que vai de meados dos anos 1960 a 1980, verifica-se a predominância das IES privadas no total de matrículas de ensino superior no país.

Tabela 1 – Marcos Evolutivos do Ensino Superior Privado

1933-1960	A participação relativa das matrículas desse setor no sistema mostra-se estável, pois desde 1933 até 1960, as matrículas nas IES privadas não oscilaram muito relativamente ao total de matrículas (em 1933, representavam cerca de 43,7% do total. Já em 1960, 44,3% do total). Nessa época, o sistema de ensino superior cresce à reboque da demanda e das transformações pelas quais o país passava.
1960-1980	Nota-se uma mudança significativa de patamar no crescimento das matrículas privadas, estimuladas pelo governo federal. No período entre 1960 e 1980, o número total de matrículas de ensino superior passou de 200 mil para 1,4 milhão. Em taxas de crescimento, as matrículas totais de ensino superior cresceram 480,3%; as matrículas no setor privado, por sua vez, aumentaram 843,7%.
1980-1994	Nos anos 80, em contraste com o período imediatamente anterior, constatou-se uma redução da participação das IES privadas no total de matrículas do ensino superior. De 200% de crescimento em matrículas entre 1975 e 1980, a taxa de crescimento torna-se negativa para o período 1980-85 e não chega a atingir 1% entre 1990 e 1994.
1994-2006	O esgotamento de demanda e o acirramento da concorrência inseriram um contexto de estagnação do setor entre 1980 a 1994, mas a partir de meados dos anos 90, o setor voltou a crescer fortemente devido aos estímulos governamentais trazidos. Simultâneo a esse processo de crescimento houve uma forte retomada do acirramento e concorrência no setor.

Fonte: Elaboração própria.

No terceiro momento de 1980 a 1994, o setor privado já respondia por 62,9% do total de matrículas de ensino superior. Contudo, para entender melhor essa expansão, faz-se necessário evidenciar o caráter complementar das IES privadas em relação às públicas, já que estas não conseguiram absorver a demanda em sua totalidade, voltando-se mais para a

pesquisa e, conseqüentemente, limitando sua expansão. Assim, foi aberto espaço para a expansão das IES privadas.

“As principais alterações que começaram a ser desencadeadas no setor privado a partir do final dos anos 80 e que afetam a configuração do sistema são: diminuição do número de estabelecimentos particulares isolados; simultaneamente a essa diminuição ocorreu um aumento do número de universidades particulares; movimento de desconcentração regional e, seguindo essa desconcentração regional, outro movimento de interiorização dos estabelecimentos particulares e de suas matrículas; crescimento acelerado do número de cursos e ampliação do leque de carreiras oferecidas pelo setor privado de ensino superior” (Sampaio, 2000).

O quarto momento, de 1994 a 2006, será analisado no decorrer do trabalho: a nova expansão, a atual configuração desse setor e sua projeção para o futuro. A hipótese de trabalho é que, a partir do atual momento, o mercado de ensino superior, apesar de uma breve dinamização no começo da década de 90, encerrou sua expansão, retornando, ao cenário de estagnação e concorrência intensa semelhante ao que passou a vigorar no início dos anos 80.

3 - ESTRUTURA DE MERCADO NO ENSINO SUPERIOR

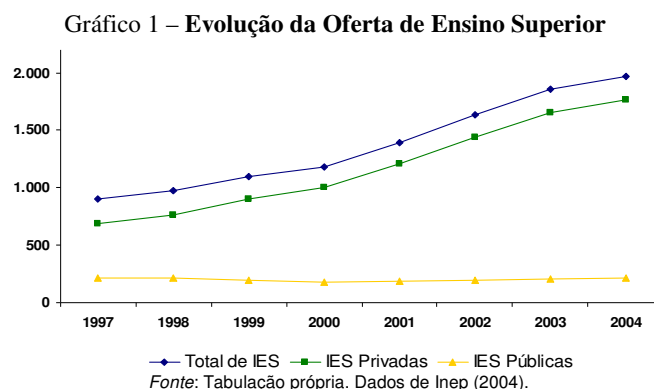
As transformações ocorridas no Ensino Superior Brasileiro diante das mudanças originadas pela nova LDB (Lei de Diretrizes e Bases da Educação) de 1996 e a conseqüente abertura de um mercado com uma elevada demanda reprimida criaram um ambiente de oportunidades no mercado de ensino superior que se tornou progressivamente competitivo no setor privado. Na construção da nova arquitetura do mercado de ensino superior, a flexibilização acadêmica e a autonomia adquirida pelas IES na criação, manutenção e disponibilidade de vagas e de seus processos seletivos de ingresso tornaram-se as balizas chaves para o entendimento do dinamismo da estruturação do ensino superior privado (Teixeira, 2005).

