

Académicos avançam propostas para melhorar a gestão em Portugal

O nível de instrução dos gestores influencia as práticas das empresas e tem reflexo nos seus resultados. Conheça as perspetivas das escolas de economia e gestão sobre o tema. *Por Almerinda Romeira*



JOSÉ CRESPO CARVALHO
Presidente do Iscte
Executive Education

1 A gestão parece-me boa quando tem formação apropriada para tal. Menos boa aquela que não quer crescer e não está mentalizada para o crescimento a vários níveis: proposta de valor, subida na cadeia de valor, agregação de valor em produtos e serviços, marca, boas *supply chains*, boa qualificação de fornecedores, boa comunicação, boa estrutura de capitais, *touch base* com clientes.

2 Só vejo uma forma e não está enfiada pelo que faço. As pessoas, os seres humanos, precisam de formação. E cada vez mais formação ao longo da vida. Dito isto, a formação é essencial para obter, refrescar, estruturar, consolidar conhecimento e para *network*, para criar vivências e experiências que marquem e criem impacto. Acima de tudo que permitam que os gestores saibam usar ferramentas rápidas para resolver os seus problemas.

3 Sempre fez. Não o está a fazer de novo. Temos vários cursos para *management level* onde se pretende exatamente capacitar e potencializar as pessoas dotando-as dos instrumentos que precisam para fazerem gestão. Para liderarem. Para gerirem melhor todos os recursos e se relacionarem com os seus *stakeholders* de uma forma estruturada e frutuosa. E temos um sem número de cursos customizados e feitos à medida das empresas.

Parece, no entanto, que nós apenas trabalhamos para Portugal e que Portugal é que é o grande mercado. Acho que não podemos e não devemos pensar assim. Nem em ensino superior nem em formação de executivos. Nós temos de internacionalizar - que aliás é um dos nossos pilares fundamentais no ISCTE Executive Education - e fazer formação para fora. O mercado português é pequeno demais para podermos fazer projetos interessantes e com dimensão. E infelizmente está a tornar-se um *red ocean* onde só se pensa em preço e não em investimento. Transformar a formação numa *commodity* é não perceber o valor da formação para o *boosting* das empresas.