

## DESAFIOS

# Escolas de negócios apostam nas parcerias internacionais

Os MBA portugueses estão cada vez mais globalizados. As escolas piscam o olho a alunos estrangeiros e repartem os programas com escolas de outros países

MARIA MARTINS

O mundo dos negócios global está a mudar à velocidade da luz, e as escolas estão a tentar acompanhar essa mudança. Mercados que eram até há pouco tempo meros actores secundários estão a ocupar o lugar de protagonistas - veja-se o caso dos BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China) que, segundo estimativas da Goldman Sachs deverão eclipsar, em 2050, as economias dos que são hoje os países mais ricos do mundo -, e sectores que atraíam a maioria dos quadros (como o financeiro) vão sendo afastados do palco por outros, como as novas tecnologias, por exemplo. Em Portugal, os jovens, e os menos jovens, ambicionam carreiras internacionais que os levem para longe de um país estagnado e lhes devolvam a capacidade de sonhar. Os empreendedores já não lançam empresas para competir apenas no rectângulo onde nasceram, mas para chegarem a clientes em todos os pontos do mundo. Já não se trata de competir na Europa ou nos Estados Unidos, mas literalmente em todo o planeta.

## Maior exposição ao mundo

Perante este novo cenário as escolas tiveram de sair da zona de conforto e encontrar alternativas. Não se preparam alunos para este novo mundo dos negócios, em solo nacional, ainda que com palestras dos melhores especialistas estrangeiros. É preciso oferecer-lhes experiências de aprendizagem fora de portas. "As parcerias internacionais permitem às universidades proporcionar aos alunos a exposição e conhecimento das realidades estrangeiras", reconhece Álvaro Nascimento, director da Católica Porto

Business School. E isso faz-se com programas de intercâmbio, semanas de imersão em universidades estrangeiras, missões internacionais e mesmo estágios em empresas noutros países. Há já vários casos de programas portugueses cujo programa de divide entre Portugal e além fronteiras. O MBA da AESE/IESE inclui uma semana intensiva no IESE Business School de Nova Iorque, para além de uma imersão no IIM de Ahmedabad, o do ISEG prevê também uma estada em Silicon Valley, e o The Energy MBA do ISCTE Business School é o primeiro com um semestre fora (na Universidade de Columbia).

"As parcerias internacionais ajudam as escolas a acrescentar valor aos programas, mas também a diferenciá-los da concorrência", admite Jorge Landeiro, do ISEG. Mas o mesmo acontece com as parcerias com as empresas, também muito valorizadas. No The Lisbon MBA, por exemplo, os alunos lidam com casos reais no âmbito de várias cadeiras, conseguidos através das relações corporativas que a escola estabeleceu. "As empresas portuguesas deveriam propiciar aos estudantes de MBA, e para seu próprio benefício, um maior contacto com realidades empresariais e maior presença de estudos de casos", avança Guilhermina Vaz Monteiro, da Horton International. No seu entender, "as escolas deveriam ter menos case studies e mais casos reais em empresas". Mas esta é já uma realidade em muitas escolas, nacionais que, fruto do impacto da crise e da forte concorrência, apostam cada vez mais em programas mais atractivos, diferenciadores e com maior valor acrescentado para os alunos.

As parcerias proporcionam aos alunos a exposição e conhecimento das realidades estrangeiras.

ÁLVARO NASCIMENTO  
Católica Porto Business School

As escolas deveriam ter menos 'case studies' e mais casos reais em empresas.

GUILHERMINA VAZ MONTEIRO  
Horton International

As parcerias ajudam as escolas a acrescentar valor aos programas.

JORGE LANDEIRO DE VAZ  
ISEG



## PERGUNTAS A...

### ● ÁLVARO NASCIMENTO

DIRETOR DA CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL (MBA ATLÂNTICO E MBA INTERNACIONAL)

## O país precisa de líderes capazes de levar as empresas mais longe

Numa conjuntura em que se ambiciona cada vez mais uma carreira internacional, o que fazem para atrair os alunos portugueses?

Há muito tempo que na Católica Porto Business School temos esta perspectiva de carreiras internacionais. No MBA Internacional, esta dimensão foi assumida logo desde o início, com a parceria com a ESADE de Barcelona. Na ocasião, foi uma experiência inédita em Portugal e, hoje, continua a ser uma parceria sem paralelo: professores do ESADE vêm leccionar a Portugal e os nossos alunos são recebidos em Barcelona numa missão internacional, que lhes permite conhecer a escola, que depois os acolhe também como membros da sua rede de alumni. Há cerca de 4 anos o programa estabeleceu uma parceria com a Pontifícia Universidade de São Paulo, para intercâmbio de professores e de alunos em missões que permitem trocar experiências através de "field projects" em Portugal e no Brasil, em estreita articulação com as empresas dos dois países.

Foi também a percepção de que a globalização é o principal "driver" do crescimento económico que esteve na base da criação do MBA Atlântico. Este é um programa realizado em parceria com as Universidade Católica Portuguesa, Universidade Católica de Angola e Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, no Brasil. Leccionado pelo corpo docente das três universidades, os alunos dos três continentes são integrados numa única turma, que reside um trimestre em cada um dos países. Durante 12 meses, viajam pelos três países numa experiência de ensino e ligação às empresas locais, para aprender como se fazem negócios em cada um dos países, ao mesmo tempo que se lançam as bases para construir uma rede de di-

O nosso programa lança as bases para construir uma rede de diplomacia económica.

plomacia económica, de grande utilidade para as empresas que escolhem estas geografias para crescer à escala internacional. E não se pense que o triângulo Portugal-Angola-Brasil condiciona as carreiras futuras a esta geografia, pois temos vários ex-alunos do programa a trabalhar fora deste espaço.

### A tendência continuará a ser as parcerias internacionais?

Estas parcerias são importantes por duas dimensões. Por um lado, porque permitem às universidades acompanhar as tendências de globalização das economias, proporcionando aos alunos protocolos de intercâmbio, missões internacionais e empresariais, que facilitam a mobilidade internacional e a criação de estratégias empresariais, que ultrapassam as fronteiras domésticas. Numa segunda dimensão, estas parcerias são formas de internacionalização das universidades, que necessitam de fazer negócio à escala global. O ensino superior é cada vez menos uma realidade local. As escolas portuguesas têm boa reputação internacional, no que respeita a elevada qualidade e rigor no ensino. As parcerias funcionam, assim, como uma forma de alargamento do mercado e, neste sentido, posicionam as escolas como uma indústria com potencial exportador.