

Rui Semedo (Alumnigmc)

“A prova aproximou-me do processo de formação das decisões, fazendo-me entender que em grande parte os resultados que alcançamos são uma consequência da nossa capacidade para interpretar o que se passa à nossa volta” P4



Francisco Nunes (Portugal Telecom)

“O Global Management Challenge tem a capacidade de expor os seus participantes a situações realistas, mas mais abrangentes do que as missões individuais das direções de cada empresa, ou seja, uma pessoa tem a oportunidade de atuar sobre mais variáveis do que as que opera no seu dia a dia” P4



Este caderno faz parte integrante do Expresso nº 2008 de 22 de abril de 2011, não podendo ser vendido separadamente



Eslováquia vence final internacional de gestão

Macau acolheu nos dias 13 e 14 de abril a final internacional da edição de 2010 do Global Management Challenge. A Eslováquia venceu pela primeira vez este evento, tendo sido representada por uma equipa de jovens quadros (foto em cima).

Como já é habitual, realizou-se uma semifinal e uma finalíssima. No primeiro dia estiveram

A vitória dos eslovacos, depois da Ucrânia e da Rússia nas últimas edições, mostra o sucesso dos **países do Leste europeu** nesta prova

25 países em prova, nomeadamente: Alemanha, Austrália, Benim, Bielorrússia, Brasil, Dinamarca, Eslováquia, Espanha, França, Grécia, Hong Kong, Hungria, Índia, Itália, Letónia, Macau, México, Polónia, Portugal, República Checa, República Popular da China, Roménia, Rússia, Turquia e Ucrânia. Os países foram organizados em

grupos até oito equipas e apenas as duas melhores classificadas passaram à finalíssima. O resultado foi uma disputa final entre Austrália, Eslováquia, Macau, Polónia, República Popular da China, República Checa, Rússia e Ucrânia. A vitória da Eslováquia nesta edição, depois da Ucrânia ter vencido em 2009 e a Rússia em 2008, veio confir-

mar o potencial do Leste europeu nesta competição de estratégia e gestão.

Na cerimónia de entrega de prémios aos vencedores, a organização internacional trocou lembranças com os anfitriões macaenses e aproveitou para homenagear a Ernst & Young como patrocinadora do ano do Global Management Challenge.



Portugal, Brasil, Benim, Austrália, Roménia e México (fotos da esquerda para a direita) foram alguns dos países que disputaram este evento

COMPETIÇÃO



Uma dança tipicamente chinesa acolheu as comitivas dos países que disputaram este evento internacional. Luís Alves Costa, da organização internacional, e Tommy Lau, por Macau, trocam felicitações (primeira foto à esquerda). A equipa de Macau (segunda foto à esquerda) alcançou o segundo lugar do pódio e a formação da República Checa (terceira foto à esquerda) ficou com o terceiro patamar da tabela classificativa

Final Dos 25 países em competição, apenas oito passaram da semifinal à finalíssima.

No último dia de prova, a disputa centrou-se em equipas oriundas de países do Leste europeu e da Ásia

Quadros no topo

Portugal não passou da semifinal e a vitória foi para a Eslováquia

Textos **MARIBELA FREITAS**

A equipa eslovaca formada por quatro jovens quadros, foi a vencedora da final internacional do Global Management Challenge 2010. O evento decorreu nos dias 13 e 14 de abril, em Macau e foi disputado por 25 países. Portugal perdeu a corrida e não passou da semifinal.

Esta foi a primeira vitória internacional da Eslováquia, país que desenvolve a competição há nove anos. Michal Adamski, líder da formação vencedora, revelou o segredo do sucesso após terem sido divulgados os resultados. “Preparámo-nos a fundo para a prova, mas o facto de sermos amigos e de nos conhecermos bem foi importante para o desempenho”, explicou. No dia da final, nas primeiras decisões, a Eslováquia não estava nos lugares cimeiros. No entanto, catapultou-se para o topo na última decisão, num esforço derradeiro para vencer. Uma estratégia

que já tinha usado na semifinal e que fez dele um dos países mais temidos. Sem revelar quase nada da estratégia utilizada, Michal Adamski contou apenas que enfrentaram um grupo com maneiras muito diferentes de gerir empresas e em última análise foi o número de máquinas que compraram que fez a diferença.

