



INSTITUTO
DE ESTUDOS
SUPERIORES
FINANCEIROS
E FISCAIS

Mestrado em Gestão e Negócios 2013-2014

As Associações Empresariais como elo de ligação entre Empresas e Instituições de Ensino Superior

Autora: *Sandra Sofia Sousa Silva*

Orientador: *Professor Doutor João Paulo Sequeira Seara do Vale Peixoto*

**Artigo Científico (Paper) elaborado por Sandra Sofia Sousa Silva, no âmbito do
trabalho de projeto do Mestrado em Gestão e Negócios.**



Abstract

This article is to clarify and reflect on the role of business associations as representatives of companies such as transmitters of knowledge and what the uses of partnerships with higher education institutions are.

Through a survey of over a thousand companies in various business sectors and geographical areas we acquired essential information, particularly as to the importance attached by companies that had a vocational and academic training of its employees, and to what extent it influenced their professional performance, as well as with regard to the impact that these teachings had on their development, keeping them innovative and at the forefront of knowledge.

The Business Associations was being studied in relation to their needs and gaps in the training and services they provide. They were sounding about the usefulness of cooperation mechanisms and joint efforts through strategic partnerships , training and consulting, with higher education institutions in order to ensure transfer of knowledge with quality, together with the development and growth of associations and higher education institutions , maintaining trust , commitment and loyalty of associated companies and their employees, while students.

The results have demonstrated the mutual interest in establishing these alliances where business associations are the link between the parties. It was found that it was of fundamental importance for companies and their technical and senior leaders, to have access to properly structured and appropriate training, preferably at the level of graduate education and postgraduate, as well as specific consulting services and seminars tailored for their business reality.

Key Words: *Strategic alliances; Training; Business Associations; Institutions of Higher Education; Companies*



Resumo

Este artigo pretende clarificar e refletir acerca do papel das Associações Empresariais enquanto representantes de empresas, como transmissoras de conhecimentos e qual a utilidade do estabelecimento de parcerias com Instituições Ensino Superior. A pesquisa apoiou-se num inquérito enviado a mais de mil empresas, de diversos setores de atividade e zonas geográficas. Adquiriram-se informações essenciais, nomeadamente acerca da importância atribuída pelas empresas à formação profissional e académica dos seus colaboradores, e em que medida influenciam seu desempenho profissional, bem como no que respeita ao impacto que estes ensinamentos têm na sua evolução, mantendo-as inovadoras e na vanguarda do conhecimento.

Também as Associações Empresariais foram alvo de estudo, constatando-se as necessidades e lacunas existentes na formação e serviços que disponibilizam. Foram auscultadas acerca da utilidade de mecanismos de cooperação e de articulação de esforços, utilizando parcerias formativas e de consultadoria, com Instituições de Ensino Superior, com vista a garantir uma transferência de conhecimento com qualidade, aliada ao desenvolvimento e crescimento das associações e das instituições de ensino, mantendo a confiança, compromisso e fidelização das empresas associadas e dos seus colaboradores enquanto alunos.

Os resultados obtidos vieram comprovar o interesse mútuo no estabelecimento destas alianças sendo as associações empresariais o elo de ligação entre as partes. Verificou-se ser de primordial importância para as empresas que os seus quadros técnicos e superiores tenham acesso a formação devidamente estruturada e adequada, preferencialmente ao nível do ensino graduado e pós graduado, bem como a serviços específicos de consultadoria e a Seminários adaptados à sua realidade empresarial.

Palavras-chave: Alianças estratégicas; Formação; Associações Empresariais; Instituições de Ensino Superior; Empresas



Índice

Abstract	2
Resumo.....	3
Capítulo 1 – Introdução.....	6
Capítulo 2 – Revisão Teórica	9
Capítulo 3 - Análise Empírica.....	19
A. Definição do problema.....	19
B. Dados.....	20
C. Metodologia	20
Capítulo 4 – Resultados.....	24
Capítulo 5 – Conclusões	33
Capítulo 6 – Limitações e Investigação Futura.....	36
Capítulo 7 – Implicações na Gestão Empresarial	37
Agradecimentos	38
Referências.....	39
Cibergrafia	41
Anexos	44
I. Inquérito	44
II. Siglas e abreviaturas utilizadas.....	49
III. Divulgação e análise das Associações Empresariais	50
IV. Programa Portugal 2020	58
V. Artigos de Opinião enviados para publicação.....	60
VI. Artigo de Opinião (versão reduzida) enviado para publicação em jornais.....	62
VII. Artigo de Opinião publicado no Jornal de Estarreja	63
VIII. Artigo publicado no Jornal de Valadares	64



IX.	Divulgação efetuada pela Sema	64
X.	Publicação de suplemento no Jornal da Sema	67
XI.	Publicação no Jornal de Albergaria-a-Velha	68
XII.	Publicação na Revista da AIDA	70
XIII.	Artigo de Opinião publicado no Jornal Diário de Aveiro.....	72
I.	Jornal de Sever de Vouga	73

Índice de Ilustrações

ILUSTRAÇÃO 1 – INQUÉRITO - ESQUEMA DAS QUESTÕES COLOCADAS.....	21
ILUSTRAÇÃO 2 - INQUÉRITO - RELAÇÕES EMPRESA E ASSOCIAÇÃO	22
ILUSTRAÇÃO 3 - MEIOS DE ENVIO DO INQUÉRITO	22
ILUSTRAÇÃO 4 – ESTRUTURA EMPRESARIAL ESTUDADA	25
ILUSTRAÇÃO 5 - AGREGAÇÃO DE ALGUNS DOS TIPOS DE EMPRESAS ESTUDADOS.....	26
ILUSTRAÇÃO 6 – A FILIAÇÃO DAS EMPRESAS A AE E AS SUAS RELAÇÕES COM A FORMAÇÃO	27
ILUSTRAÇÃO 7 - ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS ONDE AS EMPRESAS SÃO FILIADAS	28
ILUSTRAÇÃO 8 - A IMPORTÂNCIA ATRIBUÍDA PELAS EMPRESAS RELATIVAMENTE ÀS AE	29
ILUSTRAÇÃO 9- NECESSIDADES FORMATIVAS DAS EMPRESAS	31

ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 1 - ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS	28
TABELA 2 - AS AE DISPONIBILIZAREM PROJETOS DE FORMAÇÃO À MEDIDA DAS EMPRESAS.....	30
TABELA 3 - DISPONIBILIZAÇÃO DE FORMAÇÃO GRADUADA E PÓS GRADUADA ÀS EMPRESAS.....	30
TABELA 4 - DISPONIBILIZAÇÃO DE AÇÕES FORMATIVAS ESPECIALIZADAS, CONSULTORIA E REALIZAÇÃO DE SEMINÁRIOS	30



Capítulo 1 – Introdução

Em Portugal, têm-se assistido nos últimos anos, a grandes mudanças e a novos desafios que condicionam o funcionamento, posicionamento e a imagem que as Instituições de Ensino Superior transparecem para o mercado. Estas possuem um papel preponderante na consciencialização dos empresários, agindo, muitas vezes, como consultores no processo de adaptação das empresas e na formação e qualificação de profissionais competentes, cujos novos conhecimentos serão fundamentais para a sua sobrevivência num mundo globalizado, onde o incremento da competitividade é essencial, para que se verifique um aumento da sua quota de mercado e o seu reconhecimento enquanto empresa.

Apesar da crescente importância atribuída pelas empresas à formação dos seus colaboradores, existe ainda pouco conhecimento acerca das relações que possam existir entre Instituições de Ensino Superior - Associações Empresariais e Empresa, sendo o objetivo deste artigo observar, investigar e clarificar o conteúdo destas ligações.

Este estudo pretende explorar a realidade da formação oferecida pelas Instituições de Ensino Superior e de que forma esta se adequa às reais necessidades das empresas. Pretende-se também questionar e refletir sobre a temática do estabelecimento de alianças estratégicas entre as Instituições de Ensino Superior e as Associações Empresariais, servindo estas de elo de ligação com as empresas.

O estabelecimento deste tipo de parcerias poderia ser utilizado pelas Instituições de Ensino Superior como forma de angariar alunos, através do acesso aos recursos e importância que as Associações Empresariais têm no mundo empresarial. O sucesso destas alianças estratégicas depende do processo de transferência de conhecimento e melhoramentos a introduzir no decorrer da parceria, sendo que um dos maiores desafios que estas Instituições se defrontam é a interação com o meio envolvente, o que obriga a definir estratégias de cooperação e articulação de esforços entre ambas, de forma a satisfazer os seus objetivos comuns.

Quando se alude ao meio envolvente refere-se, não só à comunidade escolar já existente, mas também a possíveis alunos que têm de ser aliciados através de estratégias bem definidas e delineadas. Daí a importância da utilização de um tipo de marketing relacional na formulação e implementação de estratégias competitivas para o desenvolvimento e manutenção de relações duradouras com os alunos, as Empresas e as Associações representativas das mesmas

As Instituições de Ensino Superior deverão aproveitar as oportunidades existentes no mercado, focalizando-se nas necessidades reais das empresas. Ao criar laços permanentes de



fortalecimento de relações duradouras e lucrativas com os potenciais parceiros, torna-se possível o seu funcionamento a longo prazo e ultrapassar ameaças provenientes dos seus concorrentes. A promoção de uma cultura de desenvolvimento das temáticas estudadas, aliada a uma utilização de estágios em contexto laboral, envolvendo assim as empresas e associações, criará uma consciencialização dos envolvidos para os benefícios deste tipo de procedimento.

Muitas vezes, um dos pontos fracos das instituições é deixarem-se arrastar pela corrente, não se preocupando verdadeiramente com a inovação e definição de estratégias e métodos de captação de novos alunos e na elaboração de novos planos curriculares e cursos que correspondam às necessidades do mercado. Esta procura acarreta sempre um acréscimo de custos e necessidades específicas que, muitas vezes, as instituições não têm capacidade de resposta. Quando dão por si, muitas das vezes, escolas de renome e reconhecidas na comunidade vêem-se ultrapassadas por outras com menos notoriedade, pois estas estavam atentas ao progresso e ao tipo de formação que é mais procurada.

O desenvolvimento e a manutenção das Instituições de Ensino Superior dependem da criação de mecanismos de captação de novos alunos, tornando útil o trabalho prático desenvolvido para os parceiros envolvidos. Deverão ser definidos objetivos e metas bem delineadas para que a informação chegue facilmente aos possíveis candidatos, cativando-os e aliciando-os a fazer a sua formação na Instituição. Daí a necessidade de se estudar qual o tipo de Marketing que se pode utilizar e que permita ajustar as reais necessidades das Instituições de Ensino Superior na captação e manutenção de alunos e nas interações com as Associações Empresariais e as Empresas.

A revisão da literatura baseou-se essencialmente em pesquisas da net, monografias e papers, em livros, artigos e revistas sobre o tema, ajudando a compreender melhor a problemática a estudar. A informação foi recolhida através de questionários elaborados numa plataforma online, que foram disponibilizados às Associações Empresariais e via e-mail para outras empresas.

Pretendeu-se efetuar um estudo quantitativo e transversal com a finalidade de observar as relações entre as variáveis identificadas na Revisão da literatura.

Para obter informações relativamente às Instituições de Ensino Superior foram essencialmente utilizados os recursos disponíveis no IESF. Através de uma reunião/entrevista com o Dr. João Paulo Peixoto foram abordados os diversos tipos de formação disponível, a existência ou a possibilidade de criação de cursos especialmente dedicados para uma determinada área de negócios, a interação que já existe com empresas e com Associações e o interesse em estabelecer parcerias estratégicas com vista a ampliar ou aprofundar a sua atuação no mercado



da formação graduada e pós graduada, angariando mais alunos e aumentando a notoriedade da Instituição.

Também se recorreu a diversas Associações Empresariais com vista a avaliar as suas capacidades de resposta às necessidades sentidas pelos associados, as suas necessidades ao nível da formação, de serviços de aconselhamento e consultoria e o seu interesse em proporcionar novos serviços às empresas com a ajuda de parcerias de instituições de ensino superior, nomeadamente ao nível do ensino superior.



Capítulo 2 – Revisão Teórica

Apesar de já existirem alguns estudos acerca da formação, ainda se conhece muito pouco da realidade do ensino superior, das razões do ingresso dos alunos, do seu sucesso e das saídas profissionais que encontram para o mercado de trabalho. A eficácia do ensino está condicionada com a procura por parte das empresas de pessoal especializado e da existência de formações que promovam processos de aprendizagem que seja útil para a atividade produtiva.

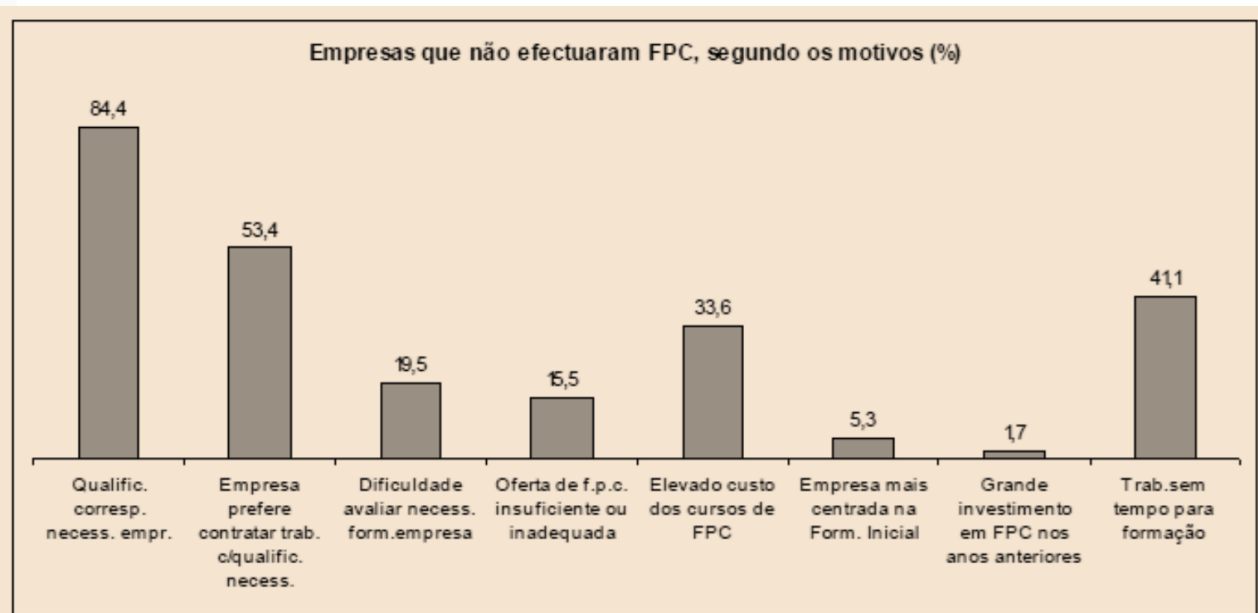
Com o intuito de conhecer a realidade formativa existente em Portugal, começou-se por analisar os elementos disponibilizados em 2013 pelo GEP – Gabinete de Estratégia e Planeamento relativos ao Inquérito à Formação Profissional Contínua – 2010 ^[1].

Este inquérito teve como objetivo a obtenção de dados relativos às ações de formação proporcionadas pelas empresas aos seus colaboradores, com vista a uma harmonização e uniformização de conceitos e práticas com todos os países da União Europeia. De acordo com este estudo *“...64,6% das empresas inquiridas, com 10 ou mais colaboradores, efetuaram formação profissional contínua face a 97,1% das empresas com mais de 250 trabalhadores ao seu serviço.”*

O estudo aponta ainda outras razões para a não realização de formação profissional contínua nas empresas mais pequenas:

- A qualificação dos colaboradores corresponder às necessidades da empresa;
- A empresa prefere contratar trabalhadores com as qualificações necessárias;
- A dificuldade da avaliação das necessidades formativas das empresas;
- A oferta de formação insuficiente ou inadequada à realidade da empresa;
- Os elevados custos associados à formação;
- A falta de tempo dos trabalhadores para a sua formação;

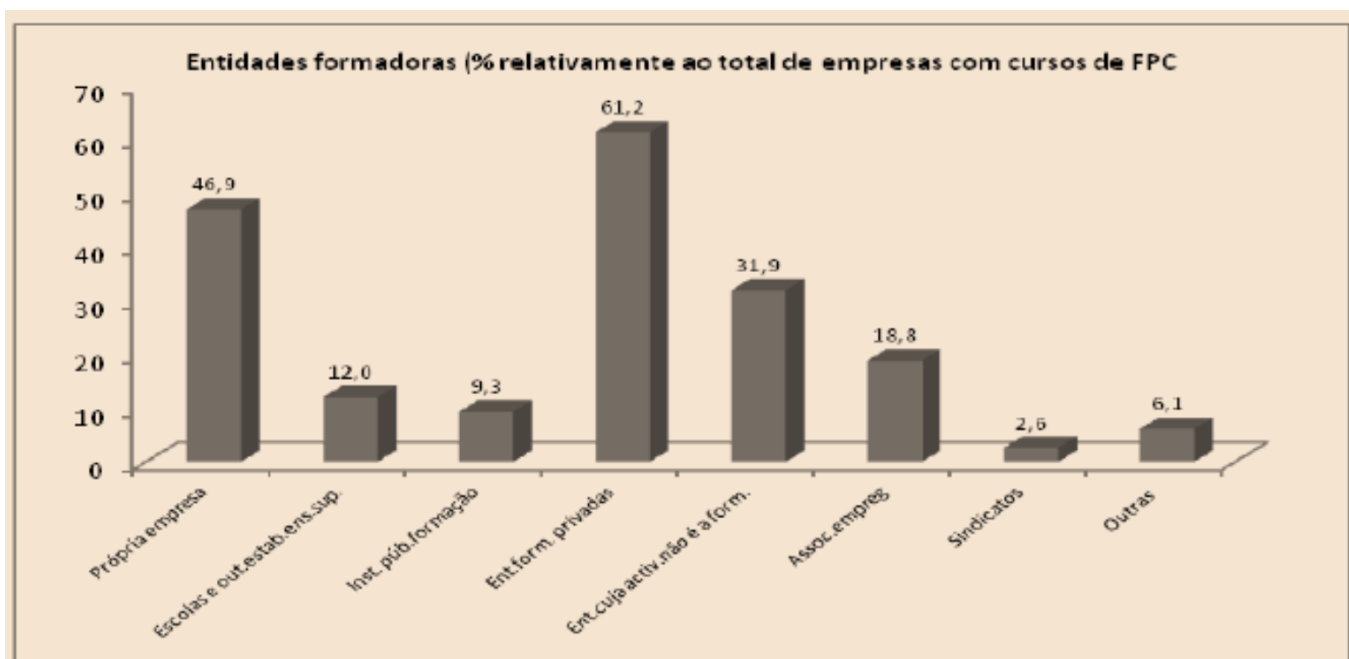
Graficamente poder-se-á verificar o grau de importância de cada uma destas questões para a não realização de formação profissional contínua.



Fonte: GEP – Gabinete de Estratégia e Planeamento

De acordo com os resultados obtidos neste estudo, a formação profissional constitui um fator essencial ao desenvolvimento do capital humano, da empregabilidade, da competitividade e do crescimento económico. Sendo as empresas um dos principais instrumentos da sua sustentação importa identificar o seu envolvimento na formação profissional e a avaliação que lhe atribuem.

Ainda de acordo com este estudo verificou-se que cerca de 47% das empresas fornecem formação concebida e realizada por elas mesmo, sendo as restantes formações da responsabilidade de entidades externas. Destacam-se aqui as entidades de formação privadas.



Fonte: GEP – Gabinete de Estratégia e Planeamento



A formação orientada para a produtividade, ligada à produção de mão-de-obra qualificada e à empregabilidade, corresponde ao “modelo económico produtivo” (Sanz Fernández, 2006) ^[2] que se pode ainda subdividir na formação profissional do tipo vocacional, com carácter profissionalizante (normalmente disponibilizada pelos centros de emprego, centros de formação ou Associações Empresariais), e na formação contínua (promovida pelas organizações e empresas, destinada aos próprios trabalhadores).

De acordo com este autor, a aprendizagem não deve ser suporte para os programas formativos, mas estes devem estar ao serviço das necessidades educativas. As pessoas adultas não devem ser obrigadas a optar entre as diferentes ofertas educativas, mas estas devem promover a aprendizagem adequada aos desejos dos que querem aprender.

A reduzida procura das empresas pelo conhecimento, manifesta-se no pouco interesse em estabelecer relações com Instituições de Ensino Superior. As interações, quando existentes, limitam-se a atividades de consultadoria e não a pesquisas de alto nível e de desenvolvimento experimental.

A autora Bernardes (2008) ^[3] identifica a existência de diversos tipos de formação: a formação tradicional, a formação estratégica e orientada para a resolução de problemas e a formação orientada para o desenvolvimento pessoal e social. No seu estudo “Políticas e Práticas de Formação em Grandes empresas – Situação Atual e Perspetivas Futuras”, é referida a definição apresentada pela OCDE (OECD, 1997, pág. 19) ^[4] que considera a formação como *“todo o processo pelo qual um individuo desenvolve as competências requeridas nas tarefas relacionadas com o trabalho.”*

De acordo com Bernardes (2008), as empresas devem proporcionar aos seus trabalhadores, não só uma formação específica que sirva para fazer face às necessidades do seu posto de trabalho mas proporcionar também uma formação mais ampla que contribua para o enriquecimento pessoal, resultando em benefícios acrescidos tanto para a empresa, como para o trabalhador.

A formação enriquecerá a pessoa na medida em que lhe abre novos horizontes e a aquisição de conhecimentos que a ajudam na sua atividade profissional. *“ Uma fonte de satisfação pessoal”* (Sarramona, 2002, p23) ^[5]

As grandes empresas encaram a formação como uma verdadeira opção estratégica para o desenvolvimento dos trabalhadores e dos próprios processos produtivos, estando interessadas no impacto que esta tem ao nível do trabalho e organização. Aqui, todo o processo formativo é desenvolvido em articulação com o processo produtivo, proporcionando aos trabalhadores mais autonomia, responsabilidade e controlo. Nesse sentido, a formação é um meio de contribuição



para a alteração do processo produtivo das empresas. Este tipo de formação é verdadeiramente orientado para a resolução de problemas.

