

EMPREGABILIDADE

Pitch Bootcamp já garantiu emprego a 3500

O acelerador de carreiras português prepara nova edição

É português, foi pensado para ajudar a alavancar a carreira de jovens recém-licenciados e a “Forbes” destacou-o como um exemplo de boas práticas nesta matéria. Em cinco anos, o projeto de Miguel Gonçalves e Tânia Delalande, o Pitch Bootcamp, ganhou dimensão internacional e abriu as portas do mercado de trabalho a 3500 jovens. O programa, desenvolvido pela agência de recrutamento Spark, soma 97 edições, já envolveu mais de 10 mil alunos de várias universidades, quatro mil profissionais e mais de 1350 empresas, num intercâmbio de jovens que Miguel Gonçalves diz ser totalmente focado em “acelerar carreiras no mundo”. A próxima edição, em solo nacional, está marcada para 10 e 11 de novembro, na Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa (Nova FCT).

“O Pitch Bootcamp assume-se como um projeto a duas dé-

cadadas que tem como principal objetivo tornar-se o mais impactante programa de aceleração de carreiras do mundo”, explica um dos seus mentores, Miguel Gonçalves. O projeto português rapidamente escalou para 17 geografias mundiais, decorrendo hoje em países como o Brasil, a Polónia, Chipre ou a Bélgica.

O conceito é simples. Durante dois dias, o Pitch Bootcamp reúne num mesmo espaço estudantes e recém-licenciados, empresas e profissionais, especialistas nas suas áreas de atuação, num espaço de aprendizagem e partilha onde os recém-diplomados aprendem a valorizar-se enquanto candidatos a um emprego e têm a oportunidade de se apresentar às empresas presentes.

Estratégias empresariais

“Pegámos nos princípios da gestão de negócios e aplicamo-los às carreiras”, explica



Em cada edição do Pitch Bootcamp participam em média 180 estudantes

Miguel Gonçalves, que resume a essência do programa a “ensinar os alunos a vender as suas competências, que têm um valor claro para o mercado”. O mentor do Pitch Bootcamp argumenta que “há entre os jovens um profundo desconhecimento das oportunidades de carreira e do real valor das suas competências para as empresas”. O que o programa faz é trabalhar estas vertentes.

O primeiro dia do Pitch Bootcamp trabalha essencialmente as questões ligadas à ética e ao profissionalismo, com uma formação assegurada pela Spark em torno de quatro pilares fundamentais de aproximação ao mercado: produto, o que vendes? (as competências de cada candidato); cliente, a quem vendes?; proposta de valor, como se constrói uma boa relação entre o produto e o cliente; e a comunicação, como garantir que se está a passar a mensagem de

forma eficaz? Para o segundo dia, está reservado um *pitch* (apresentação) às empresas. “Aqui, num *blind date* (encontro às cegas) com quatro jurados de diferentes empresas, os *bootcampers* apresentam, em dois minutos, a sua proposta de valor e demonstram todo o seu potencial”, explica Miguel Gonçalves. Aos jurados, cabe avaliar a prestação do candidato.

Para o mentor do projeto, “o que distancia o Pitch Bootcamp de todos os outros programas de desenvolvimento de carreira é a honestidade e transparência com que se estabelecem relações”. Miguel Gonçalves reforça que “os profissionais das empresas estão presentes para ajudar ou contratar jovens e os *bootcampers* para fechar negócio. A abordagem é comercial e desenhada para simular e mimetizar o ambiente de mercado” que é, afinal, em tudo semelhante ao da carreira. É que “acabou-se o tempo em

NÚMERO

10.000

é o número de jovens que passaram pelo Pitch Bootcamp nos últimos cinco anos

180

é o número médio de participantes por cada edição do programa

que as empresas tinham a faca e o queijo na mão. É verdade que os jovens precisam de emprego e de oportunidades de crescimento profissional, mas as empresas também precisam do seu conhecimento, das suas competências e inovação para acompanhar a evolução do mercado”. A proposta de valor, garante, “tem hoje de ser apresentada por ambas as partes”.

