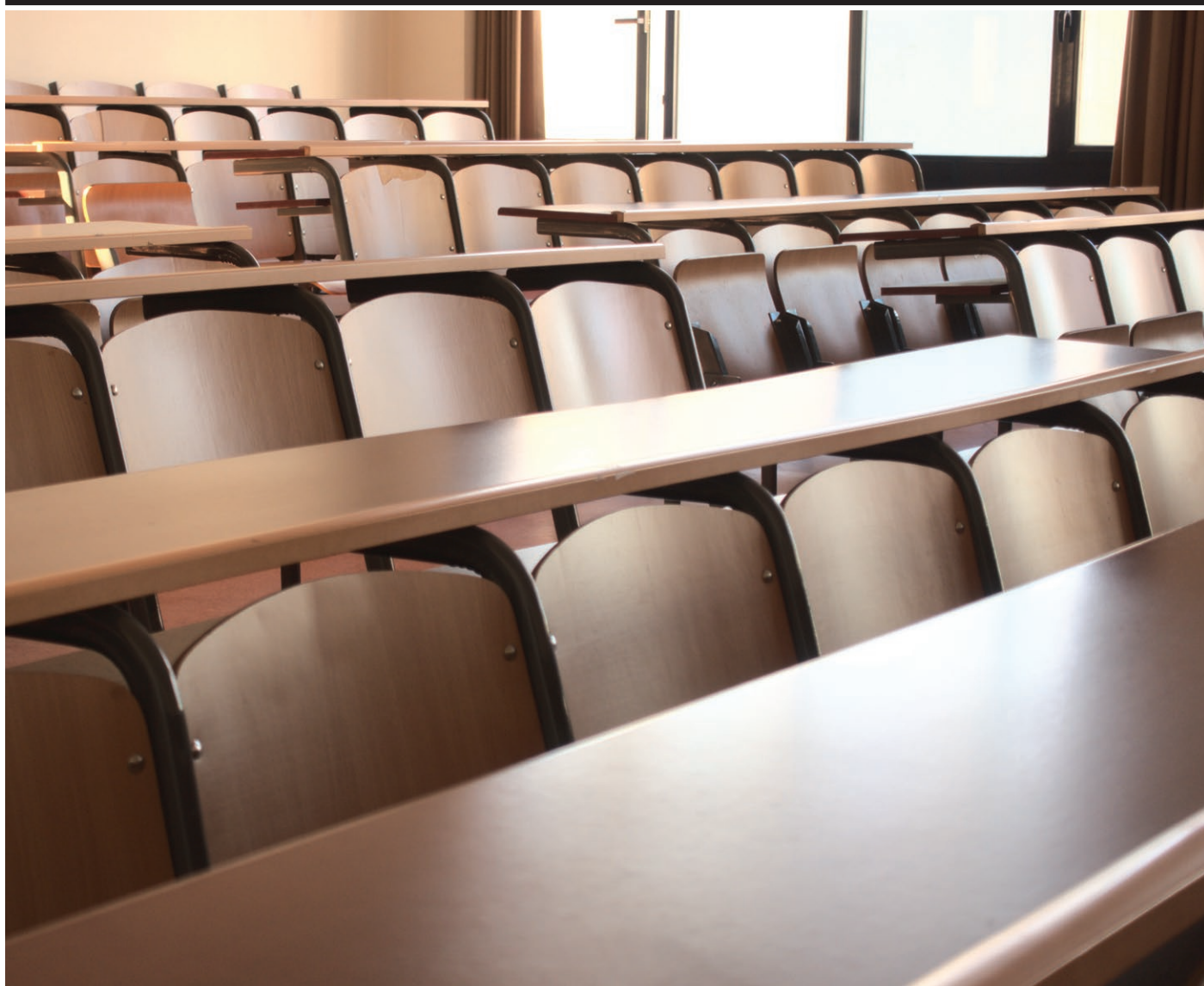


MBA, PÓS-GRADUAÇÕES & FORMAÇÃO DE EXECUTIVOS



APOIOS:





