

Miguel Cruz (IAPMEI)



“É uma iniciativa que pode acrescentar valor aos quadros pelo contacto com uma ferramenta formativa que lhes permite exercitar formas de gestão e de avaliação num ambiente simulado de negócios, gerando conhecimento e permitindo o teste de técnicas que lhes podem ser úteis nas suas atividades diárias” P4

Luís Salvaterra (Intrum Justitia)



“A competitividade no sentido de integrar uma iniciativa em que as empresas são competitivas como no mercado real, a perseverança de tentar chegar mais longe e o trabalho em equipa que é fundamental em qualquer organização, são as principais vertentes trabalhadas no Global Management Challenge” P4



Participantes da competição ostentam as bandeiras dos seus países, na final internacional realizada no ano passado, em Sochi, na Rússia

Expresso

Este caderno faz parte integrante do Expresso nº 2230 de 25 de julho de 2015, não podendo ser vendido separadamente

De Portugal para os quatro cantos do mundo

Irão, Canadá e Arábia Saudita são alguns dos países que a curto prazo **vão organizar esta prova portuguesa**, criada em 1980 e que vai na 36ª edição

Textos **MARIBELA FREITAS**

A expansão internacional foi sempre um dos objetivos a atingir pelo Global Management Challenge. Lançado em Portugal pelo Expresso e a SDG em 1979, teve a sua primeira edição um ano depois. A internacionalização começou com o Brasil em 1981 e atualmente esta iniciativa de estratégia e gestão está presente em mais de 30 países. Irão, Canadá, Arábia Saudita, Caza-

quistão e Áustria, são alguns dos novos países que querem desenvolver este desafio nos seus territórios.

Pedro Alves Costa, CEO da SDG, foi contactado por uma universidade iraniana que quer conhecer mais de perto esta simulação, afim de a desenvolver no Irão. “A expectativa é que uma equipa iraniana esteja presente em Macau, na final internacional da edição de 2015 que se realizará em abril do próximo ano”, revela. Outra hipótese de expansão é, conta

o CEO da SDG, a entrada do Cazaquistão através do parceiro que desenvolve a prova na Rússia. A Áustria é outro dos destinos que está na calha.

Randa Haidar, organizadora do Global Management Challenge no Kuwait e Qatar, quer levar este conceito para a Arábia Saudita e Canadá, onde tem ligações. “Esperamos realizar a edição inaugural no Canadá ainda este ano e levar uma equipa a Macau”, conta. Já na Arábia Saudita o processo está um pouco mais atrasado,

sendo que a competição só irá avançar aí dentro de um a dois anos. “São países grandes em área e têm uma forma única e personalizada de conduzir os negócios. Assim que a prova começar aí, acredito que irá crescer”, salienta Randa Haidar. O Kuwait e o Qatar aderiram há cerca de dois anos a esta prova portuguesa. No primeiro país têm competido apenas equipas de quadros e no segundo, estudantes e quadros.

Brasil na dianteira

Mas se, como explica Pedro Alves Costa, o Médio Oriente é atualmente uma área de expansão onde a organização aposta, o certo é que foi o Brasil o primeiro país além-fronteiras a acreditar no potencial desta simulação. “É um orgulho para nós termos sido o primeiro país a integrar a competição. O Global Management Challenge passou por várias fases por aqui, mas certamente foi o pioneiro em simulação de gestão e se hoje existem competições do mesmo género, devemos-lo a ele”, clarifica Marcelo Egea, organizador brasileiro. Em 2014, foram 185 as equipas que participaram neste evento no Brasil, um número um pouco mais baixo do que o habitual porque nessa edição a organização local optou por aceitar

apenas a inscrição de universitários. “Não conheço nenhuma outra competição do género que tenha tantos diferenciais. A nossa competição concilia a capacidade de analisar um grande volume de dados numéricos e aprendizagem técnica com o desenvolvimento de *soft skills* (competências comportamentais)”, finaliza Marcelo Egea.

