Impresso fechado. Pode ser aberto pela ECT.

ABRH-MG
Associação Brasileira de Recursos Humanos
Integrante do Sistema Nacional ABRH

DEVOLUÇÃO GARANTIDA
CORREIOS

Impresso Especial
9912255275/2010-DR/MG
ABRH-MG
CORREIOS

Assunto: RH

Órgão Informativo da Associação Brasileira de Recursos Humanos de Minas Gerais – ABRH-MG

ano II edição nº11
Janeiro / Fevereiro
2011

10º Prêmio Ser Humano tem inscrições abertas

XV COMRH vai discutir estratégias e antecipação de tendências.
página 4

Por que investir em mídias digitais?
página 7

Antecipando tendências em um mundo em transformação

Cristiane de Ávila
FOTO: ALEXANDRE C. MOTA

Para surpresa geral, o mundo acaba de testemunhar a primeira revolução convocada e anunciada pela internet, que provocou a queda do governo forte de Hosni Mubarak, do Egito, estável por cerca de 30 anos. Movimentos políticos semelhantes continuam circulando pela web, ameaçando também desestabilizar outras ditaduras na África e Oriente Médio, mais uma vez por meio da veiculação de chamadas ao povo que, muitas vezes até de maneira clandestina, só tem acesso a notícias não oficiais por este meio. É o Facebook, este fenômeno exponencial de difusão de idéias e da geração de movimentos autônomos, revolucionando a comunicação, a informação e a relação entre pessoas e instituições.

Talvez aí esteja a verdadeira revolução, em um tempo de transformações cada vez mais rápidas e muitas vezes radicais, como prova o internauta usuário das redes sociais, que deixou de ser um simples consumidor passivo de mídia para se converter em agente da notícia em tempo real, em um planeta finalmente globalizado.

A globalização, aliás, é outro fator extraordinário, a influenciar mercados, culturas e economias contemporâneas, ao redor da Terra. Esse fato novo explicaria a relação hoje existente entre os baixos salários pagos na China e uma eventual necessidade de ampliação da discussão e revisão de parâmetros nas relações trabalhistas ao redor do mundo, incluindo o Brasil.

Internet e globalização, juntas, parecem estar levando a nossa civilização a uma nova era, para o bem, mas infelizmente na outra ponta para o mal. E tudo isso, numa velocidade vertiginosa, em escala crescente e com uma circulação de informações às vezes próxima da saturação.

Como isso pode afetar as organizações e as pessoas? De que maneira podemos aprender com essas mudanças, qualificando-nos e posicionando-nos melhor profissionalmente? De que modo podemos ganhar com esta nova relação, mantendo-nos competitivos? O que fazer para não perder a nossa referência? E, finalmente, como nos adaptar e buscar compatibilizar realização profissional com e felicidade pessoal? Como o RH pode contribuir com os negócios para os quais prestam serviço? Com certeza antecipando tendências de ferramentas, conhecimentos e competências já é um caminho profícuo. São perguntas que traduzem a perplexidade que acompanha toda mudança iminente, já que mudanças pressupõem incertezas.

Historicamente, o homem busca antecipar tendências, primeiro adivinhando, de forma primitiva e fatalista. Já nas sociedades contemporâneas, vimos preferindo realizar análises fundamentadas em técnicas modernas e testadas, de maneira a minimizar riscos e aumentar as chances de sucesso. Esta é a nova dinâmica das relações sociais, comerciais, políticas e trabalhistas, que teremos que enfrentar, compreender e para as quais teremos que estar preparados, para nos mantermos produtivos. Este é então, por consequência, um desafio estratégico para todos nós, em especial para os profissionais de RH, que promovem a gestão das relações entre as pessoas e o seu trabalho.

Não por acaso, esta é também a linha mestra das ações e eventos que a ABRH-MG vai promover este ano. A começar por um dos seus maiores projetos, o XV Congresso Mineiro de RH, que será realizado de 10 a 12 de maio próximo, em Belo Horizonte. "Os imperativos estratégicos de RH: antecipando tendências" é o tema central que irá permear todo o conteúdo programático do COMRH, trazendo à discussão estratégias, caminhos, técnicas, soluções, pesquisas, ferramentas e tudo o mais que se tem apresentado e testado, no Brasil e em outros países.

A oportunidade da temática me parece indiscutível, assim como a ocasião é, para mim, imperdível – justamente por oportuna. Este ano, pela primeira vez, a cerimônia do Prêmio Ser Humano, que ocorre já em sua décima edição, se dará dentro do Congresso, agregando valor um ao outro e racionalizando custos, premissas do nosso tempo. Tanto o Congresso quanto o Prêmio já estão com inscrições abertas.

Antecipar tendências, atualizar, qualificar e especializar profissionais de RH é, assim, uma prioridade da ABRH-MG, assim como valorizar o profissional da área. Por isso, a nossa programação para o primeiro semestre é intensa.

Além do Congresso e do Prêmio Ser Humano, a instituição preparou intenso calendário de eventos para o primeiro semestre, todos com os objetivos descritos acima. Em fevereiro, abrindo o ano, foi realizado o ABRH Debate. Em março, preparamos uma oficina técnica, um curso de Espiral Dinâmica e o programa "Entre Aspas", uma discussão de pesquisas existentes na área de RH. Enquanto maio será tomado pelo Congresso e pelo Prêmio, teremos em abril o ABRH Debate e um curso de PNL. Fechando o semestre, vamos oferecer em junho uma oficina técnica, uma visita técnica e um curso de formação de consultores internos de RH.

