



## OPINIÃO

Ana Côrte-Real

Diretora executiva da Católica Porto Business School



## O desafio da internacionalização da formação executiva

A importância da formação executiva é inquestionável no contexto empresarial dos nossos dias, muito por força da mutação permanente dos mercados. Impõem-se desafios de liderança, de conhecimento, de aprendizagem contínua, de tomada de decisão em ambientes de incerteza, de novos mercados, de novas geografias, entre muitos outros. Neste sentido, a internacionalização da formação executiva surge como um fator determinante do bom acompanhamento do mercado por parte das universidades. Na Católica Porto Business School, existe este foco na internacionalização. Porém, a metodologia que propomos não se resume às ofertas das semanas internacionais. Diferentemente, oferecemos uma experiência mais profunda e enriquecedora, dotando os nossos alunos de competências de gestão internacional. Um exemplo desta nossa abordagem é o MBA Atlântico, programa que surge da estratégia de internacionalização da Católica Porto Business School, afirmando esta como uma escola de vanguarda na formação de gestores na diáspora portuguesa. No MBA Atlântico, o verdadeiro mote reside na possibilidade de acompanhamento das estratégias das empresas, proporcionando um programa de desenvolvimento de gestores e de criação de uma rede de diplomacia económica, apta a construir vanta-

“ O MBA Atlântico possui uma dimensão de internacionalização que, sendo essencial ao mundo dos negócios, é particularmente útil a um país que pretende ver as suas empresas vocacionadas para o mercado global

gens competitivas e a desenvolver/captar negócios. O MBA Atlântico possui uma dimensão de internacionalização que, sendo essencial ao mundo dos negócios, é particularmente útil a um país que pretende ver as suas empresas vocacionadas para o mercado global – e não apenas voltadas para a exportação, que é uma visão redutora deste conceito. Mas a dimensão da internacionalização tem de ser conseguida capitalizando no tecido empresarial e nas competências locais. É fundamental que os programas executivos estejam alinhados com as estratégias internacionais das grandes empresas – no caso do MBA Atlântico são vários os parceiros nacionais (EDP, BES, Deloitte, Nors, PLMJ) e internacionais

(BFA, a TAAG, Sonangol, Maken, Refriango), que se revêem no programa e o apoiam. Essa mesma dimensão do MBA Atlântico reflete-se também na composição do seu corpo docente, no qual têm assento especialistas afeitos às três universidades parceiras: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Universidade Católica de Angola e Católica Porto. Só com a ativa participação destes docentes se consegue obter a verdadeira dimensão experiencial dos programas internacionais.

A presença da Católica Porto Business School no projeto do MBA Atlântico é uma aposta estratégica que vai ao encontro das necessidades das empresas, designadamente, porque congrega num ativo comum – digo, a língua portuguesa – um mercado com mais de 250 milhões de pessoas. Acresce que, seguindo de perto os processos de internacionalização das principais empresas e grupos económicos portugueses, brasileiros e angolanos, faz também eco das políticas governamentais e diplomacia económica desses países. E se o Brasil é hoje uma referência incontornável em matéria de crescimento económico mundial, Angola é uma economia do petróleo onde se afigura urgente reconstruir o tecido produtivo. A formação executiva tem de ser capaz de dar resposta aos atuais desafios dos mercados.