





EDITORIAL

Um passaporte para o mundo

A experiência internacional garantida pela maior parte dos **MBA** portugueses garante uma ponte para os mercados globais de emprego.

Um **MBA** continua a ser um passaporte para uma carreira internacional, revela um estudo feito junto de grandes empregadores. Um argumento cada vez mais importante para os executivos portugueses que vêem diminuir as oportunidades dentro de portas. Apesar da recessão, estes programas continuam a ser uma via verde para conseguir uma mudança de país ou de carreira e uma valorização salarial. Mas será que tirar um MBA compensa o investimento que pode chegar aos 50 mil euros? Antigos alunos respondem que, depois do programa, viram crescer os telefonemas de 'head hunters' e propostas de emprego. Os últimos indicadores revelam que, em 2012, as oportunidades de emprego de MBA cresceram 12%, nos EUA. Mas esqueça os aumentos exponenciais de rendimento. Se na década de 90, frequentar um programa poderia triplicar o seu salário. Hoje os aumentos são muito mais modestos.

Mas para que esta aposta, que custa caro, não seja um salto no escuro há que fazer a escolha certa. O primeiro passo é definir claramente o que pretende fazer no futuro e como o programa o conseguirá ajudar a atingir esse objectivo. Pense onde quer passar o resto da sua carreira. Se pretende lançar-se nos mercados internacionais opte pelos programas do país onde quer trabalhar, ou pela oferta cá dentro que garante uma experiência nessa latitude. O "The Lisbon **MBA**" que este ano foi a estreia portuguesa nos 'rankings' como o 3º do mundo em experiência internacional, o **MBA Atlântico** e o **Magellan MBA** podem ser boas escolhas. Se pretende apostar no mercado ibérico na América Latina, deve escolher escolas com proximidade a Espanha, como a **AESE** ou o **ISG**. Se nos seus planos está o projecto de lançar o seu próprio negócio opte por programas que tenham uma forte componente de empreendedorismo. A escolha certa são escolas que garantam acesso a fundos de capital de risco ou 'business angels' como a **AESE** ou o **ISCTE**. O **ISEG** pode ser uma boa escolha se pretende reforçar as suas competências técnicas.

Se o seu objectivo é mudar de carreira e emprego opte por uma escola que tenha uma forte 'alumni network'. Neste critério a **AESE** costuma reivindicar o melhor palmarés. Quase um terço dos antigos alunos conseguiu um emprego através desta rede. Uma tendência generalizada é a aposta em reforçar as 'soft skills' e garantir um aconselhamento personalizado aos alunos, o que poderá provocar um 'salto quântico' na sua carreira. Outra boa notícia é que são cada vez mais as executivas a frequentar **MBA** e que, no final dos programas, o 'gap' salarial entre eles e elas está a diminuir. Neste **MBA Guide Book** apresentamos um mapa de como se deve guiar na oferta de MBA em Portugal e a melhor forma de pagar a sua formação. Porque tirar um MBA ainda pode mudar a sua vida. ■



MADALENA QUEIRÓS
madalena.queiros@economico.pt

Para que a aposta de frequentar um **MBA**, que custa caro, não seja um salto no escuro há que fazer a escolha certa. O primeiro passo é definir, claramente, o que pretende fazer no futuro e como o programa o conseguirá ajudar a atingir esse objectivo. Pense onde quer passar o resto da sua carreira. Se pretende lançar-se nos mercados internacionais opte pelos programas do país onde quer trabalhar, ou pela oferta cá dentro que garante uma experiência nessa latitude.

MBA GUIDEBOOK

MBA ensinam a internacionalizar

MBA incentivam os executivos e empresários a não ter medo de procurar novos mercados para os seus produtos ou serviços.

CARLA CASTRO
carla.castro@economista.pt

Com a necessidade de as empresas e os executivos se virarem para fora, se não correm o risco de entrar em crise, a internacionalização é a grande aposta do momento nos MBA, com reforço de aulas e componentes curriculares, captação de alunos e professores internacionais e semanas de aulas dadas lá fora, em escolas estrangeiras com as quais têm parcerias.

Como diz Paulo Bento, presidente do INDEG/ISCTE, a tendência "mais óbvia" nos MBA "é a internacionalização da experiência" tanto de participantes como de professores internacionais e de locais de realização.

Por isso mesmo, encontra-se em todos os MBA um foco na internacionalização, tornando-se comum o reforço das componentes lectivas dedicadas a esta vertente incontornável para qualquer gestor ou empresário. "As semanas internacionais e as parcerias com 'business schools' de referência proporcionam aos alunos o contacto com conhecimento 'state of the art' assim como com mercados paradigmáticos, permeáveis e oportunidades de negócios globais", afirma

Rafael Branco, director executivo do MBA AESE/IESE.

O foco "nas áreas da internacionalização" é destacado também por António Jorge, director da formação pós-graduada do ISG, como uma das medidas que estão a ser repensadas nos MBA para responder às necessidades de mudança da sociedade e da economia.