A seguir serão caracterizados o mercado e sua estrutura de ensino superior em detalhes, que em 2003 contava com 1652 instituições privadas, além de 207 instituições públicas. Através dessas instituições, o setor movimentou R\$ 14,1 bi.

3.1 – OFERTA NO ENSINO SUPERIOR

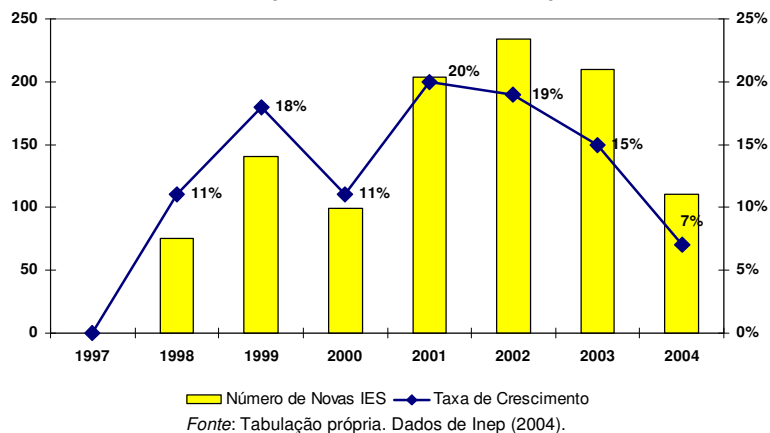
O Ensino Superior apresenta uma particularidade importante: uma parcela grande da oferta de ensino é fornecida pelo setor público, sobre o qual não cabe uma análise microeconômica específica, haja vista que acontece de forma exógena ao mercado. Não obstante, ao longo do trabalho, serão tornadas claras as relações do ensino superior público com o privado, este que se estrutura endogenamente no mercado de ensino superior.

O gráfico a seguir ilustra um primeiro aspecto da oferta de ensino superior: o número de instituições no Brasil vem crescendo continuamente desde 1997, exclusivamente em função do surgimento de novas instituições privadas.



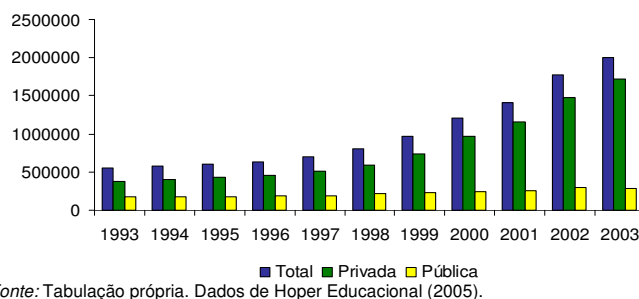
Nota-se que a taxa crescimento do número de IES privadas vem apresentando valores bastante elevados desde 1997, atingindo o pico de criação de 234 novas instituições em 2002, e uma ligeira tendência de declínio desde então.

Gráfico 2 – Evolução dos números de Instituições Privadas



Essa mesma característica é observada ao se considerar a evolução do número de vagas disponíveis no ensino superior ou o número de cursos como indicador da oferta de ensino superior brasileiro.

Gráfico 3 – Evolução do número de vagas no Ensino Superior Privado

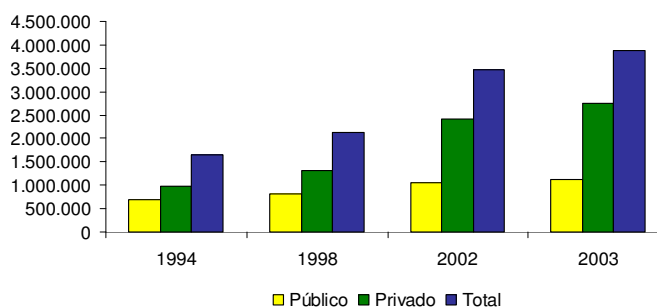


O crescimento notável da oferta deve-se tanto ao aumento do número de instituições quanto à expansão das instituições já existentes, visto que as taxas de crescimento total do número de vagas superam as do número de instituições. Quanto aos determinantes dessa expansão, devem ser apontadas a liberalização da regulamentação do ensino superior e o estímulo do governo, particularmente através do Plano Nacional de Educação, que pretende criar 800 mil vagas no ensino superior até 2010.

3.2 – DEMANDA NO ENSINO SUPERIOR

Como é possível verificar, em 2003, dos 3.887.022 alunos matriculados, 2.750.652 estavam em IES privadas, representando mais de 70% do total de matrículas. A exemplo da inferência quanto ao número de instituições e cursos [16.453 cursos de graduação presenciais em 2003, predominantemente oferecidos pelo setor privado (10.791 cursos)], as matrículas na graduação também revelam que a educação superior brasileira é majoritariamente privada.

