O que o aluno ganha com isso?
Felipe Abarca Z.

Novo desafio das escolas de negócios é transformar a criação de conhecimento em valor agregado para os estudantes.

Há poucos meses, um decano de uma importante escola de negócios latino-americana comentou com jornalistas, durante um seminário internacional em Atlanta, nos Estados Unidos, sobre a necessidade de a América Latina melhorar um índice econômico que, para ele, era fundamental para a competitividade global.

A proporção de graduados MBA per capita. Fazer um censo de todos os programas existentes em um país é difícil – dependendo obviamente do país –, ainda mais se estamos falando de toda a região. No entanto, além de lançá-lo como um tema de investigação válido, a pergunta merece uma segunda consideração. Na verdade, mais que a quantidade, a pergunta relevante é quantos programas de qualidade existem na América Latina.

Segundo diversos estudos, é a variável de qualidade, e não de quantidade, que tem relação mais direta e significativa com o desenvolvimento econômico. E em nove anos de existência, este sempre foi o norte do Ranking das Melhores Escolas de Negócios de AméricaEconomia.

Segundo nossa avaliação, em 2004, a melhor escola é a costa-riquenha Incae, que pelo segundo ano consecutivo ocupa o topo da lista. O elemento-chave da metodologia continua sendo a qualidade acadêmica do corpo docente, certamente correlacionada a outras três áreas: criação de conhecimento, qualidade e inserção internacional e prestígio local e regional. Para chegar a esta conclusão é fundamental ter uma visão interna das escolas de negócios como organizações e da forma como estruturam seus processos.

A existência de um corpo docente de qualidade internacional – medida pelos seus graus acadêmicos, universidades de origem e prevalência de professores em regime de tempo integral – deve somar-se à criação de conhecimento, inserção internacional da escola e ao prestígio que isso constrói a longo prazo (esta é a variável que se modifica mais lentamente ao longo do tempo).

Embora isso não seja pouco, não é o bastante. Tais qualidades, certamente devem ser traduzidas em benefícios para os alunos. É o que permite às escolas oferecer especialidades e matérias eletivas consistentes, baseadas efetivamente em conhecimento e não apenas em voluntarismos comerciais. Por esse motivo, construir um bom faculty – corpo docente, em bom português – não é coisa para curto ou médio prazo. Pode levar até três ou quatro anos para encontrar o professor com as credenciais acadêmicas e a experiência apropriada para assumir uma determinada área.

Com certeza, as melhores escolas de negócios do nosso Ranking são as que oferecem esses benefícios de forma mais consistente. Comparando com o setor exportador, enquanto empresas e economistas se perguntam qual é o valor de um quilo de exportação latino-americano contra o de países desenvolvidos e outras economias emergentes; para as escolas, a preocupação é efetivamente quanto pesam seus programas, segundo os parâmetros medidos por nossa metodologia.

A grande surpresa deste ano foi a Escola de Negócios da Universidade Católica do Chile que, no segundo lugar, superou pela primeira vez a Escola de Graduados em Administração e Direção de Empresas (Egade) do TEC de Monterrey, no terceiro lugar. Nos últimos anos, "A Católica" tem dado todos os passos necessários para fortalecer seu corpo docente e despertar institucionalmente para a criação de conhecimento – por meio de papers de qualidade internacional e pesquisa aplicada–, para oferecer um dos melhores currículos da América Latina, tanto em seus cursos mínimos como em suas matérias eletivas, a cargo de especialistas das melhores universidades dos Estados Unidos e da Europa.

América Economia online - acesso em 4/3/2005