No continente asiático a China foi o primeiro destino da prova, faz agora 20 anos. Só no ano passado participaram à volta de duas mil equipas neste destino. David Shi, organizador chinês, conta que “este desafio é uma forma real de aprender mais sobre negócios e desenvolver competências. Permite criar laços entre os participantes, podendo estes aprender uns com os outros e criar uma va-

liosa rede de contactos”, revela David Shi.

A Rússia é outro país onde a competição tem registado um forte crescimento. O país está envolvido na prova há nove anos e já alcançou quatro vitórias internacionais. Vyacheslav Shoptenko, organizador local, dada a extensão da Rússia, desde há três anos desenvolve competições regionais e depois junta os melhores para escolher o campeão. Só na edição de 2014 — a deste ano inicia-se em outubro — tiveram sete mil participantes divididos entre quadros e universitários. “A prova permite recrutar talentos, desenvolver competências de gestão, formar equipas e expandir laços negociais”, salienta.

Além dos países já referidos, esta competição está ainda presente em Hong Kong, Índia, Macau, Emirados Árabes Unidos, Angola, Camarões, Gana, Costa do Marfim, Quênia, Marrocos, Moçambique, Nigéria, México, Chipre, República Checa, Estónia, França, Grécia, Letónia, Polónia, Roménia, Turquia, Eslováquia, Espanha, Ucrânia e Austrália.

Em Portugal está em curso a 36ª edição. Depois do término da primeira volta, em junho, segue-se a segunda volta em setembro e a final nacional, em novembro, onde será selecionado o campeão de 2015.

O Global Management Challenge está presente em mais de 30 países e já ultrapassou o meio milhão de participantes

COMPETIÇÃO

Estratégias para alcançar a vitória

Cinco equipas que estiveram sempre na liderança do seu grupo ao longo das cinco semanas da **primeira volta do Global Management Challenge** contam como se mantiveram no topo

O Global Management Challenge 2015 começou no final de maio e durante cinco semanas 416 equipas, divididas por 64 grupos, tiveram de gerir uma empresa ao longo de um ano e um trimestre, com o intuito de obter os melhores resultados. Nesta competição, apenas as equipas que ocupam a chefia do seu grupo na quinta e última decisão passam à segunda volta, agendada para setembro. Contudo, na primeira etapa dez equipas mantiveram a liderança da primeira à última decisão. Os chefes de cinco destas formações revelam que foi graças à criação de estratégias de longo prazo, à aposta no investimento e na qualidade dos produtos que garantiram o bom desempenho.

“Esta edição trouxe-nos um cenário positivo onde as empresas tinham bastantes recursos para tentarem aumentar a capacidade de produção e conquistar quota de mercado face aos concorrentes”, conta João Gonçalves, líder da formação Accenture/Vimas. Perante esta realidade, adotaram uma estratégia de longo prazo. Começaram por investir em publicidade, máquinas, matéria-prima e contratação de traba-

lhadores com o objetivo de aumentar as receitas através da aquisição de grande parte da quota de mercado.

Tal como a equipa anterior, também a Indrasistemas Equilibrium, chefiada por Diogo Santos, planeou antes de agir. “Desde cedo foi definido um plano estratégico de crescimento para a empresa que nos permitisse tornar competitivos no mercado em que estávamos inseridos e garantisse um retorno contínuo e atrativo aos nossos acionistas”, conta. Este plano, faseado ao longo das cinco decisões, passou essencialmente por um conjunto de investimentos em

Durante as cinco semanas da primeira volta da competição, as equipas tiveram de tomar decisões de gestão em diversas áreas da sua empresa



Vivenciar a gestão diária de uma estrutura empresarial

Os elementos da equipa Católicaportomcatlântica são alunos de MBA e consideram que a prova permite colocar em prática conhecimentos adquiridos

Diogo Oliveira, Pedro Braga e Marta Tavares formam a equipa Católicaportomcatlântica que se qualificou para disputar a segunda volta da competição. Com idades entre os 27 e os 29 anos e formações de base na área da economia, gestão de empresas e engenharia civil, estão na fase final do MBA Atlântico da Católica Porto Business School e são estreados na prova. Acreditam que para os alunos de MBA participar neste desafio permite colocar em prática conhecimentos adquiridos, vivenciar a gestão diária de uma empresa, bem como entender a qualidade e o alcance das decisões tomadas. Confirmou-lhes ainda que a perseverança, estratégia e determinação, aliados a um espírito positivo, são fatores determinantes para o sucesso.

