



ID: 37717899

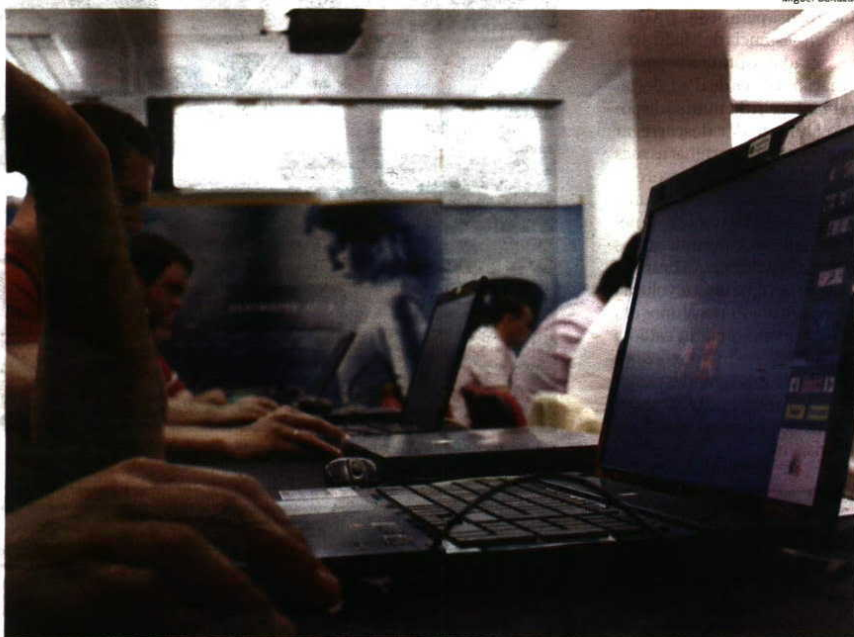
29-09-2011 | Negócios Mais

## Formação Executiva

CURSOS "IN-COMPANY"

# Empresas procuram escolas para formação à medida

Empresas querem quadros preparados para responder a novos desafios



Miguel Baltazar

Formação "in-company" | Permite formar os quadros de forma mais alinhada com os valores da empresa.

Em tempos de crise as empresas redefinem prioridades e apostam no que lhes dá um retorno mais rápido e eficaz. As escolas notam uma maior participação dos alunos no financiamento dos seus estudos executivos e, em contrapartida, um incremento da procura de cursos à medida por parte das empresas – duas realidades que estão interligadas.

“Temos tido mais consultas para aumentar o volume de formação ‘in-company’”, diz Álvaro Nascimento, director da Faculdade de Economia e Gestão e da Escola de Gestão Empresarial da Católica Porto, escola que desenvolveu o seu primeiro curso “in-company” no início dos anos 90. Também a EGP-UPBS traça no seu site a evolução do número de horas dedicadas a este tipo de formação, que já ultrapassam as 30 mil horas/ano.

Este prática é mais competitiva em termos de valor para as empresas porque desenvolve programas orientados para responder às suas necessidades específicas e permite atingir uma fatia mais abrangente da organização de uma só vez. Além disso, este formato é mais focado nas áreas que

## 30.000

**HORAS DE FORMAÇÃO "IN-COMPANY"**

No site da EGP-UPBS é possível constatar a evolução significativa do número de horas dedicadas a este tipo de formação.

as empresas querem realmente ver trabalhadas, conseguindo maior valor acrescentado que as formações abertas. Permite desenvolver as competências dos seus colaboradores de um forma mais focada nos mercados e contextos específicos e de uma forma mais alinhada com os seus valores. O responsável da Faculdade de Economia e Gestão da Católica Porto reconhece que a formação in-company possibilita uma maior articulação do trabalho de desenvolvimento de competências técnicas com competências mais transversais, as chamadas “soft skills”.