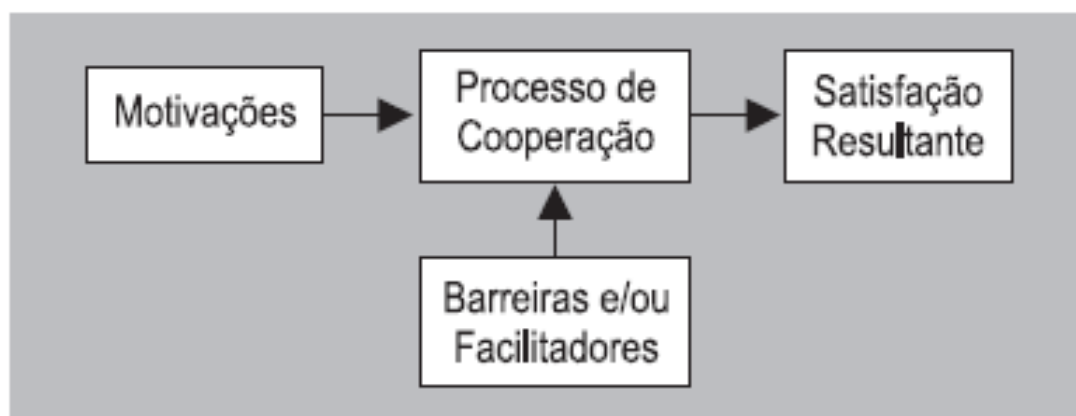
Relativamente à formação orientada para o desenvolvimento pessoal, social e relacional, esta autora defende que este é um tipo de formação que se tornará numa mais-valia para o funcionário como pessoa. Trata-se de uma formação que tem em conta o interesse dos indivíduos, que visa formar cidadãos livres, críticos e ativos, responsáveis, autónomos e solidários que respeitam e valorizam a dimensão humana do trabalho. Além do mais, existe uma preocupação com o reconhecimento das competências demonstradas ou adquiridas.

Importa também analisar estudos onde se refiram as relações entre Universidades e Empresas, avaliando assim quais as relações que podem advir desse processo de cooperação, e em que medida é ou não importante para os intervenientes a existência dessas colaborações.

Seggato-Mendes & Sbragia ^[6] escreveram um artigo subordinado ao tema “O processo de cooperação universidade-empresa em Universidades Brasileiras” que apresenta diversas conclusões acerca dessa relação, sendo assim relevante e proveitoso para enriquecimento deste trabalho. De acordo com os autores, a cooperação Universidade-Empresa é de extrema importância para ambas, dado que cada vez mais uma necessita da outra, dado o aumento da necessidade de realização de pesquisas que deem resposta ao rápido processo de inovação tecnológica do mundo empresarial.

Com o objetivo de estudar as relações da cooperação Universidade-Empresa, estes autores socorreram-se de um estudo de Bonaccorsi & Piccaluga (1994) ^[7] que, desenvolveram uma estrutura teórica cuja esquematização contempla as motivações das empresas, o processo de transferência de conhecimentos, expectativas, desempenho, medidas de objetivos e a criação de novos resultados e objetivos resultantes desta relação.

Com isto desenvolveram o modelo teórico do processo de cooperação, a seguir representado:



Fonte: Seggato & Sbragia , adaptada de Bonaccorsi & Piccaluga (1994)



Cada uma destas etapas corresponde a aspetos que tiveram de ser analisados no processo da relação Universidade-Empresa. Tem de existir sempre uma motivação que dê origem à necessidade de colaboração entre as partes, embora existam barreiras a estas relações, como o grau de incerteza dos projetos, o excessivo prolongamento do tempo do processo, a falta de comunicação entre as partes, excessos de burocracias, entre outros. Já relativamente aos facilitadores desta relação pode-se referenciar o estabelecimento de parcerias com outras entidades que promovam a divulgação dos projetos e o seu financiamento.

As empresas podem procurar agentes que sirvam não só de intermediários mas também proporcionar uma rede de contactos que possam ser uteis no desenvolvimento desta relação. Analogamente, os instrumentos de cooperação entre as partes envolvidas permitem a utilização de meios de controlo, operacionalização e cooperação entre as Universidades e as Empresas.

O esquema abaixo representado demonstra, de uma forma muito clara os tipos de relacionamento e cooperação entre as universidades e as empresas

Instrumentos de Cooperação Universidade-Empresa

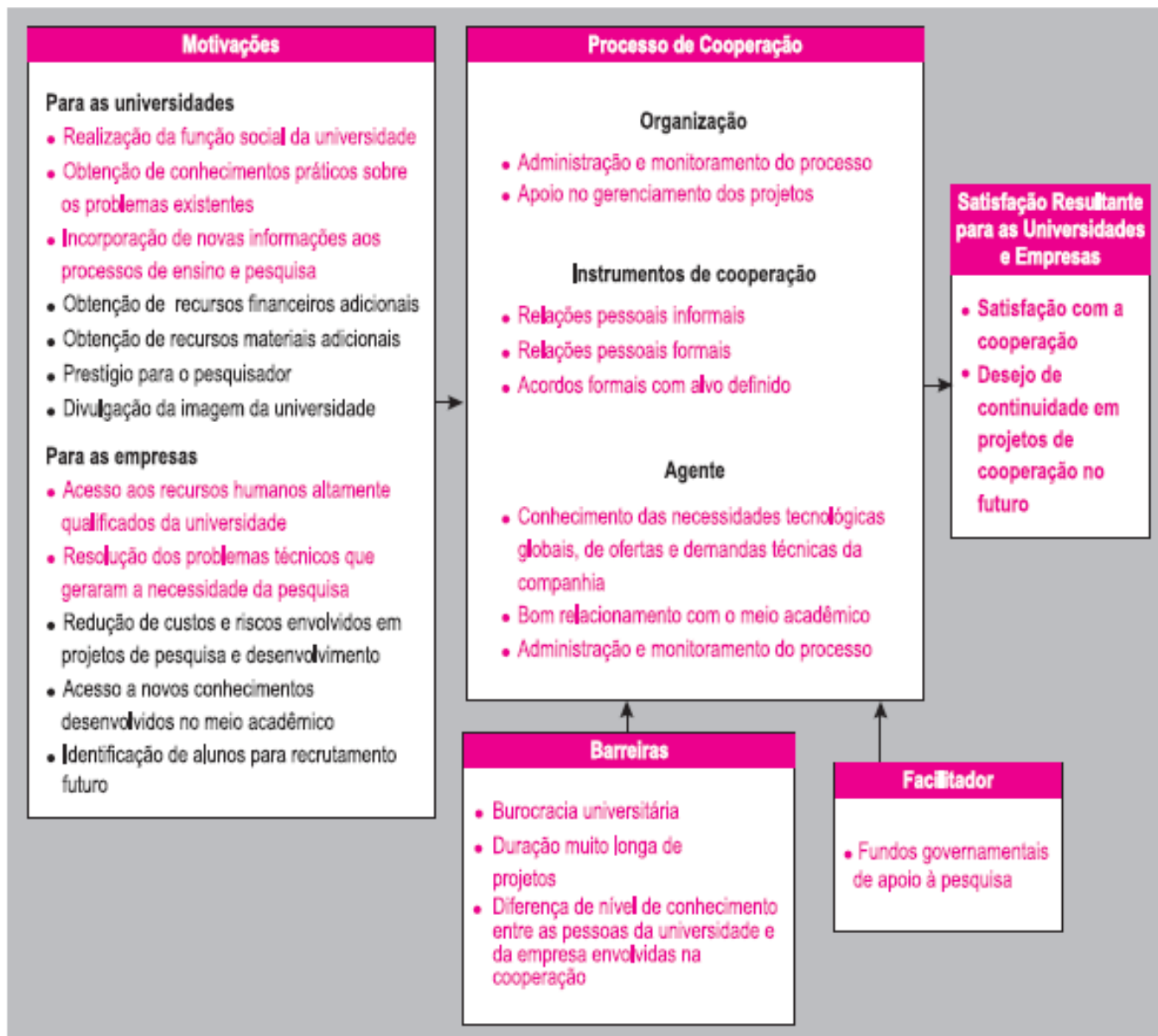
Tipos de Relações	Descrição	Exemplos
Relações pessoais informais	Ocorrem quando a empresa e uma pessoa da universidade efetuam trocas sem que qualquer acordo formal, que envolva a universidade, seja elaborado.	<ul style="list-style-type: none">• Consultorias individuais• Publicação de pesquisa• Trocas informais em fóruns• <i>Workshops</i>
Relações pessoais formais	São como as relações pessoais informais, mas com a existência de acordos formalizados entre a universidade e a empresa.	<ul style="list-style-type: none">• Trocas de pessoal• Estudantes internos• Cursos <i>sandwich</i>
Terceira parte	Surge um grupo intermediário. As associações que intermediarão as relações podem estar dentro da universidade, ser completamente externas ou, ainda, estar em uma posição intermediária.	<ul style="list-style-type: none">• Associações industriais• Institutos de pesquisa aplicada• Unidades assistenciais gerais• Instituto Uniemp
Acordos formais com alvo definido	Relações em que ocorrem, desde o início, tanto a formalização do acordo como a definição dos objetivos específicos de colaboração.	<ul style="list-style-type: none">• Pesquisas contratadas• Treinamento de trabalhadores• Projetos de pesquisa cooperativa
Acordos formais sem alvo definido	Acordos formalizados como no caso anterior, mas as relações possuem maior amplitude, com objetivos estratégicos e de longo prazo.	<ul style="list-style-type: none">• Patrocinadores de pesquisa e desenvolvimento industrial nos departamentos universitários
Criação de estruturas focalizadas	São as iniciativas de pesquisa conjuntamente conduzidas pela indústria e pela universidade em estruturas permanentes e específicas criadas para tal propósito, entre outros.	<ul style="list-style-type: none">• Contratos de associação• Consórcios de pesquisa entre universidade e empresa• Centro de incubação-inovação

Fonte: Bonaccorsi & Piccaluga (1994, pag.239)

A satisfação resultante destas relações promove um certo grau de satisfação entre as partes, resultando daí o desejo da continuação das parcerias, com a realização de novos projetos e

cooperação mutua. Da abordagem teórica destes autores, resultou um esquema que apresenta o modelo conceitual básico do estudo efetuado.

Modelo para Entendimento do Processo de Cooperação Universidade-Empresa



Fonte: Seggato & Sbragia

Em consonância com Urbano, Cláudia (2011)^[8] num artigo subordinado ao tema “A (id) entidade do Ensino Superior Politécnico em Portugal: da Lei de Bases do Sistema Educativo à Declaração



de Bolonha” foi possível compreender como se misturam frequentemente os termos Universidade e Ensino Superior.

De acordo com a autora, “...em Portugal, o sistema de ensino superior é binário, e universidades e politécnicos têm traçado percursos bastante distintos. No entanto, algumas políticas educativas acabaram por produzir uma convergência de sentidos entre os dois subsistemas de ensino...”.

“... Tendo em conta os indicadores utilizados, percebemos que o “Ensino Superior” não é, e cada vez menos parece ser, restringido e consubstanciado apenas no conceito de “Universidade””.

Relativamente ao papel desempenhado pelas Instituições de Ensino Superior, o estudo efetuado por Sutz (2000) ^[9] na observação de algumas experiências de articulação universidade-indústria-governo em países da América Latina, apresenta resultados que demonstram que o envolvimento das empresas está abaixo das expectativas, tanto em termos quantitativos como qualitativos: a ausência de “conhecimento relevante” na resolução de problemas, quando necessário e a escassa alteração no comportamento geral das empresas no que diz respeito ao relacionamento com Universidades. O mau emparelhamento da interação universidade-empresa é explicado pela autora como sendo resultante da designação de mecanismos não adequados ou da utilização insuficiente de mecanismos já existentes.

Importa ainda entender a forma de aliciar e fidelizar as pessoas, Empresas e Associações Empresariais à formação e serviços proporcionados pelas Instituições de Ensino Superior. Para tal, recorreu-se a um estudo realizado por Antunes, Joaquim e Rita, (2005) ^[10] subordinado ao tema “Os determinantes do marketing relacional na satisfação e fidelização de cliente”.

As empresas (neste caso as Instituições de Ensino Superior) devem dedicar grande parte dos seus recursos para que os clientes (alunos) percebam que oferecem serviços de qualidade, sendo estes extremamente importantes para alcançar a satisfação dos mesmos. Uma empresa ou aluno, antes de optar pelos serviços/cursos disponibilizados pelas Instituições de Ensino Superior formará expectativas sobre a qualidade de ensino que irá receber, confrontando posteriormente estas expectativas com o resultado obtido. A qualidade de serviço é um antecedente da satisfação do cliente.

Em consonância com este estudo, é necessário que a confiança mútua seja um sentimento recíproco, manifestado por ambas as partes envolvidas e que afete a qualidade da relação. Para uma manutenção de relações estáveis e duradouras, o Marketing Relacional tem de ser alicerçado numa base de confiança (Berry, 1995). ^[11]

Um dos elementos mais importantes do Marketing Relacional é a promessa, já que o seu cumprimento constitui um meio importante para conseguir a satisfação dos clientes. Um



marketing relacional eficaz nas Instituições contribui para a criação e o desenvolvimento de uma cultura que fomenta a melhoria e a qualidade dos serviços oferecidos. Dado que este tipo de abordagem é um processo contínuo, é necessário obter o feedback dos seus clientes, para que se possam continuar a assegurar as suas necessidades. (Evans e Laskin, 1994; Bagozzi, 1995) ^[12] ^[13]

No que concerne às razões que levam ao ingresso e reingresso no Ensino Superior sabe-se que, a dada altura da vida profissional, os indivíduos já diplomados sentem necessidade da busca do conhecimento, procurando cursos de pós graduações, mestrados e doutoramentos, pois de acordo com Alves, et al. (2012) ^[14] *“A promoção da aprendizagem ao longo da vida vem sendo apontada como um meio crucial para incrementar quer a empregabilidade individual, quer a produtividade e a competitividade económica das organizações, regiões e países”*

Os cursos de pós graduação e mestrados são as formações que mais os atraem, muitas vezes devido a projetos e aspirações profissionais relacionados com a necessidade de aprofundar conhecimentos para melhor desempenhar a profissão, para progressão na carreira, obtenção de um melhor emprego e melhor remuneração. Outras razões prendem-se com expectativas centradas no desenvolvimento, alargamento e aprofundamento de conhecimentos, no gosto pela aprendizagem e em motivações de reconhecimento das capacidades que os indivíduos consideram intrínsecas a si.

Ainda no âmbito da construção de parcerias, o contributo de um estudo realizado por Oliveira, Marina^[15] intitulado “O processo de Construção de Parcerias”, foi extremamente útil para refletir sobre a temática. De acordo com a autora, para que possa existir uma parceria será necessário:

- *Uma parceria requer, no mínimo, dois pares;*
- *Uma relação de parceria será melhor à medida que houver conhecimento mútuo dos desejos, pressupostos, capacidades e insuficiências de cada ator envolvido;*
- *Uma relação de parceria será tanto melhor quanto mais claros estiverem os objetivos de cada parceiro na relação;*
- *Uma parceria ganhará qualidade à medida que criar condições de igualdade na relação entre os parceiros.*

Com base no exposto poder-se-á concluir que uma parceria estratégica terá como objetivo criar uma relação bilateral de informação, estudo, colaboração, com vista à satisfação das necessidades dos seus intervenientes.



Fonte: Oliveira, Marina (imagem adaptada pela autora deste trabalho)

Esquemáticamente, e utilizando um quadro elaborado pela autora acerca do processo de construção de parcerias, podem-se identificar diferentes estágios na construção de uma parceria.

Perguntas	Primeira fase	Segunda fase	Terceira fase
O quanto se conhece o outro?	Conhecimento mútuo superficial Ações de sensibilização <i>Tentamos seduzir o outro</i>	Conhecimento aprofunda-se O outro é visto como importante	Participação no desenvolvimento mútuo
Onde está o foco da ação conjunta?	Foco em ações no curto prazo	Foco na resolução de problemas	Foco no futuro, no longo prazo
Qual a natureza do contato?	Contato restrito e pontual "Não temos tempo"	Contatos mais frequentes, mais planejados, há um ritmo de encontros	
Quem se envolve?	Envolvimento pontual, uma pessoa "Vai a professora mais nova"	Mais pessoas envolvidas Pessoas mais centrais às decisões	Envolvimento nos diferentes níveis Pessoas estratégicas à organização
Quem toma a iniciativa?	Um toma a iniciativa, o outro segue "Tem que vencer a inércia" "Um tenta ensinar o outro"	Fluxo de mão dupla	Planejamento conjunto, ações mais vinculadas às organizações, menos às pessoas
Como são as ações comuns?	Ações eventuais, esporádicas, pontuais "Um evento, um projeto, uma doação"	Surgem novas ações para se fazer juntos	Assume-se objetivos que não seriam assumidos sozinhos
De onde vêm os recursos?	Aporte ou controle desigual de recursos	Intercâmbio de recursos e competências	Busca conjunta de recursos
Quais são os interesses?	Interesse no benefício próprio	Interesse no benefício mútuo "A gente quer saber mais do outro"	Destinos são compartilhados
Qual o perfil da relação?	Depende de esforços individuais Diferença de poder entre as partes "A aparência conta!"		A cultura de uma organização é afetada pela outra
Como lidam com as dificuldades?	A relação ainda é frágil. "A gente põe panos quentes"	Acordos, regras, maior definição de papéis "As expectativas são mais realistas" "A gente entende os problemas deles e pára de lutar contra!"	As dificuldades são enfrentadas juntos, os problemas não acabam o relacionamento

Fonte: Oliveira, Marina



Ao longo do tempo vão sendo alteradas as características das relações. Numa primeira fase quem toma a iniciativa é uma das partes envolvidas, que por sua vez a transmite a outra. No entanto esta transmissão também pode resultar de um desejo comum de diversas organizações. À medida que as ações se desenrolam as organizações vão aprendendo umas com as outras e gradualmente vão expandindo e aprofundando as suas ações. Ao aumentarem as suas oportunidades de contato, passam a envolver-se cada vez mais intervenientes e à medida que estes se vão conhecendo surgirão novas oportunidades de colaboração conjunta.



Capítulo 3 - Análise Empírica

A. *Definição do problema*

O ensino proporcionado pelas Instituições de Ensino Superior Politécnico, na sequência da reforma dos graus académicos decorrentes do Processo de Bolonha, passa a conferir, desde 2005, os graus de licenciado e de mestre. Atualmente concorrem diretamente com as universidades, que apresentam uma vertente mais teórica, contrariamente aos politécnicos, com aptidões mais técnicas e práticas.

O ensino politécnico dirige-se à compreensão e resolução de problemas concretos, visando proporcionar uma sólida formação cultural e técnica de nível superior. Desenvolve a capacidade de inovação e de análise crítica e ministra conhecimentos científicos de índole teórica e prática, que serão importantes para o exercício das diversas atividades profissionais.

Uma característica essencial que deverá pautar os estabelecimentos de ensino superior consiste na articulação da formação com a atividade profissional, incluindo aprendizagem em contexto de ambiente de trabalho. A organização curricular dos cursos deverá estar orientada para o saber fazer e para as competências tecnológicas que as empresas procuram.

Este estudo não irá desdobrar o ensino superior em politécnico ou universitário, dado que cada vez mais existe uma aproximação dos mesmos. Assim, doravante, serão sempre referenciadas como Instituições de Ensino Superior¹ ou IES, pretendendo-se analisar se a oferta formativa apresentada por estas e pelas Associações Empresariais² ou AE, correspondem às reais necessidades das empresas.

A flexibilidade, reatividade e antecipação das empresas decorre de um processo de aprendizagem contínua e de uma permanente atualização e adaptação da empresa à realidade empresarial e às exigências do mercado e dos seus clientes. Cada vez mais se verifica a necessidade de uma adequação formativa dos quadros técnicos das empresas, para que estes sejam uma mais-valia para o processo produtivo, mantendo as empresas inovadoras e na vanguarda do conhecimento

¹ Também referenciadas pela sigla IES;

² Também referenciadas pela sigla AE;



Dado o posicionamento das AE como meio de interligação entre as empresas, pretende-se conhecer o seu contributo, real ou potencial no papel de intermediários na transmissão de conhecimento, quer na qualidade e quantidade de formação que podem fornecer aos seus associados, quer também no estabelecimento de parcerias com IES, que venham a completar essa oferta formativa e, se possível, proporcionar outros tipos de formação mais especializada.

Pretende-se ainda questionar e refletir sobre a temática do estabelecimento de alianças estratégicas entre as IES e as AE.

O estabelecimento deste tipo de parcerias poderá, ser utilizado pelas IES como forma de angariação de alunos para a Instituição, através do acesso aos recursos e à importância que as AE têm no mundo empresarial. O sucesso destas alianças estratégicas depende do processo de transferência de conhecimento no decorrer da parceria, sendo que um dos maiores desafios com que as IES se defrontam é a interação no meio envolvente, o que obriga a definir estratégias de cooperação e articulação de esforços entre ambas de forma a satisfazer os seus objetivos comuns.

B. Dados

A base de dados utilizada foi essencialmente a das empresas registadas nas Associações Empresariais contactadas, bem como de empresas que tenham estado, de alguma forma, ligados ao IESF através de MBA's, Mestrados ou Pós-Graduações e outras decorrentes de contactos profissionais.

Com estes contactos foi possível obter resultados de todos os grupos de empresas que se pretendeu estudar, possibilitando assim uma análise mais diversificada.

Foram enviados 1012 questionários e rececionados 80, o que representa 8% de respostas, sendo esta a amostra representativa com a qual se vai trabalhar.

C. Metodologia

A metodologia adotada foi a de elaboração de um inquérito numa plataforma on-line, sendo constituído por diversas perguntas fechadas e outras abertas, tendo sido dirigido às empresas portuguesas e respondido via web. Este inquérito pretendeu analisar as reais necessidades das Empresas e das Associações Empresariais, no que concerne à formação e à possibilidade de



criação de parcerias com Instituições de Ensino Superior que permitam dar resposta às lacunas existentes no mercado.

A primeira parte do questionário destina-se à caracterização da empresa.

As questões seguintes (fechadas) pretendem avaliar a importância da formação para a empresa. O bloco seguinte é constituído por nove questões com o objetivo de identificar o tipo de necessidades formativas da empresa.

A última parte do inquérito pretendeu aferir a relação entre a Empresa e a Associação Empresarial de que é associada.



Caracterização da Empresa

- Nome da empresa
- Tipo de empresa quanto à dimensão
- Filiação a Associação Empresarial



A Empresa face à formação

- A empresa proporciona formação
- A empresa encoraja a formação
- Importância atribuída à formação
- A formação académica é relevante para o desempenho do colaborador



Necessidades Formativas da Empresa

- Aferir o tipo de necessidades formativas da empresa
- Escolhidos nove tipos de formação considerados importantes.