Como vimos, opções estão colocadas, oportunidades serão concretizadas pela sua escolha de forma a oferecer a você profissional de RH as técnicas e uma visão estratégica para atualizar-se, antecipar tendências, compreender e inserir-se neste admirável mundo novo e desafiador presente e que vem por aí. Fica o meu convite.

Cristiane de Ávila, presidente da ABRH-MG

ABRH-MG
Associação Brasileira de Recursos Humanos
Integrante do Sistema Nacional ABRH

Rua Gonçalves Dias, 229, sala 404,
Funcionários - CEP 30140-090
Belo Horizonte (MG).
Telefone: (31) 3227-5797
Fax: (31) 3223-0846

www.abrhmg.org.br
abrhmg@abhrmg.org.br

Associação Brasileira de Recursos Humanos de Minas Gerais - ABRH-MG

Cristiane de Ávila Fernandes – Presidente
Clarice Andrade – Vice-Presidente
Denise de Oliveira Dumont – Vice-Presidente

Diretoria

Alba Valéria da Silva Santos, Álvaro Luiz Moreira, Cláudio Geraldo Pereira, Déborah Regina Nória da Fonseca, Elaine Andrade dos Santos, Flávia Dias de Castro, Lara Rosane Castro, Luiz José Bruno de Oliveira, Magda Santos Costa, Maria Cristina Iglésias Silva e Borges, Maria Letícia de Castro Leite, Mariana Moura Abreu e Silva, Paulo Henrique Assumpção e Silva, Paulo Sérgio de Sá, Tiago de Morais Sifuentes, Virginia Maria Gherard dos Santos.

Conselho Deliberativo

Conselho Deliberativo: Osvino Pinto de Souza Filho – presidente; Silvana Arrivabeni Rizzioli – vice-presidente. Conselheiros: Carlos Alberto Caram Farah, Geraldo Flávio Gomes da Silva, Hélvia Barcelos Guerra, José Antônio Gontijo do Couto, Lizete Aparecida de Araújo da Costa Botelho, Magnus Ribas Apostólico, Marco Aurélio Alacoque, Margareth Soraya Conceição Coelho Sacchetto, Maria Lúcia Rodrigues Corrêa, Maria Margareth Queiroz Guimarães, Maurício Guimarães Mendes, Paulo Maia, Ricardo de Assis Santos, Ricardo Luiz Diniz Gomes, Rijane de Mont'Alverne Neto, Sérgio Campos Pereira Ramos. **Conselho De Administração:** Dayse Fonseca Carnaval – presidente; Rubens Godinho Damasceno – vice-presidente. Conselheiros: Cristiane de Ávila Fernandes, Glória Rodrigues V. Meireles, Maria Beatriz Delgado V. de Sousa, Maria Gorete Cordeiro Neves, Thelma M. Teixeira. **Conselho Fiscal** – Efetivos: Clara Vanêza Marques Pereira, José Emiliano Brandão Meira, Wander Lúcio e Francisco Prado. Suplentes: Jose Carlos Cirilo da Silva, Karla Lima dos Santos e Valdir Monteiro

ASSUNTO:RH – Órgão de divulgação da Associação Brasileira de Recursos Humanos de Minas Gerais. Jornalista responsável: Sérgio Stockler (MTB. 5.741 – MG). Redação: Aline Ferreira, Pollyanna Alcântara e Viviane A. Araujo. Tiragem: 3 mil exemplares – Periodicidade bimestral – Distribuição Gratuita.

O desafio de atrair e reter talentos

O forte aquecimento econômico, fator que intensificou o aumento da disponibilidade de vagas no mercado de trabalho e estimula cada vez mais a competitividade entre as empresas gerou uma nova cultura no mercado brasileiro: a busca e retenção de talentos. Atento ao assunto, o jornal O Estado de S. Paulo listou, em reportagem publicada no dia 12 de fevereiro, 11 importantes recursos utilizados pelas empresas para fidelizar bons profissionais em sua equipe.

FONTE: WWW.ECONOMIA.ESTADAO.COM.BR

Carreira: um bom plano de carreira permite que o funcionário vislumbre seu futuro na empresa. Exige gestão transparente

Previdência: para o funcionário que deseja se aposentar com tranquilidade, um plano de previdência polpudo é atraente

Educação: bancar a pós-graduação ou MBA do colaborador garante, além de sua qualificação, comprometimento

Qualidade: programas de prevenção da obesidade e combate ao tabagismo garantem saúde e bem-estar da equipe

Sabático: licenças remuneradas são caras, mas criam vínculos e estimulam o profissional a dar retorno à empresa

Incentivo: da divisão de lucros à distribuição de viagens e ingressos de cinema, a partilha de vantagens causa engajamento

Bolsa: nas empresas de capital aberto é possível oferecer ações na bolsa de valores, estimulando o engajamento

Integração: apresentar aos novatos a história, os valores, o modo de trabalho e a equipe da empresa é fundamental

Ética: um comportamento sustentável e ético das empresas é muito valorizado, principalmente pelas novas gerações

Comunicação: uma política de portas abertas, seja em reuniões com lideranças, ou encontros informais com gestores é boa

Especial: de programa especial para gestantes, a lembrança dos aniversários: promove a sensação de pertencimento

Brasileiras crescem na carreira, mas não chegam ao topo, afirma Financial Times

As profissionais brasileiras estão alcançando postos mais elevados nas empresas, mas ainda têm obstáculos para chegar aos cargos de diretoria ou no conselho da administração. É o que conclui reportagem publicada no jornal britânico Financial Times, no dia 15 de fevereiro.

