

Católica Porto Business School

Uma aliança universitária-empresarial que liga países de expressão portuguesa

Em entrevista à País Económico, Álvaro Nascimento, director da Católica Porto Business School fala-nos da forte adesão em redor do MBA Atlântico, um programa conjunto de três universidades Católicas: a Universidade Católica Portuguesa (Porto), a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, e a Universidade Católica de Angola (Luanda). «Os alunos vêem neste programa uma forma de reforçarem e ganharem conhecimentos, permitindo-lhe uma carreira mais promissora», saliente Álvaro Nascimento.

TEXTO › VALDEMAR BONACHO FOTOGRAFIA › RUI ROCHA REIS

Também conhecida por EGE, a Católica Porto Business School e a Escola de Negócios da Universidade Católica do Porto em parceria com a Associação Empresarial de Portugal – AEP. É uma escola que conta com uma integração ibérica, através da parceria que mantém com a ESADE – Business School de Barcelona, uma das melhores escolas do mundo no seu género.

A Católica Porto Business School tem ao dispor o MBA Atlântico que tem por missão formar gestores de topo vocacionados para a internacionalização através do espaço da Língua Portuguesa, e o MBA Internacional, que curiosamente é o único MBA em Portugal desenvolvido em parceria com a ESADE. É um programa de cariz verdadeiramente internacional quer pela sua estrutura e método de ensino, quer pela exposição aos mercados brasileiro e espanhol, através de duas semanas internacionais.

Foi para falarmos do sucesso que estes dois MBA estão a suscitar que marcámos um encontro no Porto com Álvaro Nascimento, director da Católica Porto Business School, que fez questão de iniciar a entrevista com a **País Económico** com uma breve história sobre a criação desta escola na cidade do Porto.

«A Católica do Porto já tem vários anos, foi fundada nos anos 80. Agora, a Faculdade de Economia e Gestão existe no Porto desde 1989, é desde essa ocasião que nós estamos aqui no Porto. A entrada na for-

mação de executivos vem desde o início, agora a sua criação de uma forma autónoma e de uma forma separada foi algo mais recente, e resulta primeiramente de uma parceria que firmámos com a Associação Empresarial de Portugal – AEP que aconteceu em 1991, e na sequência desta parceria com a AEP, e escola foi instituída e começou a desenvolver-se e a crescer. Juntamente com essa parceria com a AEP, vem também uma parceria com a ESADE de Barcelona, que é uma famosa Escola de Negócios, uma das melhores no seu género em todo o mundo. E é aqui que a escola nasce».

Processo de Lusofonia estende-se a Macau

Em 2008 foi quando a Católica Porto Business School deu início ao seu processo de internacionalização «Em 2008 assinámos o protocolo de cooperação entre a Universidade Católica Portuguesa e a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, e em 2009 assinalou-se o alargamento do protocolo de cooperação à Universidade Católica de Angola, em Luanda. E na sequência deste processo da Lusofonia, estamos a juntar a esta rede a Universidade de São José (Macau). A Universidade Católica sempre teve uma presença em Macau quando aquele território era português, quando Macau passou para a soberania chinesa, a Universidade Católica manteve lá a sua formação, manteve lá a Universidade de São José, e a Universidade de

São José está hoje a desenvolver contactos para alargar este espaço da Lusofonia. Quando se fala hoje em dia na Católica do Porto ou na Católica Porto Business School como uma escola a fazer projectos neste âmbito da Lusofonia é um pouco na «Díspora Portuguesa», referiu Álvaro Nascimento, que desde 2008 está à frente dos destinos da Católica Porto Business School e da Faculdade de Economia e Gestão.

MBA Atlântico

Estava na altura de Álvaro Nascimento referir-se ao sucesso que tido o MBA Atlântico. Tem sido um programa com forte adesão? – Perguntámos.

«O programa quando nós o idealizámos fizemo-lo numa perspectiva de que um líder empresarial é muito mais do que aquele que conhece apenas as técnicas da Economia e da Gestão, e alguém que conhece muito a realidade dos países onde faz negócios e muitas expressões culturais. Perceber os negócios hoje em dia é muito mais uma questão de cultura, ou é também uma questão de cultura e não apenas uma questão técnica. O MBA Atlântico inclui um bocadinho essa ideia de que para formar líderes é preciso fazê-lo fora da caixa, em contexto diferenciado daqueles padrões tradicionais. Sendo assim, nasceu a ideia de juntar vários parceiros, neste casos escolas do Mundo da Lusofonia, para montar um programa que fosse um programa conjunto e que permitisse aproveitar as sinergias ou as