Para as escolas estes programas são mais um desafio. Como explica Álvaro Portela, “o desenho

dos programas torna-se mais longo e os processos de aplicação mais complexos, exigindo grande nível de interacção entre a escola e as empresas, nomeadamente na escolha dos casos para discussão, no acompanhamento dos processos e intervenções internas”. Mesmo a acção dos formadores já não se restringe à sala de aula, levando-os cada vez mais a auxiliar no processo de reflexão e acção empresarial para enfrentar os novos desafios. Em períodos de crise como o que atravessamos, as empresas estão cada vez mais criteriosas com os seus fundos para formação, aumentando também o seu grau de exigência com as escolas.

Além disso, não existem dois programas iguais. As empresas podem pedir uma apresentação de uma hora ou uma formação de dois anos, consoante as necessidades e o número de pessoas a formar. Há apenas uma certeza, a prioridade é desenvolver as competências de liderança que posicionem os executivos para tomar as melhores decisões – gestão da mudança, controlo de riscos e inovação são competências que as empresas querem deter em todos os seus departamentos.

As empresas ganham com recursos mais confiantes, maduros e experientes.

**GUILHERMINA VAZ MONTEIRO**  
Managing partner da Horton International

Temos tido mais consultas para aumentar o volume de formação “in-company”.

**ÁLVARO NASCIMENTO**  
Director da Faculdade de Economia e Gestão e da Escola de Gestão Empresarial da Católica Porto

Entre as empresas clientes deste tipo de formação encontram-se, normalmente, as grandes empresas nos sectores das finanças, telecomunicações, indústria e energia. Mas também multinacionais e empresas que pretendem expandir a sua actividade para novos mercados.

Há ainda uma outra vantagem que não deve ser menosprezada e que é o estreitamento de laços entre os quadros dos diferentes departamentos da empresa. O “networking” não é apenas relevante fora da empresa, mas também dentro de portas. Se juntarmos a isso o facto de algumas destas formações poderem debruçar-se sobre problemas concretos da empresa, formando grupos de trabalho para a sua resolução e até mesmo para delinear estratégias para o futuro da organização em algumas das suas áreas, é mais fácil de compreender porque razão as empresas estão a optar cada vez mais por esta via.

Guilhermina Vaz Monteiro, da Horton, não tem dúvidas: “as empresas ganham com recursos mais confiantes, maduros e experientes, devido às ferramentas e conhecimentos adquiridos”.

### PERGUNTAS E RESPOSTAS

## Formação direccionada



António Gomes Mota, presidente do INDEG/ISCTE.

**Nota-se uma maior procura por parte das empresas para cursos “in company”?**

O crescimento dos cursos “in company” é uma tendência que já se vem verificando há alguns anos. A principal vantagem para empresas é a de poderem formatar o curso à medida das suas necessidades e ligá-lo de modo muito intenso com a realidade do negócio e características da empresa.

**Acredita que em contexto de crise as empresas optam mais pela formação “in company” do que por financiar cursos abertos aos seus empregados?**

Não creio que a crise, em si mesmo, mude substancialmente a procura de um outro tipo de formação. Talvez que uma menor disponibilidade de orçamento para formação possa incentivar ligeiramente os cursos “in company”, pois pode-se conseguir uma acção mais direccionada e a menor custo, caso a empresa tenha dimensão suficiente para ter um grupo de quadros em relação ao qual faça sentido uma mesma acção de formação.

**Qual considera que poderá ser o negócio com mais potencial nos próximos anos os cursos abertos, a formação “in company” ou o “e-learning”?**

Acho que há oportunidades em todos esses segmentos. Nos cursos abertos procurando continuamente identificar temas inovadores e de grande interesse para os profissionais de gestão. Nos cursos “in company” explorando uma maior interligação com os planos de desenvolvimento pessoais e de carreiras, abrangendo de modo mais integrado as componentes técnicas, instrumentais e comportamentais que potenciem cada fase o desenvolvimento de conhecimentos e competências dos quadros das empresas. No “e-learning”, operar mais na vertente de “blend learning”, combinando módulos à distância com presenciais, potenciado a economia de recursos e tempo mas sem eliminar os benefícios do contacto pessoal em termos de partilha de experiência, de interacção com os professores e de “networking” profissional e pessoal.