



# Ferramenta de criação e gestão de campanhas na formação



AGORA VETPro 4.0. Advanced Guidance for Recognition of Opportunities and Attractiveness for VET Professionals 4.0



Le Portage Salarial



iasis

Info-def



2021-1-BG01-KA220-VET-000034880

# Índice

<b>PREPARAÇÃO</b> .....	6
<b>1. Definir o evento</b> .....	6
Passo 1: Definir o nome e a designação do evento.....	6
Passo 2: Definir o público-alvo e as suas razões para participar.....	7
Passo 3: Estabelecer objetivos e metas do evento.....	7
Passo 4: Selecionar uma data, hora e local.....	8
Passo 5: Convidar oradores e colaboradores.....	8
Passo 6: Fazer os cálculos.....	8
<b>2. Planear o evento</b> .....	8
Passo 1: Formar a equipa organizadora.....	8
Passo 2: Definir a ordem de trabalhos.....	8
Passo 3: Decidir a modalidade.....	8
Passo 4: Agendar uma sessão de formação com a equipa organizadora.....	9
Passo 5: Promover a coordenação com os patrocinadores.....	9
<b>3. Preparar os oradores</b> .....	9
Passo 1: Elaborar um guia de conteúdos.....	9
Passo 2: Rever o conteúdo com os oradores.....	9
Passo 3: Promover um ensaio com os oradores.....	9
<b>4. Preparar a equipa</b> .....	9
Passo 1: Distribuir tarefas na equipa.....	10
Passo 2: Definir protocolos de ação.....	10
Passo 3: Realizar o ensaio técnico.....	10
<b>5. Promover o evento</b> .....	10
Passo 1: Definir e criar o formulário de registo de participantes.....	10
Passo 2: Criar uma imagem de marca do evento.....	10
Passo 3: Testar o fluxo de registo dos participantes.....	10
Passo 4: Definir convidados VIP.....	11
Passo 5: Criar um calendário de atividades com os futuros participantes.....	11
Passo 6: Enviar os convites.....	11
Passo 7: Gerir os convites.....	11
<b>EXECUÇÃO DO EVENTO</b> .....	12
Passo 1: Promover a preparação imediatamente antes do evento.....	12
Passo 2: Realizar o registo e a receção.....	12
Passo 3: Realizar as atividades e apresentações.....	12
Passo 4: Organizar os stands e as exposições.....	13
Passo 5: Promover sessões interativas e workshops.....	13
Passo 6: Promover oportunidades de estabelecimento de redes e contactos.....	13
Passo 7: Disponibilizar os serviços necessários.....	13
Passo 8: Assegurar o acompanhamento e a avaliação.....	13

# Índice

<b>ACOMPANHAMENTO</b> .....	14
Passo 1: Agradecer e reconhecer.....	14
Passo 2: Recolher e analisar dados.....	14
Passo 3: Avaliar o evento com a equipa interna.....	14
Passo 4: Promover o acompanhamento individual.....	14
Passo 5: Comunicar os resultados.....	15
Passo 6: Promover programas de formação.....	15
Passo 7: Avaliar o retorno do investimento.....	15
Passo 8: Planear eventos futuros.....	15
Secção 02: Cooperar com empregadores e stakeholders.....	16
Jogos de role-playing.....	16
1. Promoção da formação em alternância numa cadeia hoteleira internacional.....	17
2. Reunião numa empresa multinacional que valoriza a WBL e a cooperação internacional.....	20
3. Definir os nossos PORQUÊS.....	23
4. Criar uma campanha de marketing digital: o próximo nível de comunicação com a vida real.....	26
5. "A formação do meu empregado vai arruinar a minha empresa...".....	29
6. Aumentar a interatividade da formação na empresa.....	32
7. Convencer uma empresa a criar oportunidades de emprego para profissionais formados através de programas de EFP.....	35
8. As empresas e os serviços de formação profissional podem trabalhar em conjunto para melhorar a eficácia e a saúde mental dos trabalhadores.....	39
9. O papel da Câmara de Comércio na ligação entre a oferta e a procura de profissionais qualificados na indústria transformadora.....	42
10. Compreensão: identificar e reunir as necessidades do sector do turismo.....	45
11. Organização de um evento promocional de casa aberta.....	48
12. Acenda o seu futuro: Explore o ensino e a formação profissionais (EFP).....	51



# Introdução

A **AGORA VETPro 4.0 Ferramenta de criação e gestão de campanhas na formação** foi elaborada no âmbito do projeto AGORA VETPro 4.0: Advanced guidance for recognition of opportunities and attractiveness for VET Professionals 4.0 (projeto n.º 2021-1-BG01-KA220-VET-000034880), financiado pela Comissão Europeia no âmbito das Parcerias Estratégicas para o Ensino e Formação Profissional (EFP) do Programa Erasmus+.

A equipa do projeto reuniu profissionais de seis organizações de seis países: a Business Foundation for Education, da Bulgária (coordenador); a INFODEF, de Espanha; a ITG Conseil, de França; a IASIS, da Grécia; a CIAPE, de Itália; e a Mindshift, de Portugal.

O objetivo principal do projeto é garantir o desenvolvimento de competências e a motivação de formadores do EFP, mentores, orientadores e profissionais dos Recursos Humanos para se tornarem embaixadores de um sistema de EFP modernizado, contribuindo para uma maior empregabilidade e melhor realização profissional dos jovens.

A Ferramenta de criação e gestão de campanhas na formação é constituída por duas partes:

- Parte 1 – Organizar campanhas
- Parte 2 – Cooperar com empregadores e *stakeholders*

## **Parte 1 – Organizar campanhas**

*Consiste numa ferramenta de gestão de eventos formativos que orienta os profissionais em todo o processo de preparação, implementação e avaliação de campanhas promocionais de EFP. Fornece orientações detalhadas, fáceis de seguir e aplicáveis a uma grande diversidade de eventos.*

## **Parte 2 – Cooperar com empregadores e stakeholders**

*É constituída por um conjunto de simulações que proporcionam aos profissionais a aquisição de competências de negociação necessárias para atrair os empregadores para o EFP, para colaborarem na oferta de oportunidades de formação em contexto trabalho, na atualização dos currículos formativos e na participação em eventos de empregabilidade, entre outras atividades. As simulações são apresentadas através de abordagens práticas que permitem a implementação de vários cenários para colmatar com sucesso a lacuna entre o EFP e o setor empresarial, contribuindo assim para a atratividade dos sistemas de EFP.*



**Contexto e benefícios da gestão de campanhas no EFP:** No cenário de constante evolução da educação, o EFP desempenha um papel fundamental na formação da força de trabalho futura. Reconhecendo a importância de atrair os jovens para o campo do EFP, a Ferramenta de criação e gestão de campanhas na formação foi concebida especificamente para profissionais que procuram dotar de relevância e vitalidade os currículos formativos através da organização e realização de eventos significativos e produtivos.

**Atualizar perspectivas:** O EFP depara-se frequentemente com preconceitos e estereótipos que podem desencorajar os jovens de prosseguirem os seus estudos em cursos de EFP. Através de campanhas planeadas estrategicamente, os formadores podem quebrar esta barreira, mostrando as oportunidades dinâmicas e diversificadas que os cursos de EFP oferecem.

**Responder às necessidades da indústria:** A procura de profissionais qualificados em diversos setores cresce continuamente. Ao atrair-se mais jovens para o EFP, pode-se colmatar lacunas de competências e garantir que a força de trabalho está preparada para responder à evolução das necessidades do mercado de trabalho. Os eventos tornam-se ferramentas poderosas para ilustrar a natureza prática e impactante do EFP.

**Promover entusiasmo e propósito:** Os eventos são uma plataforma para os formandos explorarem as suas paixões e interesses. Através de experiências envolventes e interativas, os formadores podem ajudar os jovens a identificar os seus pontos fortes, incentivando-os a prosseguir áreas profissionais em que possam prosperar e encontrar realização.

**Estabelecer parcerias:** A organização de eventos de sucesso envolve frequentemente a colaboração com parceiros externos, representantes da indústria e comunidades locais. Os formadores que criem parcerias significativas podem aumentar a autenticidade e a relevância dos eventos de EFP, criando um cenário benéfico para os formandos e para as restantes partes interessadas.



**Atrair e motivar formandos:** Ao dominar a arte da gestão de campanhas, os formadores podem contribuir ativamente para o envolvimento dos formandos. Eventos bem conduzidos não só atraem futuros formandos, como também contribuem para a retenção dos atuais, promovendo um sentimento de pertença e motivação na comunidade formativa.

**Elevar a visibilidade do EFP:** As instituições que conseguem atrair jovens para o EFP aumentam a sua visibilidade e reputação. O envolvimento positivo da comunidade através de eventos impactantes posiciona as instituições de EFP como dinâmicas, abertas e comprometidas em preparar os formandos para o sucesso no mundo profissional.

Em conclusão, a Ferramenta de criação e gestão de campanhas na formação serve como bússola para os profissionais de EFP que se envolvam na gestão de eventos para atrair e reter os mais jovens. Ao abraçar abordagens inovadoras e aproveitar todo o potencial dos eventos, os profissionais do EFP podem redefinir as perspetivas sobre o EFP, inspirando uma nova onda de formandos a seguir carreiras significativas e gratificantes.

## Secção 01: Como organizar campanhas de sensibilização

### PREPARAÇÃO:

A fase de preparação é a mais extensa e a que exige mais pormenores. Uma boa preparação garantirá o êxito da campanha promocional da formação. No entanto, uma boa execução e um bom acompanhamento também serão essenciais para alcançar o impacto e os resultados esperados.

#### *Definir o evento*

Para definir um evento promocional, é essencial começar com os dados gerais, que lhe darão forma através de informações básicas complementares.

