



Dentro do circuito mundial

COM ATRASO, ESCOLAS DE NEGÓCIOS DA EUROPA E DOS ESTADOS UNIDOS AUMENTAM SUA PRESENÇA NO BRASIL E MELHORAM A OFERTA DE EDUCAÇÃO EXECUTIVA NO PAÍS

Por MATT SYMONDS*

Como uma das economias de mais rápido crescimento no mundo e com escassez de talento em gestão treinado no exterior, o Brasil deveria ter sido um mercado prioritário para as principais escolas de negócios americanas e europeias há pelo menos 15 anos. Mas muitas dessas escolas voltaram-se principalmente para o Leste, e não para o Sul, concentrando-se em países como China, Índia e Cingapura a fim de recrutar participantes para seu MBA, desenvolver programas conjuntos com instituições locais e até instalar campi nesses países.

Como ocorre em qualquer mercado, a presença de bons competidores eleva a qualidade da oferta ao consumidor. Hoje existem nove escolas de administração asiáticas entre as 50 melhores do mundo que oferecem MBA em tempo integral, segundo o ranking do jornal inglês *Financial Times*, edição de 2012. Mais de 40 000 chineses fizeram o exame de admissão para graduados em administração, o GMAT, no ano passado, ante, apenas, 1 697 brasileiros — o que sugere



AULA NO MBA DO COPPEAD, NO RIO DE JANEIRO: ESCOLAS BRASILEIRAS ESTÃO MAIS GLOBALIZADAS

que a China está à nossa frente na produção de futuros líderes empresariais.

Desde o ano passado, as escolas de administração mais importantes do mundo viraram seus olhos para o Brasil. A Darden, escola de negócios da Universidade da Virgínia, nos Estados Unidos, adotou uma residência brasileira como parte do Global Executive MBA (Gemba). Os estudantes visitam São Paulo e Rio de Janeiro, passam duas semanas assistindo a aulas, visitando empresas locais e aprendendo sobre o ambiente de negócios da região. A espanhola Iese oferece cursos no Brasil há 11 anos, mas ampliou sua atuação a partir de 2011, quando inaugurou um campus em São Paulo e desde julho deste ano oferece um MBA executivo ao público brasileiro. A americana Thunderbird fechou um convênio com o Institute of Performance Leadership (IPL), de São Paulo. Outra escola espanhola, o Instituto de Empresa, instalou um escritório também em São Paulo para captar novos alunos. E diversas escolas enviaram seus reitores ao Brasil no último ano para divulgar seus programas — Haas (da Universidade da Califórnia, Berkeley), Kenan-Flagler (da Universidade da Carolina do Norte) e Anderson (Universidade da Califórnia, Los Angeles) estão entre elas.

As escolas estrangeiras veem no Brasil a oportunidade de oferecer educação para um público ainda carente de boa formação gerencial. “Há muitos gestores interessados em aprimorar suas habilidades”, diz Cesar Beltran, diretor do Iese Business School no Brasil, que lamenta a apropriação da sigla MBA por cursos de especialização de média duração, fato que causa confusão entre os alunos. “Essa exploração desvalorizou o valor do certificado no mercado brasileiro”, diz Cesar.

Para se diferenciar da média do mercado e se defender das entrantes estrangeiras, as escolas brasileiras de ponta passaram a estabelecer alianças com instituições de renome mundial. A ideia é escolher uma escola credenciada pelas principais entidades internacionais de avaliação de programas e bem classificada nos rankings internacionais. A Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da Fundação Getúlio Vargas (FGV-Eaes), por exemplo, se associou à Kenan-Flagler, da Uni-

versidade da Carolina do Norte, nos Estados Unidos, à Rotterdam School of Management, da Europa, ao Egade, do México, e à Universidade Chinesa de Hong Kong para montar o programa One MBA, que este ano comemora seu 10º aniversário. A reitora associada do curso, Marina Heck, vê o desenvolvimento desses programas como parte de uma tendência mais ampla de investimento de empresas em seus talentos — e, já que vão pagar caro, fazem questão de dar uma formação de qualidade. Quase 90% dos estudantes matriculados no programa One MBA são financiados por suas companhias. Nos Estados Unidos e na Europa, somente um terço dos participantes tem o apoio da empresa. “Enquanto nos países ricos o número dos que querem obter um MBA caiu nos últimos dois anos, as inscrições para o programa One MBA da FGV duplicaram no mesmo período”, afirma Marina.

