

BONS NEGÓCIOS

TICs PARA AS PMEs. EDIÇÃO TRIMESTRAL

BY **GRENKE**®

Inclua eventos "ao vivo"
no seu plano de marketing

O que dizem
os Parceiros

EVENTOS

O "Funil" de Vendas
por Paulo Vilhena

OFERTA E CAMPANHAS

PROPOSTAS QUE "ESTÃO A DAR"

BIOLIDER

OS CAMINHOS PARA O ÊXITO

NEGÓCIO FINANCIAMENTO & COBRANÇAS

OPINIÃO

TOMAZ MORAIS

JOÃO TORRES PEREIRA

ISU

COMPROMISSO SOCIAL
ENSINAR A PESCAR

► OPINIÃO

O "TODO" VALE MAIS QUE A MERA SOMA DAS PARTES

SABER ESTAR EM EQUIPA

TOMAZ MORAIS, EX-TREINADOR DA SELECÇÃO NACIONAL DE RUGBY



Trabalhar em equipa é um estado de espírito, uma escola de vida que nos dá os valores e princípios que ajudam a superar as mais distintas adversidades.

Em contrapartida, retribuí-nos com alegrias que nunca esquecemos e ensina-nos a perder como campeões. Mais que uma teoria, é uma prática diária que se baseia na consciência de que sozinho não se faz nada e de que nenhum elemento da equipa jamais se poderá encontrar abaixo ou acima do colectivo.

Ingredientes da “receita” do sucesso

As grandes equipas, em que o sucesso não é mais do que o alcançar natural de objectivos mais ou menos atingíveis, estão sempre apoiadas numa atitude de características inteiramente positivas e procuram a todo o momento novas oportunidades de superação.

Ao fazermos parte de uma equipa temos de “sentir” que a força do “colectivo” é a razão da sua existência. Sobressairá um só espírito, sempre que a ela nos entregarmos por completo e sentirmos que, mais do que um grupo de pessoas, amigos ou profissionais, há um permanente compromisso cimentado em regras, respeito e confiança.

Liderança: elemento indispensável

Não há equipas sem líderes: puros decisores, criadores de relações e figuras conscientes de que o processo de liderança passa por um conjunto de boas acções diárias.

Compete-lhes motivar, inspirar e criar confiança na equipa que comandam. Definir estratégias, escolher pessoas, avaliar momentos e promover o sentido de responsabilização individual e colectiva - necessárias aos permanentes desafios de um meio altamente competitivo onde o erro é cada vez menos tolerável e os adversários se apresentam cada vez mais qualificados e bem preparados.

O que é preciso mudar

Nas equipas modernas já não há espaço para estrelas ou protagonismos individuais, antes exigindo o envolvimento de todos os seus elementos nas tarefas e objectivos a cumprir. São equipas altamente motivadas cujos elementos reagem com simplicidade à pressão, têm uma atitude de fazer inveja, encorajam-se mutuamente, aceitam os resultados da equipa como seus, sofrem com o insucesso sentindo que ele tem sempre uma duração limitada e vibram com o êxito colectivo a cada vitória. Os melhores elementos de equipa são exemplares e orgulham-se disso! São inteligentes mas têm um grande coração, não perdem a humildade nem o sentido colectivo, vivem para a equipa, oferecendo-lhe a sua capacidade e talento. Trabalham sempre para ganhar, mas sabem que não é só o resultado final que conta, o que importa é não desistir! Cantam nas vitórias e apoiam os companheiros nas derrotas. São campeões que não se constroem apenas no balneário, no campo ou no escritório: são feitos de um bem que trazem dentro de si - a alma!

Em equipa tudo é mais fácil!

► OPINIÃO

“SE ACHA O CONHECIMENTO CARO, TENTE A IGNORÂNCIA”

“SABER” E “SABER FAZER”

JOÃO TORRES PEREIRA, PARTNER BASILARIS

Diversas organizações questionam os investimentos realizados em formação por não obterem de imediato, dos colaboradores abrangidos, os resultados pretendidos.

Muitas outras, cumprindo apenas e só aquilo que a lei, de forma determinista, obriga a que se faça em termos de formação, vivem acomodadas no descrédito total relativamente à sua eficácia.

Outras ainda – e não em menor número – entendem que os conteúdos programáticos da formação devem obedecer àquilo que são as necessidades unilaterais da organização, devendo os formandos recebê-la de forma reconhecida e inquestionável.

Algumas, procurando reduzir os custos da formação – e porque não se atrevem a considerá-la um investimento – efectuam sessões rápidas de e-learning em áreas comportamentais de formação, no único respeito pela imitação de uma moda cuja eficácia, nestas áreas específicas, está ainda por provar. Quem sabe, até, se nos próximos tempos não virá a ser provada?

Perante este cenário, de alguma forma marcado pelos tópicos mencionados, notamos que algumas empresas pioneiras e visionárias têm exactamente a noção de que investir em formação de qualidade – e, naturalmente que a qualidade se mede pelos dois clientes fundamentais da mesma: a organização, por um lado, e os colaboradores, por outro – deverá levar a que os conteúdos programáticos con-

duzam ao alinhamento com a estratégia da empresa e à sua adequação aos indutores emocionais dos seus colaboradores.

Acontecendo desta forma, as acções de formação tenderão a dinamizar e motivar intrinsecamente os colaboradores da empresa, permitindo a sua assimilação, aceitação, motivação e melhorias evidentes no desempenho.

Acções de formação com conteúdo e carácter deste tipo têm sido, maioritariamente, classificadas pelos formandos da Basilaris como insuficientes no tempo e na matéria, o que revela, de forma geral, o desejo e motivação de receber mais, a que não será alheio o apreço e valor do conteúdo, principalmente porque lhe reconhecem adequação e utilidade no dia-a-dia, profissional e pessoal.

A nossa proposta

A oferta global de Formação Basilaris, centrada nas áreas de Negociação, TeamWork e Liderança, bem como a área de negócio específica de Consultoria Estratégica, repousam sobre os aspectos determinantes da Pessoa e, só depois, dos aspectos Profissionais contidos no seu claim “Aliados para Resultados”.

De salientar ainda, que, para fechar o ciclo do “saber ao querer fazer”, são necessárias, basicamente, “aferição” e “coaching”, devendo ser efectuados no final, da referida acção de formação, três procedimentos consecutivos:

- Medição da aceitação da formação global;
- Aferição do que ficou retido em memória;
- Aferição do implementado.

Considerando estes aspectos, de alguma forma ilustrativos, encontraremos no final, certamente, uma acção de formação que, em linguagem simplificada, permite afirmar: “valeu a pena”:

- Um “valeu a pena” para a Organização que a promove;
- Um “valeu a pena” para quem a ministra;
- Um “valeu a pena” para o mais importante interveniente: quem a recebe; ou melhor, quem a aceita;
- E um “valeu a pena” para o mercado, no qual os colaboradores devidamente motivados pela formação irão exercer a sua actividade de forma mais eficaz e, consequentemente, mais rentável para todos.