Portugal representado por uma equipa mista, não foi além da semifinal. “O balanço é positivo, uma vez que não se vive só de resultados. Conta a experiência adquirida, a troca de ideias e a forma de ver os negócios”, explicou João Prudêncio, líder da equipa nacional. Utilizaram a mesma estratégia da final portuguesa e não foram bem-sucedidos. “Verificámos que existem alguns componentes que não são muito explorados em Portugal, mas que são utilizados no Leste europeu com resultados bombásticos”, comentou João Prudêncio. O resultado obtido deu ânimo a esta equipa para continuar a participar, com o intuito de experimentar novos caminhos.

Depois da Eslováquia, e em segundo lugar, ficou a equipa anfitriã: Macau. “O histórico é muito similar ao da semifinal,

embora mais complexo. As equipas são mais fortes e a competição está a ser dura”, contou Xiong Jun Jun, a meio do dia da final. Temia em especial a Rússia, a Polónia e a Eslováquia, talvez já a prognosticar uma vitória a leste.

É de salientar que as oito equipas selecionadas na semifinal e que passaram à final, tornaram este evento numa disputa entre o Leste europeu e a Ásia, uma vez que a formação australiana era composta por chineses a estudar neste país. David Shi, organizador do Global Management Challenge na China revelou que “cerca de 300 mil estudantes chineses vão anualmente aprender Economia e Gestão para países como o Reino Unido, Canadá, Alemanha, França e Austrália. Neste último destino, alguns cursos chegam a ser preenchidos por 50% de asiáticos”.

Voltando aos resultados, o terceiro lugar foi preenchido pela República Checa. Seguiu-se-lhe em quarto a Polónia e em quinto a Rússia. O sexto lugar foi ocupado pela China, o sétimo pela Ucrânia — vencedora em 2009 — e em oitavo ficou a Austrália. Os lugares foram assim preenchidos entre o Leste europeu e a Ásia.

DEPOIS DE MACAU, SERÁ KIEV, NA UCRÂNIA, A RECEBER A PRÓXIMA FINAL INTERNACIONAL QUE IRÁ SER DISPUTADA POR 33 PAÍSES

O Benim foi um dos últimos países a entrar para a rede internacional que desenvolve esta competição e viveu em Macau a sua primeira final internacional. “Temos o privilégio de ser os primeiros a representar o nosso país. Está a ser uma experiência de descoberta e desafio”, referia, em Macau, Chabi O. Marius, líder da formação do Benim. Esperavam passar da semifinal para a final, mas esse sonho não foi concretizado.

É de salientar que a participação feminina no Global Management Challenge tem vindo a aumentar. A Roménia foi a prova disso, tendo sido representada neste evento internacional por uma equipa de estudantes, formada por quatro jovens mulheres.

Nos últimos anos, a competição tem vindo a apostar no seu crescimento internacional. Após a recente entrada do Benim e da Costa do Marfim, no próximo ano, na final a realizar na Ucrânia, estarão presentes a Venezuela e Porto Rico. Pedro Alves Costa, da organização internacional, revela que a expansão vai continuar em África, nomeadamente para os Camarões.



Ernst&Young recebe prêmio pelo apoio ao desenvolvimento internacional da prova

Envolvida na competição na Ucrânia e Hungria, a Ernst&Young recebeu o galardão de patrocinadora do ano de 2010

Anualmente a organização internacional do Global Management Challenge distingue uma empresa pelo seu empenho no desenvolvimento da competição. A Ernst&Young foi a contemplada pelo patrocínio na Hungria e na Ucrânia.

Alexei Kredisov, managing partner da Ernst&Young na Ucrânia recebeu o prémio em nome desta multinacional. “Apoiamos a prova deste o seu início e consideramos que este é um desafio que forma gestores, aumenta o seu nível de qualificação e por isso reveste-se de grande importância para mercados como o ucraniano”, referiu Alexei Kredisov na altura em que recebeu o galardão de patrocinador do ano na cerimónia de entrega de prémios da final internacional de 2010, em Macau.