ESPECIAL

MBA, PÓS-GRADUAÇÕES & FORMAÇÃO DE EXECUTIVOS

POR:
António Sarmento

PEQUENO-ALMOÇO DEBATE



«TEMOS UM PAPEL A DESEMPENHAR NA RECONSTRUÇÃO DE PORTUGAL»

A FORMAÇÃO EXECUTIVA TEM UM PAPEL FUNDAMENTAL NO APOIO ÀS EMPRESAS E NA RETOMA ECONÓMICA DO PAÍS, SOBRETUDO NUM MUNDO QUE SE ADIVINHA INCERTO. OS RESPONSÁVEIS DAS ESCOLAS DE NEGÓCIOS ACREDITAM QUE APÓS UM PERÍODO DE ALGUM RECEIO, A PROCURA POR PROGRAMAS DE FORMAÇÃO EXECUTIVA IRÁ VIVER UM BOM MOMENTO EM 2021



APOSTA

A APOSTA NA INOVAÇÃO CORPORATIVA É UMA REALIDADE EM MUITOS PROGRAMAS DE EXECUTIVOS PORQUE AS ESCOLAS TÊM A CAPACIDADE DE COMBINAR UMA COMPONENTE ACADÉMICA MUITO FORTE COM OS SERVIÇOS DE CONSULTORIA



s instituições de ensino presentes no pequeno-almoço debate da Executive Digest é unânime quanto à procura de programas de formação de executivos no actual contexto: houve um stand by a meio de 2020, mas o interesse está a aumentar em 2021. Pedro Brito (executive director for Executive Education & Business Transformation da Nova SBE), Diogo Lopes Pereira (director de Marketing da Católica Lisbon), Tiago Guerra (director do Técnico+ do IST), José Veríssimo (vice-presidente do ISEG), Paulo Martins (head of Overall Market Solutions do ISCTE Executive Education), Jorge Borges (director de Marketing do ISEG), Catarina Heleno (executive Education manager e responsável pelo Career Management Center na AESE Business School), Cláudia Lucas (Marketing director and Admissions director do The Lisbon MBA Católica|Nova), Mafalda Ferreira (directora de Comunicação e Engagement da Porto Business School) e Paulo Carvalho (director executivo do ISEG MBA) foram os especialistas presentes na última conversa sobre o ensino de executivos.

DESAFIOS

«A retoma da Economia passa muito pela requalificação e pelo apoio. A parte da educação tem aqui um papel fundamental e deverá aproximar-se cada vez mais das empresas. Temos um papel a desempenhar nesta reconstrução de Portugal», assim se inicia a conversa com algumas das principais instituições da área em Portugal. De facto, o actual contexto pandémico trouxe várias oportunidades à formação executiva. A título individual, os formandos procuram um reforço das suas competências, requalificação em áreas core da Gestão e ter acesso a um networking que os reposicione no mercado de trabalho. Por parte das empresas, estas pretendem que os colaboradores ganhem ferramentas para serem mais eficientes na gestão da comunicação, stress e conflito, aumentem a produtividade e encontrem soluções que lhes permitam prosperar num mundo que se adivinha incerto.

ESTE CONTEXTO PROVOCOU E ACELEROU UMA DISPONIBILIDADE DAS INSTITUIÇÕES EM ENTREGAR CONHECIMENTOS. «NÃO É ESTARMOS À ESPERA QUE O MUNDO VENHA TER ATÉ NÓS. MAS IRMOS NÓS TER COM O MUNDO»

«O paradigma está a mudar. As empresas são mais criteriosas e racionais naquilo que procuram. Estamos a falar de uma ultra-customização, ou seja, querem algo que seja absolutamente value for money e que tenha a possibilidade de ter uma abrangência e um spreading na organização», diz um dos participantes neste pequeno-almoço debate.