#### **Passo 1: Definir o nome e a designação do evento**



## **Passo 2: Definir o público-alvo e as suas razões para participar**

Determine a quem se destina o seu evento promocional. Pretende atrair estudantes do ensino secundário interessados na formação profissional ou adultos que procuram melhorar as suas competências? Compreender bem o seu público-alvo ajudá-lo/a-á a conceber um evento que seja cativante e relevante para esse público-alvo.

## **Passo 3: Estabelecer objetivos e metas do evento**

Antes de começar a planear o evento de promoção de uma formação, tenha bem claro quais são os objetivos que pretende alcançar. Pretende promover um determinado centro de formação? Pretende destacar programas de formação específicos? Defina objetivos claros e mensuráveis para o seu evento. Exemplos de objetivos:

- atrair novos formandos;
- campanhas de emprego (feiras);
- campanha de formação direcionada;
- incentivar uma postura adequada e melhorar a assiduidade;
- campanhas de interação com outros centros de Ensino e Formação Profissional (EFP), promovendo intercâmbios nacionais e internacionais;
- etc...

Além disso, deve definir metas quantificáveis e não quantificáveis relacionadas com os seus objetivos. Por exemplo:

- número de formandos que se inscreveram no evento;
- número de formandos inscritos no centro EFP;
- número de empresas convidadas para o evento de promoção da formação;
- número de empresas que aceitaram o convite;
- número de empresas com stands no evento;
- etc.

Objetivos não quantificáveis:

- sensibilizar os formandos para uma postura adequada e a assiduidade nas sessões;
- recolher feedback das empresas relativamente às necessidades de formação;
- etc.





#### **Passo 4: Selecionar uma data, hora e local**

Selecione uma data que seja conveniente para o seu público-alvo e certifique-se de que não há conflitos com outros eventos importantes. Além disso, escolha um local adequado que tenha espaço suficiente para as atividades planeadas e seja acessível aos participantes.

#### **Passo 5: Convidar oradores e colaboradores**

Identifique especialistas no domínio da formação profissional que possam proferir palestras ou participar em painéis de debate. Pode também procurar parcerias com outras instituições de formação, empresas ou entidades afins para enriquecer o seu evento.

#### **Passo 6: Fazer os cálculos**

- número de participantes;
- objetivo de receitas (por exemplo com a venda de bilhetes e/ou patrocínios);
- impacte no centro de EFP (por exemplo, mais formandos, acordos com empresas, etc.);
- definir o orçamento disponível, o que lhe permitirá determinar o tipo de atividades e recursos que pode incluir no seu evento de promoção.

### ***Planear o evento***

#### **Passo 1: Formar a equipa organizadora**

Escolha o pessoal que pretende que faça parte da equipa organizadora da campanha.

#### **Passo 2: Definir a ordem de trabalhos**

Defina a ordem de trabalhos em função dos seus objetivos e do público-alvo. Caso se trate de um evento que exija oradores, selecione os oradores principais e estabeleça com eles o conteúdo. Não se esqueça de que os oradores e os temas a debater serão razões importantes para alguém decidir se quer participar no evento. Uma vez concluída a ordem de trabalhos, envie-a aos oradores e programe com os mesmos a logística necessária e os preparativos prévios com a maior antecedência possível, para que possam preparar-se com antecedência.

#### **Passo 3: Decidir a modalidade**

- online;
- presencial;
- híbrido.





No caso de um evento de promoção online ou híbrido, aprofunde o seu conhecimento sobre a plataforma virtual que irá utilizar para o evento e as possibilidades que esta lhe oferece.

#### **Passo 4: Agendar uma sessão de formação com a equipa organizadora**

Agende uma sessão de formação com a equipa responsável pela organização do evento para definir as funções de cada membro.

Como parte desta formação, considere familiarizar a equipa com a plataforma de eventos online a utilizar, se aplicável.

#### **Passo 5: Promover a coordenação com os patrocinadores**

Se o evento disponibilizar *stands* virtuais ou publicidade, convide os patrocinadores a construírem os seus próprios expositores ou estabeleça prazos para que lhe enviem os recursos necessários para os ajudar a criá-los.

### ***Preparar os oradores***

#### **Passo 1: Elaborar um guia de conteúdos**

Recomendamos que elabore um guia de conteúdos para cada sessão, que deve ser revisto e acordado previamente com cada orador.

#### **Passo 2: Rever o conteúdo com os oradores**

Agende uma reunião de preparação com os oradores, para rever o guia de conteúdos previamente acordado, um esboço da apresentação a efetuar, bem como para recolher as suas expectativas e necessidades.

#### **Passo 3: Promover um ensaio com os oradores**

Marque ensaios com os oradores uma ou duas semanas antes do evento, de modo a testar a qualidade da plataforma onde o evento terá lugar (áudio, vídeo e ligações), bem como a iluminação adequada.

### ***Preparar a equipa***

Certifique-se de que cada membro da equipa sabe claramente qual é o seu papel no dia do evento e que está preparado/a para todas as tarefas de que tem de se ocupar.



### **Passo 1: Distribuir tarefas na equipa**

Defina quem na equipa irá moderar as sessões, gerir o *chat* do evento ou atuar como *helpdesk* em direto.

### **Passo 2: Definir protocolos de ação**

Certifique-se de que todos os membros da equipa sabem quem contactar em caso de necessidade ou problemas no dia do evento, para que estes possam ser resolvidos. Se algo correr mal, deve haver um ponto de contacto para ajudar a resolver o problema.

### **Passo 3: Realizar o ensaio técnico**

Realize um ensaio técnico duas a três semanas antes do evento para se certificar de que tudo funciona como previsto.

### ***Promover o evento***

Assegure a afetação de recursos suficientes para a promoção, a fim de alcançar os objetivos fixados. Embora os eventos virtuais não exijam que os participantes planeiem uma viagem ou se desloquem ao local, deve ser reservado um espaço nas suas agendas. Recomendamos a promoção do evento com quatro a seis semanas de antecedência, de forma a gerir as inscrições, bem como para ter uma margem para enviar convites adicionais se não atingirem os seus objetivos iniciais.

### **Passo 1: Definir e criar o formulário de registo de participantes**

Crie a página de registo do evento virtual onde os participantes se irão registar, destacando toda a informação disponível: agenda, oradores com as suas fotografias e razões para participar. A utilização de serviços de terceiros, como Luma, Eventbrite ou Ticketmaster, pode ser uma ótima opção.

### **Passo 2: Criar uma imagem de marca do evento**

Recorra ao design gráfico para desenvolver todos os elementos de design e a página do evento.

### **Passo 3: Testar o fluxo de registo dos participantes**

Assegure que todas as informações necessárias são recolhidas junto dos participantes e que o sistema que utiliza (Marketing, CRM, ERP, etc.) está corretamente sincronizado. Teste o registo para o evento para se certificar que não existem erros.

#### **Passo 4: Definir convidados VIP**

Faça uma lista das pessoas que gostaria de convidar para o evento por razões de *marketing*, influência, promoção e interesse.

#### **Passo 5: Criar um calendário de atividades com os futuros participantes**

Crie um calendário de atividades que inclua um acompanhamento programado e constante dos convidados previamente selecionados.

#### **Passo 6: Enviar os convites**

Envie convites e gira o número de inscrições. Poderá ser necessário ajustar a sua cadência promocional em função do ritmo das inscrições para atingir os seus objetivos. Se necessário, pode ser necessário alargar a lista de convites.

#### **Passo 7: Gerir os convites**

Conceba, pré-visualize e teste mensagens eletrónicas automatizadas para lembrar aos seus convidados e participantes do evento. Recomendamos o envio de lembretes eletrónicos com pelo menos 24 horas de antecedência, bem como uma hora antes do início do evento.





# EXECUÇÃO DO EVENTO

Apresentamos os passos a prosseguir no caso da organização de um evento promocional presencial. No caso de optar por um evento online, alguns passos terão necessariamente de ser adaptados ao contexto virtual.

## **Passo 1: Promover a preparação imediatamente antes do evento**

- garanta condições adequadas para a realização do evento, como a disponibilidade de bancos, mesas, cadeiras e outros;
- proteja as ferramentas de comunicação e de formação que irá utilizar no evento; teste o equipamento e as ferramentas virtuais;
- peça aos oradores as suas apresentações em PowerPoint ou noutra formato, se for caso disso, para as ter prontas;
- coordene o pessoal e os voluntários para garantir que estão informados sobre as suas funções e responsabilidades;
- organize uma reunião pré-evento para analisar todos os pormenores com a equipa.

## **Passo 2: Realizar o registo e a receção**

- crie uma zona de registo onde os participantes possam inscrever-se e receber informações adicionais;
- certifique-se de que dispõe de pessoal suficiente para acolher e orientar os participantes durante o processo de registo;
- forneça materiais relevantes, tais como programas do evento, folhetos informativos, canetas, etc.

## **Passo 3: Realizar as atividades e apresentações**

- inicie o evento à hora marcada;
- siga o programa estabelecido e certifique-se de que as atividades e apresentações começam e terminam como previsto;
- verifique se os oradores estão preparados e cumprem o tempo previsto para as suas apresentações;
- preste apoio logístico, por exemplo, assegurando o bom funcionamento do equipamento audiovisual;
- conduza o evento de uma forma participativa;
- dê a conhecer os objetivos do evento e a sua relação com os problemas expressos pelos participantes;
- inicie um diálogo com os participantes sobre o tema do evento;
- incentive a participação;

#### **Passo 4: Organizar os *stands* e as exposições**

- organize *stands* e exposições relacionados com a formação profissional;
- coordene os expositores para que estes estejam preparados e possam interagir eficazmente com os participantes;
- certifique-se de que existe espaço suficiente entre as bancadas e que estas estão bem sinalizadas.