No próximo ano é a vez de Kiev receber a final internacional do Global Management Challenge 2011. “É importante para o país acolher este tipo de evento e receber uma cobertura noticiosa positiva. É também uma oportunidade para se dar a conhecer a comitivas oriundas de países tão diferentes”, acrescentou o managing partner da Ernst&Young.



Eszter Fodor, Alexei Kredisov, Anna Degtereva e Pedro Alves Costa

O Global Management Challenge chegou há cinco anos à Ucrânia e desde essa altura que não tem parado de crescer. O facto deste país ter vencido a final internacional da edição de 2009 veio dar ainda mais visibilidade à competição. Despertou até a atenção do governo. “Após termos vencido internacionalmente passámos a contar com um pequeno apoio governamental. O facto de termos sido campeões

melhorou também a imagem do desafio no país”, explicou Anna Degtereva, organizadora da prova em terras ucranianas.

Popular entre as maiores companhias nacionais e multinacionais a prova conta também com grande adesão por parte de universidades de gestão, engenharia e até direito. “Muitas pessoas pensam que a Ucrânia não é um país de sucesso e que os jovens não têm futuro. A realidade é di-

ferente, os jovens têm futuro sim, mas têm de trabalhar para o conseguir”, acrescentou Anna Degtereva. E a competição contribui para isso, elevando o nível de qualificações.

Kiev irá acolher a próxima final internacional onde vão estar em campo 33 países. Para acolher esta comitiva Anna Degtereva está a preparar um roteiro que mostre a história, cultura e beleza desta cidade do leste europeu.

República Popular da China e Macau são marco da competição no Oriente

Esta iniciativa portuguesa chegou à China há 15 anos e é hoje uma referência na área da gestão nesta parte do mundo

A edição de 2010 do Global Management Challenge na China contou com 1400 formações inscritas. Um número que torna este o país com mais equipas em prova e demonstra a popularidade desta iniciativa portuguesa em terras orientais.

Quando há 15 anos a organização da competição aportou à China, estava longe de sonhar

com a popularidade que este evento aí teria. Segundo David Shi, organizador local da prova, “temos vindo sempre a crescer em número de equipas e o desafio goza de grande reputação, sendo usado como ferramenta de formação e oportunidade para experimentar metodologias de negócios”, comenta. Conta ainda que na altura de contratar trabalhadores, as empresas privilegiavam os estudantes que integraram a competição. A organização chinesa tem vindo a acompanhar o percurso das equipas vencedoras neste país e a maio-

ria delas está em grandes empresas, como por exemplo o Banco da China.

Apesar de o Global Management Challenge ser um sucesso, a ambição é para crescer ainda mais nesta localização. A competição é apenas disputada por estudantes e os organizadores querem cativar também formações de quadros.

A competição começou por se desenvolver primeiro na China, tendo-se estendido a Macau alguns meses mais tarde. Só quatro anos depois chegou a Hong Kong. Nestes 15 anos, Macau já

acolheu quatro finais internacionais. “É sempre uma oportunidade para mostrar o território e o crescimento que têm tido as comitivas oriundas de países muito diversos. Quem cá vem fica impressionado com a mistura cultural que encontra”, refere Tommy Lau, *chairman* da Macau Management Association, entidade que organiza a prova neste território. Também aqui o Global Management Challenge goza de grande popularidade, especialmente entre estudantes e Macau até já foi o vencedor internacional, na edição de 2007.

Global Management Challenge projeta imagem positiva de Portugal no mundo

Professores universitários e um recrutador analisam a competição, a sua projeção mundial e a capacidade de desenvolver conhecimentos

A comitiva portuguesa que acompanhou o desempenho da equipa nacional na final internacional em Macau integrou três professores universitários e um recrutador. Para estes elementos o Global Management Challenge é uma marca de Portugal no mundo e contribui para a qualificação na área da gestão.