Gráfico 4 - Evolução de Matrículas na Graduação Presencial – Brasil 1994/2003

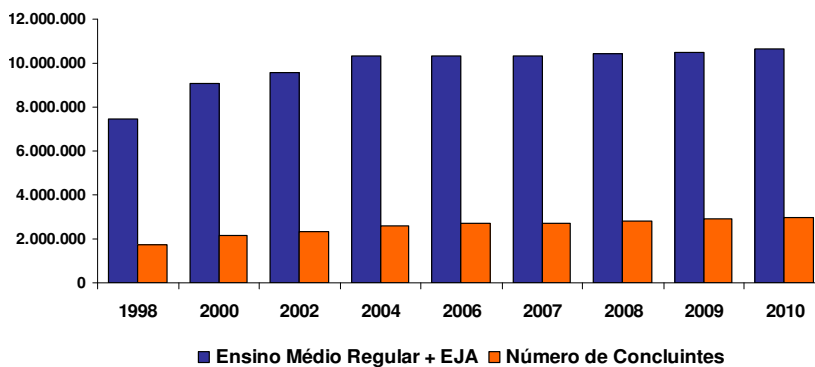


Fonte: Tabulação própria. Dados de Inep (2004)

O setor de educação superior pode ser considerado um mercado de demanda constante e “obrigatória”, ou seja, em todos os anos, uma parcela significativa de alunos concluintes do ensino médio procura as instituições de ensino superior. Nesse sentido, é patente a análise da relação dinâmica entre o ensino médio e o ensino superior privado: o primeiro fornece, em boa medida, os potenciais clientes para o segundo.

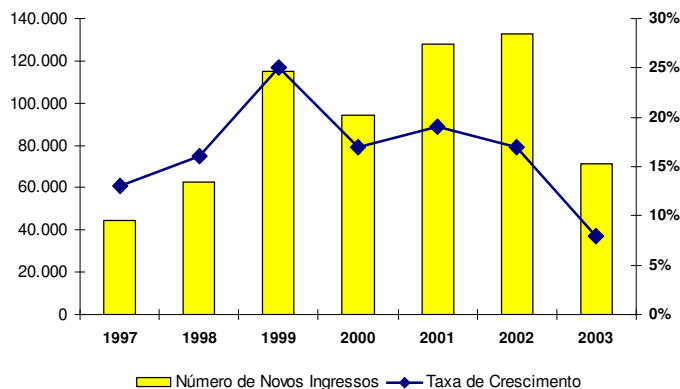
Os gráficos a seguir representam, respectivamente: a) a projeção do número de matrículas e de concluintes do ensino médio, levando-se em consideração também o programa de Ensino de Jovens e adultos, denominado EJA, até 2010 e b) a relação entre a taxa de crescimento anual da demanda e a o número de ingressantes no ensino superior.

Gráfico 5 - Projeções de Matrículas e concluintes do Ensino Médio até 2010



Fonte: Tabulação própria. Dados de MEC/INEP e Hoper Educacional

Gráfico 6 - Evolução de Ingressos no Ensino Superior Privado



Fonte: Tabulação própria. Dados de MEC/INEP e Hoper Educacional

Entre os anos de 1997 a 2003, o setor de ensino superior privado viveu um período de crescimento exponencial, aumentando a sua demanda (alunos ingressantes) em 154%, com

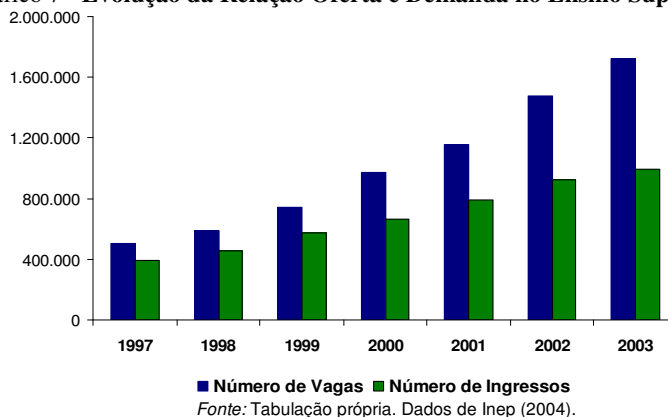
uma média anual de 17% de crescimento. No entanto, em 2003 já começou a dar indícios de desaceleração no crescimento da demanda, apresentando um crescimento de apenas 8% em relação ao ano anterior.