#### **Passo 5: Promover sessões interativas e *workshops***

- programe sessões interativas e *workshops* em que os participantes possam participar;
- forneça materiais e recursos necessários para as sessões e *workshops*;
- supervise a presença dos facilitadores e o envolvimento dos participantes nas atividades.

#### **Passo 6: Promover oportunidades de estabelecimento de redes e contactos**

- crie espaços para os participantes interagirem e estabelecerem contactos entre si;
- facilite atividades de estabelecimento de redes, tais como sessões de perguntas e respostas, mesas redondas ou grupos de debate;
- promova o intercâmbio de informações e experiências entre os participantes.

#### **Passo 7: Disponibilizar os serviços necessários**

- certifique-se de que estão disponíveis serviços básicos, como água, casas de banho, zonas de descanso, etc.;
- forneça serviços adicionais, tais como *catering*, se aplicável, ou informações sobre opções alimentares nas proximidades.

#### **Passo 8: Assegurar o acompanhamento e a avaliação**

- acompanhe os participantes e recolha os seus dados de contacto, se possível, para futuras comunicações;
- recolha o *feedback* dos participantes sobre o evento através de inquéritos ou formulários de avaliação;
- efetue uma avaliação interna para analisar o êxito do evento e retirar ensinamentos para futuras promoções.



# ACOMPANHAMENTO

Uma vez terminado o evento de formação profissional, é importante efetuar acompanhamento adequado para tirar o máximo partido dos resultados e das oportunidades geradas, através de uma aproximação aos participantes, sobretudo nas 24 horas seguintes.

O acompanhamento após um evento é crucial para fechar o ciclo e manter a dinâmica. Utilize as informações e os contactos estabelecidos durante o evento para reforçar o seu centro de formação e continuar a promover eficazmente a formação profissional.

## Passo 1: Agradecer e reconhecer

- envie mensagens de agradecimento a todos os participantes, oradores, parceiros e patrocinadores que contribuíram para o êxito do evento;
- reconheça publicamente as pessoas que prestaram um apoio excepcional durante o evento;
- partilhe gravações de vídeo completas – ou resumos, se já estiverem disponíveis –, bem como qualquer outro conteúdo que possa ser relevante para o seu público, como as apresentações que possam ter sido utilizadas pelos oradores.

## Passo 2: Recolher e analisar dados

- analise os registos de participação, os inquéritos e os formulários de avaliação recolhidos durante o evento;
- analise os dados para compreender a eficácia do evento, identificar áreas a melhorar e tirar conclusões importantes;
- considere a possibilidade de utilizar ferramentas de análise adicionais ou outros inquéritos para obter informações mais aprofundadas.

## Passo 3: Avaliar o evento com a equipa interna

Para além do *feedback* dos participantes, marque uma reunião com a equipa interna que realizou o evento para analisar o que correu bem, bem como as áreas a melhorar numa próxima vez.

## Passo 4: Promover o acompanhamento individual

- mantenha uma comunicação individual com os participantes que manifestaram interesse em programas específicos ou solicitaram informações adicionais;
- dê resposta às questões levantadas durante o evento e forneça o apoio necessário para ajudar os *stakeholders* a avançar com os seus objetivos de formação.



### **Passo 5: Comunicar os resultados**

- prepare um relatório pormenorizado que resuma os resultados do evento, incluindo a participação, o *feedback* dos participantes, os destaques e os desafios enfrentados;
- apresente o relatório aos decisores e aos *stakeholders*, salientando as metas alcançadas e as recomendações para eventos futuros.

### **Passo 6: Promover programas de formação**

- utilize os contactos estabelecidos durante o evento para continuar a promover programas de formação profissional;
- forneça informações adicionais, brochuras, catálogos ou outros materiais relevantes às pessoas que manifestaram interesse em participar nas formações.

### **Passo 7: Avaliar o retorno do investimento**

- avalie o retorno do investimento do evento em função dos objetivos inicialmente fixados;
- calcule os custos totais do evento e compare-os com os resultados obtidos, como o número de novos formandos inscritos ou as interações geradas.

### **Passo 8: Planear eventos futuros**

- utilize os ensinamentos do evento para melhorar e otimizar o planeamento de futuros eventos de promoção de formações profissionais.
- considere as sugestões e comentários dos participantes para identificar áreas a melhorar e tópicos de interesse para eventos futuros.





# Secção 02: Cooperar com empregadores e stakeholders:

## Jogos de role-playing

## 1. Promoção da formação em alternância numa cadeia hoteleira internacional.

### Tópico

Promover a cooperação internacional no domínio da Aprendizagem em Contexto de Trabalho (WBL)

### Título da situação

Promover a aprendizagem em contexto de trabalho numa cadeia hoteleira internacional

### Descrição da situação

Uma cadeia de hotéis bem conhecida, com várias décadas de experiência, tem unidades abertas em diferentes países, principalmente na Europa, mas também noutros continentes.

No entanto, as avaliações efetuadas pela cadeia, bem como o *feedback* dos clientes, revelam que os procedimentos e a avaliação dos hotéis são bastante desiguais. Alguns têm uma classificação excelente em todos os aspetos, mas outros podem melhorar o seu desempenho.

A mentora de WBL da cadeia hoteleira pensou numa estratégia para melhorar o desempenho das unidades com as piores classificações, que passa pela criação de estágios em diferentes países, nos hotéis com os melhores desempenhos. Desta forma, acredita que é possível inverter as dificuldades estruturais e iniciar uma melhoria a partir da base, uma vez que os jovens trabalhadores podem depois, num esquema de mentoria invertida, ensinar aos colegas mais velhos os novos processos que aprenderam.

A mentora de WBL solicitou uma reunião com um representante de um centro local de Ensino e Formação Profissional (EFP) e com o diretor de um dos hotéis com pior classificação. Na reunião, a mentora pretende que o centro de EFP, nomeadamente os formadores dos cursos que muitos dos jovens trabalhadores contratados pelo hotel frequentaram, ajudem a estruturar um novo plano de formação específico, que deve basear-se principalmente na aprendizagem prática no hotel. Também tentará que formem um membro do pessoal do hotel que possa apoiar os jovens estagiários como mentor local. Além disso, a mentora de WBL tentará convencer o diretor a permitir que quatro jovens trabalhadores frequentem um estágio internacional em hotéis da cadeia durante seis meses.

## Descrição das personagens

- Personagem 1: mentora de WBL de uma cadeia de hotéis. Suri é uma mulher japonesa de 45 anos. Tem formação em hotelaria e trabalhou no setor. Nos seus tempos livres, gosta de cozinhar e de jardinagem. É casada, tem três filhos adolescentes e valoriza o facto de passar tempo com a sua família. A sua motivação é transmitir os seus conhecimentos e ajudar a próxima geração de profissionais da hotelaria a ter sucesso. Suri é experiente, paciente e solidária, mas também pode ser rigorosa e exigente quando se trata de padrões profissionais e ética de trabalho.
- Personagem 2: formador de EFP, representante do centro de EFP local. Pavel é um formador polaco de 50 anos, responsável por um centro de formação profissional. Tem formação na área da educação. No seu tempo livre, gosta de fazer caminhadas. É divorciado e tem dois filhos adultos. A sua motivação é partilhar os seus conhecimentos e ajudar a preparar a próxima geração com as competências necessárias para ter sucesso. Pavel é conhecedor, prático e ativo, mas também pode ser teimoso e obstinado no que diz respeito aos seus métodos e técnicas.
- Personagem 3: diretor do hotel. Miguel é um gestor hoteleiro espanhol de 35 anos com formação em hotelaria. No seu tempo livre, gosta de fotografia e de explorar novas cozinhas. É casado, tem uma filha pequena e valoriza o facto de passar tempo com a sua família. A motivação do Miguel é prestar um serviço excecional e criar uma experiência memorável para os hóspedes do seu hotel. É profissional e organizado, mas também pode ser exigente e um pouco mesquinho.

## Dicas para os observadores

- Linguagem corporal: observar a postura, as expressões faciais e os gestos dos participantes para determinar o seu empenhamento e nível de conforto.
- Frases: observar a linguagem e a terminologia utilizadas pelos participantes para compreender o seu nível de especialização e as suas capacidades de comunicação.
- Gestos: observar os movimentos das mãos e os gestos utilizados para realçar ideias e comunicar de forma não verbal.
- Tom: prestar atenção ao tom de voz utilizado pelos participantes, uma vez que este pode exprimir emoções, atitudes e estados de espírito.



Erasmus+



AGORA4.0

- Capacidade de escuta: observar como os participantes se ouvem uns aos outros e como respondem às ideias uns dos outros.
- Consciência cultural: observar até que ponto os participantes estão conscientes e respeitam as diferenças culturais uns dos outros.
- Dinâmica da equipa: observar a interação e a cooperação entre os membros da equipa.

## Balanço

- *Qual era a sua perspetiva inicial sobre os deveres da sua personagem?*
- *Qual foi o maior desafio para a sua personagem?*
- *O que aprendeu com este roleplay?*
- *O que faria de forma diferente numa próxima vez, face a uma situação semelhante?*
- *Que recomendações daria a si próprio depois deste roleplay?*



## 2. Reunião numa empresa multinacional que valoriza a WBL e a cooperação internacional.

### Tópico

Promover a cooperação internacional no âmbito da Aprendizagem em Contexto de Trabalho (WBL)

### Título da situação

Reunião numa empresa multinacional que valoriza a WBL e a cooperação internacional

### Descrição da situação

Uma empresa implementou recentemente uma nova iniciativa para promover a aprendizagem em contexto de trabalho, a cooperação internacional e melhorar as competências dos seus trabalhadores.

