

Joana Queiroz
Ribeiro
(Fidelidade)



“Uma vertente extremamente importante do Global Management Challenge é a criação de um ambiente de tomada de decisão complexo, exigente e competitivo, que simula muitos dos momentos vividos nas diferentes funções dos quadros que participam.” P4

Albertina
Martins
(TAP Portugal)



“A competição requer que os gestores sejam ao longo das várias jogadas confrontados com cenários diversos que implicam decisões de gestão mais e menos ponderadas no tempo. É esse, afinal, o dia a dia de uma empresa que se quer competitiva no mercado.” P4

GMC Global Management Challenge

Expresso

Este caderno faz parte integrante do Expresso nº 2466, de 1 de fevereiro de 2020, não podendo ser vendido separadamente

Albano Rodrigues, António Ribeiro, Pedro Nascimento, Elisabete Nunes e Fernanda Dias, da equipa vencedora
FOTOS ANTÓNIO PEDRO FERREIRA



CGD_Business Plan vence 40ª edição da competição de estratégia e gestão

Após **cinco decisões** de gestão, uma equipa de **quadros** provou ser a melhor de **2019**

O Global Management Challenge 2019 chegou esta semana ao fim, com a realização da sua final nacional, em Lisboa. Ao todo quatro equipas de quadros e quatro de estudantes universitários estiveram a competir pelo título de campeão nacional. Após um dia intenso de competição em que as equipas tiveram de provar o seu valor na área da gestão com a toma-

de de cinco decisões, a vitória recaiu na formação CGD_Business Plan.

A equipa vencedora é formada por cinco quadros da Caixa Geral de Depósitos (CGD). Repetentes nesta iniciativa, foi a sua quarta participação numa final nacional. Costuma-se dizer-se que às terceira é de vez, mas neste caso foi à quarta. Prepararam-se agora para en-

frentar em maio, na capital, a concorrência internacional que vai integrar a final mundial desta iniciativa portuguesa de estratégia e gestão. A pressão é grande, já que uma equipa da CGD ficou em segundo lugar na edição de 2018 deste evento. A CGD_Business Plan vai também representar o país anfitrião o que coloca mais pressão e face a um bom desempenho.

O Global Management Challenge completou 40 anos de vida. Na noite de entrega de prémios aos vencedores da 40ª edição, foi entregue a Luís Alves Costa e Francisco Pinto Balsemão uma lembrança que simboliza esta data histórica para uma iniciativa que começou a despontar no final dos anos 70 do século XX e que teve a sua primeira edição em

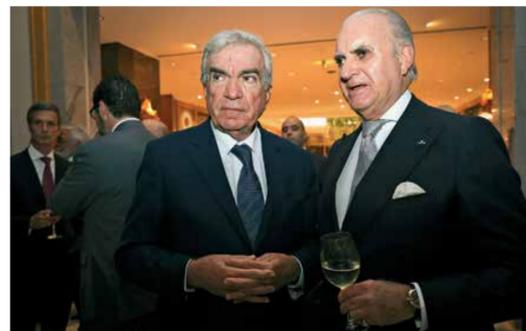
1980. Ainda no âmbito das comemorações deste aniversário, Portugal acolhe em maio a final internacional da edição de 2019 onde vão estar presentes cerca de 30 países.

Na noite de prémios houve ainda tempo, por parte da organização, de distinguir a Accenture Portugal e o IAPMEI, respetivamente como patrocinadora e apoiantes do ano.