A melhora na oferta local visa a atender um aluno que no passado pretendia fazer um curso no exterior mas que, agora que a economia brasileira está mais aquecida do que a americana e a europeia, prefere estudar no Brasil, o que lhe possibilita manter-se no mercado de trabalho. “No passado, muitos consideravam natural ir para o exterior e fazer um programa em tempo integral”, diz Marina. “Mas hoje há benefícios maiores em ficar no Brasil.” Outra mudança recente é a presença maior de estrangeiros nas escolas brasileiras. São profissionais que chegam interessados em fazer carreira no Brasil. “Eles buscam aventura e oportunidade no Brasil, de olho no futuro e no que o país poderá se tornar”, diz Marina.

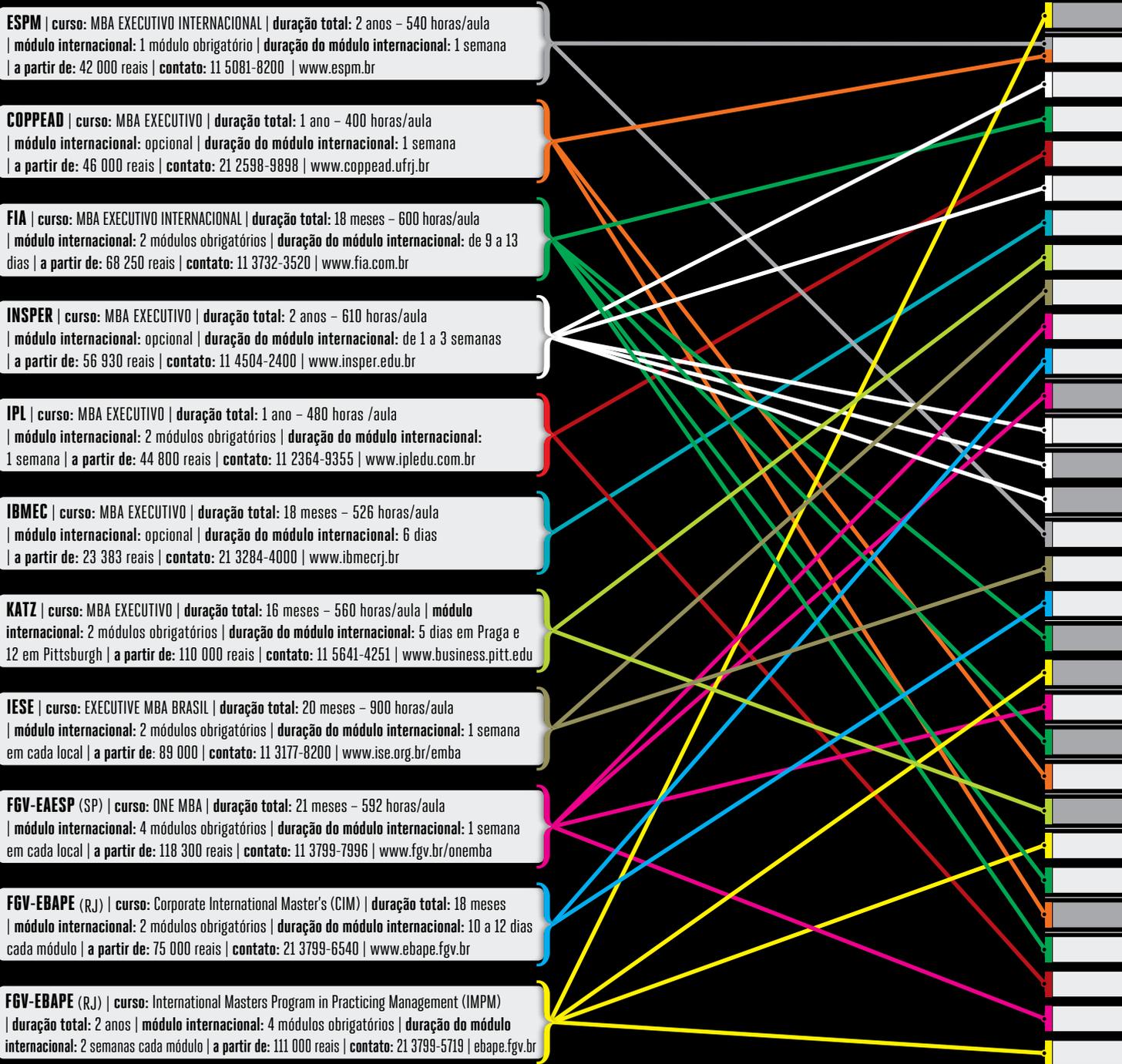
Para Abraham Weintraub, ex-diretor da corretora do Banco Votorantim, de São Paulo, fazer um MBA no Brasil foi a maneira de se dedicar aos estudos sem abdicar da presença no dia a dia do negócio que a empresa exigia. “Não poderia deixar o país para estudar”, diz Abraham, que integrou a primeira turma do One MBA, da FGV. “Sem sair do Brasil, pude estudar em algumas das principais escolas do mundo e aprendi mais do que esperava sobre fazer negócios na China.”