A dramatização tem lugar durante uma reunião de equipa em que o diretor executivo (CEO) discute o plano de implementação e atribui tarefas à responsável de Recursos Humanos (RH) e a formadora da empresa. A reunião começa com uma breve apresentação da iniciativa e dos seus objetivos, seguida de uma discussão sobre os desafios da sua implementação.

A equipa debate ideias sobre a forma de incentivar os funcionários a participarem em oportunidades de WBL e iniciativas de cooperação internacional. O CEO também discute formas de acompanhar o progresso da iniciativa e avaliar o seu sucesso.

De seguida, o CEO atribui tarefas específicas. A formadora da empresa fica responsável pela criação de um programa de formação abrangente para os funcionários, enquanto a responsável pelos RH tem a seu cargo o desenvolvimento de um sistema de acompanhamento para monitorizar os progressos e o contacto com parceiros internacionais, de forma a estabelecer novas parcerias e colaborações.

Ao longo da encenação, o CEO sublinha a importância do trabalho em equipa, da comunicação e da colaboração e incentiva o debate aberto e o *feedback* construtivo, salientando que as opiniões e ideias de todos são valorizadas.

A dramatização termina com uma revisão das ações a desenvolver e dos próximos passos. A equipa define um calendário para a conclusão de cada tarefa e concorda em fazer controlos regulares para garantir que a iniciativa está no bom caminho.

De um modo geral, este cenário de *roleplay* centra-se na promoção da WBL e da cooperação internacional através do trabalho em equipa, da comunicação e da colaboração. Proporciona uma oportunidade para os participantes melhorarem as suas competências, partilharem ideias e trabalharem em conjunto para atingir um objetivo comum.

### Descrição das personagens

- Personagem 1: diretor executivo. Giovanni, um italiano de 40 anos, tem experiência no mundo dos negócios. É muito inteligente e concentrado. Apesar da sua agenda preenchida, Giovanni reserva tempo para a sua família e gosta de jogar golfe e ler sobre economia. Tem mulher e dois filhos. A sua motivação é assegurar um futuro de sucesso para a sua família e estabelecer-se como um líder no seu setor. É confiante, carismático e estratégico, mas também pode ser exigente.
- Personagem 2: responsável pelos RH. Ema é uma profissional de RH dinamarquesa, de 35 anos, com formação em psicologia. Gosta de fazer ioga, voluntariado na sua comunidade e valoriza o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal. É casada e tem dois filhos pequenos. A sua motivação é criar um ambiente de trabalho positivo e inclusivo para os funcionários, sendo ao mesmo tempo uma esposa e mãe solidária. É empática, organizada e justa, mas também pode ser um pouco cautelosa e indecisa quando confrontada com decisões difíceis de RH.
- Personagem 3: formadora da empresa. Dina é uma formadora portuguesa de 30 anos, com formação na área da educação. É uma viajante ávida e gosta de aprender sobre diferentes culturas. É solteira e gosta da sua independência, mas também valoriza as suas relações próximas com amigos e familiares. A motivação da Dina é ajudar os outros a atingir o seu potencial máximo e a ter um impacto positivo nas suas carreiras. É enérgica e motivadora, mas também pode ser impulsiva e espontânea, por vezes um pouco desorganizada.

## Dicas para os observadores

- Linguagem corporal: observar a postura, as expressões faciais e os gestos dos participantes para determinar o seu empenhamento e nível de conforto.
- Frases: observar a linguagem e a terminologia utilizadas pelos participantes para compreender o seu nível de especialização e as suas capacidades de comunicação.
- Gestos: observar os movimentos das mãos e os gestos utilizados para realçar ideias e comunicar de forma não verbal.
- Tom: prestar atenção ao tom de voz utilizado pelos participantes, uma vez que este pode exprimir emoções, atitudes e estados de espírito.
- Capacidade de escuta: observar como os participantes se ouvem uns aos outros e como respondem às ideias uns dos outros.
- Consciência cultural: observar até que ponto os participantes estão conscientes e respeitam as diferenças culturais uns dos outros.
- Dinâmica da equipa: observar a interação e a cooperação entre os membros da equipa.

## Balanço

- *Qual era a sua perspetiva inicial sobre os deveres da sua personagem?*
    - *Qual foi o maior desafio para a sua personagem?*
      - *O que aprendeu com este roleplay?*
      - *O que faria de forma diferente numa próxima vez, face a uma situação semelhante?*
- Que recomendações daria a si próprio depois deste roleplay?*





### 3. Definir os nossos PORQUÊS

#### Tópico

Promover a participação dos empregadores

#### Título da situação

Definir os nossos porquês

#### Descrição da situação

Todas as organizações do planeta, e até mesmo as nossas próprias carreiras, funcionam a três níveis:

1. O que fazemos;
2. Como o fazemos;
3. Porque o fazemos.

Quando os três níveis estiverem em equilíbrio, os outros saberão dizer, com absoluta clareza: “sabemos quem és”, “sabemos o que defendes”.

Esta ideia simples corresponde ao Círculo Dourado, criado por Simon Sinek. Ajuda as pessoas a comunicar claramente os seus valores organizacionais, a sua paixão e a sua missão e a atrair parceiros, clientes, funcionários, que vibram com os mesmos valores e têm a mesma missão em comum. É a isto que normalmente chamamos sucesso, por detrás do qual estão pessoas unidas por estes elementos. É isto que atrai a lealdade e o comprometimento dos clientes a longo prazo.

Como o nosso objetivo é atrair empresas e organizações que partilhem os mesmos valores que nós e têm uma missão semelhante à nossa, é bom saber e definir, antes de mais, os nossos “porquê”, “como” e “o quê”. Depois, podemos transformá-los numa mensagem para o mundo e podemos utilizá-los para criar apresentações, anúncios, conteúdos para as redes sociais e vídeos atrativos, que cheguem ao alvo adequado – parceiros externos que possam contribuir para a nossa causa (ver *roleplay 2*)

Pode saber mais assistindo ao seguinte vídeo:

[www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF\\_VuA&t=3s](http://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF_VuA&t=3s)

A atividade seguinte abordará a descoberta do Círculo Dourado para a sua organização ou para uma nova equipa (a sua equipa e os representantes da empresa ou outros *stakeholders* externos).

A situação: uma reunião entre os representantes de todos os *stakeholders*.

O objetivo: definir os valores, a missão, os pontos fortes e os princípios orientadores do grupo.

### Descrição das personagens

*Personagem 1: o facilitador. O facilitador lidera o processo global de definição dos porquês do grupo/projeto. Ajuda o grupo fazendo perguntas, escrevendo as respostas, agrupando-as em grupos, ajudando nas conclusões. Os participantes descrevem e partilham:*

*Para o “porquê”:*

- *3 a 5 das suas melhores experiências sobre o tema/área/domínio;*
- *3 a 5 grandes desafios e como os ultrapassaram;*
- *os “porquês” comuns do grupo;*
- *o contributo para ter impacte e servir os outros.*

*Para o “como”:*

- *definir os pontos fortes, os valores ou os princípios orientadores;*
- *o que distingue este grupo/organização dos outros;*
- *o que torna este grupo especial ou diferente.*

*Para o “quê”:*

- *o que faz ou oferece como serviço/produto.*

*Para uma declaração geral: o facilitador agrupa as respostas e escreve-as separadamente, para que todos possam vê-las de forma clara. Em seguida, os participantes são convidados a apresentar os seus slogans para o trabalho mútuo/projeto/de equipa.*

*Os papéis possíveis para os outros participantes são:*

- *Personagem 2: representante da empresa*
- *Personagem 3: representante da sua organização*
- *Personagem 4: representante dos formandos (facultativo)*
- *Personagem 4: representante dos pais (facultativo)*
- *Personagem 4: representante do centro de formação (facultativo)*

Cada uma delas representa um ponto de vista e/ou a organização para a qual trabalha.

Materiais necessários:

- atividade presencial: quadro branco/cavalete e marcadores;
- atividade online: plataforma que permita que todos os participantes partilhem a sua opinião ao mesmo tempo.

### Dicas para os observadores

- Observar o diálogo entre a empresa e os outros participantes. Deixar que todos partilhem os seus problemas, esperanças e valores. A empresa enfrenta por vezes problemas que os centros de formação normalmente não abordam nos seus programas. Esta lacuna pode causar a falta de cooperação entre as empresas e o sistema formativo.
- Observar a dinâmica do grupo; como começa, se desenvolve e termina. Se necessário, planeie algumas atividades adicionais, como atividades de quebra-gelo, vídeos, apresentações, para o grupo se conhecer melhor.
- Observar como os participantes reagem às opiniões dos outros e em que medida estão abertos a ouvir e a mudar as suas ideias.
- Manter o processo simples e emotivo, pois é nesta altura que as pessoas estabelecem relações através dos seus valores e sentimentos.
- Observar o foco e os pormenores que acrescentam valor ao processo.
- Pedir aos participantes para saltarem algumas partilhas se o assunto já tiver sido referido.

### Balanço

- *Como se sente depois da sessão?*
- *Considera-a útil no início de um projeto? Como?*
- *Considera que o representante da empresa ficou mais disposto a aprofundar a sua participação no projeto? O que é que faz com que seja assim? Falta referir algum aspeto?*
- *O que foi possível aprender com os outros?*
- *Até que ponto está disposto/a a experimentar novas abordagens e a ser criativo/a e inovador/a no seu próximo projeto?*

#### 4. Criar uma campanha de marketing digital: o próximo nível de comunicação com a vida real.

##### Tópico

Promover a participação dos empregadores

##### Título da situação

Criar uma campanha de marketing digital – o próximo nível de comunicação com a vida real

##### Descrição da situação

Com base na declaração “porquê, como, o quê” desenvolvido no exercício anterior, é necessário agora criar alguns cenários para vídeos (e um *podcast* ou uma história contada através de imagens). Convidou uma agência de *marketing* digital para ajudar nesta tarefa. A agência criará os vídeos para as diferentes redes sociais e para os diferentes *stakeholders*, mas é necessário desenvolver os cenários:

- para o Facebook e o LinkedIn – para pessoas do setor;
- Instagram e Tik-Tok – para as gerações mais jovens, que já trabalham no setor ou que ingressarão nele.