Quatro equipas de estudantes e mais quatro de quadros tiveram a oportunidade de mostrar o que valem na área da gestão, em mais uma final nacional deste desafio

COMPETIÇÃO



Luís Mira Amaral, Miguel Horta e Costa, Teresa Barreiros, Margarida Santos, Vítor Constâncio e Eduardo Catroga foram algumas das personalidades que têm estado ligadas a esta competição e que marcaram presença em mais uma noite de entrega de prémios, que decorreu no dia 28 de janeiro, no Hotel Ritz, em Lisboa



Francisco Pedro Balsemão, Luís Alves Costa, Francisco Pinto Balsemão e João Matoso Henriques na entrega de uma lembrança que simboliza 40 anos de parceria entre a Impresa e a SDG (foto em cima). À esquerda, a equipa da EDP que ficou em quarto lugar na tabela classificativa. À direita figuram representantes das empresas que apoiam o Global Management Challenge, durante a atribuição ao IAPMEI do galardão de apoiante do ano



Quadros bancários com melhor desempenho

Cinco colaboradores da CGD alcançaram o primeiro lugar na final nacional do Global Management Challenge 2019. Uma equipa de antigos participantes obteve o segundo lugar e o terceiro foi para uma formação de estudantes de Economia

Textos **MARIBELA FREITAS**
Fotos **PEDRO NUNES**

A cidade de Lisboa acolheu, no dia 27 de janeiro, a final nacional referente à edição de 2019 do Global Management Challenge. Estiveram a competir pelo título de campeão nacional, nas instalações da Fidelidade, quatro equipas de estudantes e quatro de quadros. Após cinco decisões de gestão sobre os destinos de uma empresa, a equipa de quadros CGD Business Plan ultrapassou a concorrência e alcançou a vitória.

A formação vencedora esteve pela quarta vez a competir numa final nacional e Pedro Nascimento, o seu líder, contou na noite de entrega de prémios, que decorreu no dia 28 de janeiro, no Hotel Ritz, em Lisboa, que “finalmente ganhámos, é uma sensação de dever cumprido. Esta competição é um desafio extraordinário, que promove e obriga a desenvolver diversas valências na área da gestão, a trabalhar em ambiente de stress e a

tomar muitas decisões que interagem entre si”. De acordo com ele, o segredo do sucesso esteve na preparação. Passaram horas a testar cenários e a planejar estratégias e isso fez com que no final de um dia de prova, e após cinco decisões de gestão em áreas como finanças e produção, a empresa que lhes coube gerir tivesse obtido o melhor desempenho do investimento, o que lhes garantiu a vitória.

Paulo Macedo, presidente da Caixa Geral de Depósitos (CGD), esteve presente na entrega de prémios e não escondeu o seu contentamento pelo re-

NA PROVA, OS PARTICIPANTES APRENDEM A TRABALHAR EM CONJUNTO E PERCEBEM O IMPACTO DAS SUAS DECISÕES NA EMPRESA

sultado obtido, já que pelo segundo ano consecutivo uma equipa de colaboradores seus vence esta etapa da competição. “É sinal de que as pessoas da CGD querem competir, querem arriscar a confrontar-se com outros. Esta equipa é formada por elementos de diferentes agências da zona centro. Trabalharam em conjunto, interagiram, aprenderam e mostraram sobretudo persistência, já que integraram outras finais nacionais, e desta vez atingiram o seu objetivo. São um orgulho para a CGD”, afirmou.

Agora a equipa vencedora, formada por cinco quadros bancários, prepara-se para defrontar equipas de cerca de 30 países na final internacional, que se realiza em Lisboa em maio. “Faremos tudo para que corra pelo melhor, vamos competir com ambição e tentar ganhar”, revelou Pedro Nascimento. Francisco Pinto Balsemão, presidente do grupo Impresa, frisou, na entrega de prémios, que “vão competir em casa e por isso têm ainda mais responsabilidade”.

Em segundo lugar na tabela classificativa da final nacional ficou uma equipa de quadros, a Alumnigme/Tlbel, formada por antigos participantes. Bárbara Marques, a sua chefe, explicou no

dia de competição que foi a vontade de se desafiar e de se adaptar à mudança o que a levou, juntamente com os seus colegas, a enfrentar a concorrência na edição de 2019.