«Apesar do modelo híbrido continuar a existir, a estratégia passa por fazermos modelos de carne (presenciais) ou peixe (online). Acreditamos que esta fase fará com que as pessoas procurem valorizar-se profissionalmente e assim que conseguirem voltarão aos programas presenciais», refere um dos participantes. «Curiosamente, do lado das empresas, nunca vi tanta vontade de fazerem programas online. Não quer dizer que não prefiram fazer presencial,

mas vêem vantagens em fazer o online. Portanto, não estão a travar os seus planos da forma que eu imaginava», acrescenta outro interveniente.

E será que se verifica uma tendência pela procura de programas que privilegiem as soft skills? «Sempre foi bastante relevante em programas de MBA, que são todos programas de transformação pessoal. Durante esta pandemia, reforçámos a liderança em situações de crise, resiliência – porque fomos todos testados até ao limite – e até na parte de fazermos coaching às próprias equipas para perceber como é que se estão a sentir», explicam os participantes.

A aposta na inovação corporativa é uma realidade em muitos programas de executivos porque as escolas têm a capacidade de combinar uma componente académica muito forte com os serviços de consultoria. «As consultoras não conseguem trazer a imparcialidade para muitos deste projectos», explica um dos participantes. Sobre o facto de a distância entre os colaboradores poder levar a que algumas empresas corram o risco de funcionar como mini-ilhas, diminuindo a sua capacidade de inovação, respondem: «Se a formação é online e as equipas não se socializam, há que juntar nesses momentos alguma socialização: uma prova de vinhos, momentos fora da caixa, trazer capacidade de inovação. Nós formadores também tivemos um grande desafio porque nem toda a gente consegue pensar e impactar online como presencialmente. Tivemos de nos



ESPECIAL

MBA, PÓS-GRADUAÇÕES & FORMAÇÃO DE EXECUTIVOS

PEQUENO-ALMOÇO DEBATE



Pedro Brito
Nova SBE



Diogo Lopes Pereira
Católica Lisbon



Tiago Guerra
Técnico+, IST



José Veríssimo
ISEG



Paulo Martins
ISCTE Executive Education



Jorge Borges
ISEG



Catarina Heleno
AESE Business School



Cláudia Lucas
The Lisbon MBA



Mafalda Ferreira
Porto Business School



Paulo Carvalho
ISEG MBA

reinventar e deixar as empresas baixar as defesas nesse sentido.»

COLABORAÇÃO

É possível as instituições de ensino unirem-se como um hub e apresentarem-se como uma unidade no mercado internacional, à semelhança do que acontece em outros sectores, como o vinho e os sapatos? «Não me parece um processo fácil, mas vejo uma oportunidade de mostrar ao mercado que é possível haver colaboração entre diversas universidades num tema que ainda é emergente. Vejo isto numa lógica de programa online assíncrono com uma componente síncrona, com a participação das várias universidades», afirma um dos participantes.

Todos os intervenientes concordaram que, mesmo concorrentes, têm de dar o exemplo da colaboração. Existem matérias que todos estão a procurar trabalhar, como a internacionalização, o crescimento e a modernização dos processos de aprendizagem. Este contexto



DESENVOLVIMENTO

RESILIÊNCIA EMOCIONAL, MUDANÇAS DE PROFISSÃO E A CONSTANTE NECESSIDADE DE REEINVENÇÃO SÃO DESAFIOS QUE MUITOS TERÃO DE ENFRENTAR NAS SUAS CARREIRAS. E, ANTES DE CHEGAREM À LIDERANÇA, É FUNDAMENTAL QUE SE CONHEÇAM A ELES PRÓPRIOS

provocou e acelerou uma disponibilidade das instituições académicas em entregar conhecimentos no mundo inteiro. «Não é estarmos passivamente à espera que o mundo venha ter até nós. Mas irmos nós ter com o mundo.» Deste modo, as parcerias académicas fazem toda a diferença. «Há uns meses estávamos focados no nosso país mas esta situação obrigou-nos a actuar, reagir, procurar e desenvolver oportunidades que são únicas. Há muitas organizações não educativas a entrar na área da educação, nomeadamente as empresas de marketing. Mas são entidades que não podem ter o alcance das instituições académicas, com parceiros do outro lado do mundo. Há um ecossistema académico mundial», reiteram os participantes. Aliás, alguns responsáveis presentes neste encontro salientaram parcerias em programas nas áreas do Blockchain, Cibersegurança ou MBA.

