

Competência e conhecimento são bons. Mas o que as empresas querem mesmo dos recém-formados é “personalidade”, diz uma pesquisa global. Vamos entender o que isso significa?

Quem começou a trabalhar no século passado ouviu falar muito da necessidade de dominar um terceiro idioma, fazer pós-graduação ou comprovar experiência. Quem chega ao mercado de trabalho agora depara com exigências adicionais bem mais abstratas. Os jovens precisam ter a “atitude correta”, seja lá o que signifique isso. Para complicar, enfrentam uma impressão difundida pelo mercado de trabalho, justa ou injustamente, de que têm ambição demais e paciência de menos. Uma pesquisa feita pela consultoria alemã Trendence em 20 países (publicada com exclusividade por ÉPOCA) oferece um panorama mais detalhado do que as companhias querem do jovem.

Na maioria dos países, o fator “personalidade” é considerado mais importante que “competências” (saber prático) e “conhecimento” (teórico). O Brasil é o terceiro da lista que mais valoriza a personalidade. Três economias gigantes e dinâmicas, Estados Unidos, China e Índia, destoam das demais. Dão prioridade mesmo é para a boa e velha competência.

As grandes empresas brasileiras, de acordo com o estudo, buscam jovens flexíveis (para assumir diferentes papéis numa organização, não necessariamente ao mesmo tempo),

Empresas querem jovens com ATITUDE!

Escrito por Administrator

Seg, 17 de Janeiro de 2011 09:06 - Última atualização Sex, 24 de Junho de 2011 09:33

capazes de liderar e decidir (dentro de seu raio de atuação), com facilidade para atuar em equipe, hábeis em análise (para entender cenários amplos), empreendedores (para criar e abraçar projetos) e com “integridade pessoal e ética forte”. Essas foram as mais mencionadas entre 19 características que poderiam contribuir para o sucesso de um recém-formado numa companhia.

O clamor por ética se destacou também entre companhias da África do Sul, do México e da Turquia, mas ela foi quase ignorada em nações com maior tradição de respeito à lei como Alemanha, Bélgica e Holanda. “Em alguns países, a ética é assumida como padrão, nem se precisa falar a respeito. Em outros, como o Brasil, existe o medo da malandragem”, diz o consultor Carlos Eduardo Dias, diretor da Asap, especializada em organização de processos de estágio. Os recrutadores brasileiros consideraram menos relevantes entusiasmo, pensamento positivo, independência, bom-senso e atenção aos detalhes.

É fácil entender a busca das companhias por profissionais flexíveis. Elas enfrentam em sequência desafios pouco compreendidos, como vender para o consumidor recém-elevado à classe C, construir uma imagem de respeitadora do meio ambiente ou negociar com fornecedores chineses. “Nenhuma companhia, hoje, tem gente sobrando, esperando trabalho. Precisamos atender rapidamente às mudanças”, afirma Maurício Rossi, diretor de recursos humanos da Roche Diagnósticos. Mostrar versatilidade foi fundamental para que Silvia Hioka, estudante de engenharia na FEI, fosse contratada pela empresa. “Mostrei conhecimento de equipamentos, operações, tecnologia e também que gosto da área financeira”, diz. Parece muita coisa para uma jovem de 24 anos, mas Silvia provavelmente não teria sido selecionada se mostrasse só qualificação técnica.

A pesquisa confirmou a preocupação das empresas de encontrar a tal “atitude correta”, que envolveria uma combinação rara, principalmente entre jovens, de ambição e garra, mas também disposição para aprender e esperar. Entre 20 características que eles precisariam melhorar, destacou-se “habilidade social”. “Os graduandos têm habilidades sociais. A questão é se eles têm as habilidades sociais certas. Muitos recrutadores acham que não”, diz Caroline Dépierre, diretora de pesquisa da Trendence. Leia mais: O que as empresas querem dos recém-formados Fonte: Pesquisa Campus 360 - Trendence

Fonte: <http://revistaepoca.globo.com>