E se os quadros lideraram os dois primeiros lugares, a terceira posição foi conquistada por uma equipa de estudantes de Economia, oriundos das Universidades de Lisboa e da Beira Interior, de seu nome Alta Digital/A Província. “Estamos perante uma empresa em ascensão, com um cenário relativamente favorável”, revelou Hugo Mourão, líder da equipa, durante o dia de prova. A participar pela segunda vez, salientou que nesta iniciativa aplicam conhecimentos adquiridos e obtêm novas ferramentas de gestão.

Na tabela classificativa, a quarta posição foi alcançada pela EDP Energizing, formada por colaboradores da companhia elétrica que já estiveram presentes noutras fases finais da prova. A quinta posição coube novamente a universitários, à Staples/Reticência, de alunos de Engenharia Aeroespacial do Instituto Superior Técnico. “Neste processo aprendemos a operar em equipa, a trabalhar sob pressão e a conciliar opiniões para chegar a um consenso”,

revelou Miguel Sousa, desta formação, durante a prova.

A Fidelidade/Abaa, formada por estudantes de Gestão e Engenharia Mecânica da Universidade do Porto e um aluno de Gestão da Nova School of Business and Economics, representou a empresa anfitriã da final nacional e alcançou a sexta posição. Na opinião de Alexandra Amado, membro da equipa, foi uma experiência que lhe trouxe novos conhecimentos de gestão. “Estamos também a ter contacto com empresas, o que pode ser importante para a nossa entrada no

A EQUIPA VENCEDORA, NA FINAL MUNDIAL, COMPETE EM CASA E VAI LUTAR PARA QUE A VITÓRIA FIQUE EM PORTUGAL

mercado de trabalho”, frisou. Quadros da Fujitsu integraram a formação Fujitsu/Unagi, que ficou em oitavo lugar. Pedro Ribeiro, o líder, afirmou no dia de prova que estavam ali para ganhar. Na oitava posição ficou uma equipa estreante de estudantes de Contabilidade e Finanças do Instituto Politécnico de Setúbal, à Konica Minolta/Newgenf. “Sentimo-nos orgulhosos com o que fizemos e por termos chegado até aqui”, afirmou o seu chefe, Ricardo Russo.

João Matoso Henriques, CEO da SDG, faz um balanço positivo desta edição que agora termina. “Tivemos aqui as melhores oito equipas de um total de 315 que participaram em 2019. Preparamo-nos agora para a final internacional”, referiu.

Nesta que foi a 40ª edição do Global Management Challenge, e na noite de entrega de prémios aos primeiros classificados, Luís Alves Costa e Francisco Pinto Balsemão, fundadores desta iniciativa, trocaram uma lembrança que assinala esta data. Francisco Pinto Balsemão lembrou que esta é a mais antiga parceria do grupo Impresa e foi assinada com um aperto de mão, há 40 anos.

mfreitas.externo@impresa.pt

Organização premeia Accenture e IAPMEI

As empresas foram distinguidas pelo seu papel no desenvolvimento do Global Management Challenge em território nacional

Na noite de entrega de prémios à equipa vencedora do Global Management Challenge 2019, a organização da competição aproveitou a ocasião para distinguir a Accenture Portugal e o IAPMEI — Agência para a Competitividade e Inovação, respetivamente como patrocinadora e apoiante do ano, pelo seu contributo no desenvolvimento desta iniciativa. “Este prémio é uma honra para a Accenture e é também um justo reconhecimento pelo papel que desempenhámos ao longo dos anos no apoio ao Global Management Challenge”, referiu José Gonçalves, CEO da Accenture Portugal, durante a entrega deste galardão.