A ideia destes cenários é mostrar aos participantes como vivem e seguem diariamente a sua missão, valores, paixão, sucesso, desafios e a mensagem.

Uma vez que o conteúdo do vídeo deve ser curto e emotivo, utilize diferentes personagens (formandos, professores, empresas), encontre uma história para contar e crie alguns cenários, com um máximo de 2-3 minutos cada.

Cada cenário deve apresentar uma ideia central – um valor, uma missão, um objetivo, um ponto forte.



## Descrição das personagens

- Personagens 1: formadores
- Personagens 2: formandos
- Personagens 3: representantes das empresas – diretor e diretor de RH
- Personagem 4: conselheiro de carreira

Cada uma delas representa um ponto de vista e/ou a organização para a qual trabalha.

Materiais necessários:

- atividade presencial: papel e material de escrita;
- atividade online: plataforma que permita que todos os participantes partilhem a sua opinião ao mesmo tempo.

## Dicas para os observadores

- Utilizar o resultado do *roleplay* anterior.
- Concentrar a atenção no tema e nos pormenores que acrescentam valor ao processo.
- Garantir que todos os *stakeholders* dispõem do mesmo tempo e destaque.
- Observar todos os pontos de vista dos participantes para encontrar um ponto de interseção e incentivar a cooperação entre a área da formação e as empresas.
- Incentivar todos os participantes para que sejam ativos e contribuam para a conversa e o resultado final.
- Observar a dinâmica do grupo e estimulá-la, se necessário.
- Procurar que o grupo utilize alguns métodos criativos de *brainstorming*, *design thinking*, *mind mapping*, *brain writing*, etc.



## Balanço

- Como se sente depois da sessão?
- Considera útil reunir as opiniões e os problemas de todos os *stakeholders*? Como?
- O que lhe parece que todos os cenários serem baseados em exemplos da vida real?
- O que foi possível aprender com os outros?
- Até que ponto está disposto/a a experimentar novas abordagens e a ser criativo/a e inovador/a no seu próximo projeto?

## 5. "A formação do meu empregado vai arruinar a minha empresa..."

### Tópico

Desenvolvimento da capacidade formativa

### Título da situação

A formação do meu trabalhador vai arruinar a minha empresa.

### Descrição da situação

A formação dos trabalhadores pode, por vezes, ser dispendiosa. É por isso que muitos gestores pensam que a formação está reservada às grandes empresas. No entanto, todos os gestores devem dedicar algum tempo a incentivar o desenvolvimento das competências dos seus trabalhadores, independentemente da dimensão da empresa. Existem inclusivamente várias formas engenhosas de investir na formação sem que isso seja muito dispendioso para a empresa. É também uma oportunidade perfeita para valorizar o trabalho dos empregados e estimular a sua motivação e empenho.

A presente situação remete para uma empresa de pequena dimensão, com alguns jovens estagiários e alguns trabalhadores mais velhos, onde se coloca a questão da necessidade de formação e dos custos que pode implicar.

### Descrição das personagens

Personagem 1: O Sr. Marco é um empregador muito conservador. Pensa que autorizar a participação dos seus trabalhadores numa formação custa muito dinheiro, porque os empregados vão estar fora da empresa durante vários dias e isso vai ser muito dispendioso.

Personagem 2: A Sra. Olga está disposta a formar-se em gestão. Viu que a Universidade Aberta oferece cursos online gratuitos. Os cursos são adaptados à sua agenda e está muito satisfeita com isso.

Personagem 3: Um jovem estagiário que está na empresa há alguns dias, mas que é capaz de propor 100 soluções para organizar a formação na empresa.



Personagem 4: O Sr. João, diretor de Recursos Humanos (RH), é grande apoiante dos novos métodos para incentivar a formação na empresa. Dará o seu melhor para encontrar uma solução de cooperação com os personagens 2 e 3, mas não quer opor-se frontalmente ao seu chefe, o Sr. Marco (personagem 1).

Objetivo: As personagens 2, 3 e 4 devem utilizar as considerações seguintes para convencer a personagem 1 a encontrar uma solução que satisfaça as necessidades da personagem 2.

Passos a dar:

- 1: as personagens 2, 3 e 4 têm de enumerar todas as soluções e argumentos listados nas considerações seguintes;
- 2: as personagens 2, 3 e 4 têm de convencer a personagem 1;
- 3: debate alargado com todo o grupo (ver a secção balanço).

Considerações:

1. criar uma biblioteca – sugira aos seus trabalhadores que reúnam dados, artigos e conteúdos num único website acessível a todos;
2. incentivar os trabalhadores a investir na sua autoformação – sugira artigos, vídeos ou *podcasts* interessantes para os trabalhadores consultarem durante o horário de trabalho; incentive-os a dedicar alguns minutos por semana para atualizarem os seus conhecimentos;
3. reembolsar os custos de formação – se o seu orçamento permitir, reembolse parte (ou a totalidade) dos custos de formação dos seus trabalhadores durante o seu tempo livre;
4. valorizar a tutoria – esta é uma forma simples de permitir que os seus trabalhadores se valorizem; junte pessoas mais experientes a pessoas menos experientes para que estas as possam ajudar profissionalmente (e até pessoalmente); como bónus, os laços entre os membros da sua equipa serão fortalecidos;
5. convidar oradores – com alguma regularidade, convide um especialista para discutir um tema importante para a sua empresa e para os seus trabalhadores, o que pode ser feito durante o horário de trabalho ou mesmo sob a forma de uma atividade de equipa;
6. criar ferramentas de formação e disponibilizá-las de forma contínua e gratuita – a formação dos trabalhadores deve ser contínua.

Fonte: “seis maneiras de formar os seus trabalhadores sem gastar muito” in Agendrix [www.agendrix.com/fr-fr/blogue/6-manieres-de-former-vos-salaries-sans-vous-ruiner](http://www.agendrix.com/fr-fr/blogue/6-manieres-de-former-vos-salaries-sans-vous-ruiner) [disponível em francês]



Erasmus+



AGORA4.0

## Dicas para os observadores

- Anotar os melhores argumentos
- Identificar resistências da personagem 1
- Verificar como as personagens 2, 3 e 4 colaboram

## Balanço

- *O que pensa sobre este roleplay?*
- *Que argumentos identificou a favor ou contra o incentivo à formação dos trabalhadores?*

## 6. Aumentar a interatividade da formação na empresa

### Tópico

Desenvolvimento da capacidade formativa

### Título da situação

Aumentar a interatividade da formação na empresa

### Descrição da situação

A importância da tecnologia digital em todas as esferas da vida, tanto privada, como profissional, está bem patente. A formação ao longo da vida também pode tirar partido da digitalização, especialmente para impulsionar a formação presencial. Neste jogo de papéis, propomos aos formadores quatro novos formatos que podem tornar a formação presencial mais interativa e inovadora e, assim, responder às expectativas dos trabalhadores.

Na situação proposta, quatro formadores têm de preparar uma apresentação antes de se encontrarem com o diretor de Recursos Humanos de uma pequena empresa especializada em restauração. O diretor do centro de formação pede a cada formador que prepare uma pequena apresentação, de 2 a 3 minutos, para propor uma “formação inovadora”.

### Descrição das personagens

Personagem 1: propõe um “jogo sério”.

Personagem 2: propõe uma aprendizagem móvel.

Personagem 3: propõe a formação social.

Personagem 4: propõe uma formação ou uma ferramenta de realidade virtual ou de realidade aumentada.



### Objetivo:

todos os intervenientes têm acesso à internet e têm de preparar uma apresentação em PowerPoint, recorrendo a todas as ferramentas que considerem necessárias para a sua apresentação. Têm 10 minutos para se prepararem, fazerem uma pesquisa rápida de recursos na internet (ver as considerações seguintes) e preparar o seu discurso.

### Considerações:

1. inspirar-se na gamificação, para evitar que a formação presencial se torne aborrecida, para prender a atenção dos formandos e promover o seu empenho e motivação, com “jogos sérios”, que colocam o seu lado lúdico ao serviço de uma intenção formativa, com simulações de entrevistas, repetição de comportamentos a adotar, sensibilização para os procedimentos de segurança...;
2. utilizar a realidade virtual ou realidade aumentada oferece possibilidades incríveis de formação e representa um valor acrescentado para as empresas, nomeadamente para a formação em ambientes desconhecidos ou difíceis (máquinas numa fábrica, veículos, etc.); o/a formando/a pode confrontar-se com situações profissionais que seriam difíceis de reproduzir em condições reais, com uma personalização do grau de dificuldade;
3. desenvolver a formação social, que consiste em aprender com os pares, em debates de grupo presenciais ou em momentos informais (pausas para almoço, etc.), mas também através da tecnologia digital (correio eletrónico, redes sociais, etc.), utilizando redes sociais como o Facebook ou plataformas especializadas;
4. explorar todas as possibilidades oferecidas pela aprendizagem móvel, uma modalidade de formação através da qual o/a formando/a aprende num dispositivo móvel (tablet, *smartphone* ou em vídeo e MP3/*streaming*).