Citando dados do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, a reportagem revela que apenas 8% das companhias brasileiras são presididas por mulheres. Na Noruega, 44% das empresas são chefiadas por profissionais do sexo feminino. A qualificação profissional não é uma justificativa para essa disparidade. Já que as brasileiras representam mais da metade do número de profissionais pós-graduados no Brasil.

O gargalo está, afirma a reportagem, na hora de assumir cargos de diretoria ou postos no conselho de administração. Na edição de 2010 do ranking das 50 mulheres mais importantes do mundo dos negócios, publicado pelo Financial Times, foram listadas 12 profissionais da China e Índia, mas nenhuma brasileira.

"Ainda é muito difícil ver na sociedade brasileira um homem que segue a sua mulher com o objetivo de desenvolver a carreira dela em vez da dele", disse ao Financial Times, Ângela Antonioli Pêgas, da consultoria Egon Zehnder International.

FONTE: WWW.EXAME.ABRIL.COM.BR

14 ª edição do Top of Mind RH tem votação aberta

Com o objetivo de identificar e reconhecer as empresas e profissionais mais lembrados pela comunidade profissional de recursos humanos, a Fênix Editora realiza mais uma edição do Top of Mind RH, que está em sua 14ª edição. A ideia da premiação é conhecer o nível de lembrança de dois segmentos do trade: as marcas empresariais e seus executivos que prestam serviços ou vendem produtos para os profissionais que atuam na área de recursos humanos das organizações; e os profissionais de RH, destacados por suas ações nos setores que têm o seu comando.

A partir da descrição de segmentos dos fornecedores e das áreas de atuação dos profissionais e empresas, o Top of Mind RH estimula a indicação por lembrança espontânea. A votação pode ser realizada até o dia 31 de março, através do site www.topofmindrh.com.br. O regulamento com mais detalhes da premiação também está disponível no portal. A divulgação dos vencedores vai ocorrer no mês de maio. Outras informações pelo telefone da Fenix Editora (11) 5585 9400.

XV COMRH discute a importância da estratégia e da antecipação de tendências

Maior evento mineiro dedicado aos gestores de pessoas ocorre de 10 a 12 de maio em Belo Horizonte; as inscrições estão abertas

Auditório lotado na 14ª edição do COMRH, que ocorreu em maio do ano passado FOTO: ALEXANDRE C. MOTA

Uma das características mais marcantes dos novos tempos é a necessidade de mudança, a busca por inovação. Some a isso uma realidade de mercado altamente competitivo e cada vez mais voraz. O que é necessário para sobreviver, e melhor, conseguir se destacar neste cenário? Moldar um olhar aberto para novidades, amplo e sensível às tendências, sobretudo aquelas à frente do nosso tempo, é essencial para a sobrevida no atual mercado.

Com base nessas atuais necessidades, o mais tradicional evento dedicado aos gestores de pessoas e profissionais de RH de Minas Gerais, o Congresso Mineiro de Recursos Humanos – que chega a sua 15ª edição consecutiva – lança o seu tema oficial "Os Imperativos Estratégicos de RH: Antecipando Tendências". As palestras, mesas redondas, debates e oficinas vão abordar a temática durante três dias, de 10 a 12 de maio, no Minascentro, em Belo Horizonte.

Grandes nomes da gestão de pessoas, com reconhecimento internacional, já confirmaram presença. Um dos destaques desta edição é o fundador e principal executivo do grupo Amana-Key, Oscar Motomura, que fará palestra magna no dia 11 de maio sobre "Tendências e Liderança". Segundo a diretora da ABRH-MG e coordenadora do Congresso, Clarice Andrade, Motomura pode ser considerado o maior orientador dos grandes executivos brasileiros. "Está sempre à frente do nosso tempo em relação a tendências e cenários", frisa.

Outro grande destaque, é a participação do sócio-diretor de Consultoria de RH e Assuntos Governamentais da PricewaterhouseCoopers (PWC), João Lins. Ele vai abordar a gestão de pessoas no futuro, apontando uma visão abrangente dos cenários que se apresentam para os próximos anos (veja artigo na página 8). "Teremos ainda a participação de Bianor Cavalcanti, autor do livro O gerente equalizador, sucesso de vendas no mercado", ressalta Clarice. O escritor e diretor da Escola Brasileira de Administração Pública e Empresas da Fundação Getúlio Vargas vai falar das estratégias de gestão no setor público, "uma área em busca constante de informações atualizadas", como ressalta a dirigente.

Além das palestras, o XV Congresso Mineiro de Recursos Humanos oferece aos participantes opções práticas de aprendizado. Nesta edição estarão disponíveis oito oficinas que vão abordar ferramentas atuais e necessárias para o bom desenvolvimento do profissional de RH. Segundo Clarice Andrade, "nossas atividades são voltadas para as necessidades dos Congressistas, com a condução de profissionais reconhecidos pela experiência e profissionalismo na área de gestão de pessoas"

É importante ressaltar que o XV COMRH é o maior e mais respeitado evento voltado para a área de recursos humanos e se destaca entre os demais, porque é realizado pela instituição que representa os profissionais de RH em Minas Gerais, com a credibilidade e confiança dos seus associados. "Isso significa que o congresso é estruturado observando as sugestões e solicitações de palestras dos nossos associados, agregadas à expertise do seu corpo de diretores e conselheiros Executivos", ressalta Clarice.