3.3 - OFERTA E DEMANDA NO ENSINO SUPERIOR

Em síntese, a evolução recente do mercado de Ensino Superior Privado no Brasil apresenta tanto um crescimento significativo da demanda - medido pelo número de matrículas - quanto da oferta - pelo número de vagas oferecidas. A contraposição de ambos os aspectos, entretanto, evidencia que a oferta passou por um crescimento mais expressivo.

Essa separação entre as taxas de crescimento de oferta e demanda resulta no aumento da ociosidade nas instituições privadas de ensino. O número de vagas oferecidas pelas IES a cada ano cresceu 241% nos seis anos considerados, enquanto o número de ingressantes nas IES privadas cresceu apenas 154% no mesmo período. Isso resultou, como se torna visível no gráfico a seguir, no distanciamento entre o número de vagas oferecidas e a demanda por essas vagas.

Gráfico 7 - Evolução da Relação Oferta e Demanda no Ensino Superior



Um outro indicador da diluição da demanda pode ser encontrado na relação candidato/vaga nos processos seletivos. Mais uma vez, torna-se clara a queda da procura relativa pelos serviços de educação privados (embora a procura pelos serviços públicos mantenha-se mais alta, e constante).

Tabela 2 - Evolução da Relação Candidato/Vaga

Ano	Pública	Privada	Total
1993	6,6	2,4	3,7
1994	7,3	2,4	3,9
1995	7,9	2,9	4,3
1996	7,5	2,6	4,0
1997	7,4	2,6	3,9
1998	7,5	2,2	3,6
1999	8,0	2,2	3,5
2000	8,9	1,9	3,3
2001	8,7	1,8	3,0
2002	8,9	1,6	2,8
2003	8,4	1,5	2,4

Fonte: Inep (2004).

4 - ESTRUTURA DO ENSINO SUPERIOR PRIVADO

O setor de Ensino Superior brasileiro, que em 2003 contava com mais de 1600 instituições, tem uma estrutura de mercado desconcentrada, embora com uma pequena parcela

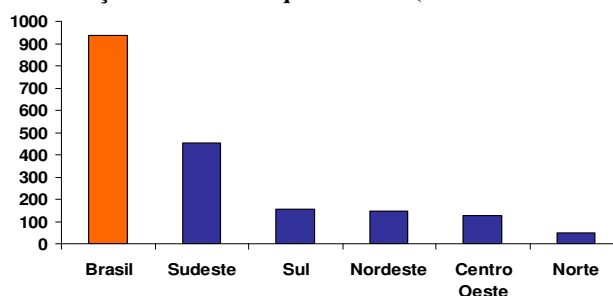
de instituições de significativa dimensão. As 10 maiores instituições - entre privadas e públicas - de ensino superior são responsáveis por 12% do número de matriculados (CR10=12,48%), as 4 maiores instituições concentram 7% do número de matriculados (CR4=7,16%); enquanto a maior delas, a Universidade Estácio de Sá, com 100 mil matriculados, concentra 2,6% do mercado (tabela 3).

Tabela 3 – Maiores Instituições de Ensino Superior Brasileiro – 2003

	<i>Categoria Admin.</i>	<i>Matrículas</i>	<i>Share (%)</i>
Universidade Estácio de Sá	Privada	100.617	2,59%
Universidade Paulista	Privada	92.023	2,37%
Universidade de São Paulo	Estadual	44.281	1,14%
Universidade Luterana do Brasil	Privada	41.450	1,07%
Pontfícia Universidade Católica da Minas Gerais	Privada	36.749	0,95%
Universidade Salgado de Oliveira	Privada	35.719	0,92%
Universidade Estadual do Piauí	Estadual	35.683	0,92%
Universidade Estadual de Goiás	Estadual	34.113	0,88%
Universidade Bandeirante de São Paulo	Privada	32.852	0,85%
Universidade do Vale do Rio dos Sinos	Privada	31.482	0,81%
Total Brasil		3.887.022	

Fonte: Censo da Educação Superior - Inep (2004).

Gráfico 8 - Distribuição de IES de Pequeno Porte (menos de 500 alunos) em 2004



Fonte: Tabulação própria. Dados de Hoper Educacional (2005).

Conclui-se por essa primeira apresentação da estrutura que o mercado de ensino superior privado no Brasil é bastante fragmentado. Entretanto, o coeficiente de concentração em âmbito nacional, como calculado, pode não ser um bom representante das condições concorrenciais desse mercado – torna-se preciso investigar, assim, qual é a abrangência real – geográfica ou não – da oferta de cada instituição, e em que âmbito se dá a concorrência.

