

**CARREIRAS**

# As expectativas dos estudantes para o estágio

*A maioria procura uma empresa onde possa aprender e desenvolver uma carreira*

CAROLINA SANCHEZ MIRANDA  
SÃO PAULO

O candidato a um programa de estágio hoje, busca uma empresa que o ensine, desenvolva, e lhe ofereça perspectivas de crescimento. Essa é a conclusão de uma pesquisa realizada pela Cia de Talentos para avaliar a expectativa dos universitários em relação à empresa em que pretendem trabalhar. Os dados foram divulgados com exclusividade para este jornal e obtidos a partir das respostas de 9.439 estudantes universitários de todo País, sendo 52% do sexo feminino e 48% do mascu-

lino. A maioria, 84%, com idade de até 25 anos de idade. Mais da metade, 60%, concluirá o curso entre 2006 e 2007.

Segundo Vitor Pascoal, diretor da Cia de Talentos, a maior parte dos entrevistados participa de mais de um processo seletivo e decide pela empresa que tem o programa de estágio mais estruturado e que oferece a maior possibilidade de efetivação. "O percentual de aprovados em al-

guns processos seletivos chega a ser de apenas 1% por causa do grande número de inscritos", comenta Adriano Araújo, diretor executivo do Grupo Foco. "Em algumas ocasiões há mais de dois mil inscritos para 20 vagas", conclui.

Ao ingressarem em uma companhia, os estagiários não pensam em permanecer nessa condição por mais de dois anos. Para 39%, esse é o tempo máximo que um estágio pode durar. Já 51% acreditam que um ano é suficiente para concluir um programa. As respostas demonstram a vontade dos estagiários de serem efetivados em pouco tempo. Segundo Araújo, um dos maiores desafios das empresas é lidar com a ansiedade dos estagiários.

Uma das maneiras de resolver esse problema é oferecer um plano de desenvolvimento para o estu-

fas de estagiário", diz Thiago Nakandacare, estudante de engenharia elétrica com ênfase em produção, da Faculdade de Engenharia Industrial (FEI).

Atualmente, ele estagia na Nortel, mas está inscrito no programa de estágio do banco Santander Banespa. "Pensei no Santander Banespa porque trabalho há muito tempo na área de telecomunicações.

Além disso, é uma empresa grande e oferece perspectivas de crescimento", diz. "A gente sabe de várias pessoas que constroem carreira dentro de um banco. E todo mundo que começa um estágio ou um programa de trainee tem vontade que essa seja a empresa certa", explica.

Ele espera encontrar um programa de carreira, que lhe dê a oportunidade de conhecer a empresa como um todo e conseguir traçar um objetivo. Outra expectativa dele, que também aparece nas respostas da pesquisa, é a de encontrar um chefe que goste de desenvolver as pessoas. "Gostaria de trabalhar com alguém de fácil acesso, para compartilhar minhas idéias. Alguém que consiga passar para mim suas experiências no mercado de trabalho", comenta Nakandacare.

Segundo a pesquisa, os estagiários também esperam que o superior respeite as pessoas, delegue e confie. Por isso, de acordo com Araújo, do Grupo Foco, empresas como a GE preparam seus executivos para serem tutores de seus estagiários e

trainees. Pascoal afirma que a área que treina os líderes das companhias para atuarem como coaches é uma das que mais tem crescido na Cia de Talentos.

Se por um lado os futuros talentos estão dispostos a aprender e usar tudo que aprenderem para contribuir para o crescimento da companhia, por outro, não querem nem saber de se estressar. Seja por causa de excesso de trabalho ou por um ambiente extremamente competitivo.

"Esse jovem ouviu falar muito que os processos seletivos são competitivos e que as pessoas valorizam quem é assim", diz Pascoal, da Cia de Talentos. "Mas eles não querem ingressar numa empresa para competir, nem para serem tratados como mais um empregado. Querem ser especiais", complementa.

