

**Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade em Diferentes Setores**

**CENTRO CULTURAL E LINGUÍSTICO CHALLENGER BRASIL**

**CULTURAL AND LINGUISTIC CENTER CHALLENGER BRAZIL**

Raquelli Covolo Lopes

**RESUMO**

Criado no dia 04 de Abril de 2001, o Centro Cultural e Linguístico Challenger Brasil tem como base possuir um método diferenciado e comprometimento com o ensino. Através da qualidade e inovação que dispõe, o Challenger Brasil tem se destacado por ser uma empresa que faz além do objetivo básico – dar aulas de línguas estrangeira – através de sua postura sustentável e dos projetos realizados a partir dessa. Tendo como destaque o Projeto Reciclarte, esse Centro Cultural e Linguístico se preocupa com a conscientização e educação socioambiental de adultos de classe E, através de oficinas de reciclagem e empreendedorismo. Integra também, em todo o seu sistema de funcionamento e ambiente corporativo, a sustentabilidade, influenciando seus clientes internos e externos e até mesmo a população da cidade a qual faz parte, a pensarem e se comportarem de forma ambientalmente responsável.

**Palavras-chave:** Ensino, qualidade, inovação, sustentabilidade e conscientização.

**ABSTRACT**

Created on April 4, 2001, the Cultural and Linguistic Center Challenger Brazil have like a base a different method and commitment with teaching. Through quality and innovation that has the Challenger Brazil has stood out for being a company that is beyond the basic goal - to give lessons in foreign languages - through their posture and sustainable projects carried out from that. Having highlighted the project as Reciclarte ('Recycle'), this Cultural and Linguistic Center is concerned with social and environmental awareness and education of adults class E through recycling workshops and entrepreneurship.

It also integrates the entire system operation and its corporate environment, sustainability, influencing their internal and external customers and even the city's population to which it belongs, to think and behave in an environmentally responsible manner.

**Keywords:** Teaching, quality, innovation, sustainability and consciousness.

## 1. Introdução

O Brasil sendo um país com grande iniciativa empreendedora por parte dos seus habitantes, tanto brasileiros natos quanto imigrantes, tem multiplicado nas mais diversas regiões, as indústrias, os comércios, os serviços e os agronegócios. Responsáveis por promover essa multiplicação, os empreendedores distinguem-se dos demais administradores de empresas por diversos fatores. A formação acadêmica, que torna o administrador conhecedor das estratégias de eficácia na gestão de pessoas e dos recursos financeiros das empresas, do marketing, da tecnologia, entre outros conhecimentos e habilidades, não torna necessariamente um administrador num empreendedor.

Muitas vezes o empreendedor não frequentou universidades, academias e cursos profissionalizantes, mas aprendeu a ser de forma empírica e natural, aperfeiçoando suas táticas de acordo com seus erros e acertos durante a busca de seus ideais.

## 2. Histórico

### 2.1 O nascimento do Challenger Brasil

Com o propósito de criar um curso de línguas utilizando um método diferenciado e comprometido com o ensino, foi criado no dia 04 de Abril de 2001, o Centro Cultural e Lingüístico Challenger Brasil, na cidade de Santa Maria – Rio Grande do Sul. O idealista do método de ensino foi Marcelo Carvalho, que trouxe a idéia diretamente da Inglaterra, onde teve contado com o método chamado *callan*. Com outras duas sócias, eles resolveram abrir o negócio na cidade de Santa Maria, uma vez que todos residiam nesta cidade, a qual era pólo universitário e estudantil em geral e, portanto, oferecia muita clientela nesse ramo, visando à qualificação dos estudantes em questões de linguagem e cultura. Juntamente com Marcelo, duas visões empreendedoras somaram-se à direção do Challenger, Denise Pereira – Não possuía experiência no ramo, mas assim como Marcelo também era formada em Língua Inglesa – e Adriana Arruda – Formada em Filosofia, possuindo MBA em Gestão Empresarial e Marketing, além de uma especialização e mestrado na Universidade Federal de Santa Maria.

O Challenger Brasil começou com apenas trinta e quatro alunos, divididos em quatro turmas de oito alunos cada, onde era oferecido apenas o curso de Língua Inglesa. A equipe de professores era formada por quatro pessoas, entre elas o sócio idealizador Marcelo Carvalho.

Quanto a sua localização na cidade, instalou-se em três lugares antes de se estabelecer no endereço atual (Rua dos Andradas, nº 1799, Bairro Centro), tendo se mudado para este último por motivo de crescimento, já que não mais comportava a quantidade de alunos.