A criação desta equipa remonta a uma competição interna, organizada pela

SDG para a Católica Porto Business School que é feita à semelhança do Global Management Challenge. Pelo desempenho alcançado nessa iniciativa esta equipa ganhou o direito de participar na prova a nível nacional.

Fatores para atingir o sucesso

Mas na prática o que é que um aluno de MBA pode aprender neste desafio de estratégia e gestão? Para Diogo Oliveira as vantagens são claras e passam por “colocar a aprendizagem em prática, testar conhecimentos e ainda, visto que a concorrência existe e é forte, entender rapidamente a qualidade e o alcance das decisões”. Nesta primeira volta aprendeu que nunca se deve desistir. “Recordo-me de numa decisão nos termos equivocado e ainda assim, fruto de uma nova abordagem, termos recuperado e atingido os lugares cimeiros”. É por isso que aconselha a participação neste desafio a alunos de MBA que queiram atingir voos mais altos ao nível da gestão, dado que podem testar as suas qualidades num mo-

delo completo e próximo da realidade.

Na perspectiva de Pedro Braga, esta experiência está a ser enriquecedora no que respeita à aquisição de conhecimentos, desenvolvimento e assimilação de competências transversais e abertura de mente para situações futuras. “Mais do que aprender, temos a capacidade de sedimentar os conhecimentos adquiridos, obtemos uma visão a 360 graus, percebemos a importância das operações bem como dos intangíveis, interligação e reflexos de decisões internas com o mercado bolsista, entre outros aspetos”, salienta. Confirmou ainda que a perseverança, estratégia e determinação, aliadas a um espírito positivo, são os fatores determinantes para o sucesso.

Desafio de autossuperação

Na qualidade de aluno que está a concluir um MBA, Pedro Braga considera que a possibilidade de gerir uma organização no seu todo, mesmo a nível virtual, é sem dúvida, um fator importante para a capacidade organizativa



Pedro Braga, Marta Tavares e Diogo Oliveira, da equipa Católicaportomcatlântica, que integra a segunda volta FOTO RUI DUARTE SILVA

diversas áreas. Segundo Diogo Santos, “além de investimentos estratégicos na área de produção, um dos mais significativos decorreu no âmbito da responsabilidade social perante os nossos trabalhadores, nos quais apostámos consideravelmente com vista a uma boa *performance* operacional”. Uma opção que levou a ganhos, sendo que lideraram o seu grupo durante cinco semanas e a passaram à segunda volta.

Dinamizar a força de vendas

Com risco no nome, a formação CGD-Gestão de Risco definiu uma estratégia de médio/longo prazo que passava por oferecer aos clientes o melhor produto possível, da forma mais eficiente para a empresa. “Para tal foi preciso capacitar a própria empresa dos recursos necessários, dinamizar a força de vendas e otimizar os custos de modo a tornar as nossas operações cada vez mais eficientes”, revela Pedro Louro, chefe da equipa. Na primeira jogada tinham como objetivo adequar a empresa à estratégia delineada, de modo a que nas decisões seguintes fosse possível “atacar” a con-

corrência e reforçar o posicionamento, conquistando mais quota de mercado. A ideia não era de todo, conta o líder, conseguir o primeiro lugar logo na primeira decisão, como veio a acontecer. Queriam apenas que a sua estrutura empresarial tivesse uma resposta adequada para que nos trimestres seguintes fosse possível melhorar a qualidade dos produtos e ganhar eficiência nas operações.

