

A competição mostra a vida das empresas

António Palma dos Reis é professor catedrático do ISEG e integrou este desafio quando estava a estudar Gestão, no final dos anos 80

O fascínio de simular a realidade de uma empresa através de modelos em computador e de testar, em ambiente competitivo, a qualidade das decisões foi o que levou António Palma dos Reis a participar, nos anos 80, no Global Management Challenge. Estava no final da sua licenciatura em Gestão no ISEG e recorda a “emoção de superar todas as eliminatórias até à final nacional”.

Com 54 anos, este antigo participante é professor catedrático e presidente do Departamento de Gestão do ISEG. O seu percurso profissional tem-se centrado nesta instituição de ensino superior, com funções letivas, de investigação e gestão universitária. Colaborou com várias empresas através do Centro de Estudos de Gestão do ISEG e concluiu o seu mestrado e doutoramento nos Estados Unidos da América.

Em relação ao Global Management Challenge, revela que “aquilo de que guardo memórias mais intensas refere-se à estratégia utilizada para ganhar vantagem na primeira eliminatória. Em jogos de simulação é expectável que as equipas dentro de cada grupo se inspirem nas que vão mais à frente em cada momento de publicação de resultados, copiando as estratégias que sejam perceptíveis. É ideal ter bom desempenho, mas que não seja percebido pelos competidores”.

Apercebeu-se, na altura, de

que os produtos em vias de fabrico eram subavaliados pelo modelo de avaliação.

Estratégia arrojada

“Desenvolvi a melhor estratégia de mercados e preços que consegui, mas deixei muitos produtos por concluir, para que o modelo de avaliação do sistema subavaliasse a minha empresa. O resultado foi excelente e na primeira publicação de resultados a minha empresa tinha vendido bem e a bom preço, mas ficou em último lugar do grupo.” A sua equipa contava com o apoio da Tranquilidade e conta que foi um telefonema difícil explicar ao seu apoiante “que era um último lugar fictício, pois havia muito valor oculto em produtos em vias de fabrico, que estavam intencionalmente subavaliados para que os concorrentes menos elucidados fossem competir nos mercados dos nossos concorrentes e não diretamente connosco”. Nas semanas seguintes tudo mudou, a estratégia deu frutos e a sua equipa passou para o primeiro lugar do seu grupo.

Para António Palma dos Reis as aprendizagens mais relevantes que se retiram desta experiência são “a visão integrada das várias áreas da empresa e a capacidade e a aplicabilidade da modelização”. Acredita que esta é uma competição que sensibiliza os participantes para a necessidade de integrar as várias funções de uma firma, treina-os na modelização da empresa como forma de aconselhar as decisões e promove o trabalho em equipa.

