Novas parcerias para ganhar espaço no mercado global
Stela Campos

Reitor do Iese, uma das melhores escolas de negócios do mundo, diz que instituições de ensino dos EUA e da Europa estão mais flexíveis.

As principais escolas de negócios do mundo estão vivendo um novo momento. O crescimento do mercado de MBA na Ásia - e em outras regiões onde a economia prospera- tem feito com que as grandes instituições de ensino da Europa e dos EUA flexibilizem seu modo de atuação. A reação pode ser vista no aumento do número de cursos executivos e de curta duração. Outra medida tem sido a ampliação de parcerias para a criação de programas globais realizados em vários países.

O Iese, por exemplo, escola espanhola de negócios da Universidade de Navarra que figura entre as melhores do mundo, lançou recentemente com os chineses um curso global para CEOs em parceria também com Wharton (EUA). O reitor da Iese, Jordi Canals, disse em entrevista exclusiva ao Valor que o segredo dessas alianças é saber extrair o melhor de todos os lados. "O desafio é saber como as grandes escolas de negócios podem se beneficiar desse crescimento global", diz. A seguir os principais trechos da entrevista:

Valor: Como surgiu essa aproximação com os chineses?

Jordi Canals Nosso relacionamento com a Ceibs começou em 1985, quando ela ainda era pequena e funcionava em Pequim. Após se mudar para Xangai, em 1994, passou a funcionar oficialmente como escola de negócios e a se chamar Ceibs e nós ajudamos nessa reorganização. Provemos tecnologia, dividimos nosso 'know how' e desenvolvemos seus professores. Mantemos um intercâmbio no nosso MBA e também organizamos programas executivos em parceria. Agora, estamos com um curso global para CEOs junto com Wharton. Acho muito importante manter essa troca de conhecimento entre as escolas.

Valor: Existe uma tendência hoje das grandes escolas de negócios intensificarem esse tipo de parceria em programas internacionais?

Canals: Sim. Nós temos algumas há 14 anos, como a estabelecida com a Harvard Business School. Também tivemos por alguns anos um acordo com o MIT. O primeiro fator para que essas alianças sejam bem-sucedidas é ter uma missão em comum, um projeto que realmente se queira fazer junto. Depois, é preciso ter pessoas comprometidas dos dois lados, que desenvolvam material e agreguem experiências para que as instituições envolvidas tirem o melhor dessa aliança.

Valor: O fato de grandes escolas de negócios estarem ampliando seus portfólios na área de educação executiva é, de alguma forma, conflitante com a sua vocação maior, que são os programas de MBA?

Canals: Para uma boa escola, o importante é ter um bom equilíbrio entre os programas oferecidos. Algumas que só possuem MBA podem ser boas, mas descuidam da educação executiva e vice-versa. É preciso fortalecer os dois lados. O material que coletamos em programas executivos ao redor do mundo é transformado em casos que, depois de testados, são incluídos no nosso MBA. São 'insights' importantes. Para falar de problemas de negócios em economias como Brasil, índia e China é preciso ter histórias reais que ajudem os executivos a entender melhor os desafios, os cenários, as oportunidades e os fatores que fazem os projetos serem bem-sucedidos. Obtendo informação em vários continentes, contribuímos para o desenvolvimento de lideranças globais.

Valor: Como o senhor vê o mercado brasileiro hoje para as escolas internacionais?

Canals: No Brasil, as escolas tradicionais locais vão muito bem e estão crescendo. Por outro lado, existe uma necessidade enorme de formar pessoas em administração, então acredito que também existe espaço para as instituições internacionais.

Valor: O crescimento do número de programas executivos das escolas de negócios tem dificultado a contratação de bons professores?

Canals: Não vejo isso como um problema, mas como um desafio. Hoje, dos 110 professores da escola, 60% são de fora da Espanha. São 13 países representados em nossos campi de Barcelona e de Madri. Temos 5 docentes do Brasil, 12 da Alemanha, 6 da França, para citar apenas alguns. É um grupo muito diverso. Todos os anos contratamos pelo menos 5 professores dos EUA, vindos dos programas de PhD das escolas de primeira linha. Também selecionamos candidatos no mercado. Temos de formar esses professores e fazer crescer a sua reputação, porque o impacto que eles têm sobre as companhias, os profissionais e os professores é enorme. Obviamente, quanto mais forte a escola, mais fácil para ela será conseguir atrair os talentos.

Valor: Como está o mercado de MBA este ano?

Canals: O mercado global está se ampliando, porque existe um movimento forte vindo da Ásia, especialmente da Índia e da China. Nos EUA e na Europa, está estável. Na América Latina, aumentou um pouco. O desafio é como as grandes escolas de negócios podem se beneficiar desse crescimento global. Elas precisam ter argumentos para convencer um candidato a sair do seu país para estudar. No Iese tivemos um aumento de 20% nas inscrições no ano passado.

Valor: Para onde têm ido os formandos do MBA?

Canals: Este ano, vamos ter 25% indo para consultoria, 20% para bancos de investimento e 50% para grandes companhias internacionais de manufatura, incluindo bens de consumo, energia e serviços como bancos, turismo, transporte e tecnologia. A maior diferença em relação ao ano passado é que o setor financeiro não estava aquecido e contratando como agora.

Valor: Quanto aos salários, o que mudou em relação a 2010?

Canals: Os salários cresceram um pouco. Uma estatística preliminar indica que eles subiram 6%. (A remuneração anual de um ex-aluno do Iese está em torno de US$ 134 mil, segundo o "Financial Times").

Valor: Houve alguma mudança no perfil dos estudantes de MBA?

Canals: Há alguns anos temos um número grande de alunos vindo de economias em crescimento. Temos 14 estudantes do Brasil e outros da Índia e da China. Essa é uma tendência importante. Além disso, aumentou o número de alunos da Ásia, não apenas da China, mas de países com um PIB per capita representativo como Cingapura, Taiwan, Coreia do Sul e Hong Kong, que tem uma dinâmica própria. Tivemos também mais estudantes vindos de outras indústrias além dos bancos de investimento e consultorias.

Valor: Como o senhor vê o fato de escolas tradicionais como a americana Kellogg estarem planejando programas de MBA de um ano como a maioria dos cursos europeus?

Canals: Existem hoje mais programas de um ano e muitos cursos de curta duração. Na Europa, o Iese e a London Business School têm programas de MBA de dois anos. Acreditamos que essa é a melhor fórmula porque, além de uma educação de qualidade, damos a oportunidade de o aluno realizar o "summer job" entre o primeiro e o segundo ano. Nele, os estudantes podem desenvolver nas companhias as suas habilidades de liderança. O que vemos é que as principais escolas de negócios do mundo estão mais flexíveis de maneira geral.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 16 mar. 2011, Eu & Investimentos, p. D10.

Artigo de assinante é exclusivo para fins profissionais