Luís Mira Amaral dá aulas ao primeiro ano de engenharia e gestão industrial no Instituto Superior Técnico (IST). Ao olhar para a final internacional comentou que “realizar esta competição a nível mundial põe uma marca portuguesa no mundo e projeta a imagem do país”. Nu-

ma análise mais detalhada à prova revelou que esta simula bem a realidade. “A empresa é um sistema e quando se mexe num setor essa ação tem consequências em todos os outros. Os participantes percebem que não devem tomar decisões bruscas, uma vez que a gestão deve ser suave, gerindo transições”, comentou. Na sua perspectiva a gestão depende muito do bom-senso e da sensibilidade de quem decide e isso é algo que se aprende nesta competição.

Álvaro Nascimento, professor da Universidade Católica do Porto, partilha a opinião de que este desafio projeta a imagem de Portugal. Do cenário que vivenciu em Macau realçou que “as finais internacionais agregam diversas pessoas e são um espaço de aprendizagem e de apreensão de diferentes formas de ver o mundo. É

destes ambientes que nasce a inovação, criatividade e novos negócios”. Aos seus alunos vai transmitir a experiência vivida e a ideia de que a prova é um espaço para estes se mostrarem e realizarem *networking*, tanto em Portugal como nas finais internacionais.

A importância do Global Management Challenge como espaço de aprendizagem é algo também defendido por José Figueiredo, professor do IST. “Os participantes adquirem competências na prova e aprendem fazendo. Num cenário internacional têm ainda a oportunidade de partilhar aspectos culturais com outros países”, explicou. Acredita que a competição estimula quem nela participa a testar os seus limites e a verificar se é capaz de realizar algo. E quando um estudante está aberto ao conhecimento é mais fácil absorver os ensinamentos que

esta iniciativa lhe pode fornecer. Mário Costa, administrador-delegado da Randstad — uma multinacional da área dos recursos humanos — não tem dúvidas de que a prova é importante no desenvolvimento de competências nos jovens. “O nosso apoio à edição portuguesa prende-se com a vontade de apoiar o crescimento dos estudantes possibilitando-lhes esta experiência formativa”. Experiência que cada vez é mais valorizada pelas empresas na altura de recrutarem talentos.

Além de terem presenciado o desempenho das equipas na final internacional, Luís Mira Amaral, José Figueiredo e Mário Costa integraram o júri internacional da competição que se reuniu pela primeira vez em Macau e que conta com elementos de diversos países.



Ricardo Carvalho, Mário Costa, Manuel Carneiro e João Lima, empresários portugueses, integraram a comitiva nacional em Macau (foto de cima). Scott Jones e David Shi, parceiros da China, e Luís Alves Costa, da organização internacional na abertura do evento (foto do meio). Yuliya Kovalevskaya, do Parlamento ucraniano, Anna Degtereva, parceira da Ucrânia, e Pedro Alves Costa, de Portugal, na entrega de prémios (última foto)

PROTAGONISTAS

Francisco Nunes administrador da PT fala das qualidades deste desafio

“A prova desenvolve competências”

A Portugal Telecom (PT) é uma das instituições que há mais tempo patrocina o Global Management Challenge. Além do patrocínio, apoia anualmente a inscrição de dezenas de equipas de quadros. Francisco Nunes, administrador PT com o pelouro dos recursos humanos, conta que a passagem dos seus colaboradores por esta prova é encarada como uma ação de formação que desenvolve competências e alarga horizontes. Trabalha ainda o espírito de equipa, ensina a tomar decisões em situações de

participaram anseiam por uma hipótese de chegar ao pódio e os que ainda não o fizeram, veem na participação uma oportunidade de desenvolvimento pessoal e de destaque perante a organização”, explica o responsável pelos recursos humanos de equipas parte da iniciativa dos colaboradores e estes mostram o desejo de integrar a competição, antes mesmo do seu lançamento oficial.

O facto deste desafio ser muito abrangente e de permitir desenvolver várias competências que se aplicam ou são complementares ao dia a dia de cada trabalhador, foi o que atraiu a atenção da PT e a levou a patrocinar este evento. “Por outro lado, o Global Management Challenge apresentava-se como uma situação competitiva que envolvia várias empresas, diversos tipos de participantes e trabalho em grupo”, salienta Francisco Nunes. Para uma empresa como a PT a ligação a esta iniciativa permite-lhe internamente desenvolver competências no seu capital humano e externamente partilhar da visibilidade e notoriedade já alcançada por este desafio em Portugal.