'Start ups' que nascem nas universidades

Anabela Possidónio, 'Career Management Center Director' do The Lisbon MBA, defende que a internacionalização não só "representa um passo para uma mudança ou progressão na carreira", como forma "gestores globais para poderem lançar os seus próprios negócios". Jorge Gomes, director associado do MBA ISEG, concorda que "a internacionalização, a exportação e a emigração são tendências e movimentos importantes para fazer face à crise", mas acredita que "a inovação, a mudança interna e o empreendedorismo são tão

A internacionalização é a grande aposta do momento nas escolas ao nível dos programas de MBA, com reforço de aulas e de componentes curriculares.

ou mais centrais que os primeiros". E a verdade é que o estímulo ao empreendedorismo é também uma marca cada vez mais forte em qualquer MBA.

Para Paulo Bento, é muito importante a escola ter um "papel muito activo na criação e desenvolvimento de pequenos negócios, promovidos por alunos e professores, mas também fora do campus, apoiando empreendedores, pequenas empresas familiares, câmaras municipais, etc."

Rafael Franco destaca ainda a importância de os alunos apresentarem um plano de negócios executável, com o acompanhamento de empreendedores seniores, tanto para quem quer enveredar por um negócio próprio como para quem quer "optar pelo intraempreendedorismo". Isto porque estimular a capacidade empreendedora é importante não só para lançar uma empresa própria como para quem quer ter uma atitude empreendedora dentro da própria empresa onde trabalha.

O resultado desta aposta no empreendedorismo é que já são muitas as 'start ups' que nascem nas próprias faculdades e nos seus gabinetes de empreendedorismo, que funcionam como incubadoras. ■



Paula Nunes

Como se preparar para

1 O exame (GMAT)

É importante preparar-se para o 'General Management Admission' (GMAT) e tirar uma boa nota se quiser entrar em qualquer escola do mundo.

2 Desempenho na entrevista

A entrevista é uma parte importante no processo de acesso. Um bom desempenho será uma grande mais-valia para ser escolhido.

3 Fluência em inglês

Mesmo em Portugal alguns MBA já

têm aulas em inglês. Falar fluentemente esta língua tornou-se uma condição 'sine qua non'.

4 Experiência profissional

A experiência profissional e as empresas por onde passou também contam. As escolas procuram alunos com experiências diversas.

5 Experiência internacional

Os MBA valorizam alunos que já trabalharam ou tiveram contacto com outros países, ou mesmo que lá estiveram a estudar ou em turismo.

Porque é que ainda compensa fazer um MBA

"Um MBA que há dez ou 20 anos garantia um novo emprego ou um novo salário não é mais relevante que um MBA que hoje evita o desemprego ou a redução do salário. As oportunidades continuam a ser muito melhores com um MBA do que sem ele", defende Paulo Bento, o presidente do INDEG/ISCTE. O que se passa, em sua opinião, é que apesar das crises deixarem muito poucas pessoas incólumes, ter um MBA compensa tanto hoje como há dez ou 20 anos, "pois na profissão, mas também na vida, o que releva é sobretudo o posicionamento relativo".

Também Jorge Gomes, director associado do MBA ISEG, acredita que "o esforço de investimento num MBA é tremendo, mas esse investimento continua a ser um garante contra momentos dramáticos de transformação como aquele que vivemos". De qualquer forma, "o facto de ter um MBA não é a única componente na contratação e valorização do profissional. As capacidades pessoais, a experiência e as motivações fazem muitas vezes a diferença na ascensão na carreira, tal como a existência de oportunidades nas instituições".

Rafael Franco, director executivo do MBA da AESE, vai mais longe e diz que em situações de crise, "as empresas procuram otimizar os seus recursos, através da valorização dos profissionais internos ou de recrutamento de talento, e os MBA são claramente um factor diferenciador". C.C.



Segunda-feira 25 Março 2013 Diário Económico V

Duisenberg
school of
finance

Leading
European
Finance
School

Finance & Banking
Management
Markets & Regulation

Com a crise, os MBA também evoluíram, mas étti analisar gestores e empreendedores, a procurar novas ideias e planejar a longo prazo, a desenvolver estratégias.

concorrer

6 Cultura geral

É importante a cultura geral e o interesse por cultura, história, etc. Valoriza pessoalmente o candidato.

7 Inteligência emocional

Já não chega ter competências técnicas. A inteligência emocional é fundamental para fazer um bom líder e, por isso, muito valorizada.

8 'Soft skills'

São trabalhadas nas escolas, mas também têm uma parte que é inata. Saber liderar, negociar, gerir con-

flitos, etc. são qualidades essenciais a qualquer gestor moderno.

9 Capacidade empreendedora

É importante na hora de escolher os alunos de MBA, o que é que a pessoa já fez na vida, o que já criou ou inventou na universidade, na empresa onde esteve, etc.

10 Capacidade analítica

Tem a ver com a capacidade de interpretar e separar a informação útil num mundo sobrecarregado de informação. É medida nos exames. ■ C.C.