

## Caça de novos talentos

*Simone Garrafiel*

Formar o próprio banco de talentos com jovens que estejam de acordo com o perfil da empresa e formá-los para que possam atuar de maneira efetiva dentro da corporação. Esses são os objetivos principais, apontados por gestores, para justificar o desenvolvimento de programas de estágio. Por isso, as principais empresas, em quase todos os segmentos, investem no estágio como uma política de gestão dos recursos humanos.

De acordo com Priscila Oliveira, sócia da Steer Recursos Humanos, os programas de estágio trazem outras vantagens para as empresas. "O estagiário é um profissional sem vícios, o que facilita sua formação. Além disso, essa é uma maneira de a empresa firmar uma imagem positiva frente ao mercado de trabalho, não sendo apenas captadora de talentos, mas, sim, formadora. A renovação nos processos administrativos e operacionais, resultado das idéias inovadoras trazidas pelos novos profissionais, também é importante", aponta ela.

Para o sucesso de um programa de estágio é importante que haja avaliação do estagiário e dos resultados obtidos. "Não basta colocá-lo apenas para cumprir trabalhos de um profissional efetivo, para ter mão-de-obra barata. É imprescindível ter um gestor que possa auxiliar o estagiário, que faça o papel de mentor, e também determinar as atividades de cada um", orienta Priscila.

Tanto para a seleção quanto para o encaminhamento do programa, a terceirização é opção de muitas corporações. O que antes era uma iniciativa comum apenas de médias e grandes empresas, hoje também passa a ser desenvolvido pelas pequenas. Priscila salienta que muitas empresas de pequeno porte têm procurado a Steer para desenhar um programa de estágio definido, com objetivo e acompanhamento de desempenho. "O custo da terceirização depende de uma série de fatores. Mas o programa se paga por si só, pois, quando se tem profissionais qualificados, de acordo com o perfil da empresa, tem-se produtividade", diz a executiva.

Oxigenação. Com a percepção de que os estagiários são responsáveis pela oxigenação da empresa e representam o futuro da organização, Edna Bedani, gerente de desenvolvimento de recursos humanos da Ticket, do setor de benefícios, afirma que os programas de estágio são o caminho para a entrada de novos conhecimentos e de energia renovada na organização. "Para nós, os estagiários são a base da pirâmide de contratação, nosso maior foco. Eles vêm com um potencial grande de contribuição e precisam ser valorizados. Por isso é importante que a empresa invista na capacitação de cada um deles", ressalta Edna.

O processo de seleção da Ticket, com relação de 15 candidatos por vaga, é feito de acordo com a demanda de cada setor. Edna comenta que todo mês entram novos estagiários na empresa. "O período de estágio tem duração de dois anos e, nesse tempo, o aspirante pode passar por várias áreas, experimentando diversas possibilidades de atuação. Para conseguir a efetivação é preciso bom desempenho nas funções e atender às competências do cargo. A média de aproveitamento, hoje, é de 80% dos estagiários", diz a gerente.

Para Lilia Vieira, gerente de desenvolvimento e endomarketing da Vivo, atrair jovens talentos é estratégico, pois é uma forma de alimentar o quadro efetivo da empresa com pessoas formadas internamente. Segundo ela, o programa de estágio da companhia de telefonia celular é bem diversificado e abrange diversas áreas. "Atualmente, temos 140 estagiários em todo Brasil. O objetivo é trazer um universitário que tenha potencial e que possamos formar para efetivá-lo", explica ela.

Como a política da empresa inclui plano de carreira, o programa de estágio é direcionado para que o estudante tenha trânsito livre dentro de cada setor, por meio da criação de um ambiente de relacionamento. "Não estamos falando de rotação entre áreas, mas, sim, de uma formação em que o estagiário participa de reuniões e toma conhecimento da empresa como um todo. Queremos esses jovens próximos do negócio, justamente para que possam ser incorporados ao quadro de pessoal", salienta Lilia.

Diversidade. Na Unilever, fabricante de bens de consumo, o foco do programa de estágio é proporcionar ao universitário um aprendizado complementar à faculdade, com oportunidades de desenvolvimento profissional. Vera Durante, diretora de recursos humanos da empresa, ressalta que o objetivo é atrair e estimular pessoas que tragam uma visão diferente, valorizando a diversidade e buscando líderes para a companhia.

“Para a Unilever, o programa é uma contribuição da empresa para a primeira experiência profissional de um jovem universitário que deseja ter a oportunidade de vivenciar o que a faculdade ensina e aprimorar a sua bagagem. Os estagiários recebem uma série de treinamentos para ajudar na sua formação profissional, desenvolvem projetos nas suas áreas de atuação e podem, ao final do programa, iniciar uma carreira na própria companhia. Hoje, cerca de 60% dos participantes permanecem na organização em cargos de analistas e coordenadores”, destaca Vera.

Idealizado e gerido internamente, mas com acompanhamento de uma empresa especializada no setor, o programa de estágio da Unilever contempla diversas áreas, como tecnologia, logística e marketing. Para participar, a diretora aponta que os interessados precisam passar pelas etapas de seleção, que incluem teste on-line, dinâmicas de grupo e entrevista, é aplicada diretamente pela gerência, uma vez que os gestores são os responsáveis pelos estagiários que contratam.

“A maior parte do nosso processo de seleção concentra-se no contexto de negócios. Não é necessário que o candidato tenha conhecimentos empresariais. O importante é que ele pense de forma estruturada e consistente, e aplique seus conhecimentos às atividades propostas”, explica a diretora, lembrando que a duração do estágio é de um ano, podendo ser renovado por mais um.

De acordo com Vera, a Unilever busca jovens empreendedores que tenham facilidade para trabalhar em equipe e interesse em aprender como desenvolver suas habilidades profissionais e pessoais no ambiente de trabalho. “É importante ressaltar que não se deve utilizar o estagiário como uma mão-de-obra barata. Ele tem de ser visto como um futuro talento da empresa, por isso o programa deve ter a intenção genuína de ficar com os melhores talentos para a empresa”, comenta ela.

Como montar o Programa

Faça o levantamento das vagas

Desenvolva a programação do estágio (para qual departamento?, para quais áreas de formação?, tempo de duração, atividades)

Estabeleça como será feita a seleção dos candidatos (empresa terceirizada?, quais serão as etapas da seleção?)

Realize a contratação dos selecionados

Faça a integração do estagiário com os setores da empresa

Acompanhe e avalie o desempenho de cada estagiário

**Fonte: Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 1 abr. 2008. Gerência, p. B-20.**