Tentar equilibrar a procura à capacidade de produção máxima durante o primeiro trimestre foi o trajeto delineado pela Millenniumbcp_Corporate N, liderada por João Brito. “Apesar de termos os preços mais altos do grupo, conseguimos vender toda a nossa produção. Apostámos também na melhoria da qualidade dos produtos e na imagem da empresa, tendo conseguido um forte crescimento da quota, sendo líderes destacados em quase todos os mercados e produtos. Tentámos estar sempre um passo à frente da concorrência, transmitindo estabilidade e confiança, que foram importantes para um crescimento sustentado da quota e dos resultados sem sacrificar preços”, esclarece. Como

trunfos tinham uma folha de cálculo que permitiu com alguma precisão simular diferentes decisões e os respetivos resultados esperados, bem como a experiência acumulada no estudo dos efeitos de determinadas decisões nos resultados obtidos.

Crescer foi a tônica escolhida pela Konica Minolta Engenheiros. “Quando nos encarregámos da administração da empresa esta estava subaproveitada, pois dispunha de poucos trabalhadores especializados para a sua capacidade produtiva. A nível financeiro tinha capital disponível para investir e os capitais próprios eram positivos, apesar de apresentar pouca rentabilidade e potencial”, expõe Bruno Pereira, líder desta formação. Perante este cenário apostaram na carteira de clientes e no património, evitando a venda de ativos.

A escassas semanas do início da segunda volta, Bruno Pereira está otimista quanto ao futuro desempenho da sua equipa. Pois acredita que apenas com pensamento positivo será possível ter sucesso numa prova tão competitiva quanto o Global Management Challenge.

Perfil dos participantes

A atual edição da prova contou com a inscrição de 416 equipas o que equivale a 1646 participantes. Deste total, 230 equipas (55,3%) são formadas por estudantes, 172 (41,3%) por quadros e 14 (3,4%) são mistas. Os estudantes estão em maioria, sendo 890 (54,1%) e os quadros atingem os 756 (45,9%) participantes. Sendo esta uma competição de estratégia e gestão, um universo ainda muito masculino, não é de estranhar que do total de participantes, 1080 (65,6%) sejam homens e apenas 566 (34,4%) mulheres. A área de formação está repartida pela engenharia com 529 participantes (32,1%). Segue-se a Gestão, com 484 pessoas (29,4%) e a economia com 204 (12,3%). Os restantes participantes repartem-se por diversas áreas, entre as quais se conta o marketing, contabilidade e finanças.

Equipas apuradas

2ª. VOLTA

Indrasistemas Energizers
Intrum Justitia/Ulp 1
Intrum Justitia/Alt-G
Konica Minolta/Nova's Lx
Staff Popular
Millenniumbcp_Crediteam
Konica Minolta/Engenheiros
IntrumJustitia/Learn2gest
Millenniumbcp_Corporate N
Popular-Wings4change
IEFP/Gmc Champs
EDP-Não Digo
PT_Meo_Yobibyte
Alumnigmc/Triple A
Accenture/Naval Cad
Intrum Justitia/Esgin_Cgf
Zipfer
Nosporto
Accenture/Vimas
Alumnigmc_Sovereign Team
Staples/Egcti Team
Xeque-mate
Noesis/3 Shark
IEFP/Fc. Win
PT Quad Core
Munditransfers/Conimbriga
PT Rpm
Indrasistemas Equilibrium
Montepio-Administration
Staples/Evora_Gmc
PT On Wheels
Somague Ti Damzillas
EDP_Topteam
IEFP/Tá Certo
Accenture/Danoninhos
IT Sector/Jeff
IP Team
GoPT
Católica Porto Mc/Mdr
IAPMEI/Crossers
Católicaportomcatlântica
Les PT Casseroletes
CGD-Gestão de Risco
PT Tudo Meo
Tagusgás/Capitalnow
Essilor/Troika
Staples That Was Easy
Essilor/Ubi-Civil
Essilor/Lets's Win
Millenniumbcp_Taxi
Je Suis PT 2
Staples/Gotham
CGD Risk Management
Nos/Le Blanc
Essilor/Quinas
Randstad-IEFP/5forone
Essilor/Cointoss
Randstad-IEFP/North
CGD_Coimbra Centro
ESTG Portalegre/Alem Tejo
CGD Master Plan
CGD Gestnordeste
EDP-Dee
IAPMEI/Felpos Bomdía

As equipas trabalham na final nacional de 2014. A ambição das formações em prova é chegar à etapa final da atual edição

