

COMPETIÇÃO

Um desafio que une empresas e academia

A Accenture aposta nos estudantes e apoia equipas de engenharia da Universidade do Minho



Avaliar e atrair talento e estreitar laços com universidades tem sido ao longo dos anos o posicionamento da Accenture Portugal, sempre que apoia equipas de estudantes no Global Management Challenge (GMC). Na segunda edição da primeira volta da competição a consultora está representada por quatro equipas de estudantes da área da engenharia da Universidade do Minho (UM), estrutura onde já recrutou.

“O Minho tem um enorme potencial, universidades de excelência e um grande polo de talento nas áreas de engenharia e informática”, explica Rui Sales Rodrigues, diretor de marketing e comunicação da Accenture Portugal. Recentemente a consultora inaugurou o Braga Delivery Center, situado na capital desta região, que presta serviços na área de tecnologia para apoiar os seus clientes em Portugal, Europa, América do Norte e Latina. Tem 100 profissionais qualificados e irá duplicar a sua capacidade até ao final do próximo ano. Conta Rui Sales Rodrigues que são vários os colaboradores da consultora que fizeram a sua formação universitária na UM. “Este polo

universitário tem contribuído de forma decisiva para a formação do talento de excelência muito valorizado pelo mercado e em especial pela Accenture”, frisa.

Recrutar talento

O Global Management Challenge simula um ambiente empresarial em que cada equipa gere uma empresa com o objetivo de obter o melhor desempenho do investimento, o que na opinião de Rui Sales Rodrigues permite aos alunos treinar as suas competências de estratégia e gestão num contexto real. É ainda, acrescenta, “uma importante oportunidade para aumentar a notoriedade e reputação da Accenture junto de potenciais candidatos e internamente, de forma a atrair e reter os melhores talentos para a empresa, ao permitir a interação com um número significativo de estudantes universitários e profissionais”.

Uma opinião corroborada por Fernando Alexandre, pró-reitor de valorização do conhecimento da UM. Acredita que “as empresas patrocinadoras têm a oportunidade de observar de forma muito próxima e numa perspetiva que os processos de recrutamento nem sempre permitem, as competências dos membros das equipas”. Numa outra vertente, mais ligada ao ensino, salienta que a participação em simulações de estratégia e gestão e estudo de caso, são uma componente muito valorizada na instituição de ensino de



António Vieira, Bruno Lopes, Alexandre Azevedo, Gonçalo Dias, Hugo Costa, Pedro Silva e Francisco Ramires da UM

que faz parte. E esta competição que se desenvolve num contexto bastante complexo e estimulante é mais uma experiência formativa para os seus alunos, acrescentar ao que aprendem em sala de aula.

Os estudantes têm também como claro os benefícios para a sua formação e futura vida profissional de integrarem o Global Management Challenge. Bruno Lopes, líder da equipa Accenture/Focum, acredita que esta experiência é benéfica para o seu futuro e dos seus colegas, já que aqui têm de lidar com casos reais ou similares de empresas, o que lhes permite ganhar experiência nesta área. “Este tipo de iniciativas é também uma boa forma de aproximar as empresas do mundo universitário e nós, enquanto estudantes, devemos aproveitar estas oportunidades. Além desta aproximação, permite-nos

Os estudantes trabalham em equipa, aprendem mais sobre gestão e desenvolvem competências nesta iniciativa

desenvolver competências comportamentais e sendo estas cada vez mais valorizadas aquando de uma entrevista de trabalho, é óbvio que este concurso será sempre uma porta de entrada direta ou indireta para o mercado de trabalho”, defende.

O ‘poder’ da prova

Já Francisco Ramires, chefe da formação Accenture/Trouxou, vai mais longe na sua explicação e defende que, no caso da sua equipa e sendo alunos de mestrado integrado em engenharia e gestão industrial, necessitam de ter uma compreensão transversal daquilo que são as engrenagens que movem uma empresa e é esse o poder do Global Management Challenge.

“Permite-nos não só aprender, mas, mais importante, aplicar o que aprendemos”, salienta. É por isso que vê esta prova como uma forma de se salientarem perante futuros empregadores, uma vez que “no mundo dinâmico de trabalho que vivemos atualmente, mais importante que a teoria adquirida durante a universidade, é a capacidade de sermos flexíveis a todo o tipo de problemas e essencialmente àqueles que nos são apresentados no dia a dia. É esta habilidade de nos moldarmos a diferentes problemas que pode ter verdadeiro impacto numa empresa e é isso que esperamos levar desta experiência”, finaliza.