Ilustração 1 – Inquérito - esquema das questões colocadas

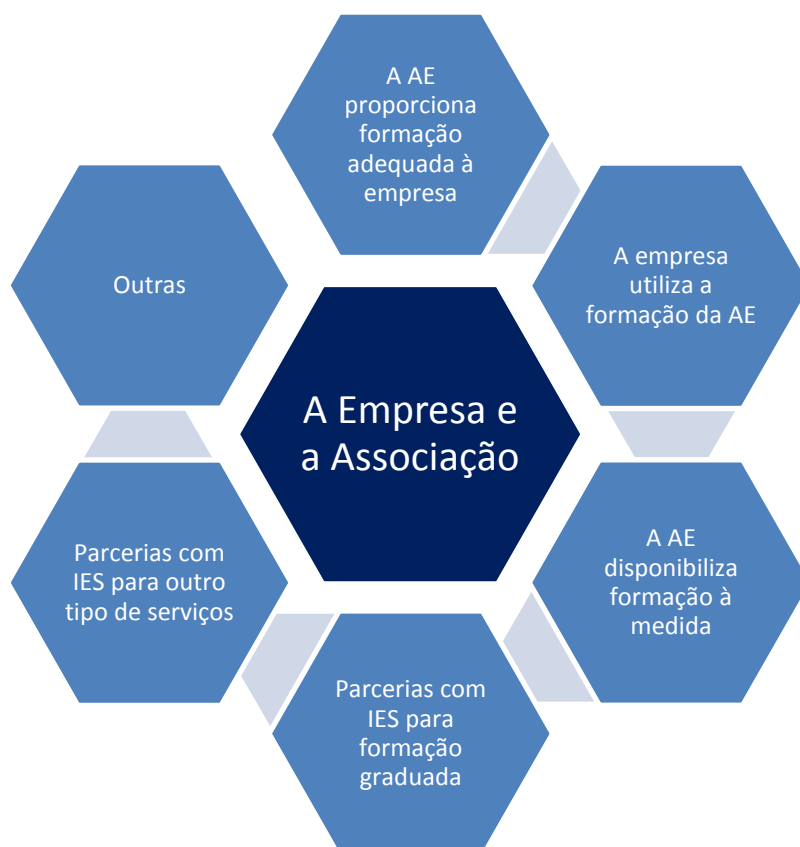


Ilustração 2 - Inquérito - Relações Empresa e Associação

Encaminhamento para as AE que se disponibilizaram a endereçar aos seus associados

Via Facebook - divulgação na página IESF – Mestrado 2014

Via e-mail para alunos e ex-alunos do IESF em contextos de MBA, Mestrados e Pós-graduações, e empresas de contatos profissionais

Via LinkedIn para os contatos existentes na rede

Via SharePoint para os colegas que estão atualmente a efetuar este Mestrado

Ilustração 3 - Meios de envio do Inquérito



O tratamento estatístico foi efetuado com base no ficheiro de recolha dos dados e posteriormente trabalhado em Excel. Após o tratamento estatístico e já com os resultados obtidos foi necessário avaliar as outras partes envolvidas, as AE e as IES.

Relativamente às associações empresariais foi solicitada uma entrevista com o intuito de conhecer as suas necessidades formativas específicas, quais os recursos de que dispõem ao serviço dos seus associados e qual o interesse manifestado no estabelecimento de parcerias estratégicas com IES. Dada a importância que possuem no mundo empresarial, as associações são o fio condutor que permitirá o estabelecimento de protocolos colaborativos com vista à obtenção de informação tecnológica, a realização de feiras, seminários e ações de formação profissional contribuindo desta forma para o desenvolvimento das competências das empresas e para o desenvolvimento das instituições de ensino superior.

Com estas entrevistas também se pretendeu dar a conhecer os resultados do trabalho realizado e validar os resultados obtidos com informações que nos forneceram e com pesquisas efetuadas e disponibilizadas pelas associações.

Relativamente às instituições de ensino superior foram essencialmente utilizados os conhecimentos do IESF enquanto aluna, tendo consultado os trabalhos elaborados pelos colegas acerca da Instituição e foi efetuada uma reunião/entrevista com o Dr. João Paulo Peixoto na qual foram abordados diversos temas, nomeadamente no que concerne aos tipos de formação já existentes e analisar a possibilidade de criação de cursos especialmente dedicados para uma determinada área de negócios. Foram ainda abordados temas como a interação que já existe com empresas e com associações e o interesse em estabelecer novas parcerias estratégicas com vista a ampliar a sua atuação no mercado da formação graduada e pós graduada, angariando mais alunos e aumentando a notoriedade da Instituição.



Capítulo 4 – Resultados

Para uma mais fácil análise dos resultados obtidos, serão apresentadas detalhadamente cada uma das questões ou conjunto das mesmas do questionário. A primeira questão colocada foi o nome da empresa (como uma pergunta obrigatória), no entanto, esta pode ter sido uma má opção, pois parece ter provocado alguns constrangimentos por parte de algumas empresas.

A questão seguinte permitiu identificar o tipo de empresa que estava a responder ao questionário para um melhor enquadramento das respostas obtidas.

❖ Tipo de Empresa

Ao efetuar a análise das respostas aos inquéritos manteve-se, inicialmente, a lógica de desagregação das empresas quanto à sua dimensão que foi utilizada no inquérito.

- Comércio tradicional;³
- Micro empresas (< 10 trabalhadores e faturação <= 2 milhões de euros);⁴
- Pequenas empresas (<50 trabalhadores e faturação <= 10 milhões de euros);⁵
- Médias empresas (As PME que não sejam micro ou pequenas empresas);⁶
- PME's (<250 colaboradores e volume de negócios <= 50 milhões de euros (VN) ou balanço total <= 43 milhões de euros);⁷
- Grandes empresas;⁸
- Outras.⁹

³ Doravante designado por “Comércio Tradicional”.

⁴ Doravante designado por “Micro empresas”.

⁵ Doravante designado por “Pequenas empresas”.

⁶ Doravante designadas por “Médias empresas”.

⁷ Doravante designadas por “PME”.

⁸ Doravante designadas por “Grandes Empresas”.

⁹ Doravante designadas por “Outras”.



Os resultados obtidos através do inquérito, que representam o peso de cada uma das empresas analisadas, no conjunto global das mesmas foram assim esquematizados:

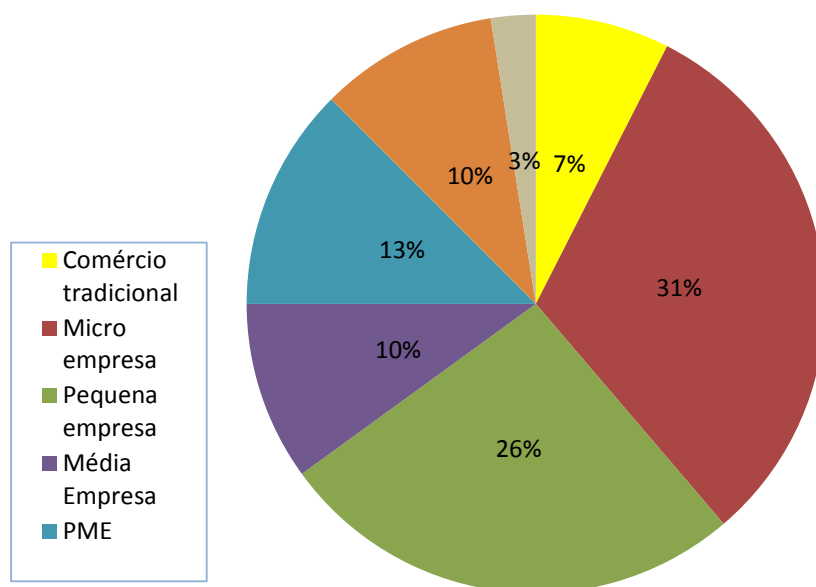


Ilustração 4 – Estrutura empresarial estudada

Da análise do gráfico verifica-se que a maior parte das empresas que responderam ao inquérito foram as micro e as pequenas empresas totalizando 57% do peso total das empresas, seguem-se as PME com 13%, as médias empresas com 10% e os restantes 20% correspondem às grandes empresas, ao comércio tradicional e a outras não enquadráveis.

Atendendo a que alguns sectores tinham mostrado muito pouca expressividade, procedeu-se a uma aglutinação de dados, originando assim um gráfico com muito maior consistência na sua apresentação. Deste modo as empresas ficaram assim representadas:

- Fundiu-se o comércio tradicional com as microempresas. Normalmente este tipo de comércio é constituído por empresas familiares, com muito poucos funcionários e com uma faturação inferior a 2 milhões de euros, o que em tudo se assemelha às microempresas;
- Agregaram-se as médias empresas e as PME num único conjunto, pois embora de natureza diferente, as médias empresas, mais não são do que PME's;
- As pequenas e as grandes empresas ficaram isoladas, dadas as suas características específicas;
- Ficaram ainda isoladas as restantes empresas, tendo em conta que, pelos dados obtidos, não é possível estabelecer qualquer relação com as anteriores.

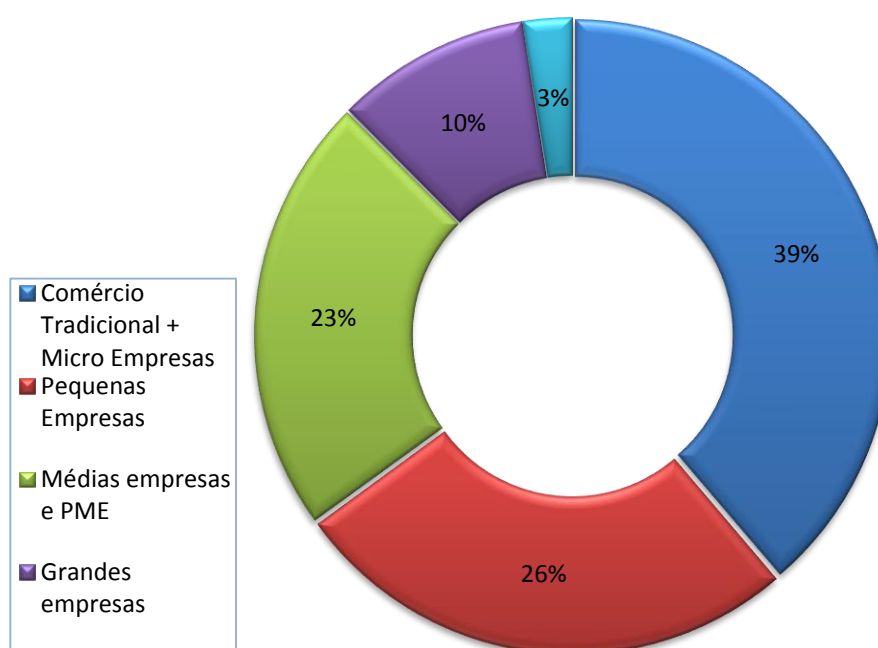


Ilustração 5 - Agregação de alguns dos tipos de empresas estudados

Com esta reestruturação, a expressividade da estrutura empresarial estudada passa a ser mais legível e representativa.

A representatividade do comércio tradicional e das micro empresas é agora de quase 40%, ficando uma fatia de cerca de 25 % para as pequenas empresas e uma de 23% para as médias e PME's. As grandes empresas ficam-se pelos 10%.

Além destas análises, desagregadas por tipo ou grupo de empresas, a amostra pode ser estudada como um todo. Em qualquer altura que se julgue necessário, voltar-se-á à análise detalhada.

❖ A – AS EMPRESAS FACE À FORMAÇÃO E A SUA RELAÇÃO COM AS AE

O objetivo é o de conhecer o universo de empresas filiadas em AE, quais as relações com a formação proporcionada por estas, qual a importância que as empresas atribuem à formação dos seus colaboradores e se lhes proporciona formação e os incentiva e encoraja a fazê-la.

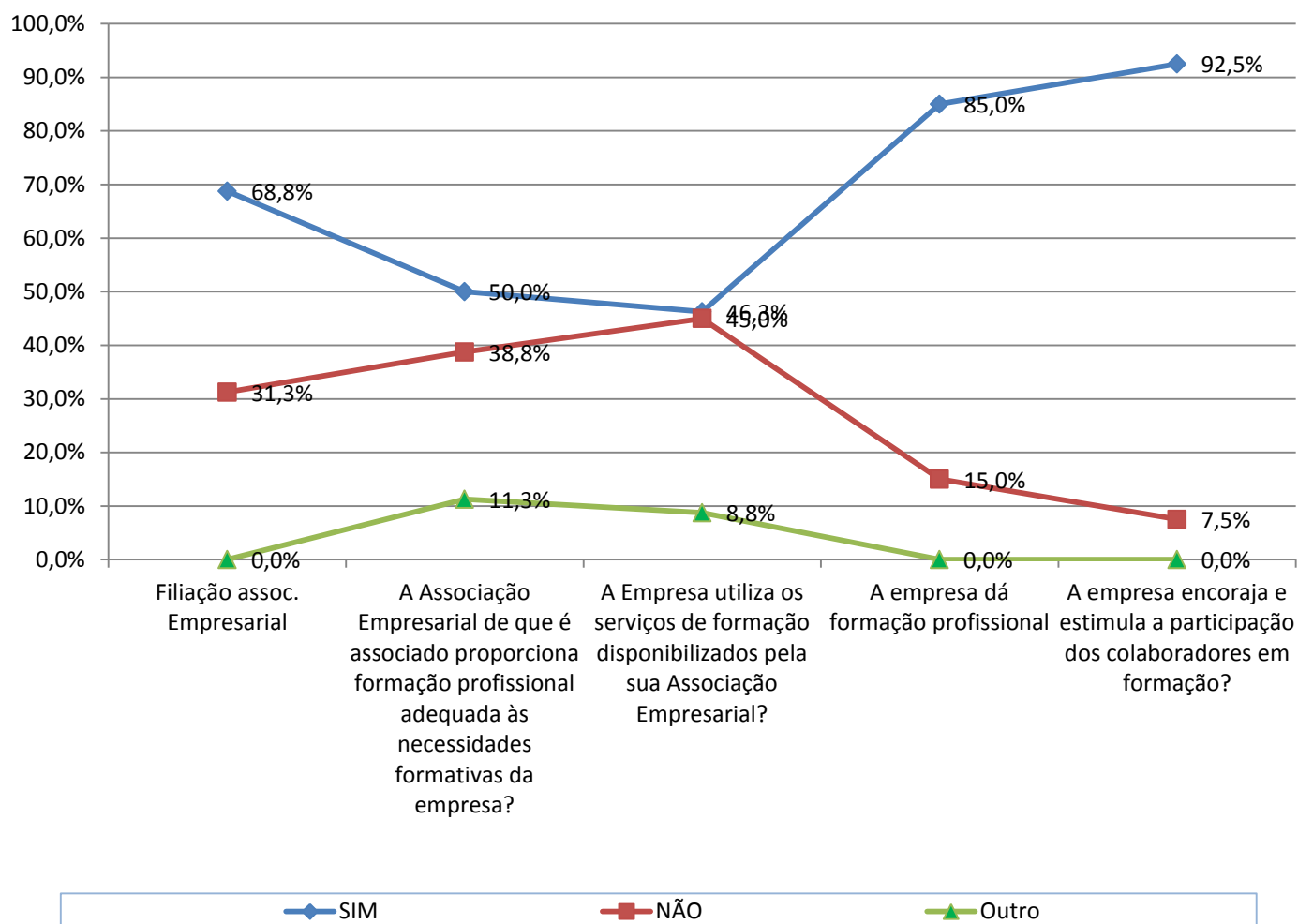


Ilustração 6 – A filiação das empresas a AE e as suas relações com a formação

Analisando o gráfico (elaborado com base na amostra recolhida) é possível tirar diversas conclusões nomeadamente no que concerne à % de empresas filiadas a uma ou várias AE, 70% das empresas são filiadas, contrapondo a expressividade das empresas que utilizam os seus serviços de formação disponibilizados - 46%.

A grande maioria das empresas (85%) proporcionam formação aos seus colaboradores e a quase totalidade (93%) encorajam e estimulam a participação dos mesmos em ações de formação.

O gráfico abaixo mostra a % das associações representadas, sendo os últimos 36% representativos de associações que só foram indicadas uma única vez.

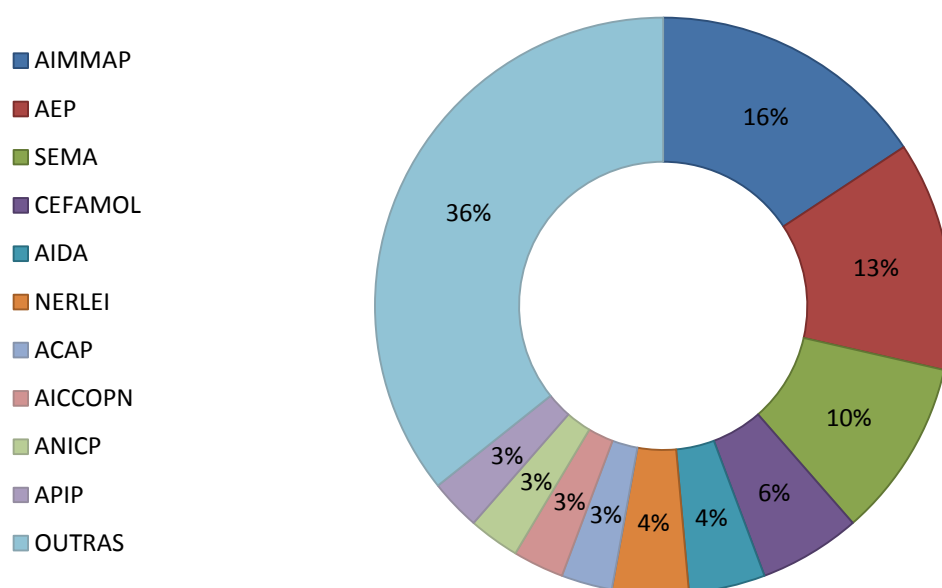


Ilustração 7 - Associações Empresariais onde as empresas são filiadas

Foram várias as AE que as empresas indicaram como estando filiadas. Muitas das empresas, principalmente as de maior dimensão, estão mesmo filiadas em 2 ou até 3 AE. As AE com maior representatividade foram a AIMMAP, AEP, SEMA, CEFAMOL e AIDA. Todas as restantes têm uma expressão mais reduzida. Para uma melhor clarificação das AE cuja amostra é filiada, apresenta-se abaixo uma tabela com a desagregação por AE.

Filiação em associações	%	Número
AIMMAP- Associação dos Industriais Metalúrgicos, Metalomecânicos e Afins de Portugal	16%	11
AEP - Associação Empresarial de Portugal	13%	9
SEMA – Associação Empresarial dos Concelhos de Sever do Vouga, Estarreja, Murtosa e Albergaria-a-Velha	10%	7
CEFAMOL - Associação Nacional da Indústria de Moldes	6%	4
AIDA - Associação Industrial do Distrito de Aveiro	4%	3
NERLEI - Associação Empresarial da Região de Leiria	4%	3
ACAP - Associação Automóvel de Portugal	3%	2
AICCOPN - Associação dos Industriais da Construção Civil e Obras Públicas	3%	2
ANICP - Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe	3%	2
APIP - Associação Portuguesa da Indústria de Plásticos	3%	2
OUTRAS ¹⁰	36%	25
TOTAL	100%	70

Tabela 1 - Associações Empresariais

¹⁰ As restantes 25 Associações só tiveram uma empresa associada e por ainda serem uma amostra considerável está presente numa das páginas dos anexos a discriminação e denominação de todas as Associações.



❖ C – A EMPRESA E A ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL

Serão analisadas as relações entre as empresas filiadas e as respectivas AE, e o grau de importância atribuído pelas empresas às ofertas disponibilizadas pelas associações.

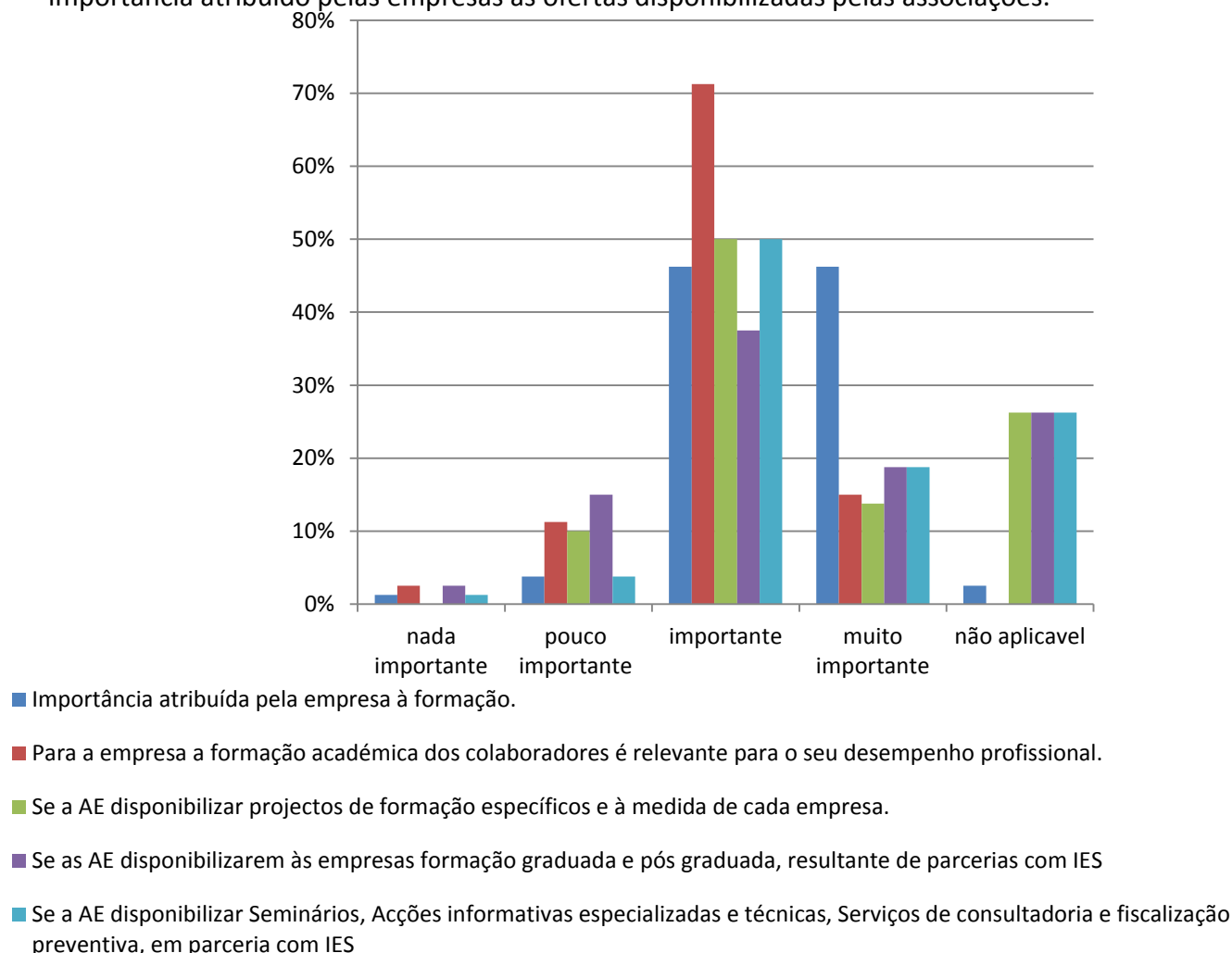


Ilustração 8 - A Importância atribuída pelas empresas relativamente às AE

A quase totalidade das empresas considerara importante/muito importante a formação dos seus colaboradores, cerca de 93%, o mesmo acontecendo quanto à relevância da sua formação académica para o desempenho profissional - 86%. Mais de metade das empresas analisadas considera importante/muito importante a AE disponibilizar projetos de formação específicos e à medida de cada empresa, embora algumas não considerem sequer essa hipótese ou julga pouco ou nada importante.