Vitrine de negócios

Os debates e palestras de alto nível são por si só um grande atrativo para o Congresso Mineiro de Recursos Humanos. Mas o evento conta também com um outro atrativo de peso, a Expo ABRH-MG - maior vitrine de negócios do setor em Minas Gerais. Serviços e produtos inovadores que auxiliam no desenvolvimento do profissional de RH serão apresentados na feira. Segundo a coordenadora da exposição, Letícia Amaral, empresas de renome no mercado como Unimed BH, Vagas.Com, ECX Card, Rhumo Consultoria e Belo Dente já confirmaram patrocínio ao Congresso e participação na Expo ABRH-MG. Assim como na última edição do evento, a feira será aberta ao público, com entrada franca.

Serviço COMRH

As inscrições para o XV COMRH podem ser feitas no site www.abrhmg.org.br/comrh2011. Mais informações através da Sênior Eventos (31) 2552 2662 ou pelo e-mail senioreventos@senioreventos.com.br.

ABRH-MG prepara cursos e palestras para o mês de março

Com o intuito de dar continuidade à bem-sucedida grade de eventos realizada ao longo de 2010 – que reuniu número recorde de 2.500 participantes – a ABRH-MG prepara uma série de atividades para este ano. Tendo como premissa a missão da entidade de disseminar o conhecimento do mundo do trabalho para desenvolver pessoas e organizações, serão oferecidos aos associados, estudantes e público em geral cursos de formação e aperfeiçoamento, palestras, oficinas técnicas, debates, visitas técnicas, entre outros ao longo deste ano. Veja as ações programadas para o mês de março:

Oficinas Técnicas O evento, que será realizado no dia 15 de março, de 9 às 12 horas, no anexo do Restaurante Sausalito, vai abordar "As novas práticas para atração e seleção de talentos".

Entre Aspas a proposta do circuito é discutir conhecimentos e estudos para aplicabilidade de conceitos a partir da análise de pesquisas e obras relacionadas à prática de RH. O primeiro encontro está agendado para o dia 29 de março. O horário, local e tema serão divulgados oportunamente..

Curso de Espiral Dinâmica gerar reflexões sobre si mesmo e sobre a organização é o principal objetivo do curso que vai mostrar ainda a aplicabilidade da Espiral Dinâmica no contexto do modelo integral. As aulas, que serão ministradas pelo professor e nutrólogo Frederico Porto, ocorrem nos dias 18 e 19 de março. O local e horário serão divulgados oportunamente.

Informações sobre inscrição e mais detalhes sobre os cursos através do e-mail abrhmg@abrhmg.org.br ou telefone (31) 3227 5797

10ª edição do Prêmio Ser Humano tem inscrições abertas

Projetos voltados para as áreas de gestão de pessoas e responsabilidade social corporativa podem ser inscritos até o dia 25 de março

Reconhecer e divulgar publicamente iniciativas voltadas à valorização dos profissionais de RH e da responsabilidade social corporativa é o principal objetivo do Prêmio Ser Humano, que este ano completa sua 10ª edição. A premiação, realizada pela ABRH-MG, tem inscrições abertas até o próximo dia 25 de março. O regulamento e mais detalhes sobre o Prêmio estão disponíveis no site da entidade www.abrhmg.org.br. Outras informações pelo telefone 31 3227 5797 ou e-mail abrhmg@abrhmg.org.br.

Serão aceitos projetos e ações de empresas, profissionais autônomos e estudantes que atuam em uma das diversas áreas de trabalho do profissional de recursos humanos, como meio ambiente, ciência e tecnologia, direitos humanos, trabalho e renda, cultura e lazer. Os projetos e ações serão julgados de acordo com seu teor, podendo concorrer na modalidade "Gestão de Pessoas" ou "Responsabilidade Social Corporativa".

VENCEDORES DA ÚLTIMA EDIÇÃO DO PRÊMIO SER HUMANO, QUE OCORREU EM 2009 FOTO: ALEXANDRE C. MOTA

Além do reconhecimento e visibilidade pública, o Prêmio Ser Humano traz outros benefícios aos participantes, como destaca a diretora da ABRH-MG e coordenadora da premiação, Cristina Iglesias. "Possibilita aos profissionais participantes a troca de experiências e conhecimento gerado em suas organizações. Além disso, aponta tendências em gestão de pessoas, em Minas, uma vez que revela as atividades e áreas onde as empresas estão mais investindo".

A iniciativa que tem como intuito chamar a devida atenção à importância do setor de recursos humanos para o sucesso do contexto organizacional, também elege, em sua cerimônia de premiação, a Personalidade Empresarial e de RH do último ano.

Conheça a trajetória da premiação

A ideia de premiar as melhores ações no setor de recursos humanos surgiu nas seccionais regionais da ABRH Nacional. A entidade tinha como objetivo estimular a criação do Prêmio em cada uma de suas filiais, adequado à diversidade cultural de cada estado.

Desde a primeira edição do Prêmio Ser Humano em Minas Gerais, que ocorreu em 2001, já foram reconhecidos e premiados mais de 70 cases de sucesso em Gestão de Pessoas e Responsabilidade Social Corporativa.

Segundo a ex-presidente da ABRH-MG, e uma das responsáveis pela criação do Prêmio em Minas, a gestora de pessoas, Lizete Araújo, a intenção foi valorizar e destacar o trabalho realizado pelos profissionais de RH. "O trabalho do profissional de recursos humanos sempre ficou um pouco escondido, não era muito reconhecido nem dentro, nem fora da empresa. O Prêmio veio para mudar isso", destaca.