Fonte: “3 dicas para aumentar a interatividade na formação empresarial” in Digiformag: [www.digiformag.com/e-learning/3-astuces-pour-augmenter-linteractivite-des-formations-en-entreprise/](http://www.digiformag.com/e-learning/3-astuces-pour-augmenter-linteractivite-des-formations-en-entreprise/) [disponível em francês]



Erasmus+



AGORA4.0

## Dicas para os observadores

- Enumerar as quatro soluções propostas
- Refletir sobre as suas vantagens
- Refletir sobre as dificuldades de cada uma

## Balanço

- *O que pensa sobre este roleplay?*



## 7. Convencer uma empresa a criar oportunidades de emprego para profissionais formados através de programas de EFP.

### Tema

Trabalho em colaboração sobre currículos e percursos profissionais

### Título da situação

Persuadir uma empresa a criar oportunidades de emprego para profissionais formados através de programas de Ensino e Formação Profissional (EFP)

### Descrição da situação

Estamos na sala de reuniões de uma empresa de contabilidade. A reunião conta com a presença de dois formadores de EFP, o diretor do departamento de Recursos Humanos (RH) e o diretor-geral. O tema da reunião é a criação de oportunidades de emprego especificamente para trabalhadores formados através de programas de EFP e a necessidade de promover o EFP como a melhor forma de formação no mercado de trabalho. Os profissionais que receberam formação através destes programas são considerados adequados para trabalhar pelo departamento de RH por várias razões, como o conhecimento especializado, a experiência que adquiriram no contexto da sua formação prática, a flexibilidade e a autoconfiança que adquiriram durante a sua formação. Estes argumentos, combinados com os relativos à necessidade de apoiar a formação profissional através do setor privado, serão os principais objetivos dos formadores de EFP. Do lado da empresa, serão expressas objeções e preocupações sobre esta questão.

## Descrição das personagens

- Personagem 1: professor do EFP 1, um psicólogo profissional de 45 anos, com um mestrado em psicologia organizacional. Recebeu também formação complementar em educação de adultos e trabalha nesta área há mais de 10 anos. Quanto à sua situação familiar, é casado e tem dois filhos. Tem vários interesses, como escrever artigos científicos sobre psicologia, ler livros e praticar desporto, especialmente basquetebol. É responsável, organizado e tem excelentes capacidades de comunicação. A sua visão de proporcionar oportunidades de formação para todos e a sua motivação para a formação contínua levaram-no a envolver-se na educação de adultos e a ter sucesso neste domínio. Durante o debate, o formador argumentará a favor da formação através de programas de EFP e sublinhará a importância de a promover no setor empresarial. Este tipo de formação tem muitas vantagens para os formandos, uma vez que combina a aquisição de conhecimentos académicos e o desenvolvimento de competências práticas, que são essenciais no mercado de trabalho moderno.
- Personagem 2: professora do EFP 2, uma mulher de 37 anos, que completou a sua licenciatura em antropologia social e o seu mestrado em educação e Direitos Humanos. É uma educadora de adultos qualificada e realizou muitas ações de formação nos últimos seis anos. No seu trabalho, é metódica, organizada e comunicativa. Ainda não é casada. No seu tempo livre, dedica-se a várias atividades, como pintura, teatro, jardinagem e culinária. Durante o debate, indicará as competências básicas obtidas pelos profissionais através da sua formação em programas de EFP e destacará o seu valor no mercado de trabalho atual. É essencial que os indivíduos que receberam esta formação tenham adquirido competências importantes numa matéria específica e tenham tido a oportunidade de desenvolver os seus talentos neste domínio. São indivíduos com paixão e ideias que, ao transferirem a sua experiência para a empresa, irão promover mudanças significativas.





- Personagem 3: a diretora de RH é uma mulher de 38 anos, licenciada em economia e com um mestrado em liderança e desenvolvimento empresarial e gestão de recursos humanos. As suas principais competências incluem desenvoltura, flexibilidade e excelente gestão do tempo. É casada há quatro anos e os seus interesses incluem desporto, caminhadas na natureza e viagens. Do seu ponto de vista, haverá dúvidas quanto à adequação destes indivíduos devido à formação tão especializada e talvez unilateral que receberam. Segundo ela, a adaptação destes profissionais pode ser difícil, uma vez que foram formados numa matéria específica e podem não estar recetivos à adoção de novas práticas.
- Personagem 4: o diretor-geral é um homem de 58 anos com estudos em ciências económicas e um mestrado em gestão de empresas. Através da formação contínua, adquiriu competências de investigação e comunicação. As suas competências profissionais pessoais incluem negociação, liderança, determinação e integridade. Durante o debate, expressará dúvidas sobre as capacidades das pessoas formadas através de programas de EFP e mostrará uma preferência pela aprendizagem formal e pela educação clássica.

### Dicas para os observadores

- Tom de voz: os formadores de EFP apresentarão argumentos baseados em provas no que respeita à adequação dos profissionais formados através de programas de EFP e à necessidade de promover este tipo de formação no mercado de trabalho. O seu tom de voz será calmo e confiante, uma vez que se baseia em pesquisas comprovadas.
- Postura corporal: indica muito sobre o que cada participante da reunião está a pensar e a sentir. Deve prestar-se atenção ao facto de as pessoas manterem o contacto visual como um sinal de confiança e autoconfiança.
- Argumentação: é importante observar as capacidades de pensamento e raciocínio de ambas as partes. Se houver alguma confusão ou incapacidade de resposta, quer por parte dos formadores, quer por parte da empresa, deve ser registada.



Erasmus+



AGORA4.0

- Expressões faciais: revelam muitas emoções. Por exemplo, o movimento das pálpebras indica sentimentos de surpresa e raiva, enquanto os olhos indicam, consoante o caso, sentimentos de frustração, alegria ou desprezo.
- Competências de comunicação: trata-se de compreender os sentimentos e as intenções que estão por detrás da informação. Para além da transmissão clara da mensagem, é importante ouvir atentamente e mostrar compreensão para com o interlocutor. O respeito mútuo deve ser um pré-requisito para a discussão.

## Balanço

- *Como se sentiu durante a dramatização?*
- *Em que estava a pensar durante o debate?*
- *Em que medida acha que os participantes utilizaram os seus pontos fortes durante o debate?*
- *Quais foram os argumentos mais importantes de cada lado? Quais foram os comportamentos mais importantes?*
- *Quais foram as dificuldades que os participantes poderão ter encontrado? Como pensa que as podem ultrapassar?*
- *Qual foi, na sua opinião, o objetivo desta atividade? O que retém dela?*

## 8. As empresas e os serviços de formação profissional podem trabalhar em conjunto para melhorar a eficácia e a saúde mental dos trabalhadores.

### Tópico

Trabalho em colaboração sobre currículos e percursos profissionais

### Título da situação

As empresas e os serviços de formação profissional podem trabalhar em conjunto para melhorar a eficiência e a saúde mental dos trabalhadores.

### Descrição da situação

Estamos na sala de reuniões de uma empresa do setor alimentar e das bebidas. Em discussão, está a integração de programas de EFP no plano da empresa, tendo em vista a formação contínua dos trabalhadores. A principal vantagem do processo será o aumento do desempenho e da competitividade da empresa. Os programas de formação propostos centrar-se-ão na capacidade de gerir conflitos no local de trabalho e de desenvolver as competências escritas e de comunicação dos trabalhadores. A formação será realizada através da cooperação da empresa com organizações da área da educação de adultos, com o objetivo de criar o programa adequado às necessidades da empresa. O processo de formação proposto pelo consultor de formação incluirá atividades experimentais destinadas à aquisição de competências e cursos sobre temas relevantes. O EFP é parte integrante dos sistemas de formação ao longo da vida, que proporcionam aos indivíduos os conhecimentos, as aptidões e as atitudes de que necessitam no setor profissional e no mercado de trabalho em geral. O EFP é visto como um meio adequado para desenvolver a empregabilidade da mão de obra, a fim de lhe permitir responder adequadamente a um mercado de trabalho em constante mutação.



## Descrição das personagens

- Personagem 1: conselheiro de EFP é um homem de 39 anos, que depois de completar os seus estudos em antropologia social, se especializou na formação de adultos, particularmente na área da economia e dos negócios. Atualmente, trabalha numa organização que se dedica à criação de programas de EFP e as suas principais características são a determinação, a responsabilidade e a paixão pelo processo educativo. A sua visão é proporcionar aos adultos oportunidades de desenvolvimento pessoal e profissional contínuo. Quanto à sua vida pessoal, é casado, tem um filho de cinco anos e gosta de atividades ao ar livre, pesca e natação.
- Personagem 2: formadora de EFP, de 28 anos, completou os seus estudos em psicologia e está a fazer o mestrado em psicologia educacional. É também uma formadora de adultos certificada e tem trabalhado no domínio do EFP nos últimos cinco anos. Tem uma grande paixão, entusiasmo e amor pelo seu trabalho. É dedicada e respeitadora dos seus formandos. A sua visão é integrar o setor do EFP nas empresas como um requisito fundamental para aumentar a sua eficiência e proteger a saúde mental dos trabalhadores, que receberão formação em competências importantes para promover a autoconfiança e a resiliência mental.
- Personagem 3: diretor de RH da empresa tem 40 anos, completou os seus estudos em gestão de empresas e fez uma pós-graduação em gestão de RH e consultoria organizacional. Trabalha há 12 anos numa empresa do setor alimentar e das bebidas. Os seus principais trunfos são as excelentes capacidades de resolução de problemas, de tomada de decisões, de organização e de observação. O seu principal objetivo é estar em contacto com os trabalhadores, comunicar eficazmente e explorar as suas necessidades, a fim de garantir o bom desempenho destes na empresa. Durante o debate, está disposto a obter mais informações sobre os programas de formação profissional e os seus benefícios para o bom funcionamento da empresa. Quanto à sua vida pessoal, é casado, tem três filhos e gosta particularmente de desporto e jardinagem.

