

Título: Made in Brazil

Veículo: Revista Gestão e Negócios **Seção:** *** **Centimetragem:** 0

Página: 26 e 27 **Data:** 01/08/2010 **Valor:** 0



TOME NOTA Cenário

ORDEM E PROGRESSO

Made in BRAZIL

Pesquisa inédita revela que executivos brasileiros estão mais preparados para o mercado internacional

MARCELO CASAGRANDE

O "jeitinho brasileiro" ganhou outra conotação, só que agora, uma versão positiva. Pesquisa pioneira no país revelou que os executivos formados no Brasil apresentam desempenhos superiores aos de profissionais de outros países. O estudo, que entrevistou mais de seis mil pessoas em todo o mundo, é resultado de uma parceria entre a Fundação Instituto de Administração (FIA) e Thunderbird Global School of Management, com sede nos Estados Unidos.

Os resultados são baseados em avaliações de perfis dos profissionais que lideram equipes regionais e globais e levou em consideração características intelectuais, sociais e psicológicas. Segundo Alfredo Behrens, pesquisador do Programa de Estudos do

Futuro (Profuturo), da FIA, e diretor da Robert Wong Consultoria Executiva, a pesquisa é fundamental para que sejam analisadas as habilidades e competências internacionais dos executivos. "Avaliamos os profissionais com responsabilidades internacionais, a fim de destacar suas competências e trabalhar os pontos a serem melhorados para que, com isso, sejam eficazes em suas funções, evitando aprenderem por tentativa e erro" comenta.

Programas de MBA são importantes pra os profissionais que almejam uma carreira em empresas de expressão mundial. Behrens explica que o desenvolvimento de líderes requer muito mais do que o estudo, que é um ponto necessário e fundamental. "O líder deve desenvolver a curiosidade, ter um pensamento amplo e 'fora do qua-

drado', além de estar preparado para analisar e tomar decisões", afirma.

Segundo o pesquisador, o diagnóstico permite demonstrar o excelente nível dos brasileiros no cenário mundial. Os representantes do país no es-

“O líder deve desenvolver a curiosidade, ter um pensamento amplo e 'fora do quadrado', além de estar preparado para analisar e tomar decisões”

ALFREDO BEHRENS, DA FIA.



O PERFIL DO EXECUTIVO MAIS COBIÇADO

O empreendedor que trabalha dentro de uma organização, transformando objetivos em ações que geram soluções impactantes é conhecido como Inter-Entreendedor. As organizações realmente competitivas são aquelas que sabem trabalhar com os que querem ousar, inspiram pessoas e movem mudanças. Presumindo que o Executivo é um expoente-chave da Gestão Empresarial, cabe a ele identificar os problemas que impactam na sobrevivência da empresa e propor soluções criativas que permitam conquistar ou manter vantagens competitivas. O gestor olha como a empresa está; o Intra-Entreendedor olha como ela deveria estar.

»» **O executivo como Líder** - o executivo precisa ser um exemplo de líder de equipe, de homem de frente, diante de um turbilhão de dificuldades, e de agente de mudança.

»» **O executivo como Empreendedor** - Mais que qualquer um na empresa, ele é exposto, cobrado em suas ações e medido pe-



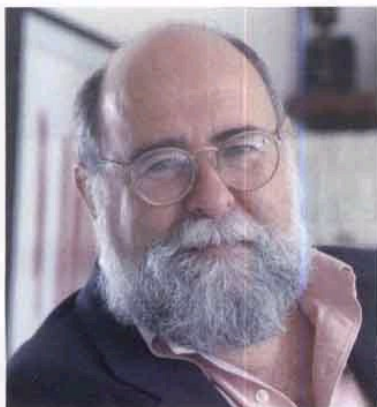
INNOVACÃO

los resultados. Para se tornar um gerador de resultado, ele desenvolve um espírito "aventureiro" que inspira iniciativas em todos e que faça todos remar na mesma direção.

»» **O executivo como Corporativo** - Atuando no ambiente corporativo, o executivo é sempre impelido por três impulsos: propósitos ousados — muitas vezes, carimbados por outros de "utopia"; envolvimento de talentos — buscando as melhores pessoas que puder, para trabalhar com ele e confiando em que elas podem realizar o melhor trabalho para ele e para elas próprias; movimento de mudança — muitas vezes, pichado de "subversivo". Ele evidencia sua veia empreendedora, movendo-se como um "foguetete em busca do calor".

(Fonte: Werner Kugelmeier, consultor de carreira e diretor da WK Prisma)

tudo mostraram ter grande capacidade de integração social o que, segundo Behres, é extremamente necessário para líderes regionais ou globais. "O brasileiro é carismático e isso auxilia no seu desempenho no desenvolvi-



INNOVACÃO

mento Social", complementa.

Mas se o brasileiro está bem cotado no cenário mundial, quer dizer que a demanda interna está suprida e agora é possível exportar executivos, certo? Errado. O professor aponta que ainda há escassez de profissionais no mercado nacional e é enfático ao dizer: "O Brasil precisa de executivos globalizados". Ele exemplifica sua afirmação com dados da própria FIA. "No MBA Executivo Internacional da FIA, o mais antigo do Brasil no seu gênero, estudaram desde 1993 cerca de 1280 alunos, dos quais 1080 foram aprovados. Considerando que os melhores MBAs disponíveis que incluem estudos internacionais obrigatórios contam com turmas de apenas 12 a 20 alunos por ano, a oferta total destes executivos seria inferior a 100 por ano", conta. Ele

acredita que o número é insatisfatório para suprir a necessidade de internacionalização de empresas de grande porte no Brasil.

Além dos profissionais, o Brasil também é bem visto por empresas internacionais. Werner Kugelmeier, consultor de carreira e diretor da WK Prisma, lembra que empresas multinacionais mandam candidatos a carreira executiva para o Brasil, considerando o país como um "ambiente escola". "Beneficiado pelo convívio com diversidade cultural, desafiado por instabilidade de cenários econômicos / financeiros, as empresas se destacam pela rentabilidade acima da média corporativa. No sentido oposto, empresas fora do país buscam executivos brasileiros para atuar como benchmark no respectivo país onde devem trabalhar", explica Kugelmeier. G&N