Outro objetivo era mostrar para as empresas de pequeno porte que elas também podiam investir nas melhores ações na área de recursos humanos. Lizete, que hoje é conselheira da ABRH-MG, ressalta que o prêmio prestigia não só as melhores ações, mas também o melhor profissional de RH, que por seu trabalho estratégico contribui de forma decisiva para o desenvolvimento da organização. Outro diferencial do Prêmio, ainda de acordo com ela, é reconhecer o papel de empresários e executivos, que embora não atuem na área de recursos humanos, invistam e apóiem, em sua empresa, as melhores práticas de RH.

A presença constante de empresas de renome no mercado também é um diferencial do Prêmio Ser Humano. A Copasa-MG (Companhia de Saneamento de Minas Gerais), por exemplo, foi premiada quatro vezes, por projetos e ações tanto na modalidade gestão de pessoas, quanto de responsabilidade social e corporativa. Em 2007 foi premiado o projeto desenvolvido pelas psicólogas, Ana Maria de Oliveira Gomes, Andrea Maria Moreira, Luciana de Oliveira Bráulio e Marta Mendonça Fassheber, intitulado "Processo Seletivo Interno para Cargos de Confiança na Copasa - MG: uma Mudança de Paradigma em uma Empresa Pública".

Segundo uma das idealizadoras do projeto, Marta Mendonça Fassheber, o plano foi muito bem recebido pelos empregados. "O processo seletivo interno para cargos de confiança proporcionou igualdade de oportunidades a todos os que cumprem os requisitos estabelecidos. Isso tornou a nomeação de gerentes um processo transparente e democrático para os empregados", explica. "Ganhar o Prêmio Ser Humano representou o reconhecimento público da prática, fortaleceu o trabalho da equipe e contribuiu para legitimar o processo, especialmente perante a organização", ressalta Marta.

TROFÉU DO PRÊMIO SER HUMANO
FOTO: ALEXANDRE C. MOTA

Simone Fonseca Possas

"Elevação da escolaridade, educação técnica e visão empresarial são fundamentais"

Nos últimos tempos, os brasileiros estão vivenciando uma realidade um pouco diferente do seu histórico de mercado de trabalho: sobram vagas para emprego. Muitas, em diversos setores. Economia fortemente aquecida versus uma base educacional precária é um ponto que ajuda a entender o por que da "sobra" de postos a serem preenchidos. Para elucidar o tema, o Assunto:RH convidou a psicóloga social com foco organizacional do Sine Belo Horizonte, Simone Fonseca Possas, para entrevista exclusiva.

Assunto:RH: Em 2010 cerca de 120 mil vagas de emprego não foram preenchidas nos 118 postos do Sine em Minas Gerais. O que poderia explicar esse déficit?

Simone Possas: Este assunto tem sido muito discutido pela mídia, pelo governo e por especialistas. A resposta mais comum é a falta de qualificação dos pretendentes à vaga, que é real e se apresenta na maioria dos casos. Muitas vezes os candidatos possuem uma pequena experiência, mas os empregadores estão buscando os trabalhadores já prontos, para assumirem as vagas de suas empresas, além de exigirem uma gama variada de atribuições e demandas para um mesmo cargo. Outro motivo que temos percebido é a escolha por trabalhar sem carteira assinada, já que os salários se tornam baixos, por gerarem muitos encargos aos empregadores. Então, uma diarista pode ganhar muito mais e fazer seus próprios horários em detrimento a sua carteira assinada. Diante da possibilidade de fazer seus horários e terem um melhor salário, deixam de procurar vagas que estão no momento disponíveis.

ARH: Há também o outro lado da moeda. Especialistas afirmam que parte da oferta de vagas não é preenchida devido às muitas exigências e critérios limitadores criados pelas empresas. Isso procede? Algumas empresas realmente exigem mais que a média de profissionais pode oferecer e acabam, por exemplo, recorrendo a profissionais estrangeiros? Cite um exemplo.

SP: Em algumas vagas os empregadores exigem uma experiência técnica muito específica. Por exemplo, na área de RH querem que o candidato tenha experiência em sistemas integrados mais atualizados. Ou ele aprendeu em alguma empresa pela qual passou ou terá que fazer cursos com alto investimento, o que dificulta, pois, não estão trabalhando. Outro entrave é a exigência de candidatos mais jovens, mas os que apresentam a experiência não participam da seleção, por que ultrapassam a idade estipulada.

No caso de contratações de estrangeiros, acredito que aconteça tanto pela dificuldade de encontrar um profissional com a qualificação necessária, como pela busca de enriquecimento cultural. Percebemos, principalmente, que grandes multinacionais, com dificuldades de preencher vagas, estão se empenhando para trazer estes profissionais para seu quadro deficitário. Por exemplo, na área de arquitetura, engenharia e de gestão.

Com o crescimento do Brasil e sua visibilidade no cenário internacional, como uma potência em desenvolvimento, e por outro lado a crise instalada principalmente na Europa e Estados Unidos, muitos estrangeiros estão almejando trabalhar aqui. E percebemos também que muitos brasileiros que estavam trabalhando em outros países estão retornando para o Brasil em busca de emprego.

ARH: Quais alternativas viáveis para mudar esse cenário?

SP: Três fatores são importantes: elevação da escolaridade para ampliar conhecimentos, habilidades e competências básicas para o trabalho, educação técnica/qualificação do empregado e ampliação da visão empresarial do empregador.