FOTO ALEXANDRE BORDALO



Quadros em maioria na segunda volta

dos conhecimentos adquiridos de forma densa e sistemática. Já Marta Tavares, colega de equipa, acredita que “para quem é fascinado pelo mundo da gestão e empreendedorismo, o Global Management Challenge é um desafio de autossuperação e conhecimento constante, que nos faz querer sempre ser melhores”. Com esta participação ganhou uma leitura mais eficiente e eficaz dos problemas com que nos deparamos. “Em ambiente profissional considero ser este o fator crucial para alcançar sucessos, uma boa definição da política a seguir e foco nos objetivos a atingir, ponderando sempre todos os momentos de adversidade, onde é fundamental reagir de forma positiva e otimizada no tempo”, salienta.

Além de dar a oportunidade de colocar em prática conhecimentos adquiridos, num ambiente muito próximo da realidade, a competição permite, na opinião de Marta Tavares, lidar com a questão que hoje surge como fundamental para todos os profissionais, o de saber lidar com a pressão e reagir a momentos adversos de forma assertiva.

Empresas que apoiaram a inscrição de equipas de quadros falam dos benefícios para os colaboradores de estarem envolvidos nesta iniciativa

Das 64 equipas que vão estar a disputar a segunda volta do Global Management Challenge, 32 são formadas por quadros, 30 por estudantes e apenas duas são mistas, ou seja, contam com a presença de estudantes e quadros. A Pfizer, Somague e a Crossjoin apoiaram este ano pela primeira vez equipas de quadros na competição. Já a Portugal Telecom é uma presença habitual neste evento. As experiências de participação das quatro empresas são diferentes, mas têm a visão comum de que esta é uma experiência que contribui para o desenvolvimento de competências dos seus colaboradores.

Um laboratório de gestão é como Ana Torres, diretora-geral da Pfizer Portugal classifica o Global Management Challenge. Com uma equipa de quadros na segunda volta, explica que na prova “os colaboradores têm a oportunidade

de ‘testar’ estratégias e decisões de gestão num ambiente ‘seguro’, podendo retirar os ensinamentos sem as consequências que os erros implicam e que assim poderão ser evitados no mundo real”. Poder concorrer com equipas de áreas e mercados diferentes é também enriquecedor pela diversidade de conhecimentos e troca de experiências que podem obter. Acima de tudo, reconhece Ana Torres, “adquirem uma visão mais global da gestão e da forma como decisões de diferentes áreas influenciam os resultados globais”.

A Somague apoiou a inscrição de duas equipas de quadros e uma está na segunda volta. É por isso que o balanço desta participação é positivo na visão da empresa. “Optámos por misturar quadros jovens com outros com alguma experiência, para que este desafio constituísse uma oportunidade de partilha e debate”, explica João Carlos Caiiro Silvestre, diretor-geral financeiro e de recursos humanos da Somague. Quanto a aprendizagens, acredita que os seus quadros desenvolveram competências associadas à liderança, concretamente

na estratégia definida no momento da tomada de decisão e interagiram com outros colegas, num ambiente fora do contexto de trabalho e com relações de dependência diferentes.

Também com uma equipa na segunda volta, a Crossjoin pretende que os seus quadros continuem a trabalhar para a vitória e que na segunda volta integrem as lições aprendidas na primeira etapa. Neste desafio e para João Modesto, CEO da Crossjoin, os seus colaboradores “ensaíam a tomada de decisões difíceis, trabalhando em equipa e fazendo uma

No Global Management Challenge, os participantes analisam resultados, trocam experiências e trabalham em equipa

análise metódica e objetiva dos resultados, dentro de um contexto em que não controlam todas as variáveis”. Em suma, acrescenta, “a participação na competição ajuda ao crescimento profissional”.

Uma opinião corroborada por Ana Rita Lopes, diretora de desenvolvimento de recursos humanos do grupo Portugal Telecom. Esta empresa apoiou a inscrição de 34 equipas formadas por colaboradores e algumas mistas, no total de 145 participantes. Com oito equipas na segunda volta, é a empresa com maior presença nesta etapa. “A participação no Global Management Challenge visa proporcionar aos participantes uma experiência que lhes permita desenvolver competências complementares às técnicas e comportamentais que o trabalho diário lhes exige”, salienta Ana Rita Lopes.

