

MBA&PÓS-GRADUAÇÕES

CATÓLICA

A APOSTA NA FORMAÇÃO

Cada vez mais o mundo está em mudança, sendo a internacionalização um fator em destaque no dia-a-dia dos gestores. Para perceber o que está a ser feito relativamente a este tema falámos com o professor Álvaro Nascimento, diretor da Católica Porto Business School.

O futuro está na internacionalização, é uma afirmação hoje bastante comum. Concorda?

O Portugal sempre foi uma pequena economia aberta ao exterior. Aliás, foi nos mercados externos e na exportação que fez assentar os períodos de maior crescimento e desenvolvimento económico. Hoje, como no passado, os mercados externos voltam a estar no topo das prioridades, como fórmula indispensável para retomar o crescimento e atenuar os efeitos da estagnação que se vive internamente. A esta dimensão do crescimento assenta uma outra, de perfil mais empresarial, que tem a ver com o posicionamento das empresas na cadeia de valor internacional. O mundo moderno dos negócios é o da globalização e das empresas "metanacionais". Isto é, a participação em cadeias de valor internacionais é incontornável e o sucesso empresarial depende de uma criteriosa escolha do posicionamento à escala internacional e de uma correta articulação desta cadeia de valor. A origem das empresas, dos recursos humanos e até o local onde fisicamente se realiza a atividade é menos relevante do que as competências para identificar, integrar e coordenar diferentes recursos. Passa a ser determinante a capacidade de integração e flexibilidade de adaptação a novas realidades, sejam elas culturais, económicas ou organizacionais.

Até que ponto é a formação importante neste processo?

A formação é importante porque só através dela se alcança a qualificação dos recursos, se aumenta o potencial do capital humano e se contribui para o desenvolvimento do país. E, a qualificação é duplamente importante. Primeiro, porque é da qualificação dos quadros dirigentes empresariais que resulta a principal vantagem competitiva das empresas. Não basta a inovação e o conhecimento tecnológico para o sucesso empresarial. As vantagens para concorrer à escala internacional decorrem, antes do mais, de uma adequada capacidade para perspetivar as oportunidades, escolher os posicionamentos na cadeia de valor e, depois, organizar

os processos produtivos de modo a responder aos desafios. Em suma, é indispensável um pensamento estratégico, o qual decorre da capacidade de pensar de forma diferente, "fora da caixa" e que, por sua vez, depende do capital humano das organizações. Numa segunda dimensão, mais de matriz de política económica, da qualificação depende o nível de desenvolvimento do país, porque a capacidade para atrair e reter investimento (nacional e estrangeiro) está diretamente relacionada com a qualidade dos nossos recursos. Na perspetiva defendida na resposta anterior, se que o que mais importa nas empresas não é tanto a origem do capital, mas mais o local onde se organiza a produção, a qualificação dos recursos hu-



APOIO:



manos permite que os países – e, neste caso, Portugal – tenham posicionamentos específicos na cadeia de valor internacional, diretamente influenciados pela especificidade e pela qualificação dos seus recursos produtivos. As empresas são organizações vivas e na empresa multinacional, as atividades são distribuídas à escala global em função da localização dos recursos e dos mercados.

Perante este novo desafio qual tem sido o posicionamento da Católica Porto Business School?

A Católica Porto Business School tem vindo a posicionar-se como uma escola cuja missão é a qualificação dos colaboradores empresariais, por forma a responder a estratégias de empreendedorismo e de internacionalização sustentáveis no longo prazo. Perspetivamos a nossa oferta formativa como um instrumento a que as empresas podem recorrer para reforçar as qualificações dos seus colaboradores, alinhando-as com os objetivos estratégicos e com o sucesso empresarial. Aliás, neste sentido, os programas realizados no âmbito das universidades corporativas ou em outros formatos in-company são objeto de uma estreita articulação entre a Business School e as empresas, em todas as fases de desenvolvimento e execução dos programas.

O mundo da língua Portuguesa e as parcerias que temos em Angola, Brasil e Macau, consubstanciada numa aliança de Business Schools dentro da rede de Universidades Católicas à escala mundial, dá-nos capacidade de acompanhar as empresas nas suas estratégias e nos desafios da internacionalização, de modo único e inovador. Por exemplo, somos um parceiro privilegiado para ajudar ao recrutamento e à formação nestes mercados externos, ao mesmo tempo que podemos oferecer soluções de formação corporativas que refletem conhecimento completo das múltiplas realidades locais.

Assistimos hoje a uma expansão do mercado da lusofonia. Como encaram esta nova realidade?

A expansão no mercado da lusofonia é o reflexo da

forma como as empresas Portuguesas se posicionam no mercado à escala global. Recentemente, numa Oficina de Líderes sobre as estratégias de internacionalização, organizada pela Católica Porto Business School com o professor José Fernando Pinto dos Santos, os participantes reconheceram que o capital de conhecimento e a experiência podem conferir às empresas Portuguesas vantagens competitivas para poder operar nestas geografias, com a questão da língua – património comum – a assumir um lugar cimeiro. O número limitado de líderes de empresas voltadas para os mercados internacionais e que participou nestas sessões de trabalho foi unânime em reconhecer que as empresas modernas são empresas metanacionais, que vão muito para além de unidades produtivas nacionais voltadas para o mercado de exportação. A distribuição das suas atividades à escala internacional presume, assim, que a penetração na cadeia de valor internacional se prolonga para fora do território nacional, com preferência para os países de língua portuguesa. É uma estratégia de internacionalização, mas não é, naturalmente, única. É simplesmente, a que tem vindo a ganhar mais força, por razões históricas e culturais.