4.1 - DETERMINANTES DA ESCOLHA E ÂMBITO DE CONCORRÊNCIA

Podem ser elencadas as seguintes características que são relevantes no perfil do demandante de ensino superior: a) Ser o primeiro da família a possuir um diploma de curso superior, seja ele qual for, realizado no local em que lhe seja mais conveniente, da forma mais rápida, fácil, objetiva e que ele possa pagar; b) Obter um diploma de curso superior na área que atua profissionalmente, com o objetivo de garantir sua empregabilidade e, se possível, galgar níveis maiores em sua carreira profissional; c) Realizar um curso superior em área diferente da que atua profissionalmente, visando a futura inserção em uma carreira/profissão mais promissora; d) Realizar um curso superior que lhe proporcione condições de exercer uma profissão que traga prazer e boa remuneração; e finalmente, e) Cursar uma instituição de ensino superior que lhe garanta a oportunidade de obter destaque e ser muito bem sucedido no mercado de trabalho.

Identificar e analisar os motivos que induzem a escolha dos agentes frente às diversas IES privadas e, mais ainda, do curso oferecido pela respectiva IES, é tarefa complicada, mas é possível apresentar alguns elementos que são normalmente considerados essenciais na escolha, embora tais fatores não estejam hierarquicamente apresentados por ordem de importância para a determinação da decisão.

Tabela 4 – Principais Motivos de Escolha de Cursos e IES

<i>Componente subjetivo</i>	Escolha da IES e curso por motivos culturais, de tradição, identificação, por considerarem que a carreira será promissora, que oferecerá boa empregabilidade, etc. A demanda desse setor varia ao longo do tempo. Em dados momentos, alguns cursos são mais procurados (os “cursos da moda”) que outros. Já os cursos tradicionais (direito, medicina, psicologia, administração) sempre mostram uma demanda “cativa”.
<i>Qualidade das IES</i>	Preferência por IES estabelecidas há muitos anos no mercado (reputação tradicional). Nesse sentido, a tradição, número de docentes de alto nível, a reputação, além de outros fatores, sinalizam a qualidade elevada do ensino para o mercado.
<i>Renda das famílias</i>	A renda familiar influencia a decisão do agente. Cursos de custo elevado, como o curso de medicina, excluem a maioria dos agentes. Ainda há muitas pessoas com interesse em adquirir serviços educacionais (demanda latente), apesar de não possuir poder aquisitivo para pagar pelos serviços educacionais. O Programa Universidade para todos (PROUNI) foi criado pelo governo federal para facilitar o acesso de estudantes carentes ao ensino superior por meio da concessão de ajuda de custo e bolsas de estudo.
<i>Dificuldades geográficas</i>	As dificuldades geográficas a se transpor para obter o serviço limitam o acesso a cursos e instituições. A escolha do indivíduo geralmente fica condicionada as IES de sua região. Vale notar, nesse sentido, que a região sudeste, embora sem aumentar a sua participação percentual no total das matrículas, continua a representar cerca da metade das matrículas da graduação, enquanto no ensino fundamental esta participação é de apenas 35,9%.
<i>Trade-off entre IES públicas e privadas</i>	As IES públicas são, a priori, as primeiras escolhas de boa parte dos demandantes. Somente após se esgotar esse “serviço escasso” é que muitos demandantes de ensino superior procuram uma IES privada, ou procuram cursos pré-vestibular (populares cursinhos).

Fonte: Elaboração própria. Baseada em Corbucci (2002) e Queiroz e Queiroz (2003).

4.2 - BARREIRAS À ENTRADA

Dentre as barreiras estruturais à entrada, poucas se verificam no caso do ensino superior privado, pois as vantagens absolutas de custo em favor das IES estabelecidas são pequenas e as estruturas de custo apresentam pouco significativas economias de escala (em especial no caso de cursos que não exigem infra-estrutura especial, como grande parte dos cursos de ciências humanas – entre eles os dois cursos com maior número de matriculados, Administração e Direito).

Os requerimentos de capital inicial associados a escala mínima também não são necessariamente grandes (no caso de constituição de uma nova instituição isolada) embora exista alguma preferência dos consumidores pelos produtos mais tradicionais. Esses fatores tornam o sistema de ensino privado, a princípio, altamente permissivo a novas pequenas instituições. Entretanto, existe uma importante característica particular do setor: o reconhecimento da validade do produto (curso) oferecido por novas empresas deve partir de uma avaliação do Ministério da Educação.

De acordo com o MEC, o sistema de educação superior deve contar com um conjunto diversificado de instituições que atendam a diferentes demandas e funções. Seu núcleo estratégico há de ser composto pelas universidades, que exercem as funções que lhe foram atribuídas pela Constituição: ensino, pesquisa e extensão. Esse núcleo estratégico tem como missão contribuir para o desenvolvimento do País e a redução dos desequilíbrios regionais,

nos marcos de um projeto nacional. Por esse motivo, estas instituições devem ter estreita articulação com as instituições de ciência e tecnologia – como, aliás, está indicado na Lei de Diretrizes e Bases (LDB).

