



## “Marca Pessoal e Carreira Profissional”

José Bancaleiro

Managing Partner da Stanton Chase international

### O MERCADO

Vivemos tempos difíceis! Tempos em que muitos passam por situações de desemprego, alguns têm que aceitar o retrocesso a funções menos valorizadas e outros ainda sujeitam-se a ir trabalhar para países distantes. Tempos em que se não estamos (mais ou menos) activamente no mercado de trabalho, sabemos que o poderemos vir a estar dentro de alguns meses ou anos.

Em tempos como este, dois aspectos assumem uma particular importância para o nosso futuro profissional. Primeiro e mais importante, investir tempo, energia, emoção e dinheiro, no reforço das nossas competências que façam com que não nos tornemos profissionalmente numa “commodity”. Segundo, entender as regras e o funcionamento do mercado de trabalho, para podermos ser eficazmente competitivos.

Começemos por este segundo, o “mercado de trabalho”. Não é por acaso que se chama “mercado” ao espaço onde se transaccionam as colocações profissionais. Muito embora seja um mercado especial, porque uma das partes é subordinada da outra e porque o bem nele transaccionado (trabalho) possui uma elevada importância social, a verdade é que se trata dum verdadeiro “mercado”, no qual vigoram as regras que caracterizam este tipo de espaços.

Neste mercado existe oferta e procura, o que, inevitavelmente, tem efeito nos preços que se praticam, nomeadamente, nos salários praticados. Recordo-me de, por exemplo, no virar do milénio os salários dos Engenheiros Informáticos terem aumentado exponencialmente porque havia muita procura - altura da loucura da “bolha” da internet e da enorme exagero (para não lhe chamar mistificação) que foi o bug do y2k – e passados dois anos terem caído drasticamente porque a bolha rebentou.

Existe competição entre organizações e entre candidatos. A competição entre candidatos é evidente sempre que procuramos emprego. Para uma vaga existem sempre vários candidatos disponíveis e a competição entre eles faz-se, habitualmente, tendo em conta a **oferta de valor** de cada um. Se num produto – um iogurte, por exemplo – a competição se faz pelas características (ter ou não frutinhas ou cereais), pelo sabor, pela embalagem, pela disponibilidade e pelo preço, nas pessoas essa competição não é muito diferente. A selecção é feita pela formação de base e pela formação complementar (pós graduações e certificações), pelas competências técnicas e pelas competências comportamentais (estas são determinantes) demonstradas, pelas experiências (funções que desempenhou) e vivências (projectos – nomeadamente internacionais – em que participou), pela disponibilidade em termos de tempo e de deslocação (por exemplo, neste momento quem estiver aberto a trabalhar no estrangeiro aumenta as possibilidades), e, por ultimo, pelo preço, ie, pelo salário pretendido.

## Oferta de valor Pessoal



José Bancaleiro

### A MARCA PESSOAL

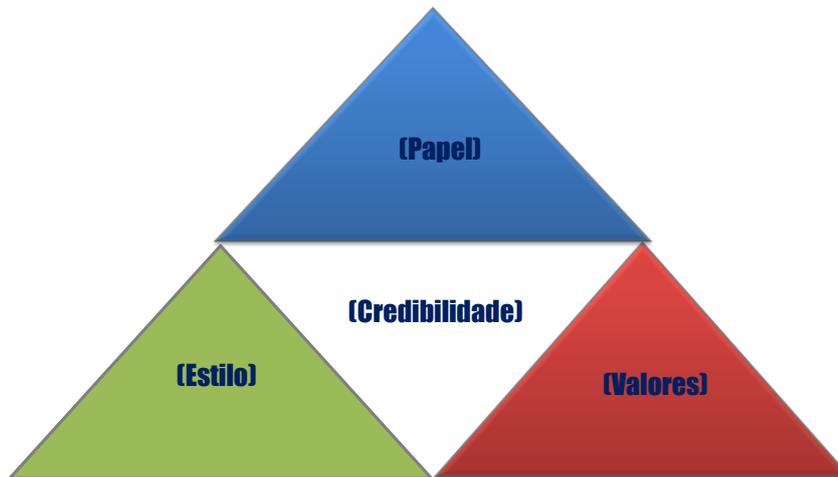
As marcas assumiram uma importância “escravizante” nas nossas vidas. É com base nelas que escolhemos o sabonete com que nos lavamos, os cereais que comemos, o carro que conduzimos, o relógio que usamos, etc. Se a posição de um produto no mercado é determinada pela força da sua marca, não será pois de estranhar que ela seja também importante no mercado de trabalho.

No caso das pessoas, a marca é a ideia forte, clara e positiva (ou negativa) que vem à cabeça das outras pessoas quando pensam em si. É aquilo porque se bate – os valores, competências e acções que os outros associam a si. É o seu “alter ego” profissional criado com o objectivo de influenciar a percepção que os outros tem de si e tornar essa percepção numa oportunidade.

Quer queira, quer não, cada pessoa tem a sua marca. É um activo de enorme importância, nomeadamente em termos de empregabilidade, que se constrói, com esforço continuado, em cada dia. Cabe-nos, a cada um de nós, gerir a sua marca. E ou somos nós a geri-la ou é ela a gerir-nos a nós e, nesse caso, o resultado pode ser profundamente negativo.

A marca pessoal (personal brand) é fortemente influenciada por factores como a **notoriedade** (quem e quantos nos conhecem), a **diferenciação** (o que nos torna diferentes e melhores que os competidores), os **valores** e o seu grau de alinhamento com a cultura e **consistência** entre o que somos e a promessa que transmitimos e, por último, os **benefícios** que temos para oferecer ao “comprador”. No fundo, uma marca é sempre uma promessa de valor.

## Modelo de Marca Pessoal



José Bancaleiro

### GESTÃO DA CARREIRA

Qualquer pessoa que invista anos da sua vida num curso tem, invariavelmente, como objectivo encontrar um caminho profissional e evoluir nele (fazer carreira) até onde lhe for possível. Contudo, fazer carreira num mercado competitivo como este em que vivemos, tornou-se muito diferente daquilo que foi no passado.