Para Araújo, do Grupo Foco, as grandes companhias são as que mais chamam a atenção dos estudantes por causa da ideia de que em uma empresa sólida é mais fácil ter chances de seguir carreira. Prova disso é que, em outra pesquisa realizada este ano pela Cia de Talentos, as três companhias mais votadas como sendo a dos sonhos dos univer-

sitários foram: **Petrobras, Natura e Unilever**. E a principal razão apontada para essa escolha foi a imagem de credibilidade da organização no mercado.

A realidade, no entanto, é que o porte ou o ramo de atividade da empresa não é determinante para que o estudante ingresse nela como estagiário. Boa parte dos estudantes, 48%, respondeu que prefere estagiar em empresas de qualquer tipo. "Os candidatos a estágio querem garantir um emprego", comenta Pascoal.

Mas a preocupação em garantir uma colocação no mercado de trabalho acaba prejudicando os estagiários. "O que é uma pena porque isso faz com que não planejem suas carreiras e diminui a chance de serem aprovados no processo seletivo da companhia que seria mais adequada para eles", complementa Pascoal. Ele alerta aos candidatos que, os que escolhem a dedo os programas a que vão concorrer o fazem com mais determinação e, assim, costumam ser mais bem-sucedidos porque sabem responder à pergunta: porque você acha que esta companhia é boa para você trabalhar?



Thiago Nakandacare, inscrito no programa de estágio do banco Santander Banespa

**TALENTOS**

**O que eles buscam nas empresas**

- Perspectivas de aprendizado
- Bom ambiente de trabalho e relacionamento
- Ganhos e vantagens crescentes

**O que os fazem pedir demissão**

- Poucas chances de aprendizado e crescimento
- Falta de respeito com as pessoas
- Trabalho estressante e sem qualidade de vida

Fonte: Cia de Talentos



## MOVIMENTO

**GRUPO ADDMAKLER SOB NOVO COMANDO**

A corretora de seguros ADDmakler, anuncia a contratação de Nery Taborada Silva para o cargo de diretor vice-presidente e CEO das empresas do grupo (ADDmakler, Hercó Consultoria de Riscos e ADD Avaliações Patrimoniais). Antes de assumir a nova função, atuou fora do Brasil como vice-presidente da AIG Europa.

**DIAGEO NOMEIA DIRETOR DE MARKETING**

O executivo brasileiro Eduardo Blohm Bendzius assume a diretoria de marketing da Diageo no Brasil. Desde junho de 2005, Bendzius acumulava as gerências de scotch e vodcas na companhia, onde atua há nove anos.



E. Bendzius

**TT&S RENOVA GERÊNCIA COMERCIAL**

A TT&S, desenvolvedora de soluções para contact center, acaba de contratar Mauricio Ikeda como gerente comercial. Ele já atuou como consultor de qualidade na AESEletropaulo e foi gerente de vertical na Computeasy.

**SONDAIMARÉS MUDA MARKETING**

Carla Beatriz Alves Ferreira é a nova gerente de marketing da Sondaimarés, empresa prestadora de serviços de TI. Antes de ser contratada pela companhia, Carla Beatriz foi gerente de comunicação da DHL Express.

**TREND MICRO CONTRATA GERENTE**

A Trend Micro, fornecedora de segurança de conteúdo e gerenciamento de ameaças, acaba de contratar Cristiano Oliveira para o cargo de technical account manager. O executivo vai atuar em uma nova área da subsidiária brasileira, a de serviços para o segmento enterprise. Antes de ingressar na companhia atuou como consultor na NCT, canal da Trend Micro, em Brasília.



C. Oliveira

**NOVA COMUNICAÇÃO NA BAYER**

Claudia David é a nova gerente de comunicação da Bayer CropScience, divisão de defensivo agrícola do Grupo Bayer, para a América Latina. A área foi criada recentemente e será responsável pelo alinhamento, planejamento e desenvolvimento de políticas, diretrizes e estratégias de comunicação social da companhia. Antes de assumir a gerência para a América Latina, Claudia coordenava, desde abril de 2005, o setor de comunicação da multinacional no Brasil.