Em relação às empresas fora da área académica mas que têm conhecimento para partilhar (em modelo as a service), os intervenientes concordam que, além da competitividade, podem enfraquecer uma parte significativa do valor de ensino. «Tocando no MBA, vemos algumas entidades como o Power MBA a lançar programas baratíssimos de conteúdos totalmente digitais. O segmento dos que valorizam a participação presencial, networking e qualidade da formação irá sempre existir. Agora, se as grandes escolas internacionais entrarem por este modelo de negócio é uma ameaça enorme», referem.

AS EMPRESAS SÃO MAIS CRITERIOSAS E RACIONAIS NAQUILO QUE PROCURAM. ESTAMOS A FALAR DE UMA ULTRA-CUSTOMIZAÇÃO, OU SEJA, QUEREM ALGO QUE SEJA VALUE FOR MONEY E QUE TENHA A POSSIBILIDADE DE TER UMA ABRANGÊNCIA E UM SPREADING NA ORGANIZAÇÃO

A resiliência emocional, as mudanças de profissão e a constante necessidade de reinvenção são desafios que muitos terão de enfrentar nas suas carreiras. E, antes de chegarem à liderança, é fundamental que se conheçam a eles próprios. «Além da liderança, os MBA apostam no desenvolvimento pessoal, design thinking, agilidade estratégica, disrupção tecnológica, sustentabilidade e governança», explica um dos participantes.

Outro dos temas abordados foi o da saúde mental, uma das principais preocupações das empresas relativamente aos colaboradores. «Começamos a habituar-nos em não deixar cair nada. Vivemos em overlap. Achamos que é normal e o problema é esse. Não nos autodisciplinamos nem temos uma liderança preparada para nos ajudar nas escolhas que fazemos. É importante ter lideranças ao serviços das pessoas de uma forma holística e não apenas para liderar

um processo negócio», refere outro dos participantes.

PORTUGALIDADE

Quando este tópico foi referido no pequeno-almoço debate organizado pela Executive Digest, um dos intervenientes ilustrou com um exemplo que ilustra a força da marca Portugal além fronteiras. «Através de uma parceria com uma universidade americana fizemos um programa que estava pensado para ter uma semana experiencial no nosso país. Estavam muito entusiasmados com a visita que ia acontecer em Março do ano passado e não foi possível. Mesmo assim conseguimos reactivar essa semana imersiva. Tivemos de pôr ao comando a criatividade. Incorporámos uma série de momentos relacionados com a nossa arquitectura, história e gastronomia. E, inclusivamente, nos EUA provaram pastéis de nata. Descobrimos um aluno que era pasteleiro, arranjámos a receita, ele confeccionou e mandou entregar aos colegas que viviam na mesma cidade.»

De facto, este acentuar da realidade digital permitiu às escolas portuguesas ultrapassar fronteiras e diferenciarem-se face às plataformas online das grandes marcas que têm cursos assíncronos. No entanto, tem de haver momentos em que as pessoas se juntem. «Permite-nos chegar longe a quem faz um investimento tão grande, como muitos portugueses expatriados. Sentem carinho pelo País, procuram formação de qualidade e com este modelo podem regressar às escolas», concluem os participantes. ●



ESPECIAL

MBA, PÓS-GRADUAÇÕES & FORMAÇÃO DE EXECUTIVOS

CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL

PROGRAMAS DIFERENCIADORES



AS CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS DOS PROGRAMAS DA INSTITUIÇÃO DECORREM DA CONCEPÇÃO DA FORMAÇÃO COMO UMA EXPERIÊNCIA DE APRENDIZAGEM E DE VIDA, NUMA VISÃO HOLÍSTICA A 360º DO GESTOR



prioridade da Católica Porto Business School é a excelência do serviço prestado, independentemente do formato (presencial, online, híbrido) ou do tipo de programa (customizado, aberto, curto ou longo). A instituição está com todos os programas