

'RS4E' chega aos mais jovens

CURSO DE EMPREENDEDORISMO VAI ABRANGER ALUNOS DO ENSINO PRIMÁRIO

CATANHO FERNANDES
cfernandes@dnocias.pt

O projecto RS4E, sigla por que é conhecido o 'road show' para o empreendedorismo, da responsabilidade do Centro de Empresas e Inovação da Madeira (CEIM), vai abranger este ano os alunos do Ensino Básico na Região Autónoma. Espera-se que em Maio e Junho estejam envolvidos em acções deste tipo cerca de 700 crianças, anunciou ao DIÁRIO Patrícia Dantas Caires, presidente do CEIM.

Em São Vicente terminou na quarta-feira o Curso Intensivo em Empreendedorismo e Inovação Empresarial. Um sucesso, segundo aquela responsável, que em declarações ao nosso jornal destacou a grande procura que se verificou por parte dos alunos universitários a quem se destinou. "Abrimos com 60 vagas e logo nos primeiros dois dias surgiram 120 inscrições", referiu. Criado em 2005 este programa vai ter continuidade, estando já garantidos financiamentos até 2013, que já no próximo ano abrangerão outros tipos de ensino. Começou com alunos dos ensinos secundário e profissional, tendo chegado agora ao universitário, com resultados que incentivam os organizadores a prosseguir a acção no escalão de Ensino Superior.

Sensibilizar os jovens para o meio empresarial

"Os cursos de empreendedorismo têm como primeiro objectivo educar e sensibilizar os jovens para esse sector. Não se destinam, nesta circunstância, à criação efectiva de empregos. O que se pretende é que as pessoas percebam o que é o empreendedorismo e se podem ou não ser aí integradas", diz Patrícia Caires, que destaca ainda o grande envolvimento de entidades oficiais neste projecto, nomeadamente da Vice-Presidência do Governo Re-



Curso realizado em São Vicente teve uma procura que duplicou o número de vagas existentes. FOTO C. FERNANDES.

gional e de parceiros privados que patrocinam as actividades, liderados pelo Banif, maior patrocinador. Se é verdade que a intenção principal é sensibilizar os jovens para os novos paradigmas do desenvolvimento, como destacou João Cunha e Silva no encerramento do curso em São Vicente, é certo também que os resultados são muito bons e o CEIM e a Vice-Presidência do GR querem transformar o 'RS4E' num projecto de referência europeia, um destaque e classificação já assumidos pelos professores que têm vindo à Madeira participar nos cursos.

Quanto ao curso que decorreu para os estudantes universitários da UMa, Patrícia Caires sublinhou que não se destinaram apenas a economistas e gestores. Houve a preocupação de sensibilizar os jovens de que os empreendedores podem sair

de outras áreas, e a verdade é que apenas 40% dos que estiveram em São Vicente eram da área económica.

Mais créditos no processo de avaliação dos alunos da UMa

Por outro lado, a UMa foi compreensiva e reconheceu a valia desta acção, e os alunos que obtiveram o certificado deste curso irão ter mais créditos para a sua pontuação ao nível do Processo de Bolonha. A cooperação com o Centro de Empreendedorismo do ISCTE, de Lisboa, também foi importante na realização do curso, em moldes que a todos satisfaz, organizadores e formandos.

Apenas no sector universitário os projectos criados, estudados e apresentados nestes cursos poderão ter alguma sequência. Por uma questão

de maturidade dos seus criadores e até de maior envolvimento empresarial. Neste caso há disponibilidade do CEIM, através de outro sector do centro, que poderá receber novas empresas e novos projectos, com maior grau de inovação, e ajudar no seu lançamento no mercado.

"Tudo o que se passou aqui, em São Vicente, foram marcos importantes do projecto. Estou bastante satisfeita, pois foi possível identificar os passos de um processo de melhoria contínua em que se registou uma cooperação excelente, quer da parte dos professores, dos alunos e de entidades do meio empresarial regional, que vieram até junto dos formandos falar da sua experiência e do dia-a-dia nas empresas", realçou a presidente do CEIM, que acrescentou: "É fundamental acrescentarmos mais com-

petências a estes alunos, que poderão ainda optar pelos estágios proporcionados pelo programa Erasmus para irem para fora da Região e aprender com outros parceiros europeus."

Na sessão de encerramento do curso, como já demos conta na nossa edição de quinta-feira passada, João Cunha e Silva mostrou-se esperançado de que estes cursos, integrados no projecto desenvolvido pelo CEIM, hoje de referência no âmbito europeu, possam contribuir de forma decisiva para o desenvolvimento futuro da Madeira, criando uma nova vaga de empresários, que abrace a economia, as tecnologias de informação e a inovação, áreas que serão decisivas para o futuro da própria Região Autónoma, enquanto entidade colectiva.

Ofertas Primavera 2009	
GRAN CANÁRIA	LISBOA
200€ <small>Avião + 3 noites Hotel (Maio) + Transferes + Seguro + Assistência</small>	Avião ida e volta 80€
GRAN CANÁRIA	LISBOA <small>Avião + 2 noites Hotel</small>
200€ <small>Barco + 3 Noites Hotel (Maio) + Transferes + Seguro + Assistência</small>	140€ <small>Preços por pessoa, depois de receber o subsídio de mobilidade no valor de 60€. *Pacotes de 5 viagens.</small>
Consulte o seu agente de viagens	

Coca-Cola quer optimismo

Desde o dia 4 está no ar 'Encontro', a primeira campanha da Coca-Cola lançada em Portugal sob o slogan mundial "Abre a Felicidade".

Depois de "The Coca-Cola Side of Life", a marca multinacional e estabelecida no País desde 1977, apela agora à celebração de momentos especiais, para ultrapassar o pessimismo. No anúncio, assistimos à "viagem real de um ancião com 102 anos que vai conhecer um recém-nascido para lhe transmitir, pessoalmente, e através do seu

exemplo, que deve desfrutar a vida e os bons momentos", salienta uma nota de imprensa da Coca-Cola.

"Um encontro que parte da pergunta: 'O que dirias a alguém que vai nascer num momento como este?' e que dá uma resposta: 'Estás aqui para ser feliz ou, pelo menos, para tentar sê-lo'", dá conta. "Este é, por isso, um encontro sobre felicidade entre duas gerações, entre a sabedoria e a esperança. A mensagem é simples e verdadeira, ao mesmo tempo que envolve e inspi-

ra todos os portugueses".

O mesmo otimismo e felicidade que a companhia norte-americana tem procurado transmitir ao longo dos seus mais de 120 anos de história é agora reforçado. "É um regresso às campanhas emblemáticas, como 'Sensação de Viver' ou 'The Coca-Cola Side of Life'", recorda.

A campanha multimédia (salas de cinema, exterior, Internet, rádio e imprensa) tem na sua maioria a autoria da agência McCann-Erickson Madrid.