## Dicas para os observadores

- **Competências de comunicação:** uma comunicação eficaz exige que se seja claro e completo naquilo que se está a tentar exprimir. Ser um comunicador eficaz no domínio profissional implica trocar informações com clareza, empatia e compreensão. É assim essencial a observação das competências de comunicação de cada participante no debate.
- **Postura corporal:** a postura corporal revela muito sobre o que cada orador sente e pensa. É importante que os observadores analisem os interlocutores e tentem perceber se se sentem seguros, autoconfiantes ou se enfrentam dificuldades e inseguranças.
- **Tom de voz:** normalmente, as pessoas que se sentem inseguras ou receosas tendem a falar baixo e as pessoas que se sentem confiantes e fortes falam alto. Há vários pontos a observar durante o debate sobre este aspeto.
- **Argumentação:** é importante que os observadores avaliem a força e o carácter persuasivo dos argumentos. Um diálogo construtivo exige respeito mútuo de ambas as partes, enquanto os indivíduos devem responder com argumentos, sem ataques pessoais. É importante observar se os indivíduos estão dispostos a ouvir-se mutuamente, sem rejeitarem de imediato as posições opostas.

## Balanço

- *Na sua opinião, quais foram os elementos mais fortes da atividade?*
- *Como se sentiu durante a dramatização?*
- *Qual era o objetivo da atividade? Foi significativa para si?*
- *O que é que faria de diferente durante a dramatização?*
- *O que retém desta atividade?*

## 9. O papel da Câmara de Comércio na ligação entre a oferta e a procura de profissionais qualificados na indústria transformadora.

### Tópico

Liderança e trabalho em reded

### Título da situação

O papel da Câmara de Comércio na ligação entre a oferta e a procura de profissionais qualificados na indústria transformadora.

### Descrição da situação

Uma empresa de produção de média dimensão, situada numa pequena cidade de uma zona rural, está especializada na produção de peças metálicas de precisão para aplicações aeroespaciais e de defesa. A empresa está neste setor de atividade há 10 anos e tem vindo a construir uma reputação internacional de qualidade e fiabilidade.

Recentemente, a diretora executiva (CEO) foi abordada pela Câmara de Comércio local, que está interessada em promover o crescimento do setor aeroespacial e da defesa na região. A Câmara propôs uma iniciativa de colaboração que envolveria uma parceria com instituições e centros de Ensino e Formação Profissional (EFP) para desenvolver programas de formação que preparassem os formandos para carreiras naquele setor.

A ideia é extremamente aliciante e a CEO concorda em participar numa reunião com outros líderes empresariais locais, representantes da Câmara de Comércio e representantes de instituições e prestadores de EFP.

Nesta situação, intervém ainda o CEO de uma empresa que colabora com os *stakeholders* locais e os prestadores de EFP para promover o crescimento do setor aeroespacial e da defesa na região. Ao trabalharem em conjunto, podem desenvolver programas de formação que preparem os formandos para carreiras neste setor, identificar as competências mais procuradas e criar oportunidades de estágios e formações práticas em contexto de trabalho. Esta colaboração fortalece o sistema trabalho local e promove o crescimento económico, beneficiando todos os envolvidos.

## Descrição das personagens

- Personagem 1: a diretora executiva da empresa de produção é uma mulher de 49 anos, casada e mãe de duas raparigas. É licenciada em engenharia aeroespacial e tem um *Master Business Administration* (MBA) em gestão, bem como um doutoramento em nanofabricação. Começou a sua empresa como uma *start-up* e atualmente gere mais de 70 trabalhadores. Adora estar atualizada de tudo o que diz respeito a ideias inovadoras e desenvolvimento.
- Personagem 2: o representante da Câmara de Comércio é um homem de 40 anos que ali trabalha há mais de 10 anos. O seu principal campo de ação é a captação de oportunidades de financiamento para empresas e *start-ups* a vários níveis (regional, nacional, internacional). Desde 2020, e após os desafios levantados pela COVID-19 em termos de produção e fabrico, começou a prestar um serviço às empresas interessadas, facilitando a correspondência entre as que procuram mão de obra qualificada e as instituições de EFP na região.
- Personagem 3: o representante do centro de EFP é um homem de 45 anos, formador de mecânica num dos centros de EFP da região. Desde que começou a trabalhar nesta instituição, tem estado sempre envolvido na criação de novos currículos de formação profissional, de modo a dotar os formandos de novas competências exigidas pelo mercado de trabalho.
- Personagem 4: um homem, representante de uma empresa local especializada na produção para vários setores. Na sua empresa, reinventam sempre a produção em função das necessidades da indústria local e de acordo com as encomendas que recebem. Empregam também estagiários e formandos em contexto de trabalho, proporcionando-lhes experiências do mundo real.

## Dicas para os observadores

- Argumentação de cada personagem: como expõem os seus argumentos e ideias.
- Gestos: expressões faciais, linguagem corporal e todas as outras ações físicas que transmitem os pensamentos, as emoções ou as reações de uma pessoa.

- Tom de voz: pode transmitir uma série de emoções, atitudes e intenções e é um aspeto importante numa comunicação eficaz. Deve prestar-se atenção ao tom de voz, ao volume, ao tempo e à inflexão.
- Disponibilidade para descobrir novas abordagens e caminhos: verificar se as personagens estão recetivas a novas informações, assumir riscos e desafiar os pressupostos para encontrar soluções inovadoras para os problemas.
- Dinâmica: prestar atenção às interações sociais, padrões de comunicação e dinâmicas de poder que ocorrem durante a reunião de trabalho ajudará a compreender as normas e expetativas do grupo e a dinâmica social de uma forma produtiva e eficaz.

## Balanço

- Na sua opinião, os objetivos da atividade foram atingidos?
- Quais foram os pontos fortes e fracos da dinâmica de grupo, o que funcionou bem e o que poderia ser melhorado?
- Quais foram os aspetos mais difíceis ou inesperados da dinâmica de grupo?
  - O que é que aprendeu com esta experiência e como é que a pode aplicar no futuro?
  - Como é que o grupo trabalhou em conjunto?
  - Identificou problemas de comunicação ou colaboração?
  - Quais foram as reações e o feedback dos outros participantes?







## 10. Compreensão: identificar e reunir as necessidades do sector do turismo

### Tópico

Liderança e trabalho em rede

### Título da situação

Compreender: ordenar e reunir as necessidades do setor turístico.

### Descrição da situação

Foi organizada uma reunião entre representantes de diferentes setores para discutir a forma de criar colaborações que melhorem os sistemas de mão de obra locais, regionais ou nacionais e promovam a expansão do setor do turismo. O objetivo da reunião é identificar áreas em que os diferentes setores possam trabalhar em conjunto para criar oportunidades de emprego e crescimento económico. A reunião realiza-se numa cidade de média dimensão situada numa região costeira. A cidade é conhecida pelas suas praias e outras atrações naturais, bem como pelo seu património cultural. No entanto, a economia da cidade tem piorado nos últimos anos e existem preocupações quanto aos elevados níveis de desemprego, particularmente entre os jovens. A administração local identificou o turismo como um setor-chave para o crescimento económico e a criação de emprego, mas existem também preocupações sobre a sustentabilidade e o impacto que este pode ter no ambiente e nas comunidades locais.

A reunião foi organizada por uma associação empresarial local que representa a área do turismo, em parceria com a administração local e uma organização regional do setor do EFP. O objetivo do encontro é reunir representantes de diferentes setores para explorar a forma como podem trabalhar em conjunto para promover a expansão do turismo e, ao mesmo tempo, abordar as preocupações com a sustentabilidade e a inclusão social. A reunião envolverá apresentações, debates em pequenos grupos e sessões plenárias. Os organizadores esperam que resulte em propostas concretas de colaboração e em novas iniciativas que possam ser implementadas na região.

## Descrição das personagens

- Personagem 1: o representante das empresas é um homem local, de 39 anos, licenciado em economia e ativo no setor da Investigação e Desenvolvimento (I&D). Representa os interesses do setor privado, em especial os que estão envolvidos no turismo. Está empenhado em identificar oportunidades de crescimento e desenvolvimento que beneficiem a sua empresa e a comunidade em geral.
- Personagem 2: o representante dos *stakeholders* é um perito no desenvolvimento da comunidade local e tem 50 anos. Vive na comunidade há 30 e está empenhado em identificar formas de a colaboração poder beneficiar a comunidade em geral, em especial as pessoas desfavorecidas.
- Personagem 3: a diretora de um centro de EFP tem 55 anos e é também ativa no domínio do reconhecimento de competências e aptidões a vários níveis e junto de várias autoridades. Representa os interesses do setor do EFP, bem como as necessidades do setor em termos de desenvolvimento contínuo. Está muito empenhada em identificar as formas como a colaboração pode ser utilizada para melhorar as competências e os conhecimentos da mão de obra local.
- Personagem 4: a representante da administração local é uma mulher de 38 anos, que faz parte do departamento de áreas educativas rurais e remotas do Ministério da Educação. Está muito empenhada em identificar as formas como a colaboração pode ser utilizada para atingir os objetivos de desenvolvimento económico e social regional, bem como em ouvir as necessidades locais.

## Dicas para os observadores

- Observar a forma como as diferentes personagens interagem. São capazes de trabalhar em colaboração e de identificar pontos em comum ou existem diferenças significativas que precisam de ser abordadas? As suas decisões têm impacto na dinâmica?
- Prestar atenção às ideias e propostas apresentadas por cada interveniente. Parecem práticas e viáveis ou são demasiado ambiciosas ou irrealistas?
- Procurar sinais de compromisso e negociação. As diferentes personagens são capazes de encontrar um meio-termo que satisfaça todos ou existem áreas significativas de desacordo?