Com o apoio a formações de quadros, a PT pretende proporcionar aos colaboradores uma experiência de equipa que lhes permita desenvolver competências, para lá das competências técnicas

stress e estimula a capacidade de prever riscos.

Para Francisco Nunes a ligação entre a PT e o Global Management Challenge tem sido uma parceria de sucesso. “Todos os anos temos mais de 50 equipas inscritas e esta prova já se tornou um desafio interno. Os quadros que já



O administrador da PT encara a competição como uma ação de formação FOTO JOSÉ VENTURA

e comportamentais que o seu trabalho diário lhes exige. “É claramente uma oportunidade de desenvolvimento onde imperam a interatividade, a partilha de conhecimentos e experiências, o espírito de equipa e a competitividade. Idealmente esperamos que através desta experiência, os parti-

cipantes consigam importar para o seu trabalho pequenas coisas que se transformem em grandes resultados”, revela Francisco Nunes. Acrescenta que a participação na competição é voluntária e demonstra o empenho e a vontade de que os colaboradores da PT têm de ir mais além, ou seja, de

sair do seu dia a dia e experimentar e desenvolver competências. “Toda a empresa acompanha as equipas, sobretudo pelas notícias internas que vão sendo divulgadas. A direção de desenvolvimento e liderança mantém um acompanhamento mais próximo e vai monitorizado o espírito das forma-

ções e as suas motivações ao longo de todas as fases”, conta o diretor de recursos humanos. Para a presente edição portuguesa da prova, a PT espera que as equipas com a sua chancela sejam maioritárias em todas as voltas, cheguem à final e uma delas vença.

Mas o que é que os quadros podem realmente aprender com a sua passagem por esta iniciativa portuguesa? Para o responsável pelos recursos humanos da PT a resposta é simples. “Aprendem a trabalhar em equipa, absorvem princípios de gestão global, desenvolvem a capacidade de design estratégico e de construção de uma visão alargada, treinam a tomada de decisão em stress e a capacidade de previsão/assunção de risco”, revela Francisco Nunes.

Sendo uma das mais antigas patrocinadoras do Global Management Challenge a PT tem sido uma observadora privilegiada desta competição organizada há mais de 30 anos pelo Expresso e a SDG. Na perspetiva de Francisco Nunes, “o Global Management Challenge tem a capacidade de expor os seus participantes a situações realistas, mas bastante mais abrangentes do que as missões individuais das direções de cada empresa, ou seja, uma pessoa tem a oportunidade de atuar sobre muito mais variáveis do que as que opera no seu dia a dia”. Acrescenta ainda que apesar de ser uma competição, nunca se perde ao longo deste processo o bom ambiente e o espírito de diversão.

A internacionalização do Global Management Challenge também não tem passado despercebida à PT. “Pensamos que o seu crescimento será para o estrangeiro, hipótese que vemos com muito interesse, já que permitirá enquadrar os participantes numa realidade global e aumentar o *networking*. A maioria das empresas tem localizações globais e será muito interessante ver colegas de diferentes escritórios em competição. É o género de ação que irá alavancar o espírito e a cultura global da empresa”, finaliza Francisco Nunes.

Rui Semedo Presidente do Alumnigmc, explica o que é e quais os objetivos desta rede de antigos participantes

“Seremos um espaço de troca de experiências”

A organização do Global Management Challenge lançou em fevereiro o Alumnigmc, uma rede que agrega os antigos participantes desta competição. Rui Semedo, atual presidente do Banco Popular Portugal e antigo participante nas edições de 1985 e 1986, foi convidado para presidir a este organismo. Unir pessoas em torno de uma experiência comum, trocar saberes, ideias e projetos e levar mais longe esta prova portuguesa, são os objetivos que o líder do Alumnigmc pretende alcançar.