A Católica Porto Business School tem-se assumido como uma escola de negócios estrategicamente posicionada no mercado da Lusofonia, quer pelas parcerias estabelecidas e já anteriormente referidas, quer pela oferta de um programa - MBA Atlântico – cujo objetivo é formar gestores de topo vocacionados para a internacionalização através da plataforma dos países de expressão portuguesa.

Desde quando existe o MBA Atlântico?

A primeira edição do MBA Atlântico iniciou-se no ano de 2010. Entretanto, a preparação para o seu lançamento iniciou-se antes, no ano de 2008. À semelhança empresarial, foi um projeto que foi concebido, também, como parte de um processo estratégico mais ambicioso de internacionalização da Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica Portuguesa. É a primeira pedra de um projeto que tem como missão acompanhar as empresas com estratégias de internacionalização realizadas a partir do mundo e da diáspora da língua portuguesa. É idealizado com base na perspetiva da empresa metanacional, para a qual a esfera dos negócios ultrapassa em muito as fronteiras da gestão, para abarcar as dimensões política, social e cultural. É da perceção da diversidade e da sua exploração estratégica que as empresas são capazes de construir vantagens competitivas e gerir sustentadamente o seu posicionamento na cadeia de valor internacional.

A CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL
TEM VINDO A POSICIONAR-SE COMO
UMA ESCOLA CUJA MISSÃO É A
QUALIFICAÇÃO DOS COLABORADORES
EMPRESARIAIS

MBA & PÓS-GRADUAÇÕES

APOIO:



the
LISBONMBA
católica nova



Apresentado como programa de excelência na formação de gestores de topo nos países de expressão portuguesa, como funciona e que características possui o MBA Atlântico?

O MBA Atlântico é um projeto de parceria da Universidade Católica Portuguesa, com a Universidade Católica de Angola e a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. É um programa com 12 meses e que funciona nos três continentes. Os alunos são internacionais, ainda que maioritariamente sejam originários dos três países que acolhem o programa: Portugal, Angola e Brasil. Agrupados numa única turma, têm aulas nas três universidades dos três continentes, o que lhes confere o acesso a experiências locais numa lógica de vivência integral. Não apenas conhecem as realidades académicas de cada um dos países, mas interagem também com as empresas e as instituições sociais e políticas locais. Em essência, vivem um ambiente de plena imersão nas realidades socioeconómicas de cada um dos países. Isto no que respeita à filosofia de base e, como se compreende, está plenamente alinhada com o que entendemos dever ser a internacionalização empresarial.

Ao nível de estrutura e funcionamento do MBA Atlântico, há um claro elemento inovador, mesmo quando comparado com outras escolas de negócio internacionais. A começar, é um programa de MBA em que a experiência internacional não se restringe

MBA ATLÂNTICO
é um projeto
de parceria da
Universidade
Católica
Portuguesa

formações adicionais para ajustar os seus percursos profissionais e se adaptar a novos desafios. As ofertas modulares têm, exatamente esse propósito: a de permitirem às pessoas, em cada momento da sua vida, escolherem pequenas formações que lhes permitam responder ao desafio do momento.

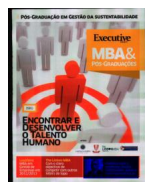
Segundo, nesta perspetiva de formação ao longo da vida, as ofertas modulares são certificadas pela Católica Porto Business School, de modo a que os vários percursos formativos sejam reconhecidos pelos empregadores. Neste sentido, admite-se que os vários percursos formativos acumulem créditos para atribuição de diplomas de Executive Master ou MBA. As pessoas que realizam vários pequenos programas ao longo da vida, a par com a atividade profissional, que lhes confere experiências de vida, podem obter uma certificação das suas qualificações. Esta certificação (representada pelos diplomas) é indispensável para os processos de recrutamento e progressão profissional. Aliás, isto não é nada de novo! Vai de encontro ao que é a principal função das universidades: a do ensino e a da certificação de competências, esta última instrumento indispensável a que recorrem os empregadores, para além de outros elementos e informações, nos processos de seleção e recrutamento. Mantemo-nos fiéis à tradição do ensino, mas sem perder o enfoque na inovação e adaptação aos tempos modernos.

a um "field project" ou missão internacional. Cada um dos trimestres em cada um dos países está estruturado de modo que seja para os alunos uma experiência completa: por um lado, uma formação académica rigorosa, à semelhança de qualquer programa de MBA; e, por outro lado, uma oportunidade de colaborar com as empresas e as instituições em cada um dos mercados locais, respondendo a desafios lançados. Noutro nível, a multiculturalidade e internacionalização do grupo serve o propósito e a ambição de lançar as bases para uma rede de diplomacia económica no seio da lusofonia, que possa ajudar o país a crescer e a desenvolver-se, através da estrutura e da elite empresarial. A rede de alunos do MBA Atlântico, inserida na Católica Porto Business Alumni começa a dar os primeiros passos enquanto rede internacional, explorando sinergias e dando fôlego a novos projetos de internacionalização.

Recentemente a Católica Porto Business School optou por uma estruturação da oferta em formação modular, porquê?

A oferta modular permite-nos implementar Bolonha com verdade. Bolonha veio introduzir e clarificar no ensino superior o conceito de formação ao longo da vida. A oferta modular permite responder a este desafio, de duas formas.

Primeiro, as formações académicas de base determinam cada vez menos as profissões do futuro. Isto já é assim, hoje. E será com maior ênfase e maior certeza no futuro! Neste sentido, as pessoas sentirão necessidade de, ao longo da vida, realizar



Católica
Falámos com o
professor Álvaro
Nascimento, sobre a
internacionalização