António Vieira, aluno de

Classificação após a 1ª decisão — 1ª volta 2ª EDIÇÃO

1º LUGAR	2º LUGAR
Caravela/Gogogo	IEFP/Apressa
IEFP/Power	IEFP/Biomanager
Garantia Jovem Róz	IEFP/Besties
IEFP/Navigation	IEFP/Timetowin
Caravela/The Best	IEFP/Wteam
IEFP/Gestontop	IEFP/Cájoma
IEFP/Ederzitos	Caravela/Jinks
IEFP/Krc	IEFP/Whph
IEFP/Magnatos	IEFP/Maxabit
Garantia Jovem Mebyolos	IEFP/Flix

VEJA AS CLASSIFICAÇÕES TOTAIS EM WWW.EXPRESSO.SAPO.PT/ECONOMIA/WORLDMGC

DE VOLTA À COMPETIÇÃO

O calendário do Global Management Challenge teve este ano uma pequena alteração, a primeira volta é composta por duas edições. A primeira decorreu entre maio e junho e a segunda começou esta semana, com a tomada da primeira decisão e termina no dia 27. Durante este período as 70 equipas agora em prova terão de tomar cinco decisões sobre o destino da empresa que lideram. No final deste processo, ou seja, na quinta e última decisão, as formações que estiverem na liderança do seu grupo irão participar na segunda volta da edição de 2017, agendada para o final de setembro. Após a tomada desta primeira decisão, o IEFP é a entidade com mais equipas no topo de grupo — seis.

doutoramento em sistemas avançados de engenharia para a indústria, lidera a equipa Accenture/Puzzle que contém ainda alunos de mestrado integrado em engenharia industrial e de sistemas. “Do ponto de vista da equipa, acreditamos que este desafio vai ter implicações positivas na nossa maneira de trabalhar, visto que nos obriga a encontrar um equilíbrio nas decisões que tomamos. É

um fator importante visto que temos formações bastante diversificadas e linhas de pensamento distintas”, frisa. Na sua opinião e sendo este “um jogo extremamente minucioso onde qualquer decisão pode ter um impacto decisivo nos resultados, permite-nos inteirar sobre o que é a tomada de decisão numa organização empresarial”.

MARIBELA FREITAS
mfreitas.externo@impresa.pt

Os desafios que a banca nacional enfrenta

A reputação, qualidade de serviço e não perder o rumo no contexto digital, são para António Ramalho, do Novo Banco, aspetos que vão marcar a vida do sistema financeiro

António Ramalho, presidente executivo do Novo Banco, foi o convidado da mais recente edição das “Conversas com sucesso”, organizadas no final de junho, em Lisboa, pela rede Alumnigmc, formada pelos antigos participantes do Global Management Challenge. Numa palestra subordinada ao tema “Nova banca, novos desafios” traçou perante uma plateia atenta as situações que nos próximos anos vão pôr a banca à prova, entre as quais se contam a melhoria da sua reputação e

criar uma estrutura de confiança que beneficie a relação com os seus clientes.

Na perspetiva de António Ramalho são três os grandes desafios que a banca portuguesa encara nos próximos dez anos. “Enfrentamos a redução do crédito malparado que faz parte de um dado histórico da banca portuguesa e que esta tem de transformar rapidamente numa solução que possa trazer proveitos para que consiga menos custos e possa beneficiar de algumas das imparidades que já realizou”.

Defendeu ainda que é necessário continuar o enorme esforço de custos no sentido de aproveitar a eficácia e transformá-la num valor de marketing, de entrega e qualidade de serviço aos clientes e melhorar a reputação

perante o mercado e os reguladores internacionais, criando desta maneira uma estrutura de confiança no sistema.

Para o presidente do Novo Banco é também “um dever dos bancos devolver a confiança que os clientes tiveram com eles em Portugal durante a crise”. Enquanto que os clientes gregos, cipriotas e irlandeses tiveram dúvidas sobre o seu sistema financeiro, os portugueses acreditaram nele. Agora é altura de retribuírem essa mesma lealdade.

Banca de proximidade versus mundo digital

Mas não são só desafios que a banca enfrenta, no seu futuro António Ramalho vislumbra também dilemas. Um deles diz respeito à manutenção de uma



António Ramalho foi o orador das “Conversas com sucesso”

banca de proximidade numa era digital como a que se vive atualmente.

“Como é que nós conseguimos que esta vantagem da

banca pessoal, da relação de proximidade se mantenha e se preserve quando temos tanta instrumentação digital ao nosso dispor”, inquiriu o ora-

dor. Não tem dúvidas de que as instituições bancárias serão capazes de dar a volta a esta situação, tal como fizeram no passado, na medida em que “são muito inovadoras e não há quase nada que tenha sido descoberto em banca que não tenha passado por Portugal”, frisou. Lembrou novamente que existe qualidade de serviço ao cliente e isso pode fazer a diferença neste processo.

No futuro vai continuar a existir uma nova geração de banqueiros, a par de uma também nova geração de clientes que vão estabelecer entre si novas relações. Contudo estas “nunca poderão prescindir da proximidade, da relação pessoal, conjuntamente com as capacidades que o modelo digital permite”, finalizou. M.F.