Neste momento o sítio na internet www.alumnigmc.com, a face mais visível da rede de antigos participantes deste desafio, agrega já perto de mil elementos. Um número que irá crescer uma vez que ao longo dos seus 32 anos de existência já passaram por esta prova cerca de 50 mil pessoas em Portugal. Para Rui Semedo, “criar um círculo que nos reúna é uma forma de manter vivo e desenvolver o espírito do Global Management Challenge”. Como presidente deste organismo propõe-se “contribuir para aglutinar muitas experiências e energias individuais e delas fazer brotar novas ideias e iniciativas conjuntas”.

Como em qualquer associação, o importante é juntar e fazer com que o total seja maior do que a soma das partes. Atual-



Na qualidade de líder do Alumnigmc, Rui Semedo quer auxiliar na promoção desta iniciativa portuguesa FOTO JOSÉ VENTURA

mente existe um vasto e disperso conjunto de pessoas que têm em comum a vivência da competição. A partir desta base, a ideia é trocar experiências. Explica Rui Semedo que “sendo o Global Management Challenge um simulador do processo de tomada de decisão dentro de uma empresa, quanta inspiração poderemos ir buscar hoje a um alargado grupo de pessoas com trajetórias muito diferentes, mas certamente ricas. Esta iniciativa ganha ainda mais relevo num momento em que todos seremos poucos para puxar pelo que há de melhor em Portugal”. A importância do trabalho de equipa e da confiança no processo de tomada de decisão; a capacidade para interpretar o que se passa à nossa volta; e o contributo do espírito competitivo para a inovação e geração de resultados, são, na perspetiva de Rui Semedo, os três pilares que fundamentam esta competição, bem como a vida das organizações.

Um dos principais objetivos do presidente do Alumnigmc é levar ainda mais longe este desafio e fazer dele uma verdadeira referência na formação dos quadros que terão a responsabilidade de conduzir os destinos das organizações nacionais. “Somos nós, os portugueses, vulgarmente acusados de não sermos capazes de decidir, executar e trabalhar em equipa, sendo a debilidade do

nosso tecido empresarial uma das mais evidentes consequências dessas nossas fragilidades. O Global Management Challenge é um bom instrumento para treinar e desenvolver atributos decisivos em quem gere nos diferentes níveis das organizações”, comenta Rui Semedo. Acredita ainda que estimular as relações de proximidade entre os antigos participantes pode ser interessante para todos os envolvidos. “Num mundo cada vez mais feito

“

A competição é um treino mental que abre horizontes, promove a reflexão, a discussão e afina a agudeza competitiva

de interdependências, alargar o leque das nossas relações e influências é hoje decisivo”.

A participação do atual presidente do Banco Popular Portugal na competição remonta à década de 80. “Ao longo de 30 anos de vida profissional participei em muitas iniciativas, mas pelo Global Management Challenge, nessa altura Jogo de Gestão, guardo um carinho muito especial”, revela Rui Semedo. Era na

altura um jovem quadro do já desaparecido Banco Pinto & Sotto Mayor. Recorda as discussões em equipa em torno dos resultados, as horas que passaram a construir cenários e a espera pelas consequências das decisões tomadas.

“A prova aproximou-me do processo de formação das decisões, fazendo-me entender que em grande parte os resultados que alcançamos são uma consequência da nossa capacidade para interpretar o que se passa à nossa volta. Quanto maior a nossa capacidade para relacionar variáveis e para ver o que não é óbvio, maior a probabilidade de estarmos no caminho certo”, explica o presidente do alumnigmc. Acrescenta ainda que esta participação estimulou-lhe o espírito competitivo e a vontade de superar objetivos, elementos fundamentais à vida numa sociedade competitiva e muito seletiva. Pela experiência que viveu, Rui Semedo recomenda a participação nesta iniciativa. “A competição é um treino mental que abre horizontes, promove a reflexão, a discussão e afina a agudeza competitiva”, comenta. Aos estudantes proporciona um primeiro contacto com a realidade e aos quadros é um teste em equipa. Ajuda a desenvolver comportamentos e facetas que tornam as pessoas mais fortes no dia a dia das organizações.