Maior flexibilidade faz Aventis brasileira 'exportar' executivos

Companhia treina seus profissionais para atuarem no mercado internacional. Rapidez para lidar com mudanças é ponto positivo para o Brasil

SÃO PAULO

A mão-de-obra brasileira está cada vez mais valorizada no mercado de trabalho internacional. Isso se deve principalmente à rapidez e à facilidade que o brasileiro possui para lidar com situações adversas dentro de culturas diferentes. Atualmente, as grandes corporações têm treinado seus talentos para enviá-los às suas unidades do exterior, operando como 'exportadores de mão-de-obra'. Um exemplo dessa tendência vem do Grupo Sanofi-Aventis, que tem qualificado muitos colaboradores para atuarem em seus escritórios internacionais.

De acordo com o diretor de Recursos Humanos e Serviços de Suporte da Sanofi-Aventis, André Rapoport, as pessoas que nascem no território nacional se adaptam desde cedo a conviver com a miscigenação e isso facilita na hora de lidar com o diferente.

"Nossos profissionais são tão qualificados quanto os de qualquer outro lugar do mundo. As escolas de primeira linha do Brasil não deixam nada a desejar às da Europa ou dos Estados Unidos, por exemplo. Mesmo assim, a busca por um bom profissional leva em média de quatro até seis semanas", disse Rapoport.

Para o diretor de RH, existem ainda quatro características que são muito positivas na hora de escolher um brasileiro para atuar no mercado internacional. Dentre elas estão: a assertividade; a espontaneidade de dizer o que pensa; a ternura; e a alta capacidade de trabalhar em equipe. "Essa é uma grande oportunidade, pois, além de viver outras experiências, o funcionário ainda tem chance de incorporar um novo idioma", lembrou Rapoport.

André Rapoport

«EXISTEM CASOS EM QUE O COLABORADOR VAI PASSAR ALGUNS MESES FORA E ACABA GOSTANDO TANTO QUE FICA TRÊS ANOS POR LÁ»

Ações internacionais

A empresa também investe na qualificação dos funcionários que não irão migrar para outros países. Constantemente, executivos são escolhidos para participar de congressos internacionais de saúde ou para ficar alguns meses nas sedes internacionais, atualizando-se e verificando novos sistemas de trabalho que possam contribuir com o desempenho da sua equipe.

"Existem casos em que o colaborador vai passar alguns meses fora e acaba gostando tanto que fica por lá três anos, em média. E também temos aqueles que já estão trabalhando no exterior há 15 anos e não pensam em voltar", explicou o diretor de RH.

Segundo Rapoport, essa não é uma decisão tão fácil de se tomar, pois envolve uma mudança em toda família do profissional, por isso a Sanofi-Aventis apóia o funcionário durante todo o processo, para que ele e sua família possam adaptar-se à sua vida em outro país.

No ano passado, cerca de 400 executivos viajaram ao exterior para participar de treinamentos e reuniões internas.

A maioria dos seus funcionários possui, em média, dez anos de casa, mas como a multinacional não pára de crescer, seu quadro de funcionários deve aumentar, com mais 150 pessoas este ano. A empresa estima crescer 5% em 2007 e contratar aproximadamente 100 funcionários por ano.

Para avaliar seus colaboradores, a companhia utiliza um sistema de 360°. Assim, todas as pessoas são avaliadas por seu chefe, colegas de trabalho, clientes internos — pessoas que necessitam de tarefas realizadas por um funcionário de outra equipe — e clientes. As avaliações são feitas pela Internet e não são identificadas. "A ferramenta não é aplicada para promover ou selecionar alguém. Usamos apenas para a pessoa se autoconhecer e melhorar o seu trabalho", explicou Rapoport.

As promoções na empresa acontecem através de avaliações dos seus gestores, que identificam quais as atuais necessidades de cada profissional. Depois dessa etapa, as avaliações são discutidas por um comitê composto por 12 diretores e pelo presidente, que irão decidir se alguém será promovido. "A gente não quer que a carreira de alguém fique atrelada a uma pessoa. Isso também gera uma certa economia, já que o dinheiro será investido na área que estiver mais deficiente, não se repassando a verba para o lugar errado", afirmou Rapoport.

A Sanofi-Aventis investe por ano aproximadamente R$ 16 milhões com treinamentos dentro da empresa. Os representantes comerciais, por exemplo, recebem 180 horas de treinamento ao longo do ano, que envolvem conhecimentos sobre o corpo humano e os remédios, a área comercial e até mesmo sobre atitudes comportamentais. Já os funcionários que trabalham na sede recebem cerca de 120 horas de treinamento e palestras por ano, que abordam desde como ampliar a sua visão até como tornar uma reunião mais produtiva.

IVO MADOGLIO

Já publicamos 5.000 reportagens sobre

GESTÃO

Para mais informações sobre esse tema, use nosso buscador nos sites:

www.dci.com.br
www.panoramabrasil.com.br

Fonte: DCI, São Paulo, 21 mar. 2007. Carreira&Gestao, p. B3.