Após mudanças administrativas, a direção do Challenger Brasil é atualmente responsabilidade de Adriana Arruda, tendo como sócia Denise Pereira. O método pedagógico do curso tem sua origem na Inglaterra, mas o Challenger Brasil pretende virar uma franquia, por isso está implantando um método original de ensino, para poder abrir outras escolas em outros lugares do Brasil, fortalecendo sua marca única, e seu método de ensino, que oferece aprendizado no menor espaço de tempo possível, com aulas diárias no curso regular, oferecendo vários horários para priorizar a disponibilidade dos alunos. Hoje a escola possui 602\* alunos.

\*Segundo pesquisa realizada em Abril de 2012.

### 2.2 A inserção da Língua Estrangeira no Brasil

Estamos em uma época onde a habilidade de dominar a língua inglesa, ou uma segunda língua qualquer, torna-se uma qualificação tanto cultural como profissional básica e indispensável. Sendo assim, buscamos cada vez mais os cursos de línguas para obter essa

qualificação. Apresentaremos então, um breve histórico da inserção da língua estrangeira no Brasil, em especial, a língua inglesa.

Em 1910, nos colégios elementares de então, já se ensinava inglês e Frances. O marco inicial na história do ensino de línguas estrangeiras no Brasil, entretanto, situa-se um século antes. Foi o decreto de 22 de junho de 1809, assinado pelo príncipe regente de Portugal D. João VI, recém chegado ao Brasil, que mandava criar uma cadeira de língua francesa e outra de inglesa. Já a carta régia de janeiro de 1811, criava o lugar de interprete de línguas na secretaria do Governo da Bahia. Na década de 1930 houve um impulso no ensino de inglês no Brasil devido às tensões políticas no mundo que vieram a culminar na Segunda Guerra Mundial. Assim, em 1935, surgiu o primeiro acordo de cooperação entre a “Escola Paulista de Letras Inglesa” e o Consulado Britânico, dando origem a “Sociedade Brasileira de Cultura Inglesa”, precursora da atual cultura inglesa. Em 1938 Surgiu em São Paulo o primeiro instituto binacional com o apoio do consulado norte-americano: O “Instituto Universitário Brasil- Estados Unidos”, mais tarde “União Cultural Brasil- Estados Unidos”. Só a partir de 1960 houve a proliferação dos cursos comerciais operando em redes de franquias. Existem basicamente três tipos de escolas de inglês encontradas hoje no Brasil:

Institutos Binacionais: Encontrados em grandes cidades, possuem a tradição de se preocuparem mais com a qualidade, e aparentam ter mais seriedade e um objetivo menos comercial-expansivo, apesar de utilizar uma metodologia convencional atrelada a um plano didático não mostrando resultados surpreendentes.

Cursos Franqueados: São aqueles que operam dentro do sistema de franquia e investem maciçamente em propaganda. Normalmente empregam professores que podem variar de bons a sofríveis. Enfatizam o plano didático, no livro, limitando a ação de instrutores competentes e criativos.

Escolas Independentes: Estão paralelas a cursos franqueados, elas surgem hoje em significativos números, normalmente iniciativa de pessoas com competência própria, dispensando receita didática de um franqueador. Representam uma probabilidade maior de proporcionarem um aprendizado eficaz, mas não representam absoluta garantia de qualidade.

### 3. O Challenger Brasil

#### 3.1 A Equipe

A equipe do Challenger Brasil é composta por vinte e seis pessoas entre elas: Uma diretora, quatro secretários, três desenvolvedores, um diretor de arte/web designer, um coordenador pedagógico, uma coordenadora administrativa financeira e quinze professores, sendo um de língua espanhola, o qual é nativo. Esses recebem treinamento por três semanas para estarem aptos a dar aulas, treinamento que consiste em provas orais e escritas entre outros métodos avaliativos de competências. Possui também programa de participação nos resultados da empresa, pesquisas e projetos, sendo o número de professores aumentado conforme o aumento de alunos.

#### 3.2 O Ambiente de Trabalho

O Challenger procura fazer pesquisas com seus colaboradores quanto à satisfação com seu ambiente de trabalho, podendo cada um dar seu palpite quanto a melhorias, sugestões tais que são avaliadas e acatadas quando possível. Também realiza essas pesquisas de satisfação com seus clientes, para poder fazer melhorias no seu ambiente interno e ainda faz uso de “cliente oculto”. Para melhor comodidade de seus clientes e colaboradores o Challenger disponibiliza: Laboratórios de práticas vivenciais, treze salas de aula, salas temáticas, salas de cinemas com capacidade para quarenta pessoas, auditório, workshops, internet Wi-Fi, recursos áudio visuais e interatividade em sala de aula, entre outras coisas como, por exemplo,

um bar interno para seus clientes ficarem mais a vontade dentro da escola antes das aulas ou depois delas.

