



OPINIÃO



A agricultura: um negócio de moda?

FRAÚSTO FERREIRA

Diretor do Programa GAIN da AESE

Agricultura está na moda. E como todas as modas... corre o risco de ser passageira. Encará-la como uma área de negócio pode levar à recuperação de ideias que estavam adormecidas e à criação de novos projetos. Para serem bem sucedidas, estas ideias têm de ser concretizadas, plasmadas em papel, em estudos, de forma a avaliar a sua sustentabilidade.

Em diálogo com agentes do sector agrícola e da indústria agroindustrial, constatámos existir uma lacuna na oferta de formação para empresários, gestores e dirigentes; no fundo, destinada a responsáveis que operam neste terreno fértil. E assim surge uma nova proposta da AESE, que se apresenta como um parceiro, oferecendo uma plataforma de aprendizagem integrada e de compromisso na Direcção de Empresas.

O GAIN – Direcção de Empresas agrícolas e agro-industriais assenta num olhar para dentro das empresas, da sua constituição, reorganização e, obviamente, sustentabilidade estratégica, sem esquecer o meio envolvente e acautelando todas as variáveis exógenas. Como empresas que vendem produtos, importa pensar e atuir de forma a operacionalizar processos, colocar a tecnologia certa ao serviço do negócio e suscitar inovação frutuosa, que potencie um crescimento económico da empresa, do sector e do País.

Uma empresa apresenta um produto ao mercado e precisa de vendê-lo. Como fazê-lo de forma a disponibilizá-lo ao cliente nas melhores condições, de forma a satisfazer uma necessidade, em tempo oportuno? A resposta reside num conjunto de tomada de decisões constantes, que a AESE propõe cultivar e aperfeiçoar, através do Método do Caso, celebrizado pela Harvard Business School. Decisões fundamentadas com base em informação credível, em parte alavancada pela contabilidade, controlo e finanças. Será este o caminho para manter “a moda”, promovendo o emprego e a riqueza tão necessários a Portugal.

Um dos traços distintivos do GAIN da AESE consiste em propor a atenção às pessoas. É um convite aos dirigentes para encararem os seus clientes, fornecedores e colaboradores – e, no limite, a olharem para si mesmos – não só como capital gerador de riqueza, mas como portadores de um projecto de vida. ■

Em diálogo com agentes do sector agrícola e da indústria agroindustrial, constatámos existir uma lacuna na oferta de formação