

Ensino médio reage e cresce

Marcos Alves

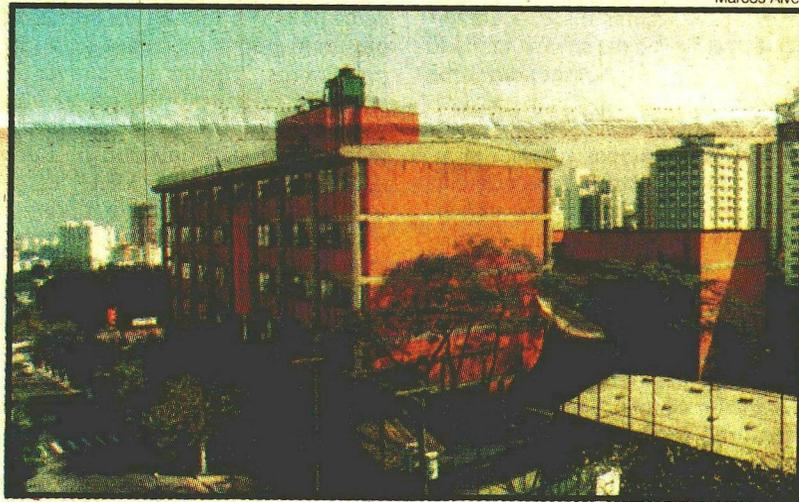
Daniele Madureira
de São Paulo

O cenário do ensino médio e fundamental da rede privada não tem sido dos melhores. Depois do acentuado crescimento na década de 70, a mudança nos valores sociais (como a opção por menos filhos) e a própria retração do consumo na classe média proporcionam uma estagnação cada vez mais aparente. Indo contra todas as previsões, algumas escolas particulares de São Paulo estão apresentando crescimentos significativos – de receita e de alunos. É o caso do colégio Rosseau, que dobrou o número de estudantes no último ano, e do Bandeirantes, que planeja fechar 1998 com um faturamento 12% maior.

“Não pensamos duas vezes antes de aumentar constantemente as mensalidades, usando este capital para agregar valores ao produto básico: conhecimento”, afirma Mauro Salles de Aguiar, diretor do Bandeirantes. Em quatro anos, de 1994 a 1998, o colégio aumentou as mensalidades em torno de 145%. “As classes média e média alta, nosso público alvo, são as que mais priorizam educação, não medindo esforços desde que perceba que há investimentos compatíveis”, diz.

Tradicional no ensino médio e fundamental (foi fundado em 1934) e atendendo a 2,82 mil alunos, o Bandeirantes destina cerca de 3% da sua receita anual – que deve ser de R\$ 24 milhões em 1998 – na capacitação do corpo docente, com cursos de mestrado inclusive no exterior.

Nos últimos três anos, aplicou R\$ 2 milhões em tecnologia – o suficiente para interligar todo o colégio, permitindo que pais e alunos se comuniquem com professores via e-mail. Esta tem sido uma das apostas da escola pa-



Bandeirantes aumentou a mensalidade, mas investiu R\$ 2 milhões em tecnologia

ra aumentar o bolo. Há quatro anos, abriu a Educare, empresa que presta serviços em informática, com faturamento anual de R\$ 2,5 milhões.

Ao contrário do movimento apresentado por algumas escolas, o Bandeirantes não pensa em ampliar sua receita por meio de fusões ou aquisições. Vai mais longe. “As universidades particulares, embora tenham potencial financeiro, deixam a desejar na qualidade de ensino. Pretendemos preencher este espaço”, afirma Aguiar.

Já a escola Lourenço Castanho pretende expandir mercado por outras vias: o ensino técnico profissionalizante. “A sociedade está se conscientizando que diploma universitário não garante emprego. A faculdade deixou de ser o único caminho”, afirma Sílvia Figueiredo Gouveia, diretora do colégio. Para ela, só vão permanecer no mercado as escolas que se modernizarem. “Na nossa escola, não temos uma aula específica de informática. Hoje, o ensino de todas as matérias passa pela sala de computação”, diz. A escola deve investir em infra-estrutura cerca de

R\$ 500 mil até o final do ano e faturar cerca de R\$ 16 milhões.

Já o colégio Rosseau acredita mesmo no marketing. A escola não informa quanto investiu em propaganda desde que foi inaugurada, há cinco anos. Mas confere os resultados: o número de alunos pulou de 150 no ano passado, para 340 em 1998. “Esperamos fechar 1999 com 600”, afirma a coordenadora Denise Rampazzo.

A escola, que começou em uma “casinha na Vila Olímpia”, hoje conta com dois prédios próprios, um deles planejado especialmente para crianças da 1ª à 4ª séries. Salas apropriadas para o estudo de cada matéria – como uma “matemoteca”, para incentivar o estudo da matemática – fazem parte do projeto pedagógico.

As mensalidades do Rosseau, que giram em torno de R\$ 500, estão, em média, semelhantes a das outras escolas da Vila Clementino, zona sul de São Paulo. O diferencial encontra-se nos “valores agregados”: transporte e cursos extra-curriculares, como balé e judô, gratuitos. ■