Atualmente a consultora é a mais antiga patrocinadora da prova, estando a ela ligada há 25 anos. E recentemente a multinacional foi parceira da organização nas melhorias aplicadas ao simulador do Global Management Challenge, de forma a torná-lo mais fácil de utilizar e

mais intuitivo. Esta mudança mostra bem, na opinião de José Gonçalves, uma característica desta competição, que é ter sabido reinventar-se ao longo dos anos, e tem contado para tal com o apoio da empresa que lidera. Numa avaliação desta iniciativa de estratégia e gestão, o CEO da Accenture referiu que “esta competição, que nasceu em Portugal e rapidamente ultrapassou as fronteiras nacionais, afirmou-se a nível mundial como um pa-

A prova desenvolve competências em estudantes e quadros e contribui para a competitividade das PME

reço não só de desenvolvimento de competências de estratégia e gestão, mas também de *networking* pessoal, empresarial e internacional”. A Accenture Portugal tem vindo também a incentivar a participação dos seus colaboradores neste desafio.

Por estas razões, esta é uma parceria em que José Gonçalves considera que todas as partes envolvidas ganham.

Nuno Mangas, presidente do IAPMEI, afirmou no evento ser uma honra o instituto que lidera ser distinguido como apoiante do ano. “Mas tão importante quanto esta distinção é verificarmos que as PME apoiadas pelo IAPMEI têm evidenciado boas prestações, o que constitui um estímulo à continuidade desta parceria com o Global Management Challenge.” Anualmente, este organismo distingue as equipas apoiadas por PME aquela que melhor desempenho obteve neste desafio. A distinção recaiu, na edição de 2019, na equipa IAPMEI/Team Nve.

“Orgulhamo-nos de ser um dos parceiros mais antigos desta iniciativa. Acreditamos que a metodologia de desenvolvimento de competências, que se baseia na simulação empresarial, é uma mais-valia para todas as PME que participam, permitindo-lhes incrementar as suas competências de gestão”, defendeu Nuno Mangas. E espera que a participação das PME nesta prova contribua para a valorização dos seus quadros em termos de competências de gestão e para as tornar mais competitivas no contexto nacional e internacional.



José Gonçalves, da Accenture Portugal, a receber o prémio de patrocinador do ano

Lisboa acolhe em maio final internacional de 2019

Irão estar presentes no evento equipas de 30 países, que vão lutar pelo título mundial desta competição de estratégia e gestão

A cidade de Lisboa acolhe, entre 26 e 28 de maio, a final internacional do Global Management Challenge relativa à edição de 2019. Vão estar a disputar o título mundial entre 25 e 30 países, entre os quais alguns estreantes, como a Austrália.

“Tendo em conta que a primeira edição da competição ocorreu em 1980, a de 2019 é a 40ª edição. No âmbito da comemoração dos 40 anos do Global Management Challenge, planeámos várias ações e temos preparadas algumas novidades, dada a relevância desta data, sendo o evento mais importante a realização da próxima final internacional em Lisboa”, conta Luís Alves Costa, presidente da SDG e fundador desta competição de estratégia e gestão.

Em 2009 foi a última vez que Portugal recebeu uma final internacional. A organização quer futuramente que este evento se realize no

país de origem da competição pelo menos de dez em dez anos. Luís Alves Costa explica que “um dos grandes traços da identidade desta iniciativa é a sua extraordinária dispersão geográfica, que é simultaneamente um dos seus maiores desafios. Todos os anos existem inúmeros acontecimentos, em várias partes do globo, que estão fora do nosso controlo e que afetam a dinâmica da prova e fazem com que não se possa realizar em determinados países ou impedem mesmo a presença de alguns países na final internacional”. É por isso que a previsão é de que equipas de entre 25 e 30 países cheguem a Lisboa para este evento, que se realiza em maio. A cerimónia final de atribuição dos prémios irá decorrer no auditório principal da Culturgest.

Em jeito de balanço, o fundador deste desafio confessa que estes 40 anos passaram num instante. “Foi no final da década de 70 do século XX, em que eu era professor de Informática no ISCEF, atual ISEG, onde me inspirei para a criação do então chamado Gestão Global, agora Global Management Challenge, que está em 36 países e já envolveu cerca de 700 mil pessoas. É algo que tenho de considerar muito positivo e que nos enche de satisfação e orgulho.” O Expresso associou-se a esta iniciativa desde a primeira hora e faz parte da sua organização.