Com esse tipo de experiência de aprendizado hoje disponível, por que um brasileiro deixaria para trás a economia em crescimen-

OS DESTINOS DOS ESTUDANTES BRASILEIROS

Convênios entre MBAs executivos nacionais e escolas de negócios estrangeiras

NO BRASIL



NO EXTERIOR

McGill University (Montreal)	CANADÁ
Florida International University (Miami)	ESTADOS UNIDOS
Massachusetts Institute of Technology (MIT)	
Vanderbilt University (Nashville)	
Thunderbird School of Global Management (Glendale)	
Tulane University (Nova Orleans)	
Babson College (Boston)	
University of Pittsburgh (Pittsburgh)	
Iese Business School - Campus de Nova York	
UNC Kenan-Flagler Business School (Chapel Hill)	
Georgetown University (Washington D.C.)	
Monterrey Graduate School of Business	MÉXICO
Centro Latino-Americano de Inovação Logística de Bogotá	COLÔMBIA
Universidade Católica Portuguesa (Lisboa)	PORTUGAL
Universidade Nova de Lisboa	
Eada Business School (Barcelona)	ESPAÑA
Iese Business School de Barcelona	
Esade (Barcelona)	
University of Cambridge (Cambridge)	REINO UNIDO
University of Lancaster (Lancaster)	
Rotterdam School of Management (Roterdã)	HOLANDA
EM Lyon (Lyon)	FRANÇA
Università di Bologna (Bologna)	ITÁLIA
University of Pittsburgh - Campus de Praga	REPÚBLICA CHECA
Indian Institute of Management Bangalore	ÍNDIA
MDI Gurgaon Business School (Gurgaon)	
Moscow International Higher Business School (Moscou)	RÚSSIA
Lignan College (Hong Kong)	CHINA
Fudan University (Xangai)	
University of Hong Kong	
Renmin University (Pequim)	

to para estudar no exterior? Para Rafael Alencar, a decisão de ir para o Canadá e fazer seu MBA na escola de negócio Desautels, da Universidade McGill, em Montreal, deu-lhe uma perspectiva diferente para solucionar problemas locais. “O Brasil tem tantas oportunidades, história e cultura que cria uma espécie de escudo da influência externa”, diz Rafael, que hoje trabalha na fabricante canadense de aviões Bombardier Aerospace, fazendo projetos de desenvolvimento de negócios para o jato Learjet 85. “O MBA no exterior abre os olhos para os bons e os maus aspectos de outras culturas e países, e vivendo em uma cidade como Montreal, que tem gente de todo o mundo, você entende o significado de diversidade cultural na prática.”

A qualidade dos alunos da escola de administração foi um fator importante para Marcus Magarian, quando escolheu onde cursaria seu MBA. Com experiência em banco de investimentos em Nova York, ele preferiu estudar na HEC, em Paris, pois acha que a França tem muitas semelhanças com o Brasil em sua abordagem dos negócios. “Tudo tem a ver com a rede da qual você faz parte, e os relacionamentos da escola com as empresas”, afirma. “Cerca de 20% dos graduados na HEC são CEOs, o que faz uma enorme diferença. Quando sua companhia procura se expandir no Brasil, eles usam a rede da escola ou contratam graduandos de MBA para montar a empresa para eles.”

Rafael Alencar concorda que, com o crescimento econômico do Brasil e a atenção que o país está recebendo de investidores estrangeiros, ter um MBA internacional de ponta e conhecimento local é uma combinação vencedora. “Investidores estrangeiros procuram brasileiros capazes de compreender suas necessidades e expectativas. O dono de um MBA alia histórico e conhecimento local em que eles podem confiar.” Em casa ou no exterior, parece que uma educação de qualidade para os negócios continuará abrindo portas para os gestores brasileiros. ■

*MATT SYMONDS É EDITOR DO SITE MBA50.COM E ESCREVE SOBRE EDUCAÇÃO EXECUTIVA PARA PUBLICAÇÕES COMO *THE ECONOMIST*, *FORBES* E *THE TIMES*