Quanto às AE disponibilizarem às empresas formação graduada e pós graduada, resultante de parcerias com IES, as opiniões dividem-se, estando pouco mais de metade das empresas interessadas, no entanto a disponibilização de seminários, ações informativas especializadas e



técnicas, serviços de consultadoria e fiscalização preventiva, com o apoio de IES já apresenta um maior número de empresas interessadas.

Dada a complexidade da informação disponibilizada pelo gráfico, decidiu-se proceder a uma análise dos dados através de uma desagregação por tipo de empresa, com vista a melhor compreender o tipo de empresas mais recetivas a este tipo de parcerias.

❖ **C1 - A AE disponibilizar projetos de formação específicos e à medida de cada empresa:**

	Nada importante	Pouco importante	importante	Muito importante	Não aplicavel
Comércio Tradicional + Micro Empresas	0%	3%	18%	3%	16%
Pequenas Empresas	0%	1%	18%	4%	4%
Médias empresas e PME	0%	3%	13%	4%	4%
Grandes empresas e outras	0%	4%	3%	4%	3%
	0%	10%	50%	14%	26%

Tabela 2 - As AE disponibilizarem projetos de formação à medida das empresas

❖ **C2 - As AE disponibilizarem às empresas formação graduada e pós graduada, resultante de parcerias com IES**

	Nada importante	Pouco importante	importante	Muito importante	Não aplicavel
Comércio Tradicional + Micro Empresas	0%	4%	13%	5%	18%
Pequenas Empresas	1%	5%	11%	5%	4%
Médias empresas e PME	0%	3%	10%	6%	4%
Grandes empresas e outras	1%	4%	4%	3%	1%
	3%	15%	38%	19%	26%

Tabela 3 - Disponibilização de formação graduada e pós graduada às empresas.

❖ **C3 - As AE disponibilizarem outros tipos de serviços tais como Seminários, ações informativas especializadas e técnicas, serviços de consultadoria e fiscalização preventiva nas empresas.**

	Nada importante	Pouco importante	importante	Muito importante	Não aplicavel
Comércio Tradicional + Micro Empresas	0%	0%	18%	5%	16%
Pequenas Empresas	1%	3%	13%	5%	5%
Médias empresas e PME	0%	1%	13%	5%	4%
Grandes empresas e outras	0%	0%	8%	4%	1%
	1%	4%	50%	19%	26%

Tabela 4 - Disponibilização de ações formativas especializadas, consultoria e realização de seminários

Estas tabelas vêm confirmar a tendência anteriormente exposta e pouco acrescentam às conclusões já obtidas pela Ilustração 5. Efetivamente todos os tipos de empresas estudadas apresentam valores acima da média em qualquer um dos pontos analisados.



❖ B – NECESSIDADES FORMATIVAS DA EMPRESA

Com este grupo de questões pretendeu-se aferir o tipo de necessidades formativas da empresa, solicitando a sua opinião acerca dos diversos tipos apresentados. Foram avaliados nove grupos de formação que se considerou importante para a realidade empresarial representada:

B1 - Formação técnica, prática ou especializada para operário fabril;

B2 - Formação em higiene, saúde e segurança – Utilização de EPIS, socorrismo;

B3 - Formação em qualidade - Gestão da qualidade, auditorias internas, normas ISO;

B4 - Formação área administrativa e financeira - competências técnicas, práticas especializadas;

B5 - Formação para a área comercial e marketing;

B6 - Formação em TIC – competências gerais e profissionais;

B7 - Formação em línguas estrangeiras;

B8 - Formação p/ quadros médios e superiores - liderança, *coaching*, avaliação do desempenho;

B9 - Outro tipo de formação.

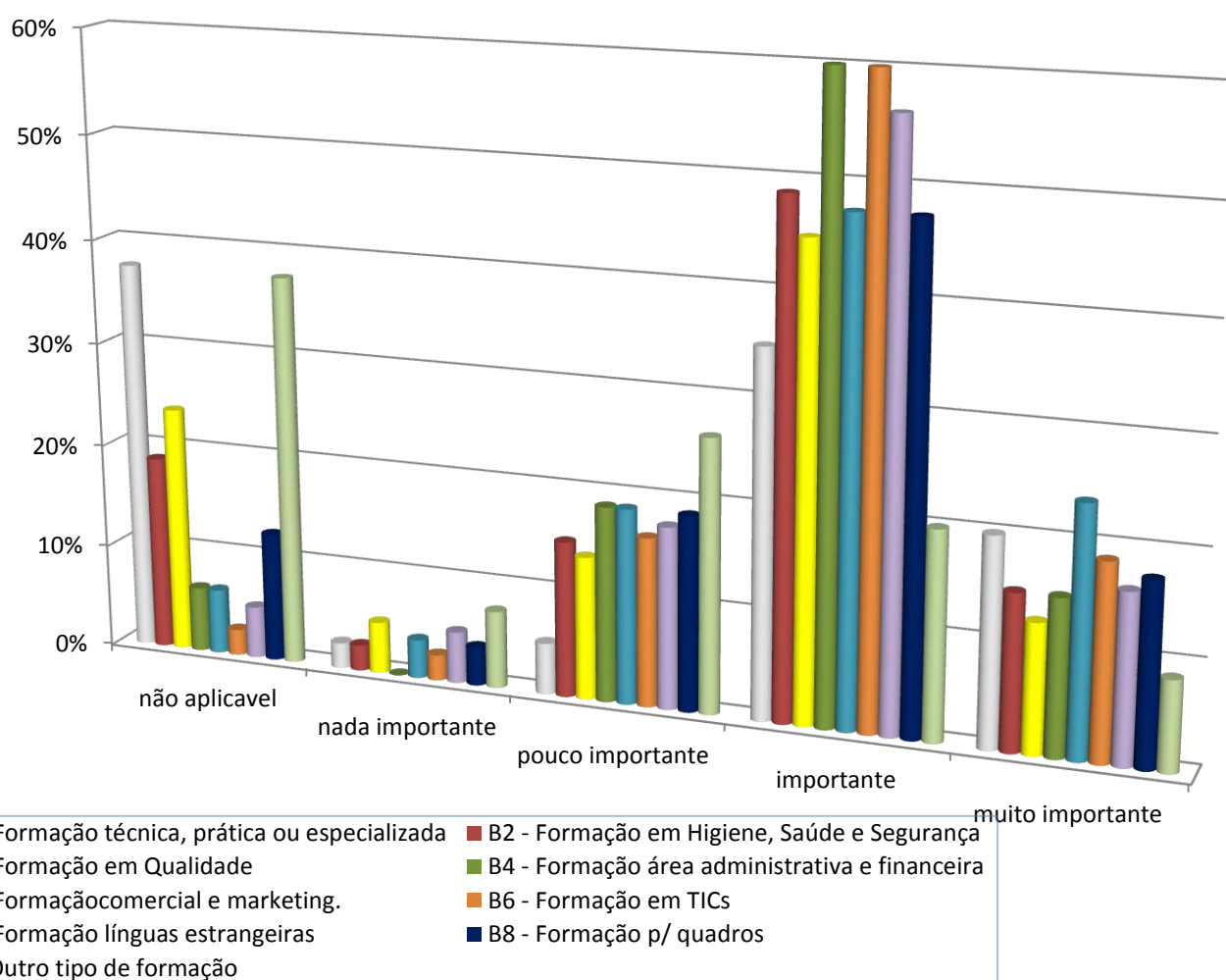


Ilustração 9- Necessidades Formativas das Empresas



Esta avaliação das necessidades formativas das empresas demonstra uma maior relevância à formação em TIC, com quase 80% das empresas a identificarem-na como sendo importante a muito importante. Segue-se a formação nas áreas administrativas e financeiras que totalizam $\frac{3}{4}$ da amostra. A formação em línguas estrangeiras e em áreas como o marketing e a área comercial representam igualmente um peso enorme.

A formação em higiene e segurança, bem como formações específicas para os quadros médios e superiores, apresentam ambos uma avaliação de cerca de 65% de respostas positivas. Por último, ainda com valores positivos de comprovada importância, (mas somente em alguns tipos de empresas) vemos a formação em qualidade e a formação técnica, prática e especializada.



Capítulo 5 – Conclusões

O presente artigo pretendia clarificar e refletir acerca do real ou potencial contributo das AE, no papel de intermediários na transmissão de conhecimento, na qualidade e quantidade de formação fornecida aos seus associados e no estabelecimento de parcerias com Instituições de Ensino Superior com vista a complementar essa oferta e a proporcionar formação mais especializada.

Do universo de empresas que responderam ao inquérito verifica-se uma reduzida adesão das grandes empresas, até porque este estava mais vocacionado para a análise de empresas de menor dimensão. Aqui o comércio tradicional e as microempresas lideram o ranking com quase 40% da amostra seguindo-se as pequenas e as médias empresas com percentagens muito parecidas, entre os 23% e 25%. As empresas filiadas a uma ou várias associações correspondem a cerca de 70% da amostra, estando aqui representadas trinta e quatro AE diferentes, no entanto o estudo demonstra que menos de metade das empresas utiliza os serviços formativos disponibilizados por estas.

A grande maioria das empresas proporciona formação aos seus colaboradores e a quase totalidade da amostra, mais de 90% encoraja e estimula a sua participação em formações profissionais, considerando igualmente ser muito relevante a formação académica para o seu desempenho profissional. Estes valores estão muito próximos dos encontrados no Inquérito Comunitário à Formação Profissional Continua, elaborado pelo GEP (2010) que apresentou cerca de 65% de empresas a proporcionar formação profissional aos seus colaboradores. Também ao nível do escalão da dimensão das empresas, os valores são semelhantes, já que as PME e as grandes empresas são as que mais investem na formação.

Estes dados confirmam que as empresas estão interessadas em formar os seus colaboradores e dispor de formação adequada às necessidades, no entanto, dada a pouca expressividade da percentagem de empresas que utilizam as formações proporcionadas pelas AE depreende-se que utilizem serviços internos, ou empresas externas, que nada têm a ver com as associações para a sua realização.

No estudo efetuado, a disponibilização por parte das AE de projetos de formação específicos e à medida de cada empresa foi considerada importante/muito importante por mais de metade das empresas. As empresas que se mostraram interessadas na formação graduada e pós graduada, resultante de parcerias com IES, são na grande maioria PME, Médias e Grandes empresas sendo



relevante o número de empresas interessadas. Uma vez mais estes dados podem ser confirmados pelo Inquérito do GEP apresentado em anexo.

Relativamente aos seminários, ações informativas, serviços de consultadoria e fiscalização mais de 2/3 das empresas se mostraram interessadas. Prova-se assim um dos problemas que se pretendia esclarecer, verificar se as empresas pretendiam, ou não, a existência de parcerias entre AE e IES, ao nível da formação e da prestação de serviços especializados.

Também se conseguiu demonstrar a importância da formação em áreas como as novas tecnologias de informação (quase 80%), a área financeira comercial e de marketing, bem como formação em gestão da qualidade. De salientar a formação dos quadros médios e superiores em cursos de liderança, *coaching*, avaliação do desempenho e gestão de empresas.

A formação mais prática e especializada em diversos contextos laborais também é uma das necessidades sentidas por algumas das empresas representadas. Em analogia e considerando os dados disponibilizados pela SEMA, as necessidades desse tipo de formação rondam cerca de 70%. A formação em áreas administrativas e financeiras obteve um resultado idêntico à formação em TIC, já na SEMA estas necessidades formativas são relativamente menores.

Como seria de esperar as línguas estrangeiras e a área comercial e marketing têm também aqui um peso enorme, cerca de 2/3 das empresas estudadas, ao que se seguem as formações para quadros médios e superiores e em higiene e segurança ambos com cerca de 65% de respostas positivas. Ainda com valores de comprovada importância, no entanto somente mais expressivo em alguns tipos de empresas, encontra-se a formação em qualidade.

Face ao exposto, devem as IES empenhar-se em promover uma estreita e permanente ligação com as empresas e com as AE, desenvolvendo programas inovadores e de elevada qualidade com vista às satisfações das necessidades das empresas, principalmente ao nível de ensino pós-graduado e de executivos. Para tal é de extrema importância criar e divulgar MBA's e Pós graduações à medida, proporcionando aos empresários formação e reciclagem, de primordial importância para um crescimento das competências dos recursos humanos das empresas.

É necessário converter as IES em espaços de produção e transmissão de conhecimentos, reforçando a importância do “saber” e o “fazer” para que haja uma melhor oferta de colaboradores qualificados, com cursos especializados em que a vertente do ensino e a vertente prática da formação estejam convenientemente ligados e que permitam responder às necessidades específicas das empresas.

Uma das conclusões que também se retirou do estudo foi, que embora a grande maioria das empresas se preocupe com a formação dos seus colaboradores, nem todas lhes disponibilizam



meios para eles a efetuarem, o que implica uma necessária consciencialização, não só dos funcionários para obterem formação especializada, mas sobretudo das empresas e empresários. Os resultados alcançados vieram assim confirmar a problemática exposta, de que as AE têm aqui um papel extremamente importante a desempenhar, ao sensibilizar as empresas para as necessidades formativas dos seus colaboradores, ao promover seminários, sessões de esclarecimento e estudos de mercado.

Esta interação entre as AE e as empresas demonstra a importância destas como elo de ligação com as IES. Estas parcerias estratégicas irão contribuir com claros benefícios para o seu desenvolvimento e crescimento sustentável.

Esquemáticamente a conclusão que se pode retirar da análise efetuada é a seguinte:

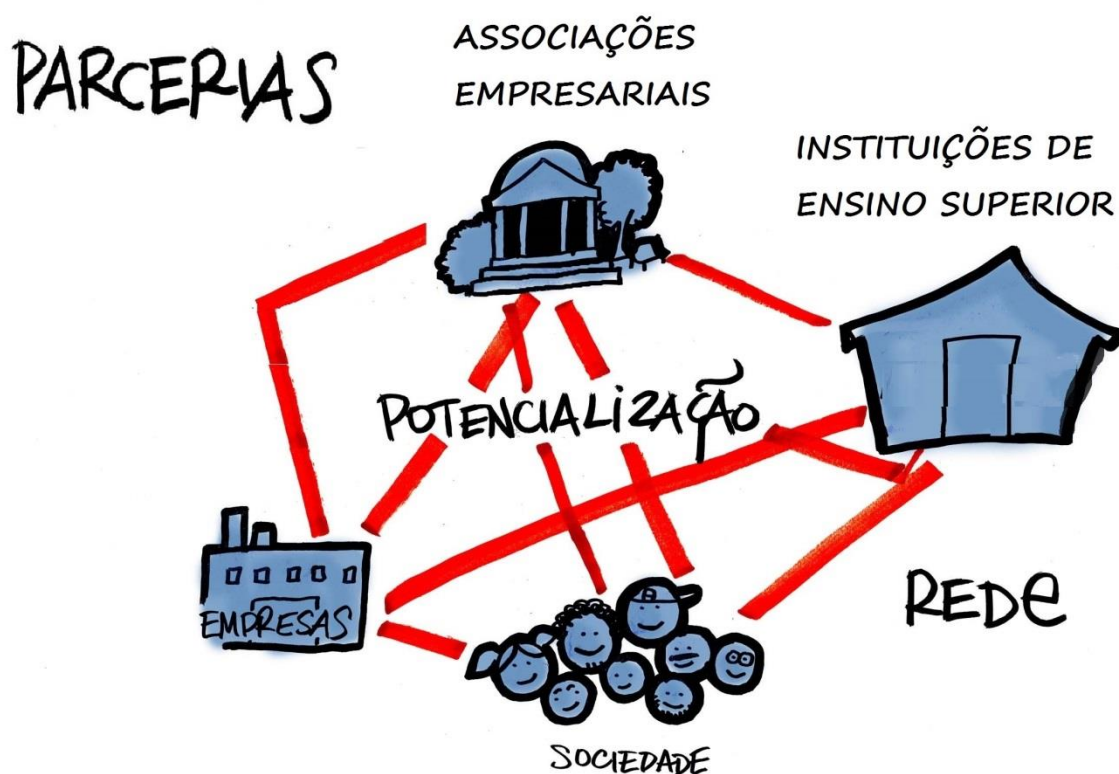


Ilustração 7- As AE como elo de ligação entre as IES e as empresas (imagem adaptada de Oliveira, Marina)



Capítulo 6 – Limitações e Investigação Futura

A principal dificuldade sentida na elaboração deste trabalho de investigação deveu-se à fraca adesão das empresas na resposta ao questionário. Apesar de terem sido enviados mais de mil inquéritos, somente aproximadamente 8% das empresas inquiridas responderam à solicitação de participação. Embora o questionário tenha sido enviado para diversas AE, para que estas o reenviassem aos seus associados, a sensação que persiste é que, ou estes pedidos não foram devidamente tratados, ou as empresas não colaboraram. De salientar que o período, durante o qual foi enviado o questionário, não foi o mais adequado, pois apanhou uma grande maioria das empresas em férias ou a trabalhar tempo parcial, assim como os responsáveis pelas AE impedindo assim uma divulgação e resposta mais expressiva ao inquérito.

As empresas, principalmente as de menor dimensão, não mostraram grande interesse em responder a um questionário sobre formação. Talvez esta relutância se deva ao facto de não terem enraizado na sua cultura empresarial, a importância da formação dos seus colaboradores, ou, atendendo à atual conjuntura económica, estas microempresas, com as suas dificuldades financeiras inerentes, não considerarem como prioridade nos seus orçamentos os gastos com a formação do pessoal. A cultura de formação contínua tem de partir das empresas, tendo estas que promover e incentivar os seus colaboradores a fazer formação, proporcionando-lhes condições para a sua frequência. As AE terão aqui um papel importante dando apoio e consciencializando dos empresários para a importância da formação contínua.

Num próximo estudo dever-se-á ter atenção com as etapas do seu desenvolvimento e com a forma de abordagem das empresas e associações. As primeiras porque normalmente tendem a evitar responder a questionários e as segundas porque recebem atualmente uma quantidade imensa de pedidos aos quais não conseguem dar resposta.

Um novo estudo deverá esclarecer onde as empresas vão buscar os seus formadores, se internamente, se através de empresas especializadas para o efeito, se através das AE ou diretamente com as IES. Se o tipo de formação proporcionado é somente direcionado para as obrigações legais e sociais da empresa, relativamente aos seus funcionários, ou se investem numa formação que promova o desenvolvimento do trabalhador, proporcionando-lhe a aquisição de conhecimentos noutras áreas de estudo que não somente aquelas que sirvam os interesses da empresa.

Este trabalho de pesquisa poderá ser utilizado tanto pelas empresas, como pelas AE e IES como veículo de partilha de conhecimentos, e de clarificação quanto à importância de se unirem em prol de um desenvolvimento e crescimento comum. A colaboração e as parcerias são de primordial importância para todos os envolvidos.



Capítulo 7 – Implicações na Gestão Empresarial

Após as diversas crises económicas e políticas que têm, nas últimas décadas abalado o tecido empresarial mundial e mais concretamente o português, e no decorrer do movimento de reorganização do dinamismo económico, assiste-se cada vez mais à criação/manutenção de PME, dada a sua flexibilidade e melhor capacidade de adaptação às flutuações dos mercados, conseguindo estar associadas a uma diversidade de produtos/serviços, a uma modernização tecnológica e uma boa qualificação do seu pessoal.

É de primordial importância para a sobrevivência das empresas a reorientação da formação dos seus colaboradores e gestores que terá de assentar, em primeiro lugar, num conhecimento profundo da realidade económica e social portuguesa e na compreensão das potenciais vantagens da partilha de conhecimentos tecnológicos e de cooperação com outras empresas e também entre estas e IES.

As Instituições de Ensino Superior devem representar um polo de investigação, de formação e de prestação de serviços, atentos aos processos e problemas associados à respetiva atividade empresarial. Deverão contribuir com um apoio continuado às empresas na aplicação dos conhecimentos adquiridos (na formação e investigação) e na implementação de sistemas e processos de gestão e utilização de novas tecnologias.

Salienta-se a extrema importância das relações com as AE, representativas dos diversos setores, que conhecendo melhor que ninguém a realidade empresarial, serão os parceiros ideais para servir de intermediários na obtenção deste conhecimento e no estabelecimento de parcerias e protocolos.

Este relacionamento e o estabelecimento de contratos de colaboração entre as duas partes criarão uma eficiente capacidade de difusão de novos conhecimentos tecnológicos e de promoção de uma dinâmica interativa entre estes e as empresas, tendo a gestão empresarial muito a lucrar com estas parcerias.

Numa época em que as flutuações do mercado, a instabilidade dos preços das matérias-primas e da procura de produtos diferenciados e de melhor qualidade, a capacidade de aprender com outras empresas e parceiros é a forma mais eficaz para alcançar melhor rentabilidade e conhecimentos. O estabelecimento de alianças estratégicas será pois um importante meio de transferência de competências e aquisição de recursos que só em parceria serão possíveis alcançar



Agradecimentos

Um agradecimento especial ao Dr. João Paulo Peixoto, que além de orientador, foi um mentor e uma fonte de inspiração constante para que a desmotivação e os percalços sofridos não tivessem afetado o trabalho executado.

O apoio proporcionado pelas Associações Empresariais, das quais não posso deixar de referir três em concreto. A SEMA, na pessoa do Sr. Valente, que desde logo se disponibilizou a ajudar-me em tudo o que eu necessitasse, nomeadamente, facultando os estudos efetuados pela Associação para o período de 2014/2015, permitindo-me ter uma ideia mais concreta das atividades formativas desta Associação. À Dra. Vanda Fonseca, da AIDA, pela simpatia e disponibilidade com que me recebeu, que desde logo se mostrou muito interessada no tema, tendo inclusive solicitado a elaboração de um artigo de opinião a ser divulgado na revista da Associação. Ao Dr. Gualter Morgado da AE Paredes, que, apesar de ter sido contactado em cima da hora, não se escusou a prontamente fornecer as informações solicitadas.