A educação fundamental que dá fundamentos, como o próprio nome diz, aos alunos para aprenderem a se socializar e a se relacionarem com valores como comprometimento, responsabilidade e com habilidades que num segundo momento serão generalizadas para o trabalho.

A educação técnica deve ser privilegiada principalmente para os jovens, por facilitar sua inserção no mercado de trabalho. O governo já esta se mobilizando para investir fortemente nas escolas e faculdades além de instituições de ensino público que oferecem cursos gratuitos profissionalizantes que são mantidos com verbas públicas. Voltar a valorizar os cursos técnicos e incluí-los nos calendários escolares como parte da formação secundária, poderá facilitar a inserção dos jovens no mercado de trabalho.

Quanto ao empregador é importante que ele também se atualize no sentido de perceber as mudanças principalmente relacionadas à área de recursos humanos; valorizando as pessoas, pois hoje a maior riqueza de uma empresa é seu capital intelectual. O empregado valorizado trabalha com mais empenho. Entender que treinamento e capacitação do empregado é investimento.

Simone Fonseca Possas é psicóloga social com foco organizacional do Sine Belo Horizonte
FOTO: Arquivo pessoal

ARH: Pesquisas afirmam que há deficiência no setor de serviços ligado ao turismo da capital mineira como garçons, taxistas e recepcionistas pouco treinados. O tema veio à tona principalmente por Belo Horizonte ser uma das sedes da Copa do Mundo em 2014. Existem programas de cursos e treinamentos para formar profissionais que poderão preencher esta lacuna? Quais são?

SP: Para minimizar este problema, principalmente para 2014, o governo vai ofertar cursos de qualificação gratuitamente para empresários, gerentes e gestores ligados ao turismo, bem como para a parte operacional, visando a melhoria dos serviços oferecidos aos turistas em Belo Horizonte. Licitações já estão em fase de abertura, isso para a contratação de entidades executoras dos cursos através do Plano Nacional Setorial de Qualificação Profissional/ PLANSEQ/COPA DO MUNDO, com investimentos significativos no setor de turismo, hotelaria e serviços.

ARH: O que está sendo oferecido (gratuitamente ou a preços baixos) em termos de cursos de qualificação que o trabalhador possa recorrer?

SP: Através de Políticas Públicas são oferecidos cursos que além de serem gratuitos oferecem vale transporte, material didático e lanche. Hoje, por exemplo, temos pelo Estado de Minas Gerais, o projeto Usina do Trabalho, de qualificação social e profissional, que oferta cursos gratuitos que visam à inclusão social e produtiva dos trabalhadores no mercado de trabalho. Estes cursos são ministrados de acordo com a demanda e necessidade apresentadas pelos municípios em parceria com a iniciativa privada.

Investir em mídias digitais: uma questão de sobrevivência

O turbilhão de informações veiculadas pela imprensa sobre mídias sociais (especialmente o famigerado Facebook), sobre e-commerce e a mais recente febre dos sites de compras coletivas reflete que este é, sem dúvidas, o momento das mídias digitais. E, como já afirmaram diversos gurus do mundo corporativo, participar ativamente desse cenário é uma questão de sobrevivência. Para falar do tema, o Assunto:RH traz o projetista de software da SYDLE Systems e consultor de mídias sociais e marketing digital da agência Verticis, Hugo Magalhães Nogueira.

Como investir em marketing digital em 2011

Seguindo o exemplo da economia, 2010 foi o ano em que a internet bateu recordes no Brasil. O número de internautas no país ultrapassou os 80 milhões, o equivalente à população inteira da Alemanha ou duas vezes a da Argentina. O e-commerce fechou o ano com faturamento de R$ 15 bilhões e 40% de crescimento em relação a 2009, um dos maiores índices já registrados, e os sites de compra coletiva tornaram-se um fenômeno de marketing: 246 deles no ar em menos de um ano, com previsão de faturamento de R$ 300 milhões.

Por sua vez, os investimentos em marketing digital atingiram 10% do orçamento de marketing das empresas, com estimativas de aumento de 90% até 2014. Mas é bem possível que essa previsão se concretize até mesmo antes, tal a importância que essa área vem ganhando. Portanto, investir em marketing digital em 2011 deixou de ser uma questão de se (vale a pena), quando ou quanto, mas de como. Vejam os principais pontos a serem considerados:

***E-Commerce**: plataformas cada vez mais acessíveis e seguras. O desafio atual está no atendimento, logística e segmentação.*

***Publicidade online:** é importante se diferenciar e buscar formas criativas de utilizar ferramentas tradicionais, como links patrocinados, e-mail marketing, e avaliar o investimento em sites de compra coletiva e programa de afiliados.*

***Redes socias:** torna-se quase obrigatório participar, devido, principalmente, a abrangência. Mas para se obter resultados efetivos é necessário considerar seu público-alvo e a forma como ele interage em cada rede social.*

***Tendências:** em 2011, merece mais atenção o mobile marketing. Acompanhe a popularização dos smartphones, do iPad e tablets que possibilitam novas formas de publicidade, como aplicativos (apps) e games.*

***Profissionalização:** é necessário ter a orientação e suporte especializado para planejar, executar e acompanhar as diversas ações, que além de tudo precisam estar alinhadas e integradas a outras atividades comerciais e de marketing da empresa.*

Fonte: trecho da matéria publicada no Portal da Revista Exame no dia 07/01/2011. Leia o texto na integra no site www.exame.abril.com.br

Análise da notícia por Hugo Magalhães Nogueira

Marketing digital: tendência ou realidade?