## EMPREENDA

### O jogo só termina depois do apito final



Ricardo Bellino\*

Nas entrevistas com o especialista em empreendedorismo da Trump University, Jeff

Burrows, que tenho veiculado aos sábados pela BandNews FM, conversamos sobre o código do empreendedor e os princípios que o regem. O código seria um sistema de conduta que orienta a forma de pensar e de agir do empreendedor. E o princípio que será o tema da entrevista deste sábado é a aprendizagem. "Você tem de estar aberto para aprender o que não sabe", diz Burrows. Eu iria ainda mais longe. Você tem de estar aberto para aprender também o que acha que já sabe. Parece contraditório, mas não é. Ninguém pode saber tanto a ponto de acreditar que não precisa saber mais nada. Essa é uma ilusão fatal, cuja consequência vai além do fracasso. Para quem consegue controlar o ego e manter um espírito de aprendiz, o fracasso é apenas parte do caminho: caímos, nos levantamos e damos a volta por cima. Mas para quem vive no frágil

pedestal do "eu sei tudo, eu sou o máximo", o fracasso produz um efeito muito mais devastador, porque falta a necessária humildade e a sempre bem-vinda autocritica para reconhecer a culpa e aprender com os erros.

Não sou comentarista de futebol, mas é evidente que esse assunto tem tudo a ver com a derrota da seleção brasileira para a França no sábado passado. A frase "aprender também o que acha que já sabe" cai como uma luva para esses superastros do esporte mundial, que acham que já sabem tudo o que é possível saber sobre seu ofício — conforme vimos, não sabem. Pois o fato é que, citando outra frase perfeita para a ocasião, saber e não fazer é igual a não saber. Seja nos esportes, seja no mundo dos

negócios, o conhecimento que não é de alguma forma aplicado na prática não serve para coisa alguma. Todo mundo "sabe" que uma partida só termina quando o



juiz toca o apito e encerra o jogo. Todo mundo "sabe" que é preciso lutar até o fim, e que o empenho e a determinação podem fazer com que até um resultado que parece ser

definitivo seja revertido no último minuto do segundo tempo, e isso serve tanto para uma partida de futebol quanto para uma crise nos negócios. Pois é, todo mundo "sabe". Mas daí a colocar isso em prática há uma longa distância, conforme vimos no último sábado. Não sei com quais atividades nossos jogadores passaram a se ocupar após a derrota, mas se alguns deles por acaso se deram ao trabalho de assistir à partida entre Itália e Alemanha, e se por acaso o fizeram com espírito de aprendiz, então tiveram a rara chance de aprender uma bela lição. A incrível reviravolta provocada pelos jogadores italianos, que marcaram dois gols nos dois últimos minutos da prorrogação, mostrou que, como diz a canção, "quem sabe faz a hora, não espera acontecer".

Abordei a questão do aprender versus a arrogância de achar que já se sabe tudo em

meu livro "Sopa de Pedra - Dez Ingredientes para Você Criar Sua Receita de Sucesso" (Campus/Elsevier). No livro, conto a história de um discípulo que, certa vez, perguntou ao mestre que tipo de pessoa necessita de constante aperfeiçoamento pessoal. O mestre respondeu: "Uma pessoa como eu". A resposta deixou o discípulo perplexo. Então um mestre tão sábio e experiente, que havia passado a vida aprendendo, ainda precisava se aperfeiçoar mais? O mestre explicou: "A cada dia, buscando o aperfeiçoamento, faço com cuidado e honestidade os atos comuns do cotidiano. Nada é mais profundo do que isso." Eis aí a grande lição, que talvez resuma todas as outras. A perfeição não existe — ainda bem! —, pois, se existisse, nada mais seria do que uma limitação, um convite à estagnação. Mesmo assim, buscamos nos aperfeiçoar a cada dia, a cada minuto. É dessa forma que aprendemos a crescer.

\*Sócio-fundador e dealmaker da Trump Realty Brazil e fundador do Inemp, o Instituto do Empreendedor, e da Bellino's Unlimited. Palestrante, autor de diversos livros, apresenta o programa "Empreenda com Ricardo Bellino", na BandNews FM