À Filipa Leite, Ana Rodrigues e Ana Neves que me ajudaram na revisão e correção dos textos.

De extrema importância a amizade e a camaradagem estabelecida entre os elementos deste grupo Atlantidades. O Manuel Barroso e o Jorge Costa foram uns colegas fantásticos, sempre prontos a colaborar, possibilitando um trabalho em sintonia, que apesar de individual e com temáticas diferentes, acaba por se fundir num projeto em comum.

A uma amiga muito especial, Goretti Capela, que sempre me deu força e coragem e que desde o primeiro momento acreditou nas minhas capacidades e me apoiou física e espiritualmente.

À minha família, em especial à minha mãe, e aos colegas de trabalho, pela cooperação e o apoio que me deram, sem o qual não teria sido possível conciliar a minha vida pessoal e profissional com a académica.

Por último, dedico este trabalho aos Homens da minha vida, ao Paulo, meu marido, ao Rui e ao João, meus filhos, pela compreensão das ausências da mãe, pela falta de tempo que tive para me dedicar a eles, como bem merecem.

Obrigada a Todos.



Referências

Andrea Bonaccorsi and Andrea Piccaluga (1994). A theoretical framework for the evaluation of university-industry relationships. R&D Management Volume 24, Issue 3, pages 229–247, July 1994^[7]

Alves, M., Alves, N. e Chaves, M. (2012). Inserção profissional e razões de ingresso e reingresso no ensino superior: um ponto de partida para uma temática em aberto, Editora Mundos Sociais/CIES-IUL. ^[14]

Antunes, J. e Rita, P. (2005). Os determinantes do marketing relacional na satisfação e fidelização de clientes. Economia Global e Gestão INDEG-ISCTE. Vol. X, nº 2 (2005) p. 111-134. ^[10]

Bagozzi, R. (1995). Reflections on relationship Marketing in customer markets. Journal of the Academy of Marketing Science, vol.23 (4). ^[13]

Bernardes, A. (2008). Políticas e práticas de formação em grandes empresas- Situação atual e perspectivas futuras. Sísifo, Revista de Ciências da Educação, 06, pp. 57-70. ^[3]

Berry, L. (1995). Relationship Marketing of Services – Growing Interest, Emerging Perspectives. Journal of the Academy of Marketing Science, vol.23 (4). ^[11]

Gabinete de Estratégia e Planeamento (GEP) - Ministério da Solidariedade e da Segurança Social (MSSS), 2013 - Coleção Estatísticas – Formação Profissional - Coordenação de GEP - Inquérito à Formação Profissional Contínua - 2010 -ISBN: 978-972-704-317-0 - ISSN: 0873 – 5352 ^[1]

Evans J. e Laskin, R. (1994). The Relationship Marketing Process: A Conceptualization and Application. Industrial Marketing Management, vol. 23. ^[12]

OECD – Organization for Economic Cooperation & Development (1997) – Manual for better training statistics: conceptual, Measurement and survey issues. Paris: OECD^[4]



Oliveira, Marina Magalhães (2004). O processo de construção de parcerias - Magalhaes M O processo de construcao de parcerias.pdf ^[15]

Sanz Fernandez, F. (2006). As raízes históricas dos modelos atuais de educação de pessoas adultas. Cadernos Sísifo 2, Lisboa: Educa7li&dCE. ^[2]

Sarramona, Jaume (2002). La formación continua laboral. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva ^[5]

Seggato-Mendes, Ándrea e Sbragia, Roberto (2002). O processo de cooperação universidade-empresa em Universidades Brasileiras. Revista de Administração. São Paulo v.37 , nº 4, pag58-71 Outubro/Dezembro 2002. ^[6].

Sutz, J. (2000) The University- Industry-Government Relations in Latin América. Research Policy, v. 29, n. 2, p. 279-290, February 2000. ^[9]

Urbano, Cláudia (2011) Editora: CIES-IUL / Editora Mundos Sociais - Citação: URBANO, Cláudia – "A (id) entidade do Ensino Superior Politécnico em Portugal: da Lei de Bases do Sistema Educativo à Declaração de Bolonha". Sociologia, Problemas e Práticas. Lisboa : Mundos Sociais. ISSN 0873-6529. 66 (Maio-Agosto 2011) 95-115. ^[8]



Cibergrafia

Lista de consultas efetuadas de diversos trabalhos e artigos disponíveis na internet e com relevância para o estudo desenvolvido:

<http://www.gep.msess.gov.pt/estatistica/formacao/>

<http://www.gep.msess.gov.pt/estatistica/formacao/impacte20052007.pdf>

<http://www.gep.msess.gov.pt/estatistica/formacao/impactenotacao20052007.pdf>

<http://www.gep.msess.gov.pt/estatistica/formacao/fpcontinua2010>

<http://www.gep.msess.gov.pt/estatistica/formacao/fpcont2010.pdf>

<http://www.gep.msess.gov.pt/estatistica/formacao/in2010.pdf>

<http://www.oei.es/administracion/azevedop.html>

<http://opac.iefp.pt:8080/images/winlibimg.exe?key=&doc=12370&img=966>

<http://repositorio-iul.iscte.pt/handle/10071/5601>

<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/3071>

<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/6720>

<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/4124>

<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/4254>

<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/6030>

<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/2536>

<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/5601>

<http://www.scielo.br/pdf/ee/v37n1/08.pdf>

<http://repositorio.ul.pt/handle/10451/5762>

http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552002000100006&script=sci_arttext

<https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/735>

http://sisifo.fpce.ul.pt/pdfs/Sisifo6_D5_aldabernardes.pdf

<http://comum.rcaap.pt/handle/123456789/6239>

<https://www.ua.pt/ReadObject.aspx?obj=15959>



<https://www.ua.pt/ReadObject.aspx?obj=15971>

<http://www.acib.pt/destaques/show.aspx?idcont=502&title=memorando-de-entendimento-entre-nove-associacoes-da-regiao-de-aveiro&idioma=pt>

<http://www.qren.pt/np4/379>

http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=20140730_madr_apres_acordo_parceria_ue.pdf

http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=Prioridades_FSE.pdf

http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=ACORDO_DE_PARCERIA.pdf

<http://www.linguee.pt/portugues-ingles/traducao/associa%C3%A7%C3%B5es+empresariais.html>

<http://www.ua.pt/gesp/PageText.aspx?id=6707>

<http://www.crup.pt/pt/imprensa-e-comunicacao/recortes-de-imprensa/6939-empresas-e-universidades-o-futuro-esta-nas-parcerias>

http://ec.europa.eu/research/mariecurieactions/about-mca/actions/iapp/index_pt.htm

http://centenario.up.pt/ver_olhar.php?id_olhar=49

http://economico.sapo.pt/noticias/mit-portugal-faz-parcerias-de-60-empresas-com-universidades_133438.html

http://www.abbabatatabrasileira.com.br/revista17_036.htm

<http://www.valor.com.br/brasil/3286898/cresce-parceria-entre-empresas-e-universidades-em-pesquisas>

http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/o_que_procuram_as_empresas_nas_universidades.html

<http://portaldalideranca.sapo.pt/arquivo-2/listagem/12-empresas-a-operar-em-portugal-falam-sobre-a-sua-ligacao-as-universidades>

http://www.ipv.pt/millennium/ect5_reis.htm

<http://www.jsd.pt/7429/sinergias-entre-instituicoes-de-ensino-superior-e-empresas.aspx>

<http://encontros.inuaf-studia.pt/II%20Seminario/Resumos/files/A%20Importancia%20do%20Marketing.pdf>

[http://www.dgeec.mec.pt/np4/np4/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=192&fileName=governanca_es_europa.pdf](http://www.dgeec.mec.pt/np4/np4/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=192&fileName=governanca_es_europa.pdf)



[http://www.dgeec.mec.pt/np4/np4/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=192&fileName=governanca es europa.pdf](http://www.dgeec.mec.pt/np4/np4/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=192&fileName=governanca_es_europa.pdf)

[http://institutofonte.org.br/sites/default/files/Magalhaes M O%20processo%20de%20construcao%20de%20parcerias.pdf](http://institutofonte.org.br/sites/default/files/Magalhaes_M_O%20processo%20de%20construcao%20de%20parcerias.pdf)

<http://www.qren.pt/np4/379>

[http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=20140730_madr apres acordo parceria ue.pdf](http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=20140730_madr_apres_acordo_parceria_ue.pdf)

[http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=Prioridades FSE.pdf](http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=Prioridades_FSE.pdf)

[http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=ACORDO DE PARCERIA.pdf](http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=ACORDO_DE_PARCERIA.pdf)

<http://www.aida.pt/>

<http://www.acib.pt/destaques/show.aspx?idcont=502&title=memorando-de-entendimento-entre-nove-associacoes-da-regiao-de-aveiro&idioma=pt>

[http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/nove_associacoes_empresariais_de_aveiro juntam se para ganhar escala e poder negocial.html](http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/nove_associacoes_empresariais_de_aveiro_juntam_se_para_ganhar_escal_a_e_poder_negocial.html)

<http://www.aimmap.pt/intro.php>

<http://www.cciporto.com/>

<http://www.cefamol.pt/cefamol/pt/>

<http://www.aeportugal.pt/>

<http://www.aeparedes.pt/>

<http://www.sema.pt/sema/>



Anexos

I. Inquérito

INQUÉRITO ÀS NECESSIDADES FORMATIVAS DAS ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS E DOS SEUS ASSOCIADOS.

O presente questionário foi elaborado no âmbito da Unidade Curricular de Projeto, do Mestrado em Gestão e Negócios, ministrado pelo IESF – Instituto de Estudos Superiores Financeiros e Fiscais. Tem como objetivo identificar e avaliar as necessidades formativas das empresas e das Associações Empresariais que as representam. Pretende também analisar a possibilidade de estabelecimento de parcerias, com Instituições de Ensino Superior, que permitam responder às lacunas existentes no mercado.

Servirá também de apoio à elaboração de um Artigo Científico sobre o tema. Agradecendo desde já a sua participação, informa-se que o questionário será tratado de uma forma confidencial e anónima.

*Obrigatório

Nome da Empresa *

Tipo de empresa *

- ☐ Micro empresa (< 10 trabalhadores e faturação <= 2 Milhões de Euros)
- ☐ Pequena (< 50 trabalhadores e faturação <= 10 Milhões de Euros)
- ☐ Média (As PME que não forem micro ou pequenas empresas)
- ☐ PME (< 250 colaboradores e Volume de negócios <= 50 Milhões de Euros (VN) ou Balanço Total <= 43 Milhões de Euros).
- ☐ Comércio tradicional
- ☐ Outra:



A empresa é filiada em alguma Associação empresarial? *

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Outra:

Se respondeu sim à questão anterior, qual a Associação empresarial de que é associada? *

A Empresa proporciona aos seus colaboradores formação profissional contínua?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Outra:

A empresa encoraja e estimula a participação dos colaboradores em formação? *

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Outra:

A - A EMPRESA FACE À FORMAÇÃO *

Pretende-se avaliar a importância que a formação tem para a empresa. Por cada questão indique a opção que melhor se adequa à sua opinião.

	Não Aplicável	Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante
A1 - Importância atribuída pela empresa à formação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A2 - A formação académica dos colaboradores é relevante para o seu desempenho profissional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



B - NECESSIDADES FORMATIVAS DA EMPRESA *

Pretende-se aferir o tipo de necessidade formativa da empresa. Por cada questão, indique a opção que melhor se adequa à sua opinião.

	Não Aplicável	Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante
B1 - Formação técnica, prática ou especializada para operário fabril.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B2 - Formação em Higiene, Saúde e Segurança – Utilização de equip. de proteção individual, Socorrismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B3 - Formação em Qualidade - Gestão da qualidade, Auditorias internas, normas ISO.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B4 - Formação para a área administrativa e financeira - competências técnicas, práticas ou especializadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B5 - Formação para a área comercial e marketing.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B6 - Formação em Tecnologias de informação e comunicação – competências gerais, competências profissionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B7 - Formação em línguas estrangeiras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B8 - Formação para quadros médios e Superiores - Liderança, Coaching, Avaliação do desempenho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B9 -Outro tipo de formação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Caso não esteja contemplada na lista acima o tipo de formação que a empresa necessita, por favor, especifique.



A Associação Empresarial de que é associado proporciona formação profissional adequada às necessidades formativas da empresa? *

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Outra:

A Empresa utiliza os serviços de formação disponibilizados pela sua Associação Empresarial? *

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Outra:

C - A EMPRESA E A ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL *

Pretende-se avaliar a relação entre a Empresa e a Associação Empresarial de que é associada, relativamente à formação atualmente disponibilizada e outras que possam vir a surgir. Por cada questão indique a opção que melhor se adequa à sua opinião.

	Não Aplicável	Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante
C1 - A Associação Empresarial disponibilizar projetos de formação específicos e à medida de cada empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C2 - Disponibilização às empresas de formação graduada e pós graduada resultante de parcerias com Instituições de Ensino Superior, com claros benefícios financeiros para as empresas associadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C3 - Disponibilização de outro tipo de serviços tais como Seminários, Ações informativas especializadas e técnicas, serviços de consultadoria e fiscalização preventiva nas empresas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



As Associações Empresariais como elo de ligação entre Empresas e Instituições de Ensino Superior

Nome e cargo do responsável pelo preenchimento do inquérito (facultativo)

Gostaria de receber o Artigo Científico resultante do tratamento deste questionário e dos estudos efetuados no âmbito das necessidades formativas e estabelecimento de parcerias com Instituições de Ensino Superior?

☐ Sim

☐ Não

☐ Outra:

Caso tenha respondido afirmativamente à questão anterior indique, por favor, o endereço de e-mail. Desde já garanto que este não será divulgado de forma alguma. Obrigada.

Obrigada pela sua colaboração.

100%: terminou.



II. Siglas e abreviaturas utilizadas

ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS	NOME COMPLETO
ANCIPA	ANCIPA- Associação Nacional de Comerciantes e Industriais de Produtos Alimentares
ADEACE	ADEACE - Associação para Desenvolvimento de Estudos Aplicados em Ciências Empresariais
ACCOA	Accoa - Chambers of Commerce for Central Europe
AIMMAP	AIMMAP- Associação dos Industriais Metalúrgicos, Metalomecânicos e Afins de Portugal
SEMA	SEMA – Associação Empresarial dos Concelhos de Sever do Vouga, Estarreja, Murtosa e Albergaria-a-Velha.
ACAP	ACAP - Associação Automóvel de Portugal
AEP	AEP - Associação Empresarial de Portugal
AGEFE	AGEFE - Associação Empresarial dos Sectores Eléctrico, Electrodoméstico, Fotográfico, Electrónico
OROC	OROC - Ordem dos Revisores Oficiais de Contas
AIDA	AIDA - Associação Industrial do Distrito de Aveiro
NERLEI	NERLEI - Associação Empresarial da Região de Leiria
CEFAMOL	CEFAMOL - Associação Nacional da Indústria de Moldes
APECA	APECA - Associação das Empresas Portuguesas de Contabilidade e Administração
AICCOPN	AICCOPN - Associação dos Industriais da Construção Civil e Obras Públicas
AHP	AHP - Associação da Hotelaria de Portugal
Casa do Azeite	Casa do Azeite - Associação do Azeite de Portugal
CENFIM	Cenfim - Centro de Formação Profissional da Indústria Metalúrgica e Metalomecânica
AEBA	AEBA - Associação Empresarial do Baixo Ave.
APIP	APIP - Associação Portuguesa da Indústria de Plásticos
ACIFF	ACIFF - Associação Comercial e Industrial da Figueira da Foz
ANICP	ANICP - Associação Nacional dos Industriais de Conservas de Peixe
APEQ	APEQ- Associação Portuguesa de Empresas Químicas
NERVIR	NERVIR - Associação Empresarial de Vila Real
ACCOAVC	APPOAVC - Associação Comercial Concelhos de Oliveira de Azemeis e Vale de Cambra
APROSE	APROSE - Associação Portuguesa dos Produtores Profissionais de Seguros
APICCAPS	APICCAPS – Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos
CTCP	CTCT - Centro Tecnológico do Calçado de Portugal
ANO	Associação Nacional dos Ópticos
ATL	ATL - Associação de Turismo de Lisboa
APHORT	APHORT - Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo
APS	APS - Associação Portuguesa de Seguradores
ACCOSJM	ACCOSJM - Associação Comercial dos Concelhos Ovar e S. João da Madeira
AEF	AEF - Associação Empresarial do Concelho de Santa Maria da Feira
ITA	ITA - Associação Portuguesa dos Industriais de Tripas e Afins



Tipo de empresa	Designação
PME	PME (< 250 colaboradores e Volume de negócios <= 50 Milhões de Euros (VN) ou Balanço Total <= 43 Milhões de Euros).
Pequena	Pequena (< 50 trabalhadores e faturação <= 10 Milhões de Euros)
Micro Empresa	Micro empresa (< 10 trabalhadores e faturação <= 2 Milhões de Euros)
Média	Média (As PME que não forem micro ou pequenas empresas)
Comércio tradicional	Comércio tradicional
Grande Empresa	Grande Empresa
Grande Empresa	Multinacional

III. Divulgação e análise das Associações Empresariais

As Associações que mais apoiaram a realização deste trabalho foram a SEMA, a AIDA e a AE Paredes.

Com as informações disponibilizadas por estas associações foram obtidos importantes esclarecimentos para o conhecimento da problemática das relações Associação Empresarial, Empresa e Instituição de Ensino Superior.

Segue-se uma análise mais exaustiva de cada uma destas associações, e uma pequena apresentação de outras que foram indicadas nos resultados dos inquéritos.

SEMA

A SEMA foi fundada em Abril de 1996, tendo ao longo dos anos alargado a sua área de intervenção e somente em 2001 alterou o nome para a designação atual. Presentemente representa os concelhos de Sever de Vouga, Estarreja, Murtosa e Albergaria-a-Velha.

Na sua sede social, sita na Rua Dr. Alberto Vidal inclui um centro de formação profissional, sendo certificada para realizar formação cofinanciada com o apoio do POPH, como também formação específica à medida das necessidades dos seus associados.

Realiza diagnósticos de necessidades de formação, elabora planos de formação, organiza ações de formação profissional e efetua o acompanhamento e avaliação das ações formativas. Sempre que necessita recorre a entidades externas para efetuar outros tipos de formação, como Seminários, Conferências; Ações de sensibilização específicas.



Dentro destas entidades externas também se destaca a utilização dos recursos da AIDA, bem como das Associações que assinaram o Memorando de Entendimento.

Tem sido um dos objetivos da SEMA – Associação Empresarial, tentar colocar no mercado de trabalho os formandos que se distingam pela sua qualidade, aplicação e competência, com resultados que assegurem às empresas uma mais-valia na sua admissão/integração nos postos de trabalho. Por isso, apresentam desafios a todos os empresários associados que queiram proporcionar estágios profissionais ou outro tipo de integração aos seus formandos.

A Sema também nos disponibilizou o seu plano de formação profissional para o ano 2014-2015 (disponível mais abaixo nos anexos) o que permitiu identificar as necessidades formativas dos seus associados e a resposta que a Associação tem para suprir estas necessidades.

SEMA - Evolução do Nº de Associados

Anos	Associados
1996	171
1997	236
1998	306
1999	623
2000	871
2001	1058
2002	1207
2003	1345
2004	1443
2005	1551
2006	1671
2007	1809
2008	1944
2009	2056
2010	2156
2011	2278
2012	2416
2013	2570

SEMA - Desagregação do Nº de Associados por atividade

Nº Associados por sector de actividade	Comércio	Serviços	Indústria
Estarreja	652	402	116
Albergaria-a-Velha	331	229	79
Murtosa	198	128	26
Sever do Vouga	188	163	58

A SEMA já dispõe de um protocolo com o IESF (desde 2008) que permite aos seus associados descontos nas propinas dos cursos disponibilizados pela Instituição, incluindo licenciaturas, pós graduações, MBA e outros.

www.sema.pt



Memorando de Entendimento entre Associações da Região de Aveiro

Nove associações da região de Aveiro subscreveram um memorando de entendimento com o objetivo de consolidar, através de uma interlocução única, a representatividade da NUT III Baixo Vouga, tendo sido formalizado no dia 13 de Dezembro, o Conselho Empresarial da Região de Aveiro – CER Aveiro, consórcio integrado por 9 associações empresariais representativas da NUTIII da região de Aveiro (ABIMOTA, ACA, ACIB, ACOAG, AEA, AIDA, INOVARIA, NEVA e SEMA)¹¹, cuja sede funcionará no edifício sede da AIDA

Este memorando de entendimento vem dar resposta à necessidade de os agentes económicos da região conjugarem sinergias no sentido de ganharem escala e poder negocial, o que se refletirá no movimento de reestruturação administrativa em curso. Passando a Região a ter um único interlocutor a nível associativo para reforçar a representatividade do tecido empresarial.

O mote para a criação deste entendimento prende-se essencialmente com a promoção de bons relacionamentos entre as Instituições, para que esta agregação possa promover o alargamento da parceria a todas as demais entidades associativas com relevância nas atividades da Região de Aveiro. Embora pretenda assegurar a individualidade de cada associação o seu campo de ação pretende promover um reforço na operacionalidade de cada uma.

In: <http://www.acib.pt/destaques/show.aspx?idcont=502&title=memorando-de-entendimento-entre-nove-associacoes-da-regiao-de-aveiro&idioma=pt>

http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/nove_associacoes_empresariais_de_aveiro_juntam_se_para_ganhar_escal_a_e_poder_negocial.html

¹¹ ABIMOTA - Associação Nacional das Indústrias de Duas Rodas, Ferragens, Mobiliário e Afins | ACA - Associação Comercial de Aveiro | ACIB - Associação Comercial e Industrial da Bairrada | ACOAG - Associação Comercial de Águeda | AEA - Associação Empresarial de Águeda | AIDA - Associação Industrial do Distrito de Aveiro | INOVARIA - Associação de Empresas para uma Rede de Inovação de Aveiro | NEVA - Núcleo Empresarial de Vagos | SEMA Associação Empresarial de Sever do Vouga, Estarreja, Murtosa e Albergaria-a-Velha



AIDA

Constituem objetivos da AIDA representar os associados, visando o reforço da sua competitividade; colaborar com associações congéneres de âmbito internacional e nacional sobre problemas de interesse comum, promover a internacionalização das empresas da Região de Aveiro; incentivar o empreendedorismo e fomentar a formação profissional, contribuindo para o incremento do emprego e inclusão social.