O Pitch Bootcamp é sempre realizado em universidades. Até ao final do ano estão previstos ainda dois *bootcamps*. O primeiro acontece a 10 e 11 de novembro, na Nova FCT, e um segundo está previsto para 24 e 25 de novembro, na Universidade do Minho, em Braga. A participação no evento tem um custo de €30 e está aberta a jovens estudantes ou recém-graduados do ensino superior, com menos de 30 anos e experiência profissional até dois anos.

CÁTIA MATEUS
cmateus.externo@impresa.pt

COMPETIÇÃO

Os desafios diários que a banca enfrenta

A concessão de crédito, poupança e digitalização, são fatores que marcam a vida do sistema financeiro nacional



Paulo Macedo, CEO da Caixa Geral de Depósitos, foi o convidado de mais uma edição de “Conversas com sucesso”, organizada esta semana em Lisboa, pela rede Alumnigmc, formada pelos antigos participantes do Global Management Challenge. Em discussão estiveram os desafios que a banca nacional enfrenta e que para o orador passam pela necessidade de ir de encontro às expectativas dos portugueses em questões relacionadas com uma maior digitalização, atribuição de crédito e soluções de poupança.



Paulo Macedo, diretor-geral da CGD, foi o orador de mais uma “Conversas com Sucesso” organizada pela rede Alumnigmc

Na análise que fez, Paulo Macedo afirmou que um dos desafios da banca passa por dar novas alternativas de aplicações, além das tradicionais, quer seja em fundos de investimento, seguros ou outros produtos de poupança, para que os clientes não fujam para o consumo. Lembrou

ainda que o país reduziu o crédito o que resultou num menor endividamento e maior sustentabilidade. Contudo “os bancos têm de emprestar dinheiro para ter a sua atividade e assegurar o seu futuro e há atualmente capacidade de emprestar dinheiro a bons projetos, a quem tem oportu-

nidades de mercado e quer investir e nós precisamos no país de muito investimento”.

Tornar os bancos mais rentáveis, dar uma melhor resposta a nível de custos e responder à crescente necessidade de digitalização são ainda aspetos a considerar. Neste último domínio frisou “que há clientes que não querem ir a uma agência, preferem utilizar o ATM ou o telefone e cabe-nos manter um conjunto de agências bancárias com boa cobertura, mas também oferecer disponibilidade a quem quer ter acesso 24 horas nos sete dias”.

E como as pessoas são fundamentais nas organizações, Paulo Macedo não deixou de salientar que iniciativas como o Global Management Challenge “fazem os participantes correrem riscos, exporem-se, aceitarem desafios e a trabalharem em equipa, competências que queremos nas nossas empresas”.

MARIBELA FREITAS
mfreitas.externo@impresa.pt

Classificação Final — 2ª volta

1º LUGAR
CGD Master Plan
EDP_Highlanders
Predict By Chronopost
Staples/Vsc 4 Ever
Zurich Intelligence
Caravela/Jinks
IEFP/All Stars
IAPMEI/Ftcarvalho — Jsi

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

OITO EQUIPAS NA FINAL

Com a tomada esta semana da quinta e última decisão da segunda volta da prova, as equipas que conseguiram atingir o topo dos seus grupos, foram apuradas para disputar a final nacional, agendada para 13 de novembro, em Lisboa. Destas oito equipas, cinco são formadas por quadros, duas por estudantes e uma é mista, ou seja, integra estudantes e quadros. Na final nacional terão de tomar cinco decisões de gestão e na última, a formação que tiver o melhor valor de desempenho, vencerá. Embora a final decorra a 13, só um dia depois, numa cerimónia em Lisboa, será revelado o nome do campeão do Global Management Challenge 2017 que irá representar Portugal na final internacional, em abril do próximo ano, no Dubai.