### 3.3 Responsabilidade sócio-ambiental

A empresa também se preocupa com o meio ambiente. Por este motivo, usa apenas papel reciclável para material de expediente assim como para os folders de propagandas. São disponibilizadas lixeiras especiais para o descarte de material eletrônico, bem como as lixeiras seletivas. Essas práticas são incentivadas para que seus colaboradores as adotem e acabem influenciando outras pessoas.

Também participa de campanhas sociais como, por exemplo: Campanha do agasalho, Dia da criança, Natal mais feliz. Para isso faz arrecadação de alimentos e brinquedos dentro da empresa, com seus colaboradores e clientes e convida a quem queira participar, ajudar na entrega desses presentes em data estipulada. As doações são feitas geralmente em instituições de caridade como Lar acalanto, Lar de Miriam e Vila das Flores.

### 3.4 Métodos Avaliativos de Resultado

A empresa utiliza alguns métodos avaliativos de resultados entre eles e a matriz FOFA. Esses métodos analisam as forças, oportunidades, fraquezas e ameaças ao desenvolvimento dos negócios, e faz o monitoramento diário das suas contas financeiras (marketing, mão de obra e operacional), que é uma média de trinta para avaliar. De acordo com a diretora esse é um trabalho indispensável para manter o controle sobre lucros e prejuízos.

### 3.5 Serviços

Seus serviços são basicamente cursos de inglês, que são os mais procurados pelo mercado consumidor. Os cursos ofertados dessa língua são os seguintes: Challenger regular, Challenger slow e os especiais, Inglês para viagens, Imersão e combo (um ano de aulas mais uma viagem para a Inglaterra) e o curso regular de língua espanhola.

Os preços dos cursos variam conforme o nível que o aluno irá cursar.

O curso *regular de inglês* custa R\$1.719,30 à vista ou R\$1.786,04 divididos em sete parcelas de R\$255,15.

O *competence* custa R\$1.606,00 à vista, ou R\$1.778 divididos em sete parcelas de R\$254,00.

O *development* custa R\$1.675,80 à vista, ou R\$1.852,2 divididos em sete parcelas de R\$264,60.

Já o curso de *espanhol* é mais barato, custa R\$65,00 a matrícula e seis parcelas de R\$174,30 no boleto ou seis parcelas de R\$169,00 no cheque pré.

### 3.6 Divulgação dos serviços

A divulgação é feita principalmente através de televisão, rádio, internet. Também se utiliza de panfletos, folders e outdoors, além da divulgação natural feita pelos alunos, bem como pelos professores.

### 3.7 Promoções

Em alguns períodos do ano são utilizadas algumas promoções a fim de atrair mais clientes. No momento o Challenger não possui nenhuma promoção aberta, mas frequentemente está fazendo renovações e criando novas para que seus clientes possam ter outros benefícios além das aulas.

Citamos a seguir algumas que já foram feitas:

“Indicando um amigo ganhe 10% de desconto nas parcelas ou obtenha sua re-matrícula gratuita”;

“Descontos de 10% para alunos da AIESEC, AEAD, ADAP (escola de negócios que fica no mesmo prédio);

“Faça sua matrícula e concorra a uma viagem para Europa”.

#### 4. O Challenger no Mercado

No mercado de atuação da empresa, que abrange somente a cidade de Santa Maria, o Challenger possui trinta e sete concorrentes, dentre os quais estão os mais conhecidos cursos de língua estrangeira do Brasil: Wisdom, CCAA, Yours, Wizard, Fisk, Yáziqi, Bright, além de Universidades e Faculdades da região que também oferecem esse tipo de curso, entre outros. Alguns destes cursos possuem preços semelhantes e competitivos, mas o diferencial do Challenger é que ele tem o melhor custo/benefício do mercado, ou seja, cinco horas por semana com o mesmo custo financeiro que os concorrentes, sendo a formação mais rápida e de qualidade superior, o que representa uma oportunidade de atrair maior quantidade de alunos em relação aos outros cursos, com foco em universitários e profissionais liberais.

O Challenger também enfrenta uma grande concorrência com produtos substitutos (MBA, Especialização, Viagens, Cursos Online, Professores Particulares, entre outros). Essas são algumas das ameaças apresentadas pelo ambiente externo da empresa. Além da dificuldade de encontrar professores qualificados (com fluência e formação na língua exigida).