Sendo que esta é uma simulação do que se passa no dia a dia empresarial, para Ana Rita Lopes a grande diferença é que permite arriscar mais e sem receio de errar e “permite igualmente potenciar a confiança na adoção destes comportamentos em situações reais”.

PROTAGONISTAS

Luís Salvaterra Diretor-geral da Intrum Justitia em Portugal, avalia esta iniciativa portuguesa

“A competição é um espelho da realidade”



Luís Salvaterra acredita que a prova prepara os jovens para o futuro profissional FOTO ALBERTO FRIAS

A vontade de dar a conhecer a ação da Intrum Justitia entre a camada mais jovem da população levou a Intrum Justitia no ano de 2007 a iniciar o patrocínio ao Global Management Challenge. Luís Salvaterra, diretor-geral da empresa em Portugal, explica que continua a fazer sentido continuar com esta ligação, pelo retorno positivo que tem obtido e o contributo que lhes permite dar à formação da camada universitária que tem aqui a oportunidade de desenvolver competências que mais tarde podem fazer a diferença na altura de iniciarem a sua carreira profissional.

“Os patrocinadores da competição são grandes empresas, marcantes na sua área de negócio e para nós esse é um posicionamento importante. Quando começamos esta ligação um dos objetivos foi também dar-nos a conhecer mais aos estudantes e às empresas. É importante para nós que os universitários que participam neste tipo de jogo, que são ba-

sicamente da área da economia e gestão e portanto futuros gestores, conheçam o que fazemos e a nossa marca. É uma maneira de chegar a áreas que de outra forma seria difícil atingir”, explica Luís Salvaterra. A Intrum Justitia foi criada há mais de 90 anos, está cotada na bolsa de Estocolmo e presente em 20 países. Em Portugal iniciou a sua atividade de recuperação de crédito há 18 anos. Tem mais de 100 funcionários e apesar dos quase 20 anos de atividade em território nacional, para o seu diretor-geral a recuperação de crédito é ainda uma área pouco conhecida do público em geral.

Desde o início do patrocínio à competição que a Intrum Justitia tem vindo a apoiar também a inscrição de equipas de estudantes. Este ano não foi exceção e conta com a presença de quatro formações na segunda volta. Um resultado que para Luís Salvaterra é extremamente positivo. “A ambição é ganhar. Queremos que as nossas

equipas cheguem o mais longe possível”, frisa, lembrando que uma formação com a sua chancela já ficou em segundo lugar numa final nacional. Na hora de escolher as equipas a apoiar a opção recaí sobre alunos da área da gestão.

“A competitividade no sentido de integrar uma iniciativa em que as empresas são competitivas como no mercado real, a perseverança de tentar chegar mais longe e o trabalho em equipa que é fundamental em qualquer organização, são as principais vertentes trabalhadas no Global Management Challenge e as principais aprendizagens que os estudantes podem obter e que se aplicam perfeitamente às empresas”, refere Luís Salvaterra. Pormenorizado alguns destes vetores, conta que numa empresa ninguém trabalha sozinho e que a soma das individualidades é maior do que cada um e as organizações valorizam a cooperação. No campo da perseverança é ainda impor-

tante não desistir à primeira dificuldade e aprender com os erros.

Para Luís Salvaterra o Global Management Challenge pode, no caso dos estudantes, funcionar como uma porta de entrada para o mercado de trabalho e não exclui a hipótese de vir a utilizar esta ferramenta, para futuramente contratar talento para a organização que dirige. “Cada vez mais quem recruta não olha só para o currículo, mas também para as atividades paralelas desenvolvidas e acredito que a participação na competição é uma preparação para o futuro”. Explica que quando os jovens acabam uma licenciatura e chegam às empresas, estão preparados para aprender mais rapidamente do que quem não tem um curso superior e quanto mais ‘mundo’ e participações neste tipo de iniciativas, melhor é pelas competências que aqui podem desenvolver. “Quando estou a recrutar tenho este tipo de situações em conta”, salienta. Na

“

Trabalhem em equipa e não desistam. Ter estratégias de inovação é cada vez mais importante e é sempre possível fazer melhor para alcançar os objetivos

prática, acrescenta, “uma competição como esta é o espelho do que se passa na realidade”.