Depois de Portugal, e no próximo ano, será a vez de Macau receber a final internacional referente à edição de 2020.

Países como a Austrália, México, Rússia, Portugal, entre muitos outros, vão lutar pelo título de campeão mundial desta prova de gestão

PROTAGONISTAS

Joana Queiroz Ribeiro Diretora de pessoas e organização da Fidelidade analisa este desafio

“Desenvolve competências de gestão e liderança”



Joana Queiroz Ribeiro acredita que após a prova os quadros aplicam o que aprenderam no seu dia a dia
FOTO ANTÓNIO PEDRO FERREIRA

A Fidelidade é uma das empresas que mais recentemente se associou ao Global Management Challenge, através do patrocínio à sua realização. Para Joana Queiroz Ribeiro, diretora de pessoas e organização da seguradora, esta parceria justifica-se pelo retorno a nível de formação na área da gestão que tanto quadros como estudantes retiram da sua participação nesta iniciativa.

“É uma prova bastante completa, que proporciona aos seus participantes um ambiente de imersão em competências de gestão e de liderança, promovendo um espírito de decisão colaborativa e de trabalho em equipa muito positivos. O prestígio da prova, os pergaminhos que a mesma tem a nível nacional e internacional e o que conseguimos retirar ao nível da experiência e aprendizagem da participação para os nossos quadros e equipas de estudantes leva a que faça todo o sentido associar-lhe a marca Fidelidade”, revela Joana Queiroz Ribeiro.

Na visão desta especialista em recursos humanos, a competição está estruturada de forma muito sólida, sendo o seu simulador uma ferramenta bastante interessante para adquirir, num ambiente de jogo e competição, competências de gestão e liderança que podem ser aplicadas no contexto profissional.

“Um dos pontos fundamentais para a Fidelidade é a complementaridade que o programa oferece na participação de equipas de quadros e de estudantes, fomentando a partilha de experiências multigeracional”, acrescenta.

A Fidelidade foi também a anfitriã da 40.ª final nacional do Global Management Challenge, que se realizou esta semana, em Lisboa, e contou com uma equipa nesta etapa final da prova. A diretora de pessoas e organização faz um balanço muito positivo da participação das suas equipas na edição de 2019 e acredita que a aprendizagem obtida irá “com certeza ser apli-

cada nos seus desafios internos, para as equipas de quadros, e leva a uma maior preparação para os desafios profissionais que venham a surgir para as equipas de estudantes”. E essa aprendizagem que tanto quadros como estudantes obtêm é útil tanto para quem tem já experiência profissional como para os universitários que procuram enriquecer a sua experiência curricular.

“Uma vertente extremamente importante do Global Management Challenge é a criação de um ambiente de tomada de decisão complexa, exigente e competitiva, que simula muitos dos momentos vividos nas diferentes funções dos quadros que participam e antecipa experiências futuras nas equipas de estudantes. A necessidade de cooperação e de gestão de equipa é outro fator que esta competição promove nos participantes, algo crítico em todos os momentos da vida profissional”, refere a especialista em recursos humanos.

A Fidelidade aposta cada vez mais em mecanismos de aprendizagem que estimulem experiências aplicáveis em contexto de trabalho, pois o conhecimento adquirido por essa via prova-se mais eficaz e sustentado. “O Global Management Challenge é uma forma de aprendizagem em que temos apostado para reforçar competências de gestão nos nossos quadros. O programa e a competição associada têm-se mostrado um bom veículo para simular processos de tomada de decisão, gestão de informação e liderança. O facto de esta aprendizagem ser feita em equipa e num ambiente competitivo potencia a criação de laços entre os elementos das equipas participantes”, salienta a diretora de pessoas.

Para os estudantes, é um excelente meio para testarem os conhecimentos adquiridos e terem uma oportunidade de o fazer em ambiente seguro e controlado.