#### 5. Análise de Qualidade

Cursos de Línguas são classificados como “cursos livres” pelo ministério da educação, não estando sujeitos a nenhum tipo de controle nem de reconhecimento. Por isso, existem vários exames de avaliação de proficiência em inglês, daqueles que o falam não como língua materna.

Quatro deles são de grande abrangência e reconhecimento internacional.

Dois de origem norte-americana:

TOEFL (*Test of English as a Foreign Language*);

TOEIC (*Test of English for International Communication*);

Dois de origem britânica:

CPE (*Certificate of Proficiency in English*);

IELTS (*International English Language Testing System*).

O TOEFL é oferecido em cento e oitenta países, podendo ser feito a qualquer momento, enquanto que o CPE é oferecido apenas duas vezes por ano. O IELTS é oferecido em cento e cinco países, também todos os meses, dependendo da cidade.

Aproximadamente oitocentas mil pessoas fazem o TOEFL a cada ano e mais de quatro mil e quatrocentas instituições de ensino superior nos Estados Unidos e no Canadá exigem o TOEFL de estudantes internacionais. Quarenta e seis mil pessoas fizeram o IELTS em 1996. Em relação ao TOEFL, um número significativo menor de pessoas faz o CPE. O CPE, assim como o IELTS, é requisito para admissão à Universidades Britânicas, embora algumas delas também aceitem o TOEFL. Todos, portanto, têm orientação acadêmica, sendo que no IELTS o aluno pode optar por um exame com orientação geral, isto é, não com vistas a estudos acadêmicos.

O TOEFL e o IELTS não são exames em que o aluno “passa ou não passa”, ao passo que o CPE é. Possuindo três Passing grades: A, B e C. O TOEFL é atualmente oferecido em

duas formas: Internet-based e paper-based. O paper-based TOEFL (PBT) confere um escore que varia de 310 a 670, o internet-based (iBT) confere um escore de 0 a 120. Ambos têm validade de apenas dois anos. Isso faz sentido, uma vez que habilidade em língua estrangeira pode se alterar significativamente num período de dois anos. O IELTS confere um escore de 0 a 9.

O paper-based TOEFL é um teste de escolha múltipla dividido em três partes: Listening Comprehension, Structure and Written Expression, e o Vocabulary and Reading Comprehension. As três partes têm peso igual. O paper-based TOEFL pode ser complementado pelo TWE (Test of Written English) e pelo TSE (Test of Spoken English). O internet-based TOEFL, é dividido em quatro partes: Listening, Speaking, Reading and Writing, ou seja, já conclui testes de produção oral e redação. No Brasil, o TOEFL é normalmente ministrado pelos centros ou institutos biculturais brasileiros norte-americanos. No estado estes testes são oferecidos pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS - em Porto Alegre. No final de cada curso, o Challenger oferece um teste preparatório para os exames britânicos, para que seus alunos tenham conhecimento do grau de exigência de cada teste.

## 6. Conclusão

Analisando as práticas e objetivos do Challenger Brasil, chegamos a conclusão que ele se assemelha consideravelmente com a Teoria Contingencial, porque está focalizado no ambiente, seja interno ou externo, buscando uma interação contínua entre esses.

Também há ênfase nas tecnologias. O Challenger busca favorecer-se de certos recursos tecnológicos, na busca de aperfeiçoamento de métodos pedagógicos e satisfação por parte de seus clientes e colaboradores. Para isso, mantém um laboratório de pesquisa e desenvolvimento, o qual ajuda nessa questão. Utiliza-se também da Matriz Swot, a qual serve de ferramenta de análise de novas táticas e tomada de decisões. Busca fortalecer sua marca através das pessoas, seus alunos (clientes) e seus colaboradores que por vezes, fazem a divulgação do curso através de bate-papo com amigos e colegas de trabalho ou de faculdade, assim, o Challenger abrange um maior campo de mercado consumidor.

Há também uma preocupação com o crescimento sustentável e a preservação de bens naturais e sociais, enfatizado por suas políticas e práticas internas bem como seus programas e eventos culturais, como por exemplo, as feiras e exposições de designers que usam materiais reciclados em suas criações.

O Challenger inova para manter-se em um mercado cada vez mais competitivo e incerto, utilizando um sistema aberto amplo e complexo.

Portanto, concluímos que o Challenger Brasil é uma organização bem estruturada, que tem conseguido ao longo de sua recente jornada, alcançar seus objetivos como empresa e executar de maneira eficaz e eficiente seus princípios organizacionais, se tornando uma empresa exemplar, não somente na sua área de atuação, mas também através do seu modelo de gestão.