Quando se trata de barreiras à entrada, deve-se levar em conta, que o setor está sendo analisado como um todo, ou seja, Ensino Superior Privado com fins lucrativos, e não pelos cursos apresentados por tais instituições (neste sentido as barreiras existentes à entrada para cursos de medicina são diferentes das apresentadas ao curso de administração). Sendo assim, um exemplo de barreira à entrada que afeta a todas as instituições é a legislação específica do ensino superior (LDB):

“Art. 52. As universidades são instituições pluridisciplinares de formação dos quadros profissionais de nível superior, de pesquisa, de extensão e de domínio e cultivo do saber humano, que se caracterizam por: I - produção intelectual institucionalizada mediante o estudo sistemático dos temas e problemas mais relevantes, tanto do ponto de vista científico e cultural, quanto regional e nacional; II - um terço do corpo docente, pelo menos, com titulação acadêmica de mestrado ou doutorado; III - um terço do corpo docente em regime de tempo integral. Parágrafo único. É facultada a criação de universidades especializadas por campo do saber” (Mec-Sesu, 2005).

A pressão pelo aumento de vagas na educação superior, que decorre do aumento acelerado do número de egressos da educação média, já está acontecendo e tenderá a crescer. Deve-se planejar a expansão com qualidade, evitando-se o fácil caminho da massificação. É importante a contribuição do setor privado, que já oferece a maior parte das vagas na educação superior e tem um relevante papel a cumprir, desde que respeitados os parâmetros de qualidade estabelecidos pelos sistemas de ensino. Neste âmbito, o controle realizado pelo MEC, tanto em relação às instituições já estabelecidas, como as possíveis entrantes, faz-se extremamente necessário.

4.3 - CARACTERIZAÇÃO DO PRODUTO

No que tange à caracterização do produto, deve-se observar que um número reduzido de instituições de Ensino Superior (IES) apresenta diferencial competitivo. A maior parte das IES ainda apresenta uma fragilidade competitiva, dada, por exemplo, a má gerência administrativa. Neste sentido, pode-se dizer que boa parcela dessas instituições oferece serviços (cursos) que podem ser considerados *commodities*, ou seja, não há substancial diferenciação no produto fornecido (ensino).

No caso dos preços, nota-se, de acordo com a tabela abaixo, que não há discrepância significativa em relação às mensalidades médias dos cursos antigos e dos novos (sobretudo quando se trata de cidades menores, como no caso de Vitória e Florianópolis). Desta forma, a diferença a mais cobrada pelos cursos antigos pode estar relacionada ao fato da faculdade possuir confiabilidade no mercado em que atua (preço associado à reputação da instituição). Neste âmbito, a pequena parcela das instituições que oferecem diferenciais competitivos apresenta boa reputação, associada, sobretudo, à qualidade do ensino fornecido. Tal fato pode ser comprovado quando nos defrontamos com as avaliações realizadas pelo MEC, que avaliam a viabilidade, bem como a qualidade das instituições.

Tabela 5 - Mensalidades do curso de administração

<i>Cidades</i>	<i>Mensalidade Média</i>	<i>Mensalidade Média (Cursos Novos)</i>	<i>Mensalidade Média (Cursos Antigos)</i>
São Paulo	R\$ 598,23	R\$ 490,56	R\$ 645,98
Rio de Janeiro	R\$ 455,11	R\$ 346,03	R\$ 487,30
Belo Horizonte	R\$ 506,70	R\$ 449,07	R\$ 562,51
Vitória	R\$ 369,56	R\$ 347,92	R\$ 391,19
Porto Alegre	R\$ 613,00	R\$ 628,63	R\$ 585,92
Curitiba	R\$ 429,60	R\$ 397,70	R\$ 456,58
Florianópolis	R\$ 390,67	R\$ 377,29	R\$ 408,50

Fonte: Hoper Educacional (2005).

Em se tratando da grande parcela das IES, os quesitos preços e qualidade não se apresentam como diferenciais consistentes de forma a atrair potenciais ingressantes. O movimento de profissionalização da gestão educacional ainda está em fase embrionária, prevalecendo, na média das IES, a incompetência administrativa:

“A abundância na demanda fazia com que os erros e o amadorismo da gestão fossem sendo encobertos pela grande quantidade de captação de novos alunos. Algumas IES fizeram dívidas para serem pagas com o grande aumento na quantidade de alunos que acreditavam ter todos os anos” (Hoper Education, 2005).