Entidade formadora certificada pela DGERT nos domínios da organização/promoção; desenvolvimento/execução e diagnóstico encontra-se certificada no âmbito da Qualidade (EN NP ISO 9001:2008), integrando a rede dos EEN – Enterprise Europe Network.

Desde o início da sua atividade tem vindo a apoiar as empresas da região, através da oferta de um conjunto de serviços em domínios como: - Prospeção de mercados externos; - Missões empresariais; - Participação em feiras e exposições; - Congressos; - Consultoria técnica (nas áreas de ambiente, qualidade, energia, licenciamento e sistemas de incentivo); - Apoio jurídico; - Formação profissional

A sua Missão é a de representar, defender, promover, identificar e satisfazer as necessidades de representação pró-ativa, de informação, de apoio e acompanhamento técnico – ao nível da criação, funcionamento e expansão – das Empresas Industriais do Distrito de Aveiro, tornando-as PME mais competitivas.

Tem como visão ser uma das melhores Associações Regionais do País, assumindo uma posição de liderança no Distrito de Aveiro.

A AIDA considera ter uma capacidade de resposta nos domínios do capital Humano, particularmente orientada para o meio empresarial, com respostas profissionais aos diferentes segmentos: Empresários, Ativos empregados, desempregados e candidatos a empregam a curto prazo, orientando a atividade formativa de forma a qualificar os beneficiários para o exercício das funções profissionais, reforçando a sua empregabilidade e potencial de desempenho profissional.

O plano de formação a desenvolver pela AIDA visa uma dupla valência, a das empresas e seus associados, e os indivíduos que procuram ofertas formativas a título individual.

A Associação utiliza uma série de meios para obter o feedback dos seus associados relativamente às necessidades formativas: desde o envio de questionários via e-mail com o intuito de conhecer as reais necessidades destes, ao envio de e-mails para os empresários a propor a realização de



curso subordinados às diversas temáticas bem como o envio de brochuras com a apresentação do plano de formação para o semestre.

No que concerne às parcerias efetuadas, a AIDA dispõe de relações privilegiadas com entidades públicas e privadas para a dinamização da Associação. Com este objetivo destacam-se:

- Universidades;
- Câmaras;
- Juntas de freguesia;
- Escolas secundárias;
- Associações Empresariais, etc.

A AIDA conta com cerca de 856 associados, distribuídos pelas Áreas do Comércio, Serviços e Indústria, sendo que na área da Indústria se destaca o sector Metalomecânico.

www.aida.pt

AE Paredes

A Associação Empresarial de Paredes surgiu em Setembro de 1975, como uma associação privada e sem fins lucrativos com personalidade jurídica, funcionamento e administração autónomos. Os novos desafios do presente, como a competitividade crescente em todos os sectores da economia, a modernização das empresas, dos trabalhadores e do tecido empresarial e as novas oportunidades de negócio, criaram a necessidade de um novo modelo de funcionamento associativo. A aposta passou por um reforço do papel institucional e pela criação de redes de parcerias com outros organismos públicos e privados. A promoção das empresas associadas, no país e no estrangeiro, constitui outra das principais prioridades.

O seu Objeto Social consiste na Formação profissional, atividades de consultoria para negócios e gestão e outras atividades de serviços prestados às empresas não especificadas.

Tem como Missão representar, promover e dignificar o tecido empresarial local e regional, com elevados padrões de profissionalismo.



A sua Visão é “afirmar-se com sustentabilidade, nas suas áreas de competência, gerando a confiança dos clientes nos seus serviços, pelo seu rigor e profissionalismo.”

A Associação criou novas áreas de intervenção, como por exemplo a de Higiene e Segurança Alimentar, e a de Consultoria Empresarial. Foram igualmente desenvolvidas as áreas relacionadas com a formação e qualificação profissional e o apoio e promoção às empresas associadas. A Associação pretende ter, igualmente, um papel de parceria com os organismos estatais, com vista a uma melhor defesa dos interesses dos associados.

Surge como entidade representativa dos interesses de cerca de 1400 empresas associadas nas áreas do comércio, indústria e serviços, colocando, atualmente, à sua disposição, a seguinte panóplia de serviços/departamentos: - DAAP – Departamento de Atendimento aos Associados e Público; - DJC – Departamento Jurídico e Contencioso; - GIP – Gabinete de Inserção Profissional; DSIC – Departamento de Sistemas de Informação e Comunicação; DADE – Departamento de Apoio ao Desenvolvimento Económico (Indústria e Comércio); DF – Departamento de Formação.

Relativamente à formação e dada a representatividade e os interesses das empresas comerciais, industriais e de serviços associadas, A Associação dispõe de uma vasta experiência em consultoria e formação no âmbito de programas comunitários, no apoio às empresas e à comunidade. A qualificação, formação e certificação escolar e profissional têm sido uma prioridade para a, que, enquanto entidade formadora há mais de uma década, tem promovido projetos formativos orientados para ativos (empregados e desempregados de curta e longa duração) com o objetivo de potenciar a integração no mercado de trabalho e consultivos direcionados para as empresas, preparando-as e capacitando-as para os desafios inerentes ao mercado. A atividade e estrutura da Associação permitiram tornar-se numa referência nesta área para jovens e adultos, indivíduos e empresas. Exemplos deste princípio foram:

- O Centro Novas Oportunidades que a promoveu desde novembro de 2001 e que permitiu a certificação de cerca de 4000 adultos, desde o processo escolar (do 4.º ao 12.º anos) ao profissional (nível II e IV – área do comércio), fazendo jus à ideia de que "O futuro não se prevê, prepara-se";
- O programa de formação PME orientado para os trabalhadores e empresários, que desde finais de 2008, em três edições, intervencionou em 88 empresas, estando previstas mais 17 até ao final de 2014, perfazendo, até ao momento, cerca de 430 ações;
- As formações modulares certificadas que desde 2008 permitiram a participação de 1397 formandos e 71 ações de formação de 50H, estando em curso mais um projeto até junho;



- Os cursos de educação e formação de adultos que permitiram melhorar a integração no mercado de trabalho, nas áreas de Técnicas comerciais, Técnicas Administrativas e Serviço de Andares em Hotelaria;
- As formações de reciclagem, seminários e outras atividades formativas para o público em geral, orientadas para as necessidades das empresas e mercado de trabalho como resposta à empregabilidade.

Ao longo da sua atuação, e tendo por base diagnósticos da região, setoriais, procura por parte dos formandos e das empresas e imperativos legais, a tem intervindo com os seguintes destinatários:

- Participantes Internos (formação dirigida apenas aos próprios trabalhadores);
- Participantes Externos Individuais (formação dirigida ao público em geral ou a segmentos);
- Entidades Externas Coletivas (a contratualização da formação é feita com as empresas de onde provêm os formandos, sendo que numa ação poderão estar vários formandos de empresas diferentes);
- Intraempresa (formação à medida; cada ação é dirigida para colaboradores de uma única empresa).

A AE Paredes pretende continuar a apostar nos diferentes públicos-alvo com quem tem desenvolvido a sua atividade e, inclusive, alarga-lo a jovens. Dos estudos realizados e tendo em atenção o “horizonte 2020” pretendem uma maior incidência sobre as empresas como motor de sustentabilidade e empregabilidade. O facto de verem o projeto ação PME ser alargado a mais cinco empresas (de escalão II) e receberem solicitações de muitas outras (de escalão I) para participarem, indica-lhes que este é um público-alvo a necessitar de intervenção e resposta urgente.

No que concerne a formação graduada e pós-graduada, a mesma também constituiu, desde cedo, uma preocupação para a associação, tendo sido realizada parceria com o IESF.

www.aeparedes.pt



CEFAMOL

A CEFAMOL – Associação Nacional da Indústria de Moldes, é uma instituição sem fins lucrativos e de utilidade pública, fundada em 1969, por iniciativa de sete empresas fabricantes de moldes para a indústria de plásticos, contando presentemente com 132 associados.

É objetivo principal da CEFAMOL o desenvolvimento e expansão do setor de moldes, bem como a cooperação e investigação tecnológica, a formação técnico-profissional de todos quantos se dedicam a esta atividade, quer pela troca de experiências e métodos, quer por ações a desenvolver, nomeadamente as que se prendem com os Encontros e Congressos da Indústria de Moldes, Seminários e Conferências.

A CEFAMOL tem vindo a desenvolver esforços de cooperação e interação com associações congéneres e outros organismos ligados ao setor, tendo em vista o intercâmbio tecnológico e técnico-científico. Proporciona alguma formação, quase toda direcionada para o sector dos moldes e que se realiza quer na Marinha Grande, quer em Oliveira de Azeméis onde tem muitos associados.

Proporciona também um serviço exclusivo de apoio jurídico para os seus associados.

www.cefamol.pt

AEP

A AEP - Associação Empresarial de Portugal, Câmara de Comércio e Indústria, é uma associação, de âmbito nacional, sediada no Porto e fundada em 1849, mas cujos primeiros estatutos datam de 1838.

Cabe à Associação o desenvolvimento de um conjunto de ações, designadamente prestação de serviços à comunidade empresarial nos domínios das feiras, exposições, congressos, informação e apoio às empresas, consultoria, formação profissional, missões empresariais, promoção de negócios e investimentos, defesa dos interesses e representação dos associados e reforço do papel do associativismo empresarial a nível nacional e internacional.

A sua Missão é "Defender os interesses das Empresas e oferecer serviços que potenciem a sua competitividade".



Ao nível das empresas fornece formação, consultoria no diagnóstico das necessidades formativas, organiza ações de formação inter e intraempresas.

Dispõe de Formação Contínua através da realização de ações de formação nas áreas de Gestão, Finanças Empresariais, Comercial / Marketing, Gestão de Recursos Humanos, Gestão Industrial, Turismo, Secretariado e Práticas Administrativas. E proporciona Formação Pós-Graduada e Especializada em parceria com a Católica Porto Business School.

IV. Programa Portugal 2020

O programa de intervenção designado Portugal 2020 poderá resultar numa viragem da definição de estratégias do ensino e na criação de mais parcerias estratégicas entre empresas e Associações empresariais, resultando com isso uma significativa mais-valia para os intervenientes.

A intervenção dos fundos europeus estruturais e de investimento subordinar-se-ão, no período de programação 2014-2020, a uma lógica de intervenção organizada em torno de domínios temáticos – Competitividade e Internacionalização; Inclusão Social e Emprego; Capital Humano; Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos - e duas dimensões de natureza transversal – Reforma da Administração Pública e Territorialização das Políticas:

- Competitividade e a Internacionalização da economia. O desafio da alteração do perfil de especialização produtiva e do aumento da sua competitividade estará associado, neste novo ciclo, a apoios fundamentalmente direcionados ao investimento empresarial, à produção e difusão de conhecimento científico e tecnológico e à formação empresarial. As empresas estão, na primeira linha dos destinatários do Portugal 2020.

- Fomento do Capital Humano - A longo prazo, a competitividade depende essencialmente das pessoas, da qualidade da sua formação e da sua empregabilidade no mercado de trabalho de uma economia em mutação.

A Estratégia “Europa 2020” e o próximo ciclo de financiamentos europeus visam o relançamento da economia através de um modelo de crescimento mais inteligente e sustentável que apostam decisivamente no aumento do Capital Humano.

- Aumentar o nível médio de qualificações nos diversos níveis de educação;

- Reforçar as vias profissionalizantes (o ensino dual e profissional);



- Combater o insucesso e o abandono escolar precoce;
- Fortalecer o ajustamento entre qualificações produzidas e necessidades do mercado de trabalho;
- Alargar a base de acesso ao ensino superior (ação social escolar para alunos carenciados);
- Apoiar a formação avançada ao nível dos doutoramentos e investigadores, reforçando a sua ligação às empresas;
- Investir nos recursos humanos das empresas, designadamente na qualificação de empresários e quadros das PME
- Reforço do trabalho em parceria, (ações de capacitação Institucional, criação de redes e reforço do diálogo social)

Para informações mais detalhadas ver:

<http://www.qren.pt/np4/379>

http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=20140730_madr_apres_acordo_parceria_ue.pdf

http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=Prioridades_FSE.pdf

http://www.qren.pt/np4/np4/?newsId=4209&fileName=ACORDO_DE_PARCERIA.pdf



V. *Artigos de Opinião enviados para publicação*
**As Associações Empresariais como elo de ligação entre
Empresas e Instituições de Ensino Superior**



Sandra Sofia Silva

A atual crise económica e financeira obriga a que as empresas tenham de se adaptar a novos desafios e a enfrentar grandes mudanças para obterem o conhecimento necessário para sobreviver e ter sucesso. Uma das formas de encarar estas dificuldades poderá passar pela concretização de parcerias com vista a uma união de forças, essencial para o seu crescimento económico.

Dado o posicionamento das Associações Empresariais como meio de interligação e difusão de conhecimento entre as empresas, este artigo pretende clarificar e refletir acerca do seu real ou potencial contributo, bem como elucidar sobre a qualidade e quantidade de formação fornecida aos seus associados e a importância do estabelecimento de parcerias com Instituições de Ensino Superior que venham a complementar essa oferta já disponibilizada, proporcionando uma maior especialização.

Este trabalho de pesquisa apoiou-se num inquérito realizado a mais de mil empresas, de diversos setores de atividade e zonas geográficas. Obtiveram-se informações essenciais, nomeadamente acerca da importância que as empresas atribuem à formação profissional e académica dos seus colaboradores, e em que medida influenciam seu desempenho profissional bem como no que respeita ao impacto que estes ensinamentos têm na sua evolução e desenvolvimento, mantendo-as inovadoras e na vanguarda do conhecimento.

Também as Associações Empresariais (AE) foram alvo de estudo, constatando-se as necessidades e lacunas existentes na formação e serviços que disponibilizam. Foram auscultadas acerca da utilidade de mecanismos de cooperação e de articulação de esforços, utilizando parcerias estratégicas, formativas e de consultadoria, com Instituições de Ensino Superior (IES), com vista a garantir uma transferência de conhecimento com qualidade, aliada ao desenvolvimento e crescimento das AE e das IES, mantendo a confiança, compromisso e fidelização das empresas associadas e dos seus colaboradores enquanto alunos.

Os resultados obtidos permitiram conhecer a efetiva necessidade formativa das empresas e vieram comprovar o interesse mútuo no estabelecimento destas alianças assumindo as associações empresariais o papel de intermediárias e de elo de ligação entre as partes. Verificou-se ser de primordial importância para as empresas que os seus quadros técnicos, médios e superiores tenham acesso a formação devidamente estruturada e adequada, preferencialmente a nível do ensino graduado e pós graduado, nomeadamente em áreas de liderança, coaching, avaliação do desempenho, gestão de empresas e possam usufruir de serviços específicos de consultadoria e presenciar seminários adaptados à sua realidade empresarial.

A flexibilidade, reatividade e antecipação face aos novos desafios com que as empresas se defrontam, aliada a uma competitividade crescente em todos os sectores da economia, obrigam a uma constante modernização das mesmas. É essencial apostar na formação profissional dos seus colaboradores e numa adequação formativa dos seus quadros técnicos, para que estes sejam uma mais-valia no processo produtivo, mantendo as empresas inovadoras e na vanguarda do conhecimento.

As IES deverão representar um polo de investigação, formação e de prestação de serviços, atentas aos processos e problemas inerentes à realidade do meio empresarial. A organização curricular dos seus cursos deverá ser



orientada para o “saber fazer” e para as competências que são procuradas pelas empresas. Deverão representar um papel preponderante na consciencialização dos empresários, agindo, muitas vezes, como consultoras no processo de adaptação das empresas e na formação e qualificação dos seus profissionais.

As AE têm como missão representar, defender, promover e apoiar as empresas de determinada área de atividade, sendo os parceiros ideais para o estabelecimento de contratos de colaboração com as IES, com vista à criação de uma eficiente difusão de novos conhecimentos tecnológicos, promovendo uma dinâmica interativa entre estas e as empresas.

As IES deverão aproveitar as parcerias estratégicas com as AE, focalizando-se nas necessidades reais das empresas. Ao estabelecer laços com os seus parceiros, irão criar relações mais fortes, duradouras e lucrativas que irão ajudar a ultrapassar ameaças provenientes dos seus concorrentes. A criação de uma cultura de desenvolvimento das temáticas estudadas, aliada a uma utilização de estágios em contexto laboral, envolvendo assim as empresas e associações, contribuirá para que os indivíduos envolvidos se consciencializem dos benefícios deste tipo de procedimento. A promoção da excelência no ensino superior deverá ter em conta medidas de adequação dos programas às necessidades do mercado laboral, recompensar a qualidade do ensino, criar mecanismos de captação de novos alunos, tornando útil o trabalho prático desenvolvido pelos parceiros envolvidos. Deverão ser definidos objetivos e metas bem delineadas para que a informação chegue facilmente aos possíveis candidatos, cativando-os e aliciando-os a fazer a sua formação na Instituição. É crucial que as IES reforcem o seu papel como motor de desenvolvimento, incentivando a inovação e o aumento da produtividade das empresas para que estas se tornem mais competitivas e fomentem a criação de emprego.

Conhecedora desta importância, a União Europeia estabeleceu um plano a dez anos intitulado “Europa 2020”, que visa o relançamento da economia através de um novo ciclo de financiamentos europeus com vista ao aumento da competitividade e do combate ao desemprego. No futuro, este programa de intervenção, que no nosso país será designado por “Portugal 2020”, poderá resultar numa viragem da definição de estratégias do ensino e na criação de mais parcerias entre empresas e associações empresariais, resultando com isso uma significativa mais-valia para os intervenientes. A longo prazo, a competitividade depende essencialmente das pessoas, e da qualidade da sua formação, por isso este programa aposta no aumento do Capital Humano, com vista a fortalecer o ajustamento entre as qualificações produzidas e as necessidades do mercado de trabalho e a reforçar o trabalho em parceria.

Sandra Sofia Sousa Silva

João Paulo Peixoto

Artigo elaborado no âmbito do Mestrado do IESF



VI. *Artigo de Opinião (versão reduzida) enviado para publicação em jornais*

As Associações Empresariais como elo de ligação entre Empresas e Instituições de Ensino Superior

A atual crise económica e financeira obriga a que as empresas tenham de se adaptar a novos desafios e a enfrentar grandes mudanças para sobreviverem. Uma das formas de encarar estas dificuldades poderá passar pela concretização de parcerias com vista a uma união de forças, essencial para o seu crescimento económico.

Dado o posicionamento das Associações Empresariais (AE) como meio de interligação e difusão de conhecimento entre as empresas, este artigo pretende clarificar e refletir acerca do seu real ou potencial contributo, bem como elucidar sobre a qualidade e quantidade de formação fornecida aos seus associados e a importância do estabelecimento de parcerias com Instituições de Ensino Superior (IES).

Este trabalho de pesquisa apoiou-se num inquérito realizado a mais de mil empresas, de diversos setores de atividade e zonas geográficas. Obtiveram-se informações essenciais, nomeadamente acerca da importância que as empresas atribuem à formação profissional e académica dos seus colaboradores, e em que medida influenciam seu desempenho profissional. Também as AE foram alvo de estudo, constatando-se as suas necessidades e lacunas. Foram auscultadas acerca da utilidade de mecanismos de cooperação e de articulação de esforços, utilizando parcerias estratégicas, formativas e de consultadoria, com IES, com vista a garantir uma transferência de conhecimento com qualidade, aliada ao desenvolvimento e crescimento de ambas as partes, mantendo a confiança, compromisso e fidelização das empresas associadas e dos seus colaboradores enquanto alunos.

Os resultados obtidos vieram comprovar o interesse mútuo no estabelecimento destas alianças, assumindo as AE o papel de intermediárias e de elo de ligação com as empresas. Verificou-se ser essencial apostar na formação profissional dos seus colaboradores e numa adequação formativa dos seus quadros técnicos, para que estes sejam uma mais-valia no processo produtivo, mantendo as empresas inovadoras e na vanguarda do conhecimento.

As AE ao interagirem com as IES, irão criar uma eficiente difusão de novos conhecimentos tecnológicos, promovendo uma dinâmica interativa entre estas e as empresas. A criação de uma cultura de desenvolvimento das temáticas estudadas, aliada a uma utilização de estágios em contexto laboral, envolvendo assim as empresas e associações, contribuirá para que os indivíduos envolvidos se consciencializem dos benefícios deste tipo de procedimento.

A promoção da excelência no ensino superior deverá ter em conta medidas de adequação dos programas às necessidades do mercado laboral, recompensar a qualidade do ensino, criar mecanismos de captação de novos alunos, tornando útil o trabalho prático desenvolvido pelos parceiros envolvidos. É crucial que se reforce o seu papel como motor de desenvolvimento, incentivando a inovação e o aumento da produtividade das empresas para que estas se tornem mais competitivas e fomentem a criação de emprego.

A União Europeia estabeleceu um novo ciclo de financiamentos com vista ao aumento da competitividade e do combate ao desemprego. Este programa de intervenção, “Portugal 2020”, poderá resultar numa viragem da definição de estratégias do ensino e na criação de mais parcerias entre empresas e associações empresariais, resultando com isso uma significativa mais-valia para os intervenientes. A longo prazo, a competitividade depende essencialmente das pessoas, e da qualidade da sua formação, por isso este programa aposta no aumento do



Capital Humano, com vista a fortalecer o ajustamento entre as qualificações produzidas e as necessidades do mercado de trabalho e a reforçar o trabalho em parceria.

Sandra Sofia Sousa Silva

João Paulo Peixoto

Artigo elaborado no âmbito do Mestrado do IESF

VII. Artigo de Opinião publicado no Jornal de Estarreja

2 | O Jornal de Estarreja 5 de dezembro 2014

Opinião

As Associações Empresariais como elo de ligação entre Empresas e Instituições de Ensino Superior



► Sandra Silva

A atual crise económica e financeira obriga a que as empresas tenham de se adaptar a novos desafios e a enfrentar grandes mudanças para obterem o conhecimento necessário para sobreviver e ter sucesso. Uma das formas de encarar estas dificuldades poderá passar pela concretização de parcerias com vista a uma união de forças, essencial para o seu crescimento económico.

Dado o posicionamento das Associações Empresariais como meio de interligação e difusão de conhecimento entre as empresas, este artigo pretende clarificar e refletir acerca do seu real ou potencial contributo, bem como elucidar sobre a qualidade e quantidade de formação fornecida aos seus associados e a importância do estabelecimento de parcerias com Instituições de Ensino Superior que venham a complementar essa oferta já disponibilizada, proporcionando uma maior especialização.

Este trabalho de pesquisa apoiou-se num inquérito realizado a mais de mil empresas, de diversos setores de atividade e zonas geográficas. Obtiveram-se informações essenciais, nomeadamente acerca da importância que as empresas atribuem à formação

profissional e académica dos seus colaboradores, e em que medida influenciam o seu desempenho profissional bem como no que respeita ao impacto que estes ensinamentos têm na sua evolução e desenvolvimento, mantendo-as inovadoras e na vanguarda do conhecimento.