Na qualidade de gestor, Luís Salvaterra deixa alguns conselhos de atuação às equipas que vão disputar a segunda volta. “Trabalhem em equipa e não desistam. Ter estratégias de inovação é cada vez mais importante e é sempre possível fazer melhor para alcançar os objetivos”, comenta. Não ter medo de errar é importante. Contudo, Luís Salvaterra aponta aspetos que devem ser evitados pelas equipas, se quiserem ser bem sucedidas. “Se tiverem determinada convicção, devem segui-la.” Depois de definido o caminho a seguir, há que percorre-lo, ultrapassando os obstáculos, mas evitando hesitações. Sendo que no mundo atual dos negócios a realidade muda numa base quase diária, o diretor geral da Intrum Justitia em Portugal aconselha ainda os participantes a estabelecerem objetivos de curto prazo e a avançarem passo a passo.

Miguel Cruz Presidente do IAPMEI analisa o Global Management Challenge

“É uma ferramenta formativa na área da gestão”

O IAPMEI está ligado desde 1992 ao Global Management Challenge. Miguel Cruz, presidente deste organismo, não tem dúvidas de que esta competição é uma ferramenta formativa que acrescenta valor a quem nela participa. É por isso que a entidade a que preside apoia anualmente a participação de equipas de PME nesta iniciativa.

Em jeito de balanço destes 23 anos de colaboração, Miguel Cruz revela que tem sido uma parceria muito positiva, sobretudo pelo número de equipas de PME que ao longo dos anos têm estado envolvidas neste processo. “É uma iniciativa que pode acrescentar valor aos quadros, não só pelo contacto com uma ferramenta formativa que lhes permite exercitar formas de gestão e de avaliação e decisão num ambiente simulado de negócios, gerando conhecimento e permitindo o

teste de técnicas que lhes podem ser úteis nas suas atividades diárias, mas também pelo reforço do espírito de equipa e da experiência de trabalho colaborativo e interdisciplinar que proporcionam e que são cada vez mais importantes no quadro de gestão competitiva das empresas.”

A troca de experiências e o seu alargamento em termos in-

“

A vitória de uma PME na edição do ano passado veio tornar visível a relevância das empresas investirem no reforço das suas competências

ternacionais que a competição proporciona, permitindo o contacto com realidades culturais distintas e competências diversificadas, que cruzam o mundo académico com o universo das empresas pode ser, na opinião de Miguel Cruz, muito bem aproveitada e capitalizada pelas PME participantes.

Na atual edição da prova este organismo conta com três equipas na segunda volta. Miguel Cruz lembra que em 2014 a formação que representou Portugal na final internacional integrava estudantes e quadros de uma PME e contou com o apoio do organismo a que preside. Acredita que “a vitória de uma PME na edição do ano passado veio tornar visível a relevância das empresas investirem no reforço das suas competências e da importância deste investimento no aumento da sua capacidade competitiva”.

As equipas das PME apoiadas



Miguel Cruz, presidente do IAPMEI, defende que a prova desenvolve competências técnicas FOTO LUCÍLIA MONTEIRO

pelo IAPMEI podem ser formadas por quadros, estudantes ou mistas. Para Miguel Cruz é importante motivar a constituição deste último modelo, que junta estudantes universitários e quadros, incentivando a integração de novas competências e quadros qualificados nas empresas.

Anualmente este organismo público oferece também um prémio à equipa PME que obteve o melhor desempenho. “É uma forma de incentivar e reconhecer o esforço que sabemos que estão a fazer na capacitação dos seus quadros e na melhoria da sua atuação no mercado”, afirma Miguel Cruz. É que, acrescenta, na prova são trabalhadas competências técnicas na interpretação de indicadores e de tendências simuladas de mercado, mas também de estímulo à liderança e tomada de decisões num contexto de grande pressão competitiva.