ID: 37845559

01-10-2011





especificidades da cultura de cada um dos países que estão envolvidos neste programa. E mais, sendo países que nascem ou que têm uma história comum e que praticam sobretudo um denominador comum, e que são cada vez mais espaços nos quais as empresas portuguesas, brasileiras e angolanas têm grandes relações entre si. É sabido que para se realizarem negócios é preciso perceber a especificidade dos países, isto apesar de Angola e o Brasil falarem o português»; destacou Álvaro Nascimento, para esclarecer, ainda a propósito das características do MBA Atlântico que este é inteiramente um programa itinerante. «As pessoas que nele participam distribuem o tempo entre Portugal, Ango-



la e Brasil e durante uma parte do programa ficam a residir nestes países. E qual é a vantagem desta residência local? Ela permite um contacto com a realidade local, é um contributo multicultural porque não estamos a falar somente de alunos de uma universidade, estamos a referir também o facto deles (portugueses, brasileiros, e angolanos) viverem juntos durante um ano, têm uma ligação muito forte às empresas locais, e ao mesmo tempo permite-lhes terem uma experiência com professores, com culturas, e com sociedades muito distintas.

Como eu dizia há pouco, apesar de todos partilharem um passado comum e a mesma língua, somos muito diferentes no que diz respeito a fazer negócios. Quando nós dizemos que a ideia dos alunos estarem residentes é uma das formas de eles conhecerem o que esses países têm para os

oferecer, há também um aspecto fantástico a levar em conta que é o Mundo de Língua Portuguesa, constituído por mais de 250 milhões de pessoas, que é um mercado potencial brutal quer para as empresas portuguesas, quer para aquelas que fazem parte do Mundo da Lusofonia (portuguesas, brasileiras, angolanas) que tão importantes são para o crescimento deste espaço», sublinhou o director da Católica Porto Business School.

Resultados francamente positivos

Não se sentem defraudados em relação à adesão dos gestores a esta iniciativa?!

Álvaro Nascimento faz uma pausa e dispara uma resposta clarividente. «Dir-lhe-ia que do ponto de vista empresarial temos tido resultados francamente positivos, ou seja, quando nós fizemos o lançamento do programa, as empresas perceberam de imediato que estávamos a preparar gestores que eles podiam mais tarde recrutar para as suas estratégias. E por isso nós temos no Conselho Consultivo algumas das grandes empresas portuguesas, empresas angolanas, e temos também grandes empresas brasileiras envolvidas. O MBA Atlântico é um programa que tem características inovadoras do ponto de vista da metodologia de ensino e de aprendizagem, e quando nós pedimos a essas empresas que entrassem connosco neste projecto, elas associaram-se a nós sem qualquer hesitação. Neste momento já fizemos a primeira formação com 30 alunos, número limite, e estamos agora a fazer a segunda edição, e esta segunda edição neste momento está com 28 alunos, isto, como disse, num limite de 30.»

Há rigor na admissão destes candidatos aos vossos MBA? – Álvaro Nascimento prontificou-se a esclarecer-nos. «Nós queremos que esse rigor exista, que ele seja uma constante».

E a idade dos candidatos é uma condição? – Insistimos. «Nós não impomos limites de idades, embora na prática esse aspecto possa acabar por surgir. Eu dir-lhe-ia que existe uma faixa natural para este tipo de destinatários. Estamos a falar de gente jo-

vem, gente que terminou a licenciatura há pouco tempo, com dois a três anos de experiência, e que quer valorizar-se porque tem mobilidade. De facto o que eu estou a pedir às pessoas é que abdicuem da sua vida familiar e profissional durante um ano e venham fazer uma viagem e estejam disponíveis para um programa com doze meses», justificou Álvaro Nascimento.

Este MBA Atlântico é um programa rigoroso? – Quisemos saber.

«No ponto de vista de trabalho e formação o rigor é exactamente o mesmo que se exige a nível de qualquer programa de MBA internacional. Tem um conjunto de competências técnicas que têm de ser avaliadas, pelos anos e pelo trabalho. O nível de rigor e de exigência é igual ao que nós praticamos nos outros programas de MBA, e para além disso temos todo um conjunto de outras formações, que são mais "soft", mas que são exigências que consideramos importantes para um aluno fazer um estágio. Estamos-nos a referir à capacidade de liderança, capacidade de inovar, capacidade de fazer projectos. Há toda uma panóplia de competências e ferramentas que nós queremos que os alunos tenham, porque só isso é que lhes vai dar acesso aos empregos e às oportunidades para o seu futuro», sublinhou Álvaro Nascimento.

A entrevista com o director da Católica Porto Business School estava a chegar ao fim, mas ainda a tempo de lhe perguntarmos se a maioria dos gestores que vão ao encontro desta ideia são de empresas com processos de internacionalização a decorrer. «Temos neste programa de MBA alunos que já estão a trabalhar em empresas, empresas que são nossas parceiras neste projecto, e que estão em processo de internacionalização. Como tal, esta é uma forma de qualificarem os seus recursos humanos, mas também temos alunos que se candidatam ao programa de livre iniciativa, muitos deles com o intuito de mudarem de emprego e de carreira, e que vêem nesta iniciativa uma forma de reforçarem e ganharem conhecimentos», concluiu o director da Católica Porto Business School. ◀