Também as Associações Empresariais (AE) foram alvo de estudo, constatando-se as necessidades e lacunas existentes na formação e serviços que disponibilizam. Foram auscultadas acerca da utilidade de mecanismos de cooperação e de articulação de esforços, utilizando parcerias estratégicas, formativas e de consultadoria, com Instituições de Ensino Superior (IES), com vista a garantir uma transferência de conhecimento com qualidade, aliada ao desenvolvimento e crescimento das AE e das IES, mantendo a confiança, compromisso e fidelização das empresas associadas e dos seus colaboradores enquanto alunos.

Os resultados obtidos permitiram conhecer a efetiva necessidade formativa das empresas e vieram comprovar o interesse mútuo no estabelecimento destas alianças assumindo as associações empresariais o papel de intermediárias e de elo de ligação entre as partes. Verificou-se ser de primordial importância para as empresas que os seus quadros técnicos, médios e superiores tenham acesso a formação devidamente estruturada e adequada, preferencialmente a nível do ensino graduado e pós graduado, nomeadamente em áreas de liderança, coaching, avaliação do desempenho, gestão de empresas e possam usufruir de serviços específicos de consultadoria e presenciar seminários adaptados à sua realidade empresarial.

A flexibilidade, reatividade e antecipação face aos novos desafios com que as empresas se defrontam, aliada a uma competitividade crescente em todos os sectores da economia, obrigam a uma constante modernização das mesmas. É essencial apostar na formação profissional dos seus colaboradores e numa adequação formativa dos seus quadros técnicos, para que estes sejam uma mais-valia no processo produtivo, mantendo as empresas inovadoras e na vanguarda do conhecimento.

As IES deverão representar um polo de investigação, formação e de prestação de serviços, atentas aos processos e problemas inerentes à realidade do meio empresarial. A organização curricular dos seus cursos deverá ser orientada para o "saber fazer" e para as competências que são procuradas pelas empresas. Deverão representar um papel preponderante na consciencialização dos empresários, agindo, muitas vezes, como consultoras no processo de adaptação das empresas e na formação e qualificação dos seus profissionais.

As AE têm como missão representar, defender, promover e apoiar as empresas de determinada área de atividade, sendo os parceiros ideais para o estabelecimento de contratos de colaboração com as IES, com vista à criação de uma eficiente difusão de novos conhecimentos tecnológicos, promovendo uma dinâmica interativa entre estas e as empresas.


As IES deverão aproveitar as parcerias estratégicas com as AE, focalizando-se nas necessidades reais das empresas. Ao estabelecer laços com os seus parceiros, irão criar relações mais fortes, duradouras e lucrativas que irão ajudar a ultrapassar

ameaças provenientes dos seus concorrentes. A criação de uma cultura de desenvolvimento das temáticas estudadas, aliada a uma utilização de estágios em contexto laboral, envolvendo assim as empresas e associações, contribuirá para que os indivíduos envolvidos se consciencializem dos benefícios deste tipo de procedimento.

A promoção da excelência no ensino superior deverá ter em conta medidas de adequação dos programas às necessidades do mercado laboral, recompensar a qualidade do ensino, criar mecanismos de captação de novos alunos, tornando útil o trabalho prático desenvolvido pelos parceiros envolvidos. Deverão ser definidos objetivos e metas bem delineadas para que a informação chegue facilmente aos possíveis candidatos, cativando-os e aliciando-os a fazer a sua formação na Instituição. É crucial que as IES reforcem o seu papel como motor de desenvolvimento, incentivando a inovação e o aumento da produtividade das empresas para que estas se tornem mais competitivas e fomentem a criação de emprego.

Conhecedora desta importância, a União Europeia estabeleceu um plano a dez anos intitulado "Europa 2020", que visa o relançamento da economia através de um novo ciclo de financiamentos europeus com vista ao aumento da competitividade e do combate ao desemprego. No futuro, este programa de intervenção, que no nosso país será designado por "Portugal 2020", poderá resultar numa viragem da definição de estratégias do ensino e na criação de mais parcerias entre empresas e associações empresariais, resultando com isso uma significativa mais-valia para os intervenientes. A longo prazo, a competitividade depende essencialmente das pessoas, e da qualidade da sua formação, por isso este programa aposta no aumento do Capital Humano, com vista a fortalecer o ajustamento entre as qualificações produzidas e as necessidades do mercado de trabalho e a reforçar o trabalho em parceria.

Sandra Sofia Sousa Silva
João Paulo Peixoto
Artigo elaborado no âmbito do Mestrado do IESF



Centro de Cardiologia de Águeda

Acordos com SNS, PT, CGD, MULTICARE, ACASA - ISUMÉDICA

Rua Rio Grande, nº11 - 2º Andar
(por trás dos Bombeiros Voluntários)
3750 ÁGUEDA - Telemóvel - 917 620 728 / Telefone 234 603 468

- CONSULTAS DE CARDIOLOGIA
- ELECTROCARDIOGRAMAS
- PROVAS DE ESFORÇO
- ECOCARDIOGRAFIA
- DOPPLER CARDÍACO
- HOLTER
- MAPA(24 HORAS)

O Jornal de Estarreja

Fundado
em 12 de Abril de 1883
Por Caetano Ferreira

www.jornalestarreja.com
geral@jornalestarreja.com

Telefone: 234 849 713
www.facebook.com/jornalestarreja

Diretor

Joana Ribeiro Sousa
Imagem Gráfica
Teresa Andrade, Joana Sousa e Ana Gabriela

Redação

Joana Sousa

Departamento Financeiro

António Manuel Valente de Sousa

Correção e Secretariado

geral@jornalestarreja.com

Departamento Comercial

lilja_sadina@jornalestarreja.com

Colaboradores:

A. Cunha, Severiano Oliveira, José Teixeira Valente, António Martins Aresta, Raulino Santos, Nuno Santos, Marco Pereira, Vítor Valente, Ricardo Brandão, Joaquim Valente, Carla Correia, Ana Tavares, José Matos, Maria Lurdes Pereira, Tomé e Sousa, Ricardo Alves Lopes e Albano Nunes

Propriedade: Ediesta - Editorial Estarjense, Lda - n.º 212 894

Cont. nº 501916873

Capital social: 5000 Euros

Castanheira Ribeiro

Redação: Rua Visconde Valdemouro, Galerias de Santo António, Fracção EH - Apartado 65 (Em Frente ao Cine-Teatro de Estarreja).

Periodicidade: Semanário (44 nºs/ano)

Sai às Sextas-feiras.

Nº de registo do título - 100540

Tiragem do mês anterior: 12000 exemplares

Composição: O Jornal de Estarreja

Ediesta-Editorial Estarjense, Lda

Impressão: FIG Coimbra

Avulso: 0,60 euros

Assinatura Anual: País - 20 euros

Europa Semanal - 80 euros

Resto do Mundo Semanal - 80 euros

Europa Mensal - 30 euros

Resto do Mundo Mensal - 35 Euros

VIII. Artigo publicado no Jornal de Valadares

VALADARES & cidade em foco

Nov/Dez 2014

13

O IESF perante os desafios e estratégias para a dinamização da formação graduada e pós graduada em Portugal.

A Formação graduada e pós graduada em Portugal, é cada vez mais um serviço integrado e personalizado que requer estratégias para a captação de alunos e para a dinamização das parcerias conjuntas entre as Instituições de Ensino superior (IES), as Empresas e as Associações Empresariais (AE). O Instituto de Estudos Superiores Financeiros e Fiscais (IESF), como Business School de referência, desenvolve estudos no âmbito dos seus programas de mestrado, que ajudam a compreender melhor estes temas e a maneira como são avaliados pelos diferentes intervenientes. Conheça resumidamente algumas das conclusões de três trabalhos efetuados no âmbito do mestrado de Gestão e Negócios do ano 13/14...

Avaliação da adequação da formação Graduada e Pós-Graduada do IESF face às necessidades das empresas

Neste artigo foi avaliada a adequação da oferta formativa do IESF no âmbito da formação graduada e pós-graduada face às necessidades das empresas. Para esse fim, foi elaborado um inquérito submetido a de 1738 empresas de distintos ramos de atividade para se avaliar a adequação da oferta formativa do IESF às necessidades das empresas, a forma como esse conhecimento é colocado à disposição das empresas e identificação de novas áreas de formação. O estudo permitiu-nos concluir que as empresas avaliam de forma positiva os conteúdos da



oferta formativa que o IESF disponibiliza às empresas e valorizam de forma extremamente positiva a disciplina de casos de estratégia empresarial como forma de fazer interagir as Instituições de Ensino Superior Politécnico e as empresas na produção de conhecimento e a sua aplicação em contexto real nas empresas.

Manuel Barroso

As Associações Empresariais como elo de ligação entre Empresas e Instituições de Ensino Superior

O objetivo deste artigo foi o de investigar e clarificar as relações das empresas com as IES e as AE. Através de um inquérito procurou-se conhecer as carências formativas das empresas e os meios de resposta disponíveis. Auscultou-se a sua opinião acerca do papel das AE no estabelecimento de alianças estratégicas, servindo de elo de ligação entre as IES e as empresas. Avaliou-se a importância atribuída pelas empresas à formação profissional e académica dos seus colaboradores.

Por fim, questionaram-se as AE quanto à formação e serviços que disponibilizam, as suas carências e qual o seu interesse nas parcerias com as IES.

Os resultados obtidos permitiram concluir que apesar de quase 90% das empresas proporcionarem formação e cerca de 70% estarem filiadas, somente 45% das empresas utilizam os serviços formativos das AE. Cerca de 2/3 das empresas consideram a relação AE/IES como muito importante, trazendo claros benefícios, nomeadamente na formação profissional

e graduada, consultoria e seminários.

Sandra Silva

Estratégias de captação e fidelização de alunos para formação IES

As IES têm na qualidade dos serviços que prestam um grande desafio para enfrentar o futuro. O trabalho desenvolvido procurou identificar os aspetos mais importantes que contribuem para a captação e fidelização de alunos para formação em IES e avaliar através de um questionário prático a realidade do IESF. Identificou-se que as variáveis que mais influenciam a captação e satisfação dos alunos são a qualidade do ensino oferecido, a reputação e a imagem da instituição e que os fatores que mais contribuíram para a retenção e fidelização do aluno são o comprometimento afetivo, a satisfação, o preço, e a imagem da própria instituição. Nestes resultados o IESF evidenciou-se positivamente nas dimensões - "organização e serviços" e "satisfação e reconhecimento", o que são bons indicadores para a retenção de alunos à instituição. Tem como aspetos ainda a melhor a dimensão "comunicação e imagem", que é essencial para a captação de alunos. Nas restantes dimensões avaliadas, registam-se resultados globalmente positivos.

Jorge Costa



IX. Divulgação efetuada pela Sema

Esta publicação foi enviada por e-mail para mais de 1000 associados.



AS ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS COMO ELO DE LIGAÇÃO ENTRE EMPRESAS E INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR



Sandra Sofia Silva

A atual crise económica e financeira obriga a que as empresas tenham de se adaptar a novos desafios e a enfrentar grandes mudanças para obterem o conhecimento necessário para sobreviver e ter sucesso. Uma das formas de encarar estas dificuldades poderá passar pela concretização de parcerias com vista a uma união de forças, essencial para o seu crescimento económico.

Dado o posicionamento das Associações Empresariais como meio de interligação e difusão de conhecimento entre as empresas, este artigo pretende clarificar e refletir acerca do seu real ou potencial contributo, bem como elucidar sobre a qualidade e quantidade de formação fornecida aos seus associados e a importância do estabelecimento de parcerias com Instituições de Ensino Superior que venham a complementar essa oferta já disponibilizada, proporcionando uma maior especialização.

Este trabalho de pesquisa apoiou-se num inquérito realizado a mais de mil empresas, de diversos setores de atividade e zonas

geográficas. Obtiveram-se informações essenciais, nomeadamente acerca da importância que as empresas atribuem à formação profissional e académica dos seus colaboradores, e em que medida influenciam o seu desempenho profissional bem como no que respeita ao impacto que estes ensinamentos têm na sua evolução e desenvolvimento, mantendo-as inovadoras e na vanguarda do conhecimento.

Também as Associações Empresariais (AE) foram alvo de estudo, constatando-se as necessidades e lacunas existentes na formação e serviços que disponibilizam. Foram auscultadas acerca da utilidade de mecanismos de cooperação e de articulação de esforços, utilizando parcerias estratégicas, formativas e de consultadoria, com Instituições de Ensino Superior (IES), com vista a garantir uma transferência de conhecimento com qualidade, aliada ao desenvolvimento e crescimento das AE e das IES, mantendo a confiança, compromisso e fidelização das empresas associadas e dos seus colaboradores enquanto alunos.

Os resultados obtidos permitiram conhecer a efetiva necessidade formativa das empresas e vieram comprovar o interesse mútuo no estabelecimento destas alianças assumindo as associações empresariais o papel de intermediárias e de elo de ligação entre as partes. Verificou-se ser de primordial importância para as empresas que os seus quadros técnicos, médios e superiores tenham acesso a formação devidamente estruturada e adequada, preferencialmente a nível do ensino graduado e pós graduado, nomeadamente em áreas de liderança, coaching, avaliação do desempenho, gestão de empresas e possam usufruir de serviços específicos de consultadoria e presenciar seminários adaptados à sua realidade empresarial.

A flexibilidade, reatividade e antecipação face aos novos desafios com que as empresas se defrontam, aliada a uma competitividade crescente em todos os sectores da economia, obrigam a uma constante modernização das mesmas. É essencial apostar na formação profissional dos seus colaboradores e numa

adequação formativa dos seus quadros técnicos, para que estes sejam uma mais-valia no processo produtivo, mantendo as empresas inovadoras e na vanguarda do conhecimento.

As IES deverão representar um polo de investigação, formação e de prestação de serviços, atentas aos processos e problemas inerentes à realidade do meio empresarial. A organização curricular dos seus cursos deverá ser orientada para o “saber fazer” e para as competências que são procuradas pelas empresas. Deverão representar um papel preponderante na consciencialização dos empresários, agindo, muitas vezes, como consultoras no processo de adaptação das empresas e na formação e qualificação dos seus profissionais.

As AE têm como missão representar, defender, promover e apoiar as empresas de determinada área de atividade, sendo os parceiros ideais para o estabelecimento de contratos de colaboração com as IES, com vista à criação de uma eficiente difusão de novos conhecimentos tecnológicos, promovendo uma dinâmica interativa entre estas e as empresas.

As IES deverão aproveitar as parcerias estratégicas com as AE, focalizando-se nas

necessidades reais das empresas. Ao estabelecer laços com os seus parceiros, irão criar relações mais fortes, duradouras e lucrativas que irão ajudar a ultrapassar ameaças provenientes dos seus concorrentes. A criação de uma cultura de desenvolvimento das temáticas estudadas, aliada a uma utilização de estágios em contexto laboral, envolvendo assim as empresas e associações, contribuirá para que os indivíduos envolvidos se consciencializem dos benefícios deste tipo de procedimento.

A promoção da excelência no ensino superior deverá ter em conta medidas de adequação dos programas às necessidades do mercado laboral, recompensar a qualidade do ensino, criar mecanismos de captação de novos alunos, tornando útil o trabalho prático desenvolvido pelos parceiros envolvidos. Deverão ser definidos objetivos e metas bem delineadas para que a informação chegue facilmente aos possíveis candidatos, cativando-os e aliciando-os a fazer a sua formação na Instituição. É crucial que as IES reforcem o seu papel como motor de desenvolvimento, incentivando a inovação e o aumento da produtividade das empresas

para que estas se tornem mais competitivas e fomentem a criação de emprego.

Conhecedora desta importância, a União Europeia estabeleceu um plano a dez anos intitulado “Europa 2020”, que visa o relançamento da economia através de um novo ciclo de financiamentos europeus com vista ao aumento da competitividade e do combate ao desemprego. No futuro, este programa de intervenção, que no nosso país será designado por “Portugal 2020”, poderá resultar numa viragem da definição de estratégias do ensino e na criação de mais parcerias entre empresas e associações empresariais, resultando com isso uma significativa mais-valia para os intervenientes. A longo prazo, a competitividade depende essencialmente das pessoas, e da qualidade da sua formação, por isso este programa aposta no aumento do Capital Humano, com vista a fortalecer o ajustamento entre as qualificações produzidas e as necessidades do mercado de trabalho e a reforçar o trabalho em parceria.

Sandra Sofia Sousa Silva

João Paulo Peixoto

Artigo elaborado no âmbito do Mestrado do IESF



X. Publicação de suplemento no Jornal da Sema



Sevilha do Vouga Estarreja
Murteira Albergaria - a - Velha

Instituição de Utilidade Pública
Fundada em 30 de Abril de 1996



As Associações Empresariais como elo de ligação entre Empresas e Instituições de Ensino Superior



Sandra Sofia Silva

Este artigo pretende retratar o papel das Associações Empresariais enquanto representantes de empresas e como transmissoras de conhecimentos, desempenhando um papel ativo no meio empresarial e oferecendo uma variedade de serviços úteis e diversificados aos seus associados.

Numa altura em que as flutuações do mercado, a instabilidade dos preços das matérias-primas e da procura de produtos diferenciados e de melhor qualidade, a capacidade de aprendizagem com outras empresas e parceiros é a forma mais eficaz para alcançar melhor rentabilidade e conhecimentos. É de primordial importância para a sobrevivência das empresas a reorientação da formação dos seus colaboradores e gestores que terá de assentar, em primeiro lugar, num conhecimento profundo da realidade económica e social portuguesa e na compreensão das potenciais vantagens da partilha de conhecimentos tecnológicos e de cooperação com outras empresas, com as Associações Empresariais e as Instituições de Ensino Superior.

A formação contínua tem de passar a fazer parte da cultura organizacional das empresas, no entanto, por vezes é necessário um agente impulsionador que as incentive e sirva de veículo de partilha de conhecimentos. É primordial o papel das Associações pois, servindo-se de mecanismos de

cooperação e de articulação de esforços, utilizando parcerias formativas e de consultadoria, com Instituições de Ensino Superior, podem garantir uma transferência de conhecimento com qualidade, aliada ao seu desenvolvimento e crescimento e das instituições de ensino, mantendo a confiança, compromisso e fidelização das empresas associadas e dos seus colaboradores enquanto alunos.

As Instituições de Ensino Superior devem representar um polo de investigação, de formação e de prestação de serviços, atentos aos processos e problemas associados à atividade empresarial. Deverão contribuir com um apoio continuado às empresas e às Associações Empresariais convertendo-se em espaços de produção e transmissão de conhecimentos, reforçando a importância do “saber” e o “fazer” para que haja uma melhor oferta de cursos especializados em que a vertente do ensino e a vertente prática da formação estejam convenientemente ligados e que permitam responder às necessidades específicas do mercado. O relacionamento e o estabelecimento de contratos de colaboração com as Associações Empresariais criará uma eficiente capacidade de difusão de novos conhecimentos e de promoção de uma dinâmica interativa com as empresas, tendo a gestão empresarial muito a lucrar com estas parcerias.

A Sema, tem vindo a apoiar as empresas da região, através da oferta de um conjunto de serviços tais como formação específica à medida dos seus



Ficha Técnica - Edição e Propriedade: Sema - Assoc. Empresarial
Direção e Coordenação: José Teixeira Valente
Distribuição Gratuita: 1.000 Exemplares

telef: 234 843 689
fax: 234 841 482
e-mail: geral@sema.pt

associados, consultoria técnica, apoio jurídico, fomentando a formação profissional, contribuindo para o incremento do emprego e inclusão social. Um dos seus objetivos é colocar no mercado de trabalho os formandos que se distingam pela sua qualidade, aplicação e competência, com resultados que assegurem às empresas uma mais-valia na sua admissão/integração nos postos de trabalho. Por isso, apresentam desafios a todos os empresários associados que queiram proporcionar estágios profissionais ou outro tipo de integração aos seus formandos.

O IESF é uma Instituição de Ensino Superior que atua no mercado da formação graduada e pós graduada. Disponibiliza Pós Graduações, MBAs, Mestrados e Seminários adequados às necessidades sentidas pelas empresas e associações suas parceiras. Adota as práticas necessárias ao constante aperfeiçoamento das suas realizações, nos domínios da investigação, ensino e formação, adaptando-se às necessidades dos seus parceiros com vista a ampliar e angariar mais alunos, aumentando a notoriedade da Instituição e dos seus parceiros.

Sandra Sofia Sousa Silva

João Paulo Peixoto

Artigo elaborado no âmbito do Mestrado do IESF

XI. Publicação no Jornal de Albergaria-a-Velha



OPINIÃO

Correio de Albergaria 05
21 janeiro 2015

SANDRA FORA SOUZA SILVA

Artigo elaborado no âmbito do Mestrado do IESF



"A promoção da excelência no ensino superior deverá ter em conta medidas de adequação dos programas do mercado laboral, recompensar a qualidade do ensino, criar mecanismos de captação de novos alunos..."

Associações empresariais

A atual crise económica e financeira obriga a que as empresas tenham de se adaptar a novos desafios e a enfrentar grandes mudanças para obterem o conhecimento necessário para sobreviver e ter sucesso. Uma das formas de encarar estas dificuldades poderá passar pela concretização de parcerias com vista a uma união de forças, essencial para o seu crescimento económico.

Dado o posicionamento das Associações Empresariais como meio de interligação e difusão de conhecimento entre as empresas, este artigo pretende clarificar e refletir acerca do seu real ou potencial contributo, bem como elucidar sobre a qualidade e quantidade de formação fornecida aos seus associados e a importância do estabelecimento de parcerias com Instituições de Ensino Superior que venham a complementar essa oferta já disponibilizada, proporcionando uma maior especialização.

Este trabalho de pesquisa apoiou-se num inquérito realizado a mais de mil empresas, de diversos setores de atividade e zonas geográficas. Obtiveram-se informações essenciais, nomeadamente acerca da importância que as empresas atribuem à formação profissional e académica dos seus colaboradores, e em que medida influenciam seu desempenho profissional bem como no que respeita ao impacto que estes ensinamentos têm na sua evolução e desenvolvimento, mantendo-as inovadoras e na vanguarda do conhecimento.

Também as Associações Empresariais foram alvo de estudo, constatando-se as necessidades e lacunas existentes na formação e serviços que disponibilizam. Foram auscultadas acerca da utilidade de mecanismos de cooperação e de articulação de esforços, utilizando parcerias estratégicas, formativas e de consultadoria, com Instituições de Ensino Superior (IES), com vista a garantir

uma transferência de conhecimento com qualidade, aliada ao desenvolvimento e crescimento das associações e das IES, mantendo a confiança, compromisso e fidelização das empresas associadas e dos seus colaboradores enquanto alunos.