“

O Global Management Challenge é uma forma de aprendizagem em que temos apostado para reforçar competências de gestão nos nossos quadros

Já no caso dos quadros, a transferência do conhecimento adquirido é facilitada pela componente prática da competição, que permite a aplicação no contexto profissional do que foi apreendido ao gerirem as tomadas de decisão no simulador. “A necessidade de lidar e gerir informação complexa, priorizar linhas de ação, traçar estratégias e, acima de tudo, negociar e gerir todas as anteriores com os restantes membros de equipa são claramente reforços para o crescimento pessoal e profissional e que podem ser aplicados no dia a dia de trabalho”, explica a diretora de pessoas e organização da Fidelidade.

E numa altura em que o Global Management Challenge celebra os seus 40 anos de existência, Joana Queiroz Ribeiro defende que este percurso tem sido de consolidação e afirmação, ganhando sustentadamente prestígio quer no meio universitário quer no meio empresarial.

Albertina Martins Gestora de marcas, eventos e licenciamento da TAP Portugal avalia a competição

“É um projeto desafiante, atual e inovador”

A TAP Portugal é a entidade que há mais tempo apoia o Global Management Challenge. Albertina Martins, gestora de marcas, eventos e licenciamento da companhia aérea, passa em revista uma relação que conta já com 40 anos de existência.

“Numa economia global, em que cada vez mais gerimos de forma ‘glocal’, competições como o Global Management Challenge fazem chegar a gestão de topo a mais mercados, empresas e diferentes realidades”, comenta Albertina Martins. Acrescenta que “é um projeto com 40 anos, com intervenientes e parceiros que, como a TAP, estão juntos há 40 anos, e mesmo assim continua um projeto desafiante, atual e inovador. Diria mesmo que foi uma forma visionária de gestão e estratégia global, um projeto ganhador. Esta iniciativa permite-me fazer uma

comparação com a TAP, que vai celebrar 75 anos a 14 de março e que está mais forte, renovada, inovadora e competitiva no mercado global.”

A internacionalização e notoriedade crescente em mercados internacionais e o facto de esta iniciativa aproximar as empresas ao ecossistema das universidades, da gestão e do empreendedorismo foram razões que levaram e levam a TAP Portugal a associar-se a este desafio. “Estes projetos de aproximação ao ecossistema

“

Apoiar equipas na competição aproxima-nos do mundo universitário e permite reconhecer talento e potencial

das universidades são para nós decisivos na nossa estratégia de parcerias e patrocínios”, salienta a gestora de marcas.

Para ela, “a competição requer que os gestores sejam, ao longo das várias jogadas, confrontados com cenários diversos, que implicam decisões de gestão mais ou menos ponderadas no tempo. É esse, afinal, o dia a dia de uma empresa que se quer competitiva no mercado”. Numa análise mais detalhada a esta iniciativa, acrescenta que para os estudantes o contacto mais de perto com a realidade empresarial e a possibilidade de efetivamente “gerirem e decidirem” são bons complementos à componente académica.

Já para os quadros empresariais, e porque esta é uma competição de estratégia, assume-se como uma ótima forma de os colocar em contacto com várias e simultâneas realida-



A gestora de marcas da TAP Portugal acredita que esta é uma prova formativa na área da gestão
FOTO TIAGO MIRANDA

des da empresa. É ainda uma forma de reciclagem dos seus conhecimentos académicos e experiências. Nesta medida, “pode funcionar como uma boa reciclagem de aprendizagem no dia a dia, nas várias decisões que temos de tomar na empresa, pode efetivamente aumentar os níveis individuais de eficácia e eficiência”, salienta. Ajuda também a compreender que grandes decisões nas empresas são fruto do *know-how* de equipas multidisciplinares e que uma decisão boa ou má, em qualquer área que seja, pode ter impacto direto ou indireto no negócio e nos próprios resultados.

No caso dos estudantes, “apoiar equipas na competição aproxima-nos do mundo universitário e permite reconhecer talento e potencial, uma vez que aqui se simula de forma virtual a gestão de uma empresa”, finaliza Albertina Martins.