Erasmus+



AGORA4.0

- Procurar o desenvolvimento das personagens: à medida que a dramatização avança, as personagens podem sofrer alterações e desenvolver-se de formas inesperadas.
- Prestar atenção à forma como os conflitos surgem e como são resolvidos, bem como à forma como a tensão se desenvolve e se dissipa.

## Balanço

- *Quais foram as principais ideias e propostas apresentadas por cada interveniente?*
- *Houve áreas significativas de desacordo ou conflito? Em caso afirmativo, como foram resolvidos?*
- *Qual foi a eficácia dos intervenientes no trabalho em colaboração e na identificação de pontos comuns?*
- *Quais são os próximos passos possíveis para a colaboração e como podem os diferentes intervenientes continuar a trabalhar em conjunto para atingir os seus objetivos?*
- *Como é que a colaboração pode ser sustentada a longo prazo e quais são os potenciais desafios que podem surgir no futuro?*

## 11. Organização de um evento promocional de casa aberta

### Tópico

Organização de campanhas promocionais para o EFP

### Título da situação

Organização de um evento promocional

### Descrição da situação

O Kamalini Training Centre está a organizar um evento de portas abertas para promover o Centro de Formação junto da população local.

O Kamalini ministra cursos de EFP de curta duração, como informática, atendimento em lojas de retalho, etc., a mulheres migrantes para aumentar a sua empregabilidade. Iniciou a sua atividade há cinco anos e está situado numa área suburbana de Madrid, em Espanha, onde vivem muitas jovens mulheres migrantes. É uma espécie de centro de formação de média dimensão, com capacidade para formar 100 mulheres simultaneamente e sempre funcionou quase na sua capacidade máxima. Mas, após a pandemia COVID-19, o número de formandas diminuiu para 70% da sua capacidade. Até à data, todas as formações têm sido em regime presencial.

O Diretor do Kamalini convocou uma reunião com dois dos formadores mais experientes: o responsável financeiro e o responsável administrativo para organizar o evento promocional, que deverá ter lugar entre os meses de novembro ou dezembro de 2023, ou seja, cerca de três meses depois da reunião que o Diretor convocou.

O roleplay desenvolve-se num contexto em como se fosse a reunião.

## Descrição das personagens

- Personagem 1: Diretora. A Blanca é a diretora e uma das fundadoras do Kamalini Training Centre. Tem cerca de 50 anos e é uma pessoa muito pragmática e orientada para os resultados. Está preocupada com a diminuição do número de alunos e sabe que algo mudou durante a pandemia. Tem uma mente aberta e gosta de estar a par de todas as novas metodologias educativas.
- Personagem 2: Formador 1. Viviana, 34 anos, é a formadora de informática. Tem muita experiência no seu trabalho e tem uma forte ligação com os seus formandos. Conhece as empresas da zona e todas as suas necessidades em matéria de informática básica. Em ocasiões anteriores, sugeriu que o Kamalini também poderia ter formação online ou híbrida. A Blanca está aberta a esta possibilidade e esta reunião é uma boa oportunidade para aprofundar o debate sobre esta questão.
- Personagem 3: Formador 3. A Carolina, de 32 anos, é a formadora ao nível das atividades de comércio retalhista. Adora o seu trabalho e conhece muitos proprietários de estabelecimentos comerciais e, assim, as suas necessidades, recebendo *feedback* das empresas. É uma pessoa muito alegre e gosta de falar muito. Quer realizar um grande evento (com um grande orçamento também).
- Personagem 4: Responsável financeiro. O João, de 33 anos, é o responsável pela contabilidade. Sabe perfeitamente que, apesar de os números estarem no verde, houve uma diminuição importante nos lucros, o que deve ser corrigido. Caso contrário, o centro de formação pode não ser capaz de suportar qualquer situação inesperada ou de realizar investimentos no futuro.
- Personagem 5: Administrativa. A Gloria, de 46 anos, é muito amável e todos gostam dela. Está sempre pronta a ajudar toda a gente e a resolver qualquer problema. É muito eficiente no seu trabalho e é o braço direito da Diretora. A Blanca gosta de a envolver em todas as reuniões, porque, embora não seja uma especialista nos temas, tem muito bom senso e aponta sempre questões muito práticas que ninguém vê.

## Dicas para os observadores

- Observa la forma en que los jugadores exponen sus opiniones.



- Observar se os envolvidos ouvem o que os outros estão a dizer ou se apenas referem a sua opinião sem contar com as opiniões anteriores.
- Observar os gestos e os rostos, especialmente quando as opiniões de quem fala são diferentes das de quem ouve.
- Observar se o tema principal da reunião foi abordado ou se existem outros temas importantes que necessitam de atenção.
- Observar se o tema é abordado com suficiente pormenor ou se a discussão é demasiado geral e se muitas questões importantes são ignoradas.

## Balanço

- *Qual foi o sentimento geral da reunião: sentiu colaboração e empenho por parte dos formadores e do pessoal?*
- *Considera que a questão principal da reunião foi resolvida e que as conclusões e o plano de ação foram corretos?*
- *Houve alguma ideia ou forma inovadora de abordar os diferentes tópicos e questões?*
- *Como é que teria gerido a discussão ou as tensões, caso existissem?*

## 12. Acenda o seu futuro: Explore o ensino e a formação profissionais (EFP)

### Tópico

Organizar campanhas de promoção de EFP

### Título da situação

Promova o seu futuro: explorar o ensino e a formação profissionais (EFP)

### Descrição da situação

Faz parte de uma equipa que acredita no EFP e que tem a responsabilidade de promover as respetivas vantagens e oportunidades junto de um público diversificado, incluindo estudantes do ensino secundário, pais e empresas locais. O seu objetivo é sensibilizar estes *stakeholders* para o valor do EFP, proporcionando competências práticas, percursos profissionais e contribuindo para a economia local.

Será realizada uma sessão de apresentação do EFP num salão comunitário, equipado com um palco, *stands* informativos e expositores com vários programas de formação profissional.

Esta sessão foi concebida para envolver o público, responder a preocupações e mostrar os benefícios práticos do EFP, salientando a sua importância para a qualificação da mão de obra, o apoio às empresas locais e a capacitação de indivíduos com oportunidades de carreira. Será concretizada durante a realização do evento promocional de EFP e pode ser estruturada da seguinte forma:

- 1.Introdução pelo dinamizador;
- 2.Perspetiva dos estudantes do ensino secundário;
- 3.Preocupações dos pais;
- 4.Preocupações dos pais abordadas pelo dinamizador;
- 5.Benefícios e vantagens para as empresas locais;
- 6.Sessão de perguntas e respostas, em que o público tem a oportunidade de colocar questões ao painel, esclarecendo dúvidas sobre programas de EFP, processos de candidatura, ajuda financeira e perspetivas de emprego;

7. *Stands interativos: após a apresentação, os participantes podem visitar os stands informativos para saber mais sobre programas específicos de EFP, interagir com formadores e até participar em atividades práticas relacionadas com diferentes áreas profissionais;*

8. *Networking: os participantes são encorajados a estabelecer contactos, a trocar informações e a explorar potenciais colaborações entre estudantes, pais, empresas locais e a instituição de ensino e formação profissional;*

9. *Conclusão: o dinamizador encerra a campanha, reitera os benefícios do EFP e fornece informações sobre como se manter em contato para futuras atualizações e oportunidades de inscrição.*

## Descrição das personagens

- Personagem 1: Dinamizador. Representa a instituição de EFP e dirige a apresentação da campanha. O seu papel consiste em dar as boas-vindas à audiência, introduzir o tema da campanha e explicar a importância do EFP no mundo atual. Salienta as competências práticas, as oportunidades de carreira e a procura existente no setor.
- Personagem 2: Estudante do ensino secundário. Representa o público-alvo dos potenciais formandos do EFP. Partilha a sua experiência pessoal com o EFP. Reflete sobre como encontrou a sua paixão, adquiriu competências práticas e destaca histórias de sucesso dos seus colegas que escolheram o EFP.
- Personagem 3: Pai. Representa um encarregado de educação preocupado com o futuro da educação dos seus filhos. Interroga-se se o EFP é um percurso educativo satisfatório que possa conduzir a carreiras estáveis, ao crescimento pessoal e a potenciais percursos ao nível do ensino superior.
- Personagem 4: Proprietário de empresa local. Representa um empregador local que procura mão de obra qualificada e promover o desenvolvimento comunitário. Explica as vantagens de contratar diplomados do EFP, que se tornarão trabalhadores qualificados que podem contribuir para a economia local. Discute potenciais parcerias entre a instituição de EFP e as empresas locais para estágios, aprendizagens e colocações de emprego.





## Dicas para os observadores

- Observar a forma como os atores desempenham os seus papéis e expõem as suas opiniões.
- Observar como são abordadas as preocupações dos pais.
- Observar se os envolvidos ouvem o que os outros estão a dizer ou se apenas referem a sua opinião sem contar com as opiniões anteriores.
- Observar os gestos e os rostos, especialmente quando as opiniões de quem fala são diferentes das de quem ouve.
- Observar se o tema principal da reunião foi abordado ou se existem outros temas importantes que necessitam de atenção.

## Balanço

- *Qual foi o sentimento geral do evento promocional: sentiu que as preocupações dos pais e das empresas locais foram abordadas?*
- *Acha que o networking: foi suficiente?*
- *Houve alguma ideia ou forma inovadora de abordar os diferentes tópicos e questões?*
- *Considera que o apresentador principal foi realista na promoção do EFP?*