



Se existe um segredo para o sucesso das organizações, permanece secreto pois ninguém sabe qual é. Na APH há sucesso, mas não há segredos. Há estímulos coerentes com a estratégia que conduz aos resultados desejados. Quando há três anos apresentámos as linhas programáticas para o nosso mandato tivemos de estabelecer estímulos e manter a sua coerência ao longo do ciclo.

Foi com estímulos bem orientados que envolvemos 300 alunos de agronomia e duas dezenas de empresas numa competição formativa de âmbito nacional, com imersão emocional, cognitiva e comportamental, para servirmos os nossos sócios-estudante. Cerca de 2500 participantes foram estimulados a participar em 8 reuniões científicas e técnicas organizadas pela APH com a publicação de mais de 1000 artigos nas Atas Portuguesas de Horticultura, agora indexadas pelo CAB. Foram os estímulos que ampliaram e rejuvenesceram a base de sócios da associação que, felizmente, se tem sabido manter jovem e relevante. Foi com estímulos que alargamos o alcance da nossa revista trimestral que passou a dar eco mais amplo do rico e diverso mundo da horticultura. Foi com estímulos que ampliámos o ciberespaço ocupado pela APH, longe dos tempos pré-históricos em que eu, na altura secretário da direção, pedi o registo do domínio. É também com o alinhamento dos estímulos que evitamos a apropriação da APH por interesses particulares, que impedimos o comodismo, que mantemos a robustez financeira e a independência da nossa associação. Servir uma associação com um programa de atividades ambicioso é uma atividade muito exigente para dirigentes voluntários. Essa é uma das razões pelas quais a mudança de dirigentes é es-

Estímulos alinhados

sencial para evitar a astenia das organizações ou a confusão entre as esferas do património pessoal com os meios que as associações captam para prosseguir a sua missão, como é sabido e notícias recentes nos recordam.

Não há segredos conhecidos, mas há conhecimentos ignorados. Richard Thaler foi este ano premiado com o Nobel pelos seus contributos para a economia comportamental. Já antes Daniel Kahneman tinha merecido a distinção na mesma área. Estes prémios colocaram na agenda temas importantes como a arquitetura da decisão e a importância dos estímulos. Nudge é o meme que capta o tema no espaço de um *tweet* e nos milissegundos que conseguimos focar a atenção nos tempos que correm. É o pequeno estímulo que nos conduz numa direção. Este conhecimento é importante para os dirigentes das associações científicas e técnicas que se confrontam, por todo o lado, com decisões fluidas e incompreendidas dos *stakeholders*. Não adianta reagir com lamentos, mas entender as motivações, alinhar os estímulos e fazer a arquitetura da escolha. Definida a orientação estratégica, alinhem os estímulos, os grandes e os pequenos nudge.

Neste ciclo de serviço na direção da APH satisfez-me sentir a capacidade de resposta, a fluidez organizacional, a aventura dos novos projetos inovadores e a solidariedade da equipa. A nova direção rejuvenescida e renovada, simultaneamente experiente e arejada, saberá alinhar os estímulos e os nudge para este novo ciclo. ■

Domingos Almeida

Presidente da APH
presidente@aphorticultura.pt