

Instituições apostam em bom desempenho

"Vamos crescer, mas menos do que o ritmo que vinha sendo registrado antes da crise global", avalia Heitor Coutinho, gerente de programas customizados da Fundação Dom Cabral (FDC). Em números absolutos, essa aposta significa que, neste ano, 19 mil executivos brasileiros vão participar de alguns dos cursos in company realizados pela fundação. No ano passado, foram 17 mil e, nos últimos cinco anos, cerca de 55 mil executivos foram formados.

Coutinho acredita, contudo, que o pior da crise já passou. E o pior mês foi novembro, quando um acordo foi suspenso e outro adiado por empresas que sofreram prejuízos com a brusca mexida do câmbio. Mas ele está bastante otimista com o segundo semestre deste ano. "Este segmento, de educação executiva, é sazonal. Nossa demanda é maior no segundo semestre."

Ainda mais otimista é o cenário descrito pelo professor Murilo Furtado, diretor de Relacionamento da Business School São Paulo (BSP) e da Universidade Anhembi Morumbi. "Desde o final do ano passado, ficamos mais atentos e, para nossa surpresa, o mercado continua crescendo."

Furtado calcula que o faturamento da BSP e da Universidade com os cursos de educação executiva deve aumentar 33% - serão gerados, neste ano, cerca de R\$ 10 milhões na comparação com os R\$ 7,5 milhões registrados no ano passado. "Essa previsão é por critério de competência. Ou seja, para gerar este montante, teremos que ter fechado contratos que somem algo próximo de R\$ 18 milhões", explica.

No caso da BSP e da Universidade Anhembi Morumbi, o crescimento da demanda não está restrito ao chamado mercado de cursos in company de educação executiva, com nível de MBA e montados sob medida para atender as especificidades de seus clientes, mas também nos programas que eles chamam de graduação corporativa. Neles, as empresas "fecham" turmas na graduação para seus funcionários. "Já temos 18 classes assim", conta Furtado - o que também mostra a preocupação das companhias em continuarem qualificando sua mão-de-obra.

Primeira no Brasil a oferecer MBA em inglês, a BSP tem mais de 20 grupos empresariais como seus clientes e tem sentido, como afirma Furtado, um crescimento da procura por cursos que deem ferramentas para a reestruturação de empresas e, especialmente, para a gestão de pessoas.

Segundo Coutinho, da FDC, a crise tem mesmo acentuado a busca por determinados conteúdos. "Na área de finanças, por exemplo, tem crescido a procura por cursos sobre estratégias para regular os fluxos de caixa e gerir o capital de giro", diz.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 27 fev. 2009, Especial Educação Executiva, p. G1-G4.