

# Pré-vendo o futuro das escolas particulares



Raison Pinheiro\*

**D**e cada dez gestores educacionais, sete estão preocupados com o futuro de suas escolas, oito estão inseguros com relação às matrículas do início do ano e nove demonstram muita ansiedade quanto ao futuro de suas instituições. Parece-nos que só um está fazendo o dever de casa.

É evidente que o mercado está cada dia mais competitivo, que as escolas disputam alunos com muita agressividade, e que alunos e pais estão cada dia mais exigentes e com menor disposição para pagar o preço justo por serviços educacionais de qualidade. O cenário não é dos mais confortáveis.

O que fazer para garantir o futuro? Como fazer um planejamento orçamentário para o ano vindouro, sem ter garantias de qual será o resultado das matrículas? Quais as consequências do aporte das verbas do pré-sal na educação pública? Vai existir uma migração de alunos da escola privada para a pública? Será que nossas



escolas sobreviverão? Qual será o futuro das escolas particulares? Essas são perguntas recorrentes, que evidenciam a preocupação com o que virá.

O futuro é uma consequência. Segundo a Teoria do Caos, de Edward Lorenz, existe um fenômeno intitulado Efeito Borboleta, que se refere à dependência entre causa e efeito e que está presente em várias atividades humanas. Seu pressuposto determina o seguinte: “O bater de asas de uma simples borboleta poderia influenciar o curso natural das coisas e, assim, talvez provocar um tufão do outro lado do mundo.” Na cultura popular, há um ditado que diz: “Aqui se faz, aqui se paga.” Em ambos os casos, nas ciências e na cultura popular, é notório que tudo tem consequência, o que se faz e, inclusive, o que não se faz. Enfim, somos responsáveis por aquilo que fazemos, pelo que não fazemos e por aquilo que impedimos que seja feito. Tudo isso tem profundas consequências futuras.

Para garantir o futuro, as escolas devem desenvolver *vantagens competitivas*. Esse é o nome que se dá ao conjunto de características que permite a uma empresa ser diferente por entregar mais valor sob o ponto de vista dos clientes, diferenciando-se da concorrência e, por isso, obtendo vantagens no mercado. Há duas maneiras de se obter uma vantagem competitiva: ser único ou ser diferente. Desenvolvendo vantagens competitivas, qualquer organização tem mais probabilidade de êxito no futuro.

Recomenda-se que cada escola faça o seu dever de casa, atendendo para planejamento, organização, método e execução, e observando quatro passos que podem promover o desenvolvimento de vantagens competitivas e, assim,

contribuir com o seu crescimento e fortalecimento no futuro. Os passos são:

- 1 - Fique de olho na concorrência.
- 2 - Faça a diferença.
- 3 - Bote a boca no mundo.
- 4 - Cumpra o prometido.

Ainda sobre o futuro, identificamos, no clássico da literatura *Alice no país das maravilhas*, de Lewis Carroll, o seguinte diálogo entre Alice e o Gato de Cheshire:

- “- O senhor poderia me dizer, por favor, qual o caminho que devo tomar para sair daqui?  
- Isso depende de aonde você quer ir.  
- Não me importa muito para onde...  
- Então não importa o caminho que você escolher.”

A exemplo de Alice, muitos diretores de escolas não sabem aonde querem ir e, dessa forma, provavelmente não chegarão a lugar nenhum. E talvez deem com os burros n’água.

Assim como sugere o livro citado, todos nós deveríamos ter clareza de aonde queremos chegar. Dessa forma, talvez consigamos escolher o caminho que nos leve para um futuro melhor, em que prosperidade e felicidade façam parte do cotidiano das escolas. Cinco são os objetivos básicos que deveriam definir o ponto de chegada de qualquer escola. São eles:

- 1 - Crescer.
- 2 - Ganhar participação no mercado.
- 3 - Aumentar a rentabilidade.
- 4 - Superar crises.
- 5 - Fortalecer a marca e a imagem da escola.

©Helder Almeida/PhotoXpress



Segundo Peter Drucker, “A melhor maneira de prever o futuro é criá-lo.” Acredita-se que o futuro é uma consequência do que fazemos hoje. Infelizmente, podemos observar que muitas pessoas, de tão preocupadas com o futuro, esquecem-se do mais importante: o presente. Da mesma forma, outras pessoas, saudosas das que são, vivem no passado, lembrando os tempos áureos, quando tudo era mais simples e mais fácil.

O autor Jim Collins, hoje considerado por muitos como o sucessor legítimo de Peter Drucker, sugere, no livro *Feitas para vencer*, ações como práticas bem-sucedidas de empresas visionárias que certamente vão prevalecer diante da adversidade desses novos tempos. Recomenda-se a leitura.

De acordo com o pensamento de Drucker e com base na teoria de Collins, compreende-se que, fazendo agora o que tem que ser feito, estamos pavimentando a estrada do sucesso e *pré-vendo* o futuro das escolas particulares. ■

\*Psicólogo, psicopedagogo e gestor de Prospecção do Sistema Ari de Sá

raison@aridesa.com.br