Os resultados obtidos permitiram conhecer a efetiva necessidade formativa das empresas e vieram comprovar o interesse mútuo no estabelecimento destas alianças assumindo as associações empresariais o papel de intermediárias e de elo de ligação entre as partes. Verificou-se ser de primordial importância para as empresas que os seus quadros técnicos, médios e superiores tenham acesso a formação devidamente estruturada e adequada, preferencialmente a nível do ensino graduado e pós graduado, nomeadamente em áreas de liderança, coaching, avaliação do desempenho, gestão de empresas e possam usufruir de serviços específicos de consultadoria e presenciar seminários adaptados à sua

realidade empresarial.

A flexibilidade, reatividade e antecipação face aos novos desafios com que as empresas se defrontam, aliada a uma competitividade crescente em todos os sectores da economia, obrigam a uma constante modernização das mesmas. É essencial apostar na formação profissional dos seus colaboradores e numa adequação formativa dos seus quadros técnicos, para que estes sejam uma mais-valia no processo produtivo, mantendo as empresas inovadoras e na vanguarda do conhecimento.

As IES deverão representar um polo de investigação, formação e de prestação de serviços, atentas aos processos e problemas inerentes à realidade do meio empresarial.

A organização curricular dos seus cursos deverá ser orientada para o "saber fazer" e para as competências que são procuradas pelas empresas. Deverão representar um papel preponderante na consciencialização dos empre-

sários, agindo, muitas vezes, como consultoras no processo de adaptação das empresas e na formação e qualificação dos seus profissionais.

As Associações Empresariais têm como missão representar, defender, promover e apoiar as empresas de determinada área de atividade, sendo os parceiros ideais para o estabelecimento de contratos de colaboração com as IES, com vista à criação de uma eficiente difusão de novos conhecimentos tecnológicos, promovendo uma dinâmica interativa entre estas e as empresas.

As IES deverão aproveitar as parcerias estratégicas com as associações, focalizando-se nas necessidades reais das empresas. Ao estabelecer laços com os seus parceiros, irão criar relações mais fortes, duradouras e lucrativas que irão ajudar a ultrapassar ameaças provenientes dos seus concorrentes. A criação de uma cultura de desenvolvimento das temáticas estudadas, aliada a uma utilização de estágios em contexto labo-

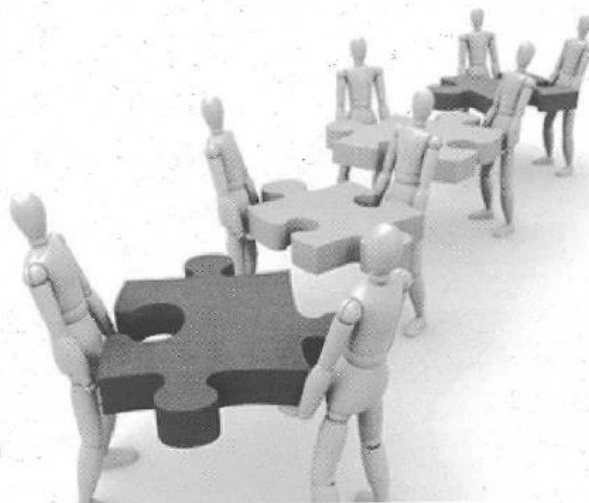
ral, envolvendo assim as empresas e associações, contribuirá para que os indivíduos envolvidos se consciencializem dos benefícios deste tipo de procedimento.

A promoção da excelência no ensino superior deverá ter em conta medidas de adequação dos programas às necessidades do mercado laboral, recompensar a qualidade do ensino, criar mecanismos de captação de novos alunos, tornando útil o trabalho prático desenvolvido pelos parceiros envolvidos. Deverão ser definidos objetivos e metas bem delineadas para que a informação chegue facilmente aos possíveis candidatos, cativando-os e aliciando-os a fazer a sua formação na Instituição. É crucial que as IES reforcem o seu papel como motor de desenvolvimento, incentivando a inovação e o aumento da produtividade das empresas para que estas se tornem mais competitivas e fomentem a criação de emprego.

Conhecedora desta importância a União Europeia estabeleceu um plano a dez anos intitulado "Europa 2020" que visa o relançamento da economia através de um novo ciclo de financiamentos europeus com vista ao aumento da competitividade e do combate ao desemprego.

No futuro, este programa de intervenção, que no nosso país será designado por "Portugal 2020", poderá resultar numa viragem da definição de estratégias do ensino e na criação de mais parcerias entre empresas e associações empresariais, resultando com isso uma significativa mais-valia para os intervenientes.

A longo prazo, a competitividade depende essencialmente das pessoas, e da qualidade da sua formação, por isso este programa aposta no aumento do Capital Humano, com vista a fortalecer o ajustamento entre as qualificações produzidas e as necessidades do mercado de trabalho e a reforçar o trabalho em parceria.



ONTAL
CONTABILIDADE, LDA.

SERVIÇOS DE CONTABILIDADE

Edifício Villa - Laginhas
3850-576 Branca

Telefone: 234 541 557
Fax: 234 541 020



XII. Publicação na Revista da AIDA



AS ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS COMO ELO DE LIGAÇÃO ENTRE EMPRESAS E INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

Juranda Sofia Sousa Silva, João Paulo Pereira - Artigo elaborado no âmbito do Mestrado em I&D



Este artigo pretende retratar o papel das Associações Empresariais enquanto representantes de empresas e como transmissoras de conhecimentos, desempenhando um papel ativo no meio empresarial e oferecendo uma variedade de serviços úteis e diversificados aos seus associados.

Numa altura em que as flutuações do mercado, a instabilidade dos preços das matérias-primas e da procura de produtos diferenciados e de melhor qualidade, a capacidade de aprendizagem com outras empresas e parceiros é a forma mais eficaz para alcançar melhor rentabilidade e conhecimentos. É de primordial importância para a sobrevivência das empresas a reorientação da formação dos seus colaboradores e gestores que terá de assentar, em primeiro lugar, num conhecimento profundo da realidade económica e social portuguesa e na compreensão das potenciais vantagens da partilha de conhecimentos tecnológicos e de cooperação com outras empresas, com as Associações Empresariais e as Instituições de Ensino Superior.

A formação contínua tem de passar a fazer parte da cultura organizacional das empresas, no entanto, por vezes estas necessitam de um agente impulsionador que as incentive e sirva de veículo de partilha de conhecimentos e de clarificação quanto à

importância de se unirem em prol de um desenvolvimento e crescimento comum. O papel das Associações é primordial pois, servindo-se de mecanismos de cooperação e de articulação de esforços, utilizando parcerias formativas e de consultadoria, com Instituições de Ensino Superior, podem garantir uma transferência de conhecimento com qualidade, aliada ao seu desenvolvimento e crescimento e das instituições de ensino, mantendo a confiança, compromisso e fidelização das empresas associadas e dos seus colaboradores enquanto alunos.

As Instituições de Ensino Superior devem representar um polo de investigação, de formação e de prestação de serviços, atentos aos processos e problemas associados à atividade empresarial. Deverão contribuir com um apoio continuado às empresas e às Associações Empresariais convertendo-se em espaços de produção e transmissão de conhecimentos, reforçando a importância do "saber" e o "fazer" para que haja uma melhor oferta de cursos especializados em que a vertente do ensino e a vertente prática da formação estejam convenientemente ligados e que permitam responder às necessidades específicas do mercado. O relacionamento e o estabelecimento de contratos de colaboração com as Associações Empresariais criará uma eficiente

capacidade de difusão de novos conhecimentos e de promoção de uma dinâmica interativa com as empresas, tendo a gestão empresarial muito a lucrar com estas parcerias.

Esta temática pode ser aplicada à realidade do mercado, sendo para tal analisadas, em concreto uma Associação (AIDA – Associação Industrial do Distrito de Aveiro)

A AIDA, já desde o início da sua atividade, tem vindo a apoiar as empresas da região, através da oferta de um conjunto de serviços tais como formação profissional adequada às necessidades dos seus associados, consultoria técnica, apoio jurídico, incentivando assim o empreendedorismo ao fomentar a formação profissional, contribuir para o incremento do emprego e inclusão social. O seu plano formativo visa uma dupla valência, a das empresas e seus associados, e os indivíduos que procuram ofertas formativas a título individual.

Texto escrito ao abrigo do Acordo Ortográfico



XIII. Artigo de Opinião publicado no Jornal Diário de Aveiro

04 | 2 JAN 2015 | SEXTA-FEIRA

Diário de Aveiro

fala o leitor



Leitor, escreva-nos. Sugira o reclame, nós somos o seu porta-voz. Damos também voz pública às minorias. As cartas para publicação na secção Fala o Leitor devem ser assinadas em conformidade com o bilhete de identidade, cuja fotocópia deve ser junta. Deve ser enviada a identificação completa do autor, morada e número de telefone. As cartas não deverão exceder uma página A4 e poderão ser resumidas pelo jornal sempre que o julgar conveniente. As cartas não serão devolvidas. email: diarioaveiro@diarioaveiro.pt

As associações empresariais como elo de ligação entre empresas e instituições de Ensino Superior

Exmo Sr. Director:

A actual crise económica e financeira obriga a que as empresas tenham de se adaptar a novos desafios e a enfrentar grandes mudanças para obterem o conhecimento necessário para sobreviver e ter sucesso. Uma das formas de encarar estas dificuldades poderá passar pela concretização de parcerias com vista a uma união de forças, essencial para o seu crescimento económico. Dado o posicionamento das associações empresariais como meio de interligação e difusão de conhecimento entre as empresas, este artigo pretende clarificar e reflectir acerca do seu real ou potencial contributo, bem como elucidar sobre a qualidade e quantidade de formação fornecida aos seus associados e a importância do estabelecimento de parcerias com instituições de Ensino Superior que venham a complementar essa oferta já disponibilizada, proporcionando uma maior especialização.

Este trabalho de pesquisa apoiou-se num inquérito realizado a mais de mil empresas, de diversos sectores de actividade e zonas geográficas. Ob-

tiveram-se informações essenciais, nomeadamente acerca da importância que as empresas atribuem à formação profissional e académica dos seus colaboradores, e em que medida influenciam se o desempenho profissional bem como no que respeita ao impacto que estes ensinamentos têm na sua evolução e desenvolvimento, mantendo as inovações e na vanguarda do conhecimento.

Também as associações empresariais foram alvo de estudo, constatando-se as necessidades e lacunas existentes na formação e serviços que disponibilizam. Foram auscultadas acerca da utilidade de mecanismos de cooperação e de articulação de esforços, utilizando parcerias estratégicas, formativas e de consultoria, com Instituições de Ensino Superior (IES), com vista a garantir uma transferência de conhecimento com qualidade, aliada ao desenvolvimento e crescimento das associações e das IES, mantendo a confiança, compromisso e fidelização das empresas associadas e dos seus colaboradores enquanto alunos.

Os resultados obtidos permitiram conhecer a efectiva necessidade formativa das empresas e vieram comprovar o interesse mútuo no estabelecimento destas alianças assumindo as associações empresariais o papel de intermediárias e de elo de ligação entre as partes. Verificou-se ser de primordial importância para as empresas que os seus quadros técnicos, médios e superiores tenham acesso a formação devidamente estruturada e adequada, preferencialmente a nível do ensino graduado e pós graduado, nomeadamente em áreas de liderança, coaching, avaliação do desempenho, gestão de empresas e possam usufruir de serviços específicos de consultoria e presenciar seminários adaptados à sua realidade empresarial.

A flexibilidade, reactividade e antecipação face aos novos desafios com que as empresas se deparam, aliada a uma competitividade crescente em todos os sectores da economia, obrigam a uma constante modernização das mesmas. É essencial apostar na formação profissional dos seus colaboradores e numa adequa-

ção formativa dos seus quadros técnicos para que estes sejam uma mais-valia no processo produtivo, mantendo as empresas inovadoras e na vanguarda do conhecimento.

As IES deverão representar um polo de investigação, formação e de prestação de serviços, atentas aos processos e problemas inerentes à realidade do meio empresarial. A organização curricular dos seus cursos deverá ser orientada para o "saber fazer" e para as competências que são procuradas pelas empresas. Deverão representar um papel preponderante na consciencialização dos empresários, agindo, muitas vezes, como consultoras no processo de adaptação das empresas e na formação e qualificação dos seus profissionais.

As associações empresariais têm como missão representar, defender, promover e apoiar as empresas de determinada área de actividade, sendo os parceiros ideais para o estabelecimento de contratos de colaboração com as IES, com vista à criação de uma eficiente difusão de novos conhecimentos tecnológicos promovendo uma dinâmica interactiva entre

estas e as empresas. As IES deverão aproveitar as parcerias estratégicas com as associações, focalizando-se nas necessidades reais das empresas. Ao estabelecer laços com os seus parceiros, irão criar relações mais fortes, duradouras e lucrativas que irão ajudar a ultrapassar ameaças provenientes dos seus concorrentes. A criação de uma cultura de desenvolvimento das temáticas estudadas, aliada a uma utilização de estágios em contexto laboral, envolvendo assim as empresas e associações, contribuirá para que os indivíduos envolvidos se consciencializem dos benefícios deste tipo de procedimento.

A promoção da excelência no Ensino Superior deverá ter em conta medidas de adequação dos programas às necessidades do mercado laboral, recompensar a qualidade do ensino, criar mecanismos de captação de novos alunos, tornando útil o trabalho prático desenvolvido pelos parceiros envolvidos. Deverão ser definidos objectivos e metas bem delineadas para que a informação chegue facilmente aos possíveis candidatos, cativando-os e aliciando-os a fazer a sua formação na Instituição. É crucial que as IES reforcem o seu papel como motor de desenvolvimento, incentivando a

inovação e o aumento da produtividade das empresas para que estas se tornem mais competitivas e fomentem a criação de emprego. Conhecendo esta importância a União Europeia estabeleceu um plano a dez anos intitulado "Europa 2020" que visa o relançamento da economia através de um novo ciclo de financiamentos europeus com vista ao aumento da competitividade e do combate ao desemprego. No futuro, este programa de intervenção, que no nosso país será designado por "Portugal 2020", poderá resultar numa viagem da definição de estratégias do ensino e na criação de mais parcerias entre empresas e associações empresariais, resultando com isso uma significativa mais-valia para os intervenientes. A longo prazo, a competitividade depende essencialmente das pessoas, e da qualidade da sua formação, por isso este programa aposta no aumento do Capital Humano, com vista a fortalecer o ajustamento entre as qualificações produzidas e as necessidades do mercado de trabalho e a reforçar o trabalho em parceria.

Sandra Sofia Sousa Silva
João Paulo Peixoto
(Artigo elaborado no âmbito do Mestrado do IESF)

Diário de Aveiro

Av. 262 N.º 9346
Fundador: Adriano Mário de Cunha
Luzes (1925-2013)
Director: Adriano Calil Luzes
Directores Adjuntos:
Miguel Calil Luzes
J. C. Gallardo Pinheiro
Ivan Silva (Director-adjunto
executivo, responsável por esta edição)
Sede:
Av. Dr. Lourenço Peixinho, n.º 15-17G
3800-164 Aveiro
Número de registo no I.C.S.
117295

Redacção:
Av. Dr. Lourenço Peixinho, n.º 15-50A
3800-164 Aveiro
E-mail: diarioaveiro@diarioaveiro.pt
Serviços comerciais:
Av. Dr. Lourenço Peixinho, n.º 15-17G
3800-164 Aveiro
Horário de atendimento:
Segunda a Sexta - 9h às 18h (sem interrupção para almoço). Ao sábado - 10h às 12h e das 14h às 18h
e-mail: comercial@diarioaveiro.pt
TELEFONES:
Redacção: 234000031
Publicidade Geral: 234000030
Classificados: 234000036

FAXES:
Redacção: 234000066
Publicidade Geral: 234000066
DELEGACIÕES:
FIGUEIRA DA FOZ
Rua Dr. Joaquim Jardim, 13 - 1.º Dto.
3080-112 Figueira da Foz
Redacção: 233424940
Publicidade: 233424941
Fax: 233418310
CANTANHEDÉ:
Pç. Marquês de Marialva, 2 - 1.º Sala L
3040-133 Cantanhede
Tel.: 231408638 / 231428829 Fax:
231428830

COIMBRA:
Rua Adriano Lucas, n.º 161
3020-430 Coimbra
Redacção: 239499900
Publicidade: 239499999
Fax: 239499912
S. JOÃO DA MADEIRA:
Edifício Caracal, Av. Benjamin Araújo,
n.º 54, 2.º Salão-C. 3700-059
S. João da Madeira Fax: 256938452
Tel.: 256938447 / 256938450
VISEU:
Rua Alexandre Heráclito, 198 - 2.º Dto.
3500-033 Viseu Fax: 233000032
Tel.: 233000031 / 233000030

LEIRIA:
Avenida Cidade Marília, Edifício
Centro Comercial Marília,
n.º 106 - lojas 95-96, 2400-119 Leiria
GeraRedacção: 244000031
GeraComercial: 244000030
Fax: 244000032
Classificados: 244000036
Facturação/Contratos: 244000037
Agentes/Reservistas: 244000038
LISBOA:
Av. 24 de Julho, n.º 50, 1200-868 Lisboa
Tel. 21 3057584
PROPRIEDADE:
Adriano Lucas, Lda.
Contribuinte: 501340025
Rua Adriano Lucas - 3020 Coimbra

CONCESSIONÁRIA DE EXPLORAÇÃO
Diário de Aveiro, Lda.
com sede na Av. Dr. Lourenço
Peixinho, n.º 15-17 G - 3800-001 Aveiro,
matriculada na Cons. R. Com.
de Aveiro NIPC: 301547806,
Capital Social: 5.000,00 euros
PRODUÇÃO, Distribuição e UAA
FIG Indústrias Gráficas, SA
Rua Adriano Lucas, n.º 161,
3020-430 Coimbra
Tel.: 239499922 / 239499925
239499926, ext. 18/303
Fax: 239499981

DISTRIBUIÇÃO
Distribuição, Tel.: 234000035
WASP - Soc. de Transportes e Distribuição, Lda.
CTT
WASP PREMIUM
Porto pago:
Decreto Lei n.º 56/2001:
Sandra Simões (carteira n.º 2967),
João Peixoto (n.º 1952), Jorge Pires
(n.º 3301)
Diário de Aveiro na Internet:
<http://www.diarioaveiro.pt>
<http://www.facebook.com/diarioaveiro>
Tráfego controlado pela APT
Tráfego média: 8.556 exemplares
Difusão média: 26.000 leitores

Gerentes: Adriano Calil de Cunha Luzes e Miguel Calil de Cunha Luzes. Participações no capital: genomaica 100%; Luzes & Filhos SGPS SA - 1.000,00 euros; Diário de Coimbra, Lda. - 1.000,00 euros; FIG Indústrias Gráficas, SA - 2.000,00 euros e Adriano Calil de Cunha Luzes - 1.000,00 euros



Artigo enviado e para o Jornal de Sever de Vouga a aguardar a sua publicação

I. Jornal de Sever de Vouga

As Associações Empresariais como elo de ligação entre Empresas e Instituições de Ensino Superior

Este artigo pretende retratar o papel das Associações Empresariais enquanto representantes de empresas e como transmissoras de conhecimentos, desempenhando um papel ativo no meio empresarial e oferecendo uma variedade de serviços úteis e diversificados aos seus associados.

Numa altura em que as flutuações do mercado, a instabilidade dos preços das matérias-primas e da procura de produtos diferenciados e de melhor qualidade, a capacidade de aprendizagem com outras empresas e parceiros é a forma mais eficaz para alcançar melhor rentabilidade e conhecimentos. É de primordial importância para a sobrevivência das empresas a reorientação da formação dos seus colaboradores e gestores que terá de assentar, em primeiro lugar, num conhecimento profundo da realidade económica e social portuguesa e na compreensão das potenciais vantagens da partilha de conhecimentos tecnológicos e de cooperação com outras empresas, com as Associações

Empresariais e as Instituições de Ensino Superior.

A formação contínua tem de passar a fazer parte da cultura organizacional das empresas, no entanto, por vezes é necessário um agente impulsionador que as incentive e sirva de veículo de partilha de conhecimentos. É primordial o papel das Associações pois, servindo-se de mecanismos de cooperação e de articulação de esforços, utilizando parcerias formativas e de consultadoria, com Instituições de Ensino Superior, podem garantir uma transferência de conhecimento com qualidade, aliada ao seu desenvolvimento e crescimento e das instituições de ensino, mantendo a confiança, compromisso e fidelização das empresas associadas e dos seus colaboradores enquanto alunos.

As Instituições de Ensino Superior devem representar um polo de investigação, de formação e de prestação de serviços, atentos aos processos e problemas associados à atividade empresarial. Deverão contribuir com um apoio continuado às empresas e às Associações Empresariais convertendo-se em espaços de produção e transmissão de conhecimentos, reforçando a importância do “saber” e o “fazer” para que haja uma melhor oferta de cursos especializados em que a vertente do ensino e a vertente prática da formação estejam convenientemente ligados e que permitam responder às necessidades específicas do mercado. O relacionamento e o estabelecimento de contratos de colaboração com as Associações Empresariais criará uma eficiente capacidade de difusão de novos conhecimentos e de promoção de uma dinâmica interativa com as empresas, tendo a gestão empresarial muito a lucrar com estas parcerias.

A SEMA, tem vindo a apoiar as empresas da região, através da oferta de um conjunto de serviços tais como formação específica à medida dos seus associados, consultoria técnica, apoio jurídico, fomentando a formação profissional, contribuindo para o incremento do emprego e inclusão social. Um dos seus objetivos é colocar no mercado de trabalho os formandos que se distingam pela sua qualidade, aplicação e competência, com resultados que assegurem às empresas uma mais-valia na sua admissão/integração nos postos de trabalho. Por isso,



apresentam desafios a todos os empresários associados que queiram proporcionar estágios profissionais ou outro tipo de integração aos seus formandos.

O IESF é uma Instituição de Ensino Superior que atua no mercado da formação graduada e pós graduada. Disponibiliza Pós Graduações, MBAs, Mestrados e Seminários adequados às necessidades sentidas pelas empresas e associações suas parceiras. Adota as práticas necessárias ao constante aperfeiçoamento das suas realizações, nos domínios da investigação, ensino e formação, adaptando-se às necessidades dos seus parceiros com vista a ampliar e angariar mais alunos, aumentando a notoriedade da Instituição e dos seus parceiros.

Sandra Sofia Sousa Silva

João Paulo Peixoto

Artigo elaborado no âmbito do Mestrado do IESF