A economia capitalista mundial nos prova cada dia mais que a maioria dos negócios não sobrevive sem que haja uma verba reservada no orçamento para o marketing e fortalecimento da marca. E conforme citado na excelente reportagem publicada no portal da Revista Exame, o marketing digital em 2011 será um artifício obrigatório para as empresas que pretendem ver sua marca conhecida, monitorada e respeitada. Uma questão que muito incomoda os empresários hoje é: quanto investir em mídia tradicional e quanto investir em mídia digital? Existem alguns fatores que precisam ser levados em conta quando se pensa nessa questão:

Hugo Magalhães Nogueira
FOTO: Arquivo pessoal

O marketing digital não é caro - Criou-se um mito de que a publicidade feita em meios digitais é mais cara do que nos meios tradicionais de marketing. Em termos absolutos, a publicidade on-line pode apresentar um custo maior, mas o que precisa ser observado é o alcance e a possibilidade de segmentação dessa forma de marketing. Como exemplo, podemos comparar a aquisição quinzenal de um anúncio em um outdoor em uma movimentada avenida de uma grande cidade ou a veiculação de um banner em algum blog que possua um alto tráfego. Mesmo que o valor da publicidade no blog seja um pouco mais elevado, a possibilidade de se segmentar o público atingido aumenta as chances de conversão para seu negócio. Grande parte dos blogs e portais oferecem planos de publicidade (os chamados mídia-kits), exibindo as estatísticas e dados de seu público, definindo o custo por tipo de anúncio. Quando se encontra um portal que possua uma audiência semelhante a seu público consumidor, as chances de conversão para seu negócio torna esse tipo de marketing barato.

O marketing off-line não irá sucumbir ao marketing digital, pois eles andam juntos - Não, o marketing off-line não será substituído pelo marketing digital. Especialistas dizem que eles se complementarão e serão fundamentais em conjunto ao processo de fortalecimento de marca. É importante, porém, destacar que eles sempre terão diferentes papéis no mercado. Uma propaganda de 30 segundos no intervalo na final do Super Bowl (jogo de futebol americano que decide o campeão da temporada anterior) custou incríveis 3 milhões de dólares. E esse valor não será suprimido nos próximos anos pela concorrência com as mídias digitais. Pelo contrário, todos os comerciais vinculados no intervalo do Super Bowl já são os vídeos mais assistidos do YouTube na semana, tendo gerado uma grande visibilidade aos anunciantes também na internet.

A importância do monitoramento - Torna-se fundamental a existência de uma gestão presente e profissional das marcas nos mais diversos meios de comunicação digitais. É fundamental que as marcas estejam presentes e ativas nesses meios, principalmente nas redes sociais em que provavelmente a grande maioria de seus clientes interagirá. Muitas empresas têm usado seus perfis em redes como twitter, facebook como canais diretos de contato com clientes. É também uma grande arma publicitária, em função da rápida "viralização" e abrangência. Porém, como foi destacado na reportagem, é de fundamental importância que toda a gestão do monitoramento e de veiculações publicitárias nas redes sociais seja feita por uma equipe qualificada. Hoje já existem agências que prestam o serviço de brand-care, que consiste na criação e gestão de ações estratégicas visando a manutenção e o fortalecimento da marca em todos os veículos digitais que sejam julgados como necessários pelo plano de marketing da empresa.

Nosso cenário atual, de economia aquecida, número de internautas em franca expansão, faturamento de e-commerces crescendo exponencialmente e afirmação do novo modelo de compras coletivas, nos prova que o marketing digital já é realidade e precisa ser tratado com prioridade. Com a ajuda de profissionais e um pouco de criatividade, é possível otimizar a participação de sua marca na internet, tornando-a conhecida, presente, e ainda aumentando suas perspectivas de lucro.

ARTIGO

O Desafio do Capital Humano

por JOÃO LINS

Para aproveitar as enormes oportunidades que se abrem para o Brasil, as empresas terão de superar um desafio que, hoje, está cada vez mais presente na agenda das grandes organizações: o capital humano. São questões que não se limitam à conhecida escassez de mão-de-obra qualificada no curto prazo. Na verdade, as companhias que estarão entre as bem sucedidas na próxima década serão aquelas que desenvolverem um sistema de gestão de capital humano inovador. E, portanto, à altura dos demais desafios do negócio.

A ESCASSEZ DE TALENTOS E AS TRANSFORMAÇÕES DA FORÇA DE TRABALHO

A discussão sobre a escassez de talentos voltou a ser uma preocupação global de primeira ordem. Depois de arrefecida pelos impactos da crise financeira global, ela retoma seu posicionamento na agenda das lideranças empresariais na mesma medida que aumenta paulatinamente o otimismo em relação à retomada do crescimento global. Esta é uma das principais conclusões da 14th Annual Global CEO Survey da PwC, publicada em janeiro último.

Já no Brasil, essa preocupação há muito alcançou o senso comum. Dos círculos de discussão estratégica nas grandes organizações e revistas especializadas, o tema alcançou a mídia geral e faz parte das conversas do cotidiano de milhões de pessoas em busca de melhores oportunidades nas suas carreiras. É uma realidade presente em diversos segmentos da economia e em quase todas as regiões geográficas brasileiras, fruto da combinação entre o crescimento acelerado da última década e lacunas históricas no sistema educacional e de formação profissional do País.

Contudo, não será apenas a escassez de profissionais qualificados que levará a mudanças na gestão de capital humano nas empresas na próxima década. Outra tendência amplamente debatida na mídia é a velocidade das mudanças demográficas na população brasileira, que se tem aproximado dos padrões das economias maduras na metade do tempo observado em tais países, levando a uma redução abruta no número de nascimentos, aumento da expectativa de vida e rápido envelhecimento da força do trabalho.

Mas tais mudanças são acompanhadas por outras mais sutis que algumas vezes passam despercebidas do público geral, mas estão presentes no board room das empresas mais antenadas com o futuro. A primeira mudança sutil a ser destacada é a rápida transformação da estrutura de remuneração no País. O Brasil está rapidamente deixando de ser uma região de baixo custo de pessoal, para se alinhar a países nos quais o custo médio da força de trabalho é elevado.

A apreciação do real e a mencionada demanda aquecida por profissionais qualificados têm elevado os valores de remuneração no País em termos reais de maneira significativa nos últimos anos. Essa tendência de mercado é turbinada pelos altos custos trabalhistas, que mesmo a louvável iniciativa recente do governo federal de reduzir o peso das contribuições

Mas não é apenas o valor que está mudando na estrutura remuneratória da força de trabalho. A própria forma de se remunerar se transformou significativamente nos últimos quinze anos e vai continuar a evoluir. Tendências como o crescimento da remuneração variável, dos incentivos de longo prazo e inclusão de benefícios - como a previdência complementar - no mix de remuneração tem aumentado a sofisticação dos sistemas de reconhecimento e recompensas, aumentando a complexidade da gestão desse importante aspecto da relação entre capital e trabalho.

Outra transformação profunda que merece destaque é a mudança das expectativas da força de trabalho, gerando impacto na maneira como as pessoas encaram a carreira e a realização dos seus objetivos pessoais no trabalho. A combinação de perspectivas promissoras no mercado de trabalho, a chegada da geração Y - ao mesmo tempo em que gerações anteriores (geração X e Baby Boomers) prolongam sua permanência na carreira - a elevação do nível educacional da força de trabalho e a intensa explosão do conhecimento e da informação na economia globalizada estão criando uma força de trabalho que tem necessidades variadas e altas expectativas em relação às organizações e lideranças.

A combinação das mudanças de ambiente descritas acima leva a uma grande conclusão: as empresas do segmento de petróleo e gás que serão bem-sucedidas na próxima década serão aquelas que conseguirem desenvolver um sistema gestão de capital humano inovador e à altura dos desafios da década. Esse modelo envolve, entre outras coisas, uma maneira diferente de tratar os talentos da organização.

NOVAS DIRETRIZES PARA A GESTÃO DE TALENTOS

A necessidade de mudar a gestão de talentos tem sido evidenciada em diferentes fontes. Foi considerada como a primeira prioridade apontada pelos CEOs para 2011, entre diversas estratégias para superar os desafios do ambiente de negócios. Entre os principais aspectos que os CEOs pretendem mudar na sua estratégia de gestão de talentos destacam-se o uso de diferentes formas de reconhecimento e recompensas, o aumento de designações internacionais para alocar competências adequadas onde elas são as mais necessárias e trabalhar com governos e sistemas

Entre as empresas em operação no Brasil a transformação da gestão de talentos requer uma abordagem abrangente. Ela começa pela própria definição do que é talento para a organização. Uma vez estabelecido o que é talento para a organização, é importante que as políticas e processos de gestão de pessoas estejam alinhados para garantir que esses talentos estejam sendo adequadamente aproveitados e desenvolvidos. A qualidade do engajamento dos principais atores no processo: alta administração, gestores, profissionais de RH e entre os próprios talentos é fundamental.

DO EMPREGO AO ENGAJAMENTO

Mas a busca de uma estratégia inovadora para a gestão do capital humano vai além da excelência na gestão de talentos. Está relacionado com o conjunto de ações necessário para se conseguir um comprometimento genuíno da força de trabalho com os objetivos da organização. Em tempos em que o capital intelectual se transforma numa das principais fontes de vantagens competitivas e os profissionais apresentam propensão cada vez maior a trocar de empregador, como uma organização consegue que a sua relação com os empregados avance os limites da mera relação de emprego?

Fundamentalmente, tudo começa por um entendimento da força de trabalho e dos seus vários segmentos, com necessidades e características específicas, envolve o desenvolvimento de soluções adaptadas à realidade da organização, e desses diversos grupos que a compõem e o monitoramento regular dos impactos e resultados das ações. Mas a abordagem é mais bem-sucedida quando se integra fortemente com a estratégia da empresa e seu posicionamento de marca. Nesse sentido os profissionais são vistos como embaixadores da empresa no mundo externo, na relação da organização com os seus diversos stakeholders. Tal visão só é possível num ambiente em que os profissionais são valorizados, têm um grande envolvimento no processo de tomada de decisões e um certo empowerment para realização das suas tarefas. Tudo isso naturalmente requer uma liderança visionária e uma média gerência comprometida com essa visão que não atue como um bloqueador das iniciativas para construir o engajamento.

João Lins é sócio da PWC, líder da consultoria de RH no Brasil. João Lins é palestrante confirmado para o XV COMRH

PATROCINADORES DE GESTÃO

ArcelorMittal
Unimed Belo Horizonte
contratanet.com.br
Paulo R. Lasmar Serviços de Advocacia
Grupo NorteaRH
DBM
CEMIG A Melhor Energia do Brasil.
Governo de Minas