

Miguel Setas (EDP)



“É para nós muito importante patrocinar e participar numa competição portuguesa com o cariz internacional e o prestígio do Global Management Challenge. Contando já com o envolvimento de mais de 30 países, o seu carácter global está alinhado com a visão global que pretendemos associar às iniciativas corporativas do grupo EDP” P4

António Valadas da Silva (IEFP)



“Este desafio é uma oportunidade para os participantes aperfeiçoarem competências técnicas, de relacionamento e liderança num quadro de funcionamento de uma empresa. Com isso, treinam a capacidade de gerir os meios e os recursos de que dispõem, designadamente em situações complexas e contextos de incerteza” P4



Este caderno faz parte integrante do Expresso nº 2282 de 23 de julho de 2016, não podendo ser vendido separadamente



Na prova as formações intervêm em áreas como a produção e finanças

Competição ensina a gerir uma empresa

Participar no Global Management Challenge é viver a experiência de integrar o conselho de administração de uma organização e vê-la crescer num mercado competitivo

Textos **MARIBELA FREITAS**

O Global Management Challenge foi lançado em agosto de 1979 pelo Expresso e a SDG e um ano depois realizou-se a primeira edição. Desde o seu início que os participantes têm de tomar decisões de gestão em áreas como o marketing, recursos humanos, finanças e produção, num mercado competitivo, com

o objetivo de obter os melhores resultados para a sua empresa. Até agora mais de meio milhão de pessoas já integraram esta iniciativa em todo o mundo. Para que a experiência se aproxime ao máximo da realidade, o simulador que serve de base à competição já teve várias versões ao longo dos anos e cada uma introduziu novas decisões para tornar o modelo cada vez mais complexo.

Seja na primeira, segunda volta ou mesmo na final nacional, as equipas formam o conselho de administração da sua empresa. É-lhes confiada uma organização para gerirem durante um período, com dados dos últimos cinco trimestres de atividade, para que possam analisar as decisões dos seus antecessores e verificar o impacto das mesmas, a situação de mercado onde esta se insere e o potencial de crescimento. Es-

tamos a falar de uma empresa com produção. “Só depois desta análise e da leitura do manual do simulador que explica como funciona o modelo, é que as equipas estão preparadas para definir a estratégia dali para a frente, dos próximos cinco trimestres”, explica João Matoso Henriques, diretor-geral da SDG.

Decidir o que fazer

É a partir daqui que as formações começam a tomar decisões com vista a melhorar os resultados da empresa e que verificam o seu impacto nas várias áreas. Por exemplo, a empresa tem encomendas em atraso e é necessário aumentar a produção, mas para isso é necessário aumentar os recursos humanos e materiais. Verifica-se que os operários já estão a fazer horas extra em demasia e não é possível exigir mais deles. Quanto tempo demora o recrutamento de mais operários? Quanto é que isto nos vai custar? Numa outra área e se a empresa quiser potenciar mais vendas, deve aumentar ou baixar preços, investir mais em publicidade, aumentar as comissões dos seus agentes e distribuidores ou melhorar a qualidade dos produtos com

introdução de melhoramentos?

Cada um destes e mais itens estão contidos na folha de decisão que tem de ser preenchida a cada uma das cinco tomadas de decisão que as equipas efetuam, sendo que cada uma corresponde a um trimestre. Este “questionário” tem atualmente 75 decisões envolvendo todas as áreas de uma organização. Por exemplo, os participantes têm de decidir quanto pretendem investir em publicidade institucional e por produto nos vários mercados; quais deverão ser os preços; se devem aumentar o tempo de montagem para que os produtos possam melhorar a sua qualidade; se pretendem encomendar matéria-prima normal ou de qualidade superior e aprovisionar para trimestres futuros; quais os turnos a fazer; quanto investir

Aumentar as vendas ou introduzir melhoramentos nos produtos são exemplos de decisões que os participantes têm de tomar neste desafio

no desenvolvimento do website; se é necessário ampliar as instalações para fazer face ao aumento da produção; emitir ou recomprar ações; se pretendem obter mais algumas informações da concorrência, quotas de mercado, opiniões dos consumidores, entre muitas outras. “A simulação é iterativa e as equipas estão a competir umas contra outras, não contra o computador. As decisões de cada formação têm impacto no mercado e nas empresas concorrentes. Isto faz com que a complexidade aumente, bem como o entusiasmo dos participantes”, salienta João Matoso Henriques.

Para quem apoia a inscrição de equipas esta prova funciona como uma ação de formação. “É uma ferramenta extremamente prática e abrangente que simula o que acontece nas empresas em mercados reais. Permite tomar decisões em concorrência com outras equipas e perceber o impacto destas num contexto competitivo”, salienta o diretor-geral da SDG. O modelo é composto por algoritmos que estão preparados para num contexto real receber as várias decisões das equipas e imprimir um resultado de mercado.

mfreitas.externo@impresa.pt

COMPETIÇÃO

Cinco semanas na liderança

Ter o melhor desempenho ao longo de toda a primeira volta foi um feito atingido apenas por 14 equipas e sete delas contam as estratégias que utilizaram para manter esta posição

Em cada uma das cinco semanas da etapa inicial da 37ª edição do Global Management Challenge, realizada entre maio e junho, as 425 equipas em prova, divididas por 64 grupos, tiveram de preencher a folha de decisão com os pontos a trabalhar em cada trimestre da sua empresa. Após cada uma das cinco tomadas de decisão a classificação é apresentada por grupo tendo em conta o desempenho alcançado e lidera quem tiver a melhor *performance* do investimento. Apesar de só passarem à segunda volta as formações que na última decisão estiverem no topo dos seus grupos, houve 14 que se destacaram e lideraram nas cinco semanas. Os chefes de sete destas formações partilham com maior ou menor detalhe o que fizeram para garantir este resultado.

Para trabalhar todas as equipas receberam o mesmo histórico, garantindo que começavam da mesma base. Segundo a perceção de João Borges Brito, chefe da equipa de quadros Millenniumbcp_Corporate N, estavam perante "uma empresa com capacidade de produção limitada, encomendas em atraso e investimento mediano em pu-

Arriscar para vencer

Na prática, salienta, "arriscámos com base nas previsões e aprendemos neste processo a importância do planeamento a médio prazo".

A aposta no crescimento, na qualidade e preço dos produtos e na publicidade para ganhar quota de mercado, foram estratégias utilizadas pelas equipas para se manterem no topo

Em relação ao histórico recebido a análise de Afonso Corte-Real, líder da equipa de quadros Accenture Strategy, foi de que a empresa era saudável e tinha boas perspetivas de crescimento. "Desde o início a nossa discussão foi centrada na pergunta 'como crescer?' e foi em resposta a ela que definimos a estratégia", explica. Um processo que não foi fácil. É que a principal dificuldade que encontraram residiu em "ganhar a perceção de quais as principais 'alavancas' de crescimento do negócio".

Em linha com esta análise, a formação de estudantes TAP/Longshot chefiada por Gil Sampaio, optou por "melhorar o que poderia ser melhorado e manter o que parecia estar bem". Apostaram em produtos de qualidade mais elevada e tiveram sucesso. Quanto à concorrência, conta "antecipámos a sua estratégia e tentámos ser melhores".

Já João Pedro Cardoso, líder da equipa de estudantes Intrum Justitia-Ulp2, revela que "à imagem do que acontece nas empresas, as maiores dificuldades são sempre prever aquilo que é exter-

no a nós. As decisões dos preços dos produtos e a publicidade são exemplos disso e tanto numa como noutra, tem de haver sempre um ajustamento à concorrência e ao mercado". Tal como no mundo real, os mercados e as empresas não deixam de ser grupos de pessoas que seguem padrões. "Baseados nisto, através da análise dos históricos e com a experiência da edição anterior, estimámos valores que a cada decisão iam sendo ajustados", salienta.

Na análise é que está o ganho

Também a equipa mista Indra Golden Jeff optou pela análise apurada dos dados. "Em 99% das vezes a estratégia foi baseada em cálculos e valores que permitiam produzir o máximo pelo mínimo em função do mercado, com alguns ajustes consoante os adversários", frisa Tiago Neves, líder desta formação. Ao olhar para trás, revela que os erros são os que mais ensinam e alterar a maneira de pensar e as prioridades aos encarar os problemas pode ser o aspeto mais desafiante nesta competição.

Voltando às estratégias, Vítor Silveiro,

membro da equipa de quadros Centro de Investigação Naval, revela que depois de analisarem o histórico se focaram nos aspetos logísticos da empresa, utilizando um modelo de análise financeira e operacional. "O foco esteve centrado na maximização do lucro global, procurando em todas as decisões garantir a máxima eficiência dos recursos utilizados através da criteriosa gestão financeira da empresa a par de uma distribuição do investimento necessário aos objetivos traçados ao longo do período de gestão", finaliza.

E porque na prova os participantes aprendem sempre algo sobre si e o mundo das empresas, Bruno Silva, líder da equipa estudantes IT Sector McManagers lembra que "além dos conhecimentos conceptuais relacionados com economia, finanças e gestão que necessariamente vamos adquirindo, o trabalho em equipa, a capacidade de auto-organização e divisão de tarefas, a gestão e aplicação de elementos científicos baseados no estudo ponderado do caso, são exemplos de atributos que a competição nos leva a praticar e a desenvolver".

Estudantes em maioria

Das 425 equipas que se inscreveram no Global Management Challenge 2016, apenas 64 transitaram para a segunda volta. Dessas 36 são formadas por universitários, 22 por quadros de empresas e seis são mistas, ou seja, integram estudantes e quadros. Na próxima etapa que vai começar em setembro, as formações vão ser divididas em oito grupos de oito e vão ter cinco semanas para tomarem decisões de gestão. Na última semana só as que estiverem no topo dos seus grupos irão integrar a final nacional, agendada para novembro. Quem vencer representará o país na final internacional, em abril do próximo ano, na cidade de Doha, no Qatar.

Equipas apuradas

2.ª VOLTA
CGD Centro
Banking on Bic
CGD Risk Management
IEFP/Ubi Printstrong
Catolica Porto/Topmanager
Accenture/Ulp1
Indra Golden Jeff
Intrum Justitia-Ulp2
CGD_Mais-Alentejo
Noesis IST
Konicaminolta/Boas Ações
CatolicaPortoBs/Fritstik5
Catolica Porto/Divergens
Escola Naval-Cad An
Predict By Chronopost
Popular Portuenses
Synergize
IEFP/Landlord
Centro Investigação Naval
Accenture 3
Accenture Strategy
Millennium BCP/Networking
IEFP/Capitalnow
IAPMEI/Crossjoin Team
Fidelidade/Vai Nova
IEFP/Esgin_Cgf
Soares da Costa Eg Porto
Soares da Costa/financial
Zurich Intelligence
Indra Supreme 6Sigma
Soares da Costa/Qatar
Soares da Costa Ao
Intrum Justitia/All In
IT Sector/Electric Dream
Soares da Costa/Profitown
Staples/Headhunter
EDP_Os "Bó"
Staples/Economics
IT Sector/Economicum
EDP_Topteam
IEFP/Ja Fostel!
EDP Os Pandas
IEFP/Jpc Engine
Soares da Costa Jls
IEFP/Super Fcp
Intrum Justitia/Covilandia
TAP Straight To The Bank
MBA ISEG/31.ª Edição
IT Sector/Superávit
CGD/ISEG Mc/Manageworld
IT Sector/Mcmanagers
TAP/Longshot
IEFP/Expendables3
Soares da Costa/Amália
Soares da Costa/Unknown 2
Staples/Lastsecond
Millenniumbcp_Crediteam
Staples/Ravens
IEFP/5forone
NOS of Cards
Millenniumbcp_Corporate N
CGD/ISEG Mc/Mlbc
IEFP/Evenbetter
ESTG Portalegre/Cast2016



Para chegar ao cenário internacional retratado na foto, as equipas têm de disputar a 2ª volta, qualificarem-se para a final nacional e vencer esta última etapa

A prova funciona como uma extensão do MBA

Após terem vencido uma competição interna no ISEG, quatro alunos enfrentaram a competição nacional e qualificaram-se para a 2ª volta

Nelson Lourenço, líder da equipa MBA ISEG/31ª edição, não tem dúvidas que competir com alunos de MBA é mais fácil do que enfrentar formações com outros perfis. É o que lhe diz a experiência. Depois de, juntamente com os seus colegas, ter vencido uma competição interna no Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG), similar ao Global Management Challenge, foram premiados com a participação na prova a nível nacional. Aprenderam mais sobre gestão e tiveram de dar o seu melhor para ultrapassarem a concorrência e chegar à segunda volta.

Com percursos profissionais bastante distintos a equipa MBA ISEG/31ª edição é formada por Nelson Lourenço,

41 anos, licenciado em Contabilidade e Administração, Vítor Pandeiro, 42 anos, formado em Gestão, Artur Carvalho, 40 anos, licenciado em Ciências Farmacêuticas e mestre em Marketing e Beatriz Aneiros, engenheira química, com 37 anos. Em comum têm o MBA do ISEG que já terminaram.

"A nossa maior vantagem competitiva é a diversidade profissional, temos elementos muito experientes em marketing e vendas, produção, recursos humanos e finanças, áreas que são as principais desta iniciativa", explica o líder. Mesmo assim chegar à segunda volta não foi fácil. Estreantes, contam que foram várias a horas de trabalho que lhe dedicaram, a discutir as decisões a tomar.

"Além dos cenários do simulador serem diferentes, sentimos que existiu maior equilíbrio ao nível das equipas na competição interna do MBA do que na nacional", explica o líder. Acrescenta

que foi mais difícil vencer nesta etapa, pois o segundo classificado era uma equipa forte que os obrigou a dedicar mais tempo do que o inicialmente planeado.

Teoria versus prática

Estes quatro participantes contam com vários anos de carreira profissional e acreditam que este foi um fator importante para o bom desempenho. Na sua perspetiva há decisões que estão muito ligadas ao mundo empresarial e por muita teoria que se saiba, a existência de bom senso e da experiência do dia a dia, ajuda na altura de decidir.

Dão como um exemplo o facto de estarem perante uma fábrica que tem produção, que incorpora matéria-prima, que tem de se fazer cálculos de mão de obra, quem tem essa experiência ágil e amplifica a capacidade de previsão. Quem não tem experiência também



Beatriz Aneiros, Nelson Lourenço, Artur Carvalho e Vítor Pandeiro formam a equipa MBA ISEG/31ª edição FOTO JOSÉ OLIVEIRA

chega lá, mas demora mais tempo e precisa de trabalhar mais.

"Neste momento já todos terminamos o MBA e esta competição permite não só aplicar os conhecimentos adquiridos, como também desenvolver e melhorar competências de negociação, liderança e trabalho em equipa", salientam. Acreditam que funciona quase como uma extensão do MBA.

Jorge Gomes é diretor do MBA do ISEG. Para si é com orgulho que vê o desempenho dos seus alunos neste desafio. Quanto às competências trabalhadas salienta que "puderam transpor para a prática o que aprenderam durante a formação". Percebem ainda os limites da gestão e desenvolveram o seu espírito competitivo.

Depois de ultrapassada a primeira volta do Global Management Challenge 2016, esta equipa prepara-se para enfrentar a próxima etapa. O objetivo é chegar à final nacional.

O Banco Bic, Chronopost, Fidelidade e a Noesis têm apenas uma formação na 2ª volta e é com esta representação que vão tentar atingir a final nacional

O objetivo de quem participa nesta competição portuguesa de estratégia e gestão é chegar o mais longe possível, vencer a edição nacional e representar o país em contexto internacional. Depois de terminada a primeira volta, há 12 empresas que contam com apenas uma equipa na segunda volta. É com esta representação que vão tentar singrar na próxima etapa, fulcral para atingir a final nacional e vencer este desafio. Mesmo que não alcancem a vitória estas empresas não dão o tempo passado como tempo perdido, na medida em que participar é saber mais sobre o mundo da gestão e cada etapa adiciona novos conhecimentos.

O Banco Bic integra o grupo de em-

presas com um só equipa na segunda volta. Nesta edição inscreveu apenas uma formação de quadros que continua em prova. Andreia Lucena, chefe desta equipa e membro da direção de recursos humanos do banco considera que este foi um resultado bastante positivo. Até agora, salienta, a maior aprendizagem retirada foi "o trabalho conjunto desenvolvido e a perceção de como as decisões estratégicas tomadas em cada uma das áreas de uma empresa têm impacto nos resultados globais". Na sua perspetiva integrar a prova alarga os horizontes de conhecimento dos participantes e suscita a curiosidade sobre o trabalho desenvolvido noutras áreas das empresas.

Aprofundar conhecimentos

A questão formativa é também valorizada pela Chronopost Portugal que tal como o Banco Bic tem uma equipa

de quadros na segunda volta. "É uma excelente oportunidade para aprofundar conhecimentos de gestão, pois as várias jogadas que se enfrentam no simulador permitem compreender que determinadas decisões afetam todas as áreas funcionais", frisa Ricardo Vilhena, diretor de recursos humanos da Chronopost Portugal. Outra das lições que os participantes retiraram é que a falta de planeamento e de estratégia afetam os resultados.

Das cinco equipas apoiadas pela Fidelidade, apenas uma, de estudantes, continua em jogo. "A partir do momento em que se estimula a aprendizagem e o espírito de equipa, o balanço é positivo, independentemente do resultado", explica Joana Queiroz Ribeiro, responsável pela direção de pessoas e organização da Fidelidade. Na sua perspetiva a competição "vai permitir aos estudantes colocarem em prática os conceitos que têm vindo a estudar. A

maior mais-valia deste jogo é permitir obter um conhecimento mais factual sobre o que é gerir um negócio através das suas diferentes perspetivas", finaliza.

Ir mais longe é saber mais

Um opinião corroborada pela Noesis que também inscreveu cinco equipas e apenas uma vai estar na segunda volta. Para Alexandre Rosa, CEO da empresa, "o Global Management Challenge afirmou-se pela qualidade e tem proporcionado a inúmeros gestores, atuais e futuros, a possibilidade de trabalharem em cenários de grande complexidade e exigência, proporcionando-lhes uma experiência única". Na sua opinião em cada fase deste processo "há novas aprendizagens e desafios e quanto mais longe cada equipa conseguir chegar, mais serão as oportunidades de testarem os seus conhecimentos e competências".

PROTAGONISTAS

Miguel Setas Vogal do conselho de administração executivo do grupo EDP avalia este desafio

“A prova desenvolve competências de gestão”

O grupo EDP patrocina o Global Management Challenge desde 2002 e já apoiou a inscrição de equipas em Portugal e noutros países em que o seu negócio está presente como Espanha, Brasil e EUA. Só em território nacional já passaram pelas suas formações 400 colaboradores e 600 universitários. Para Miguel Setas, vogal do conselho de administração executivo do grupo EDP com a área dos recursos humanos, presidente da EDP Energias do Brasil e também Alumnigmc, esta é uma prova que reforça competências nos seus quadros e permite à multinacional aproximar-se mais do mundo académico.

“É para nós muito importante patrocinar e participar numa competição portuguesa com o cariz internacional e o prestígio do Global Management Challenge. Contando já com o envolvimento de mais de 30 países, o seu carácter global está alinhado com a visão global que pretendemos associar

às iniciativas corporativas do grupo EDP. Por este motivo, faz todo o sentido continuar a participar incentivando também a participação de equipas e quadros provenientes das diferentes geografias onde a EDP opera”, refere Miguel Setas.

Ao longo dos anos a multinacional tem vindo a apoiar anualmente em território nacional a inscrição de cerca de 20 equipas distribuídas por estudantes, quadros e mistas, ou seja, que integram estudantes e quadros. Este ano não foi exceção e conta com duas formações de quadros e uma mista na segunda volta. Esta repartição visa, segundo o administrador, no caso dos quadros “promover o desenvolvimento de competências, nomeadamente gestão, visão estratégica, tomada de decisão, negociação e trabalho em equipa, entre outras e, potenciar a tomada de decisões num ambiente de mudança e competitividade, bem como aumentar o *networking* interno”. Já com as formações de estudantes o

objetivo é “aproximar a EDP de uma das nossas principais fontes de recrutamento, o Instituto Superior Técnico (IST), dando a conhecer aos alunos o grupo e as oportunidades existentes, contribuindo também para complementar a formação académica de engenharia, pelo desenvolvimento de competências de gestão”, salienta. Da mistura e para além dos benefícios já citados a ideia é “criar uma maior aproximação e troca de experiências entre a realidade organizacional e o contexto académico, pela interação próxima entre quadros e alunos de universidades de Norte a Sul do país”, intensifica.

No início da década de 90 quando estava a terminar a licenciatura em engenharia física no IST, Miguel Setas participou na competição. “Fomos à segunda volta, mas não chegamos à final. Desse período ficaram-me memórias positivas do trabalho em equipa e da tentativa de encontrar os modelos mate-

máticos que explicassem as variações”, relembra.

Pela sua visão interna do que esta competição traz de valor acrescentado para quem a integra, considera que “participar neste desafio permite a aquisição de uma visão mais alargada e estratégica de uma empresa e das interações entre as diferentes áreas, bem como do impacto das decisões tomadas, tendo em conta as condicionantes do mercado e a máxima satisfação do cliente e acionistas”.

Ao simular o ‘ambiente’ real de uma empresa em que as equipas são convidadas a tomar decisões em áreas diversas, constitui uma excelente ferramenta para o desenvolvimento de competências estratégicas e de gestão, mas também de trabalho em equipa, colaboração e *networking*, gestão de tempo e de prioridades, que são aplicáveis à atividade diária.

O grupo EDP já teve equipas, por mais do que uma vez, a representar Portugal e uma os EUA, em finais internacionais



Nos tempos de faculdade Miguel Setas, da EDP, integrou uma edição da competição

FOTO JOSÉ OLIVEIRA

“

Participar neste desafio permite a aquisição de uma visão mais alargada e estratégica de uma empresa e das interações entre as diferentes áreas, bem como do impacto das decisões tomadas

desta iniciativa portuguesa. Em 2012 uma equipa mista da multinacional venceu pela primeira vez a final nacional, representando Portugal em Bucareste na final internacional. Esteve também presente nessa mesma final, pelos EUA, uma formação apoiada pela EDP Renováveis. Novamente em 2013, uma equipa de colaboradores da multinacional venceu em Portugal e representou o país fora.

“A presença da EDP numa final internacional com a expansão do Global Management Challenge é para nós motivo de orgulho, não só pela exigência inerente à competição, como também pelo desafio que representa. Os resultados alcançados expressam a motivação, empenho e dedicação destas equipas, e incentivam-nos a continuar a apoiar a participação de formações EDP no Global Management Challenge, desenvolvendo as competências dos nossos colaboradores e da comunidade”, finaliza Miguel Setas.

António Valadas da Silva Presidente do IEFP analisa o Global Management Challenge

“Abre portas para o mercado de trabalho”

O Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP) apoia o Global Management Challenge há 21 anos. Para António Valadas da Silva, presidente deste organismo, a prova contribui para a integração no mercado de trabalho de estudantes e desempregados.

A 37ª edição da competição começou em maio e após o término da primeira volta, em junho, o IEFP é a entidade com mais equipas na segunda volta, com o total de dez. António Valadas da Silva acredita que este resultado atesta a qualidade dos elementos das formações, bem com o empenho que colocam nesta iniciativa.

Este ano, o IEFP voltou a apoiar a inscrição de equipas de estudantes e de pessoas em situação de desemprego. “A nossa participação nesta iniciativa insere-se na missão e atribuições do IEFP, cuja atuação se concentra na promoção do

emprego e no combate ao desemprego”, explica o presidente deste instituto público. O apoio a estudantes visa contribuir para que a transição dos jovens para o mercado de trabalho se processe da melhor forma possível.

Na seleção das pessoas a integrar as formações de desem-

“

Para alguns destes participantes a prova pode ser mesmo uma oportunidade para desenvolverem uma ideia de negócio ou projeto de empreendedorismo

pregados foram privilegiadas as inscritas nos serviços de emprego, com licenciaturas em áreas como economia, engenharias, entre muitas outras. “É importante que a competição possa ‘representar’ o mais possível o mundo real das empresas, pelo que é importante contar com uma diversidade de perfis e competências que permita alargar esta experiência”, salienta.

Para António Valadas da Silva “este desafio é uma oportunidade para os participantes aperfeiçoarem competências técnicas, de relacionamento e liderança num quadro de funcionamento de uma empresa. Com isso, treinam a capacidade de gerir os meios e os recursos de que dispõem, designadamente em situações complexas e contextos de incerteza, como acontece em qualquer organização”. Acrescenta que “neste ambiente concreto, a necessidade de lidar simultaneamente com um con-



António Valadas da Silva, presidente do IEFP, acredita que a prova abre horizontes aos participantes

FOTO JOSÉ OLIVEIRA

junto de variáveis e de encontrar em cada momento as melhores soluções constitui para os candidatos uma oportunidade inestimável para testarem todas as suas aprendizagens, para além do enriquecimento que a experiência acrescenta ao seu currículo”.

Quanto aos desempregados aumenta-lhes ainda autoestima e confiança e alerta-os para a importância da formação ao longo da vida e da necessidade de uma permanente adaptabilidade a contextos e situações que muitas vezes são adversos.

Acredita o presidente do IEFP que “para alguns destes participantes a prova pode ser mesmo uma oportunidade para desenvolverem uma ideia de negócio, um projeto de empreendedorismo, em suma, uma oportunidade para criarem o seu próprio emprego. Pode ser uma via para abrir as portas de regresso ao mercado de trabalho”.