



FOTOS ROBERTO SETTON

Médico e especialista em Administração Hospitalar, com mestrado e doutorado em cirurgia torácica e cardiovascular pela USP, **JOSÉ MANOEL DE CAMARGO TEIXEIRA** concluiu o CEAHS em 1977. Um ano depois, tornava-se professor da FGV-EAESP, e em seguida foi coordenador do CEAHS. Foi diretor do Instituto do Coração do Hospital das Clínicas (HC) da USP de 1979 a 2001, e atualmente é superintendente do HC.

O que mudou na gestão dos hospitais e sistemas de saúde nos últimos anos?

Desde o final dos anos 1960 os hospitais vêm incorporando tecnologias cada vez mais avançadas e equipamentos de grande porte, além de procedimentos terapêuticos complexos. Com isso houve um aumento progressivo no número de funcionários e, com o avanço do conhecimento, foram incorporados fisioterapeutas, fonoaudiólogos, biomédicos etc. Essa complexidade passou a exigir administradores capacitados. Hoje, ao contrário do que costumava ocorrer no passado, não se pode mais pensar em uma gestão hospitalar que não seja profissionalizada.

Nesse contexto, como o senhor avalia os cursos voltados à gestão hospitalar?

Devido ao crescimento da área da saúde, a demanda por gestores qualificados tem aumentado muito. Como os cursos de primeira linha formam uma quantidade determinada de pessoas e contam com processos de admissão rigorosos, aulas presenciais, trabalhos, provas etc., outros cursos apareceram para suprir a necessidade do mercado. Surgiram cursos de fim de semana, com carga horária menor e processos menos rigorosos.

Quais tendências o senhor vislumbra no ensino da gestão hospitalar?

Hoje os cursos de especialização são bastante abrangentes, e muitas vezes o gestor precisa de um conhecimento mais específico. Uma tendência é criar módulos avançados oferecidos após o curso, como se fosse uma subespecialização. Mestrados profissionalizantes também podem ser pensados. Assim como ampliar o ensino de administração hospitalar nos cursos de graduação em Administração. Com isso teríamos uma corrente, desde a graduação, passando pelos cursos de aprimoramento, até o mestrado e doutorado.

GUILHERME DE ALMEIDA PRADO graduou-se em Administração de Empresas pela FGV-EAESP em 1999 e em 2008 concluiu o MPA-FGV, defendendo uma dissertação sobre o tema "Retorno sobre investimentos em ações promocionais". Atualmente, é sócio e diretor geral da Plano1, agência de marketing promocional fundada em 2001. Em novembro de 2009, Guilherme tornou-se presidente da Associação de Marketing Promocional (Ampro).

Conte um pouco da sua carreira.

No último ano da graduação na EAESP, em parceria com meu irmão, iniciei um negócio voltado à comercialização de mídia *out-of-home*. Durante dois anos, desenvolvemos diversos projetos de mídia em shoppings, aeroportos e restaurantes e ganhamos um contrato com a Varig, com quem desenvolvemos um projeto de mídia a bordo pioneiro no Brasil. Entretanto, embora crescesse muito nos Estados Unidos, este era um negócio que no Brasil ainda estava engatinhando. Aos poucos, fomos criando serviços agregados, até que resolvemos estruturar uma agência de promoções e eventos: a Plano1. A agência hoje tem mais de 70 profissionais e atende clientes como Colgate, VisaNet, Carrefour, Melitta, Bauducco, Cadbury Adams, Mars, Novartis, entre outros.

Qual foi o principal desafio nessa trajetória?

Foi montar meu próprio negócio. Empreender é bastante complexo e empreender no Brasil, mais ainda.

Quais foram as lições aprendidas desde então?

Não desistir!

Quais lições você teria a ensinar a um estudante de administração?

Se você deseja montar um negócio próprio, tenha em mente que é preciso muita determinação e saber escutar o máximo de pessoas possível.