5 – ESTRATÉGIAS DAS INSTITUIÇÕES PRIVADAS DE ENSINO SUPERIOR

Quando o objetivo de crescimento é perseguido por um grande número de instituições, em um mercado que não pode ser ampliado, o sucesso só poderá ocorrer à custa dos concorrentes. Isso leva inevitavelmente a algum nível de confronto direto entre a concorrência, ou seja, há no momento um acirramento do nível concorrencial, principalmente em regiões com grande número de IES. Nesse sentido, pode-se citar alguns tipos de concorrência, como as IES segmentadas, criação de novas e pequenas IES, surgimento de concorrentes indiretos (como instituições de ensino a distância, universidades setoriais, instituições de ensino corporativas etc.) e expansão nacional.

Para analisar as estratégias de concorrência das empresas no setor, primeiro é preciso ter em mente algumas questões previamente abordadas: as características do mercado (baixa concentração), barreiras à entrada (barreiras legais à entrada no setor), caracterização do produto, definição do espaço de concorrência etc. A partir disso, é possível tratar separadamente algumas estratégias concorrenciais que permeiam o mercado de ensino superior.

5.1 - ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NACIONAL

As maiores IES estão buscando a expansão nacional como forma de estratégia concorrencial, alterando significativamente o cenário competitivo aonde chegam. A tendência é a expansão para mercados regionais não muito explorados, em detrimento dos já saturados, como alguns mercados das grandes capitais. Esse fenômeno explica a tendência de interiorização do ensino superior privado. Algumas grandes instituições, como UNIP, ULBRA, Universo, entre outras, estão instalando-se em diversas localidades do nosso país. A UNIP, por exemplo, possui campi no interior do Estado de São Paulo e possui um campus em Manaus (AM) e Goiânia (GO), enquanto a ULBRA, além de ter uma unidade também em Manaus (AM), possui unidades em Ji-Paraná (RO), Porto Velho (RO) e, surpreendentemente, possui um estabelecimento no Uruguai.

5.2 - CRIAÇÃO DE NOVAS E PEQUENAS IES E CRIAÇÃO DE NOVOS CURSOS

Como forma de enfrentar a concorrência, muitas IES de pequeno porte foram abertas nesse boom de oferta com o intuito de abarcar certa parcela da demanda. Além disso, muitas

dessas novas IES, além das mais antigas, estão abrindo cursos novos e pouco tradicionais, ampliando o leque serviços oferecidos. Dentre esses cursos, pode-se citar musicoterapia, terapia ocupacional e cursos de curta duração.

5.3 - ESTRATÉGIA DE DIFERENCIAÇÃO DE PRODUTO E FORMAÇÃO DE PREÇO

O cenário atual em que predomina a exaustão da demanda e sugere um aumento da concorrência proporciona oportunidades para as empresas do setor se fortalecer, investindo em diferenciação de seu produto, ou seja, inovações tecnológicas para o ensino, professores com melhores qualificações, melhor infra-estrutura das instalações, melhor atendimento, implantação de uma gestão administrativa profissional etc. Dessa forma, busca-se a consolidação da reputação da IES na construção de profissionais de qualidade e ensino forte e de qualidade como forma de diferenciar o produto. Cabe salientar, entretanto, que essas estratégias de diferenciação estão mais associadas às IES de grande porte. As IES de pequeno porte têm seu produto caracterizado como *commodity*. Em outras palavras, e tendo cautela para não generalizar, podemos dizer que, enquanto as grandes IES usam seu produto diferenciado e formam preços mais elevados, as demais IES oferecem um produto não diferenciado e, de certa forma, concorrem através de preços.

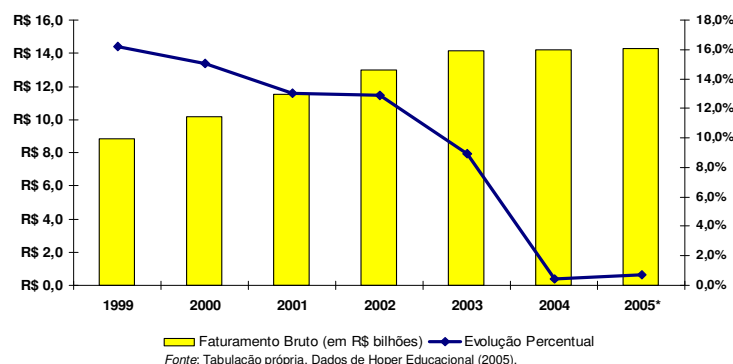
5.4 - ESTRATÉGIA DE MARKETING

Uma outra forma de evidenciar os sinais de saturação da demanda e o aumento da concorrência é olhar para os dados sobre os gastos com marketing e propaganda das IES privadas. As IES gastaram em 2004 com marketing e comunicação R\$ 596 milhões, o equivalente a 4,2% de seu faturamento bruto. Deste valor, 75% (R\$ 447 milhões) foi gasto apenas com propaganda. Ademais, o investimento em marketing apresentou variações significativas entre as IES sediadas nas capitais e as IES sediadas no interior. Nas capitais, o valor do investimento em marketing e comunicação oscilou entre 5 a 6% do faturamento bruto das IES. Já no interior, este percentual oscilou entre 2,5 e 3,5% do faturamento bruto das IES. Isso mostra, em parte, que o processo de concorrência é muito mais intenso na capital já que este mercado apresenta excesso de oferta sobre a demanda e, portanto, uma IES só pode crescer à custa de outra IES.

6 - ÚLTIMAS CONSIDERAÇÕES À GUIA DE CONCLUSÃO

A intensa expansão recente da oferta no setor de ensino superior privado parece ter ocupado parcela bastante significativa do mercado, de forma que começam a aparecer os primeiros sinais de intensificação da concorrência. Em termos de faturamento, nota-se que a partir de 2003 praticamente desaparece o crescimento observado desde 1999, e o mercado estaciona no nível de R\$ 14 bilhões.

Gráfico 9 – Dinâmica do Faturamento das IES Privadas



Vale notar que, enquanto o número de instituições continua crescendo entre 2002 e 2004, o faturamento bruto deixa de crescer. Assim, o movimento recente também se reflete na diminuição do valor médio das mensalidades cobradas pelas IES. Essas informações apontam para uma diminuição nos níveis de crescimento da oferta nos próximos anos.

Associado à queda no valor médio de mensalidades, Queiroz e Queiroz (2003) apontam também o aumento dos índices de inadimplência no setor:

“A crescente participação de alunos de menor poder aquisitivo tem levado a índices de inadimplência próximos de 20% ao longo do semestre. A legislação veda à instituição que os alunos inadimplentes sejam impedidos de frequentar aulas ou prestar exame e as IES não podem negar aos alunos em atraso os documentos necessários à sua transferência ao final do período letivo, o que implica a possibilidade de sua saída sem a quitação da dívida” (Queiroz e Queiroz, 2003: 07).

Observa-se, por fim, que um aumento da ociosidade entre 2001 e 2002 não foi acompanhado de novo aumento em 2003, apesar de substancial incremento da oferta em ambos os períodos. Pode-se sugerir como explicação para o fenômeno que a ociosidade teria atingido seus níveis máximos, o que despertaria em seguida um acirramento da concorrência.

“Visto que, a expansão recente do ensino superior tem elevado a competitividade no setor, percebe-se que as universidades - dadas as exigências da legislação no que se refere à qualificação docente, ensino, pesquisa e extensão - não têm condições de competir por preços. Torna-se imperioso implantar estratégias e ações numa visão holística, fazendo com que os setores acadêmicos e administrativos enxerguem o mesmo caminho para as instituições. No cenário atual, o ambiente complexo das IES precisa favorecer o surgimento de alternativas que reduzam a evasão e possibilite a otimização dos recursos envolvidos.” (Queiroz & Queiroz, 2003: 09).

O relatório do INEP (2004) reforça essas conclusões, apontando a liberalização recente da educação superior como um dos aspectos explicativos da expansão da oferta, e ressaltando que essa “proliferação” foi acompanhada de queda da qualidade da educação oferecida.

Por fim, convém recordar que é discutível até que ponto a educação superior deve ser considerada um produto sujeito a regras regulares de mercado e até que ponto o fornecimento desse serviço implica em uma responsabilidade mais ampla de formação humana.

7 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CORBUCCI, P. R. “Avanços, limites e desafios das políticas do MEC para a educação superior na década de 1990: ensino de graduação”. Texto para discussão, nº 869. Brasília: IPEA, 2002.
- HOPER EDUCACIONAL. Análise Setorial do Ensino Superior Privado no Brasil. São Paulo: Hoper, 2005.
- INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais. Censo da Educação Superior 2003. Disponível em <www.inep.gov.br>, 2004.
- MEC-SESU - Ministério da Educação/Secretaria de Educação Superior. Legislação do Ensino Superior. Brasília: Mec, 2005. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/>>.
- QUEIROZ, F. C. B. P. & QUEIROZ, J. V. “Acesso e Permanência no Ensino Superior Brasileiro – Há Superdimensionamento da Oferta?”, 2003 (mimeo).
- SAMPAIO, H. “Trajetória e Tendências Recentes do Setor Privado de Ensino Superior no Brasil”. Revista CIPEDDES, nº 9, vol. 3, 2000. Disponível em: <www.ilea.ufrgs.br/cipedes>.
- TEIXEIRA, C. H. “A identificação de Competências em Instituições de Ensino Superior: Uma abordagem estratégica”. Anais do VIII SEMEAD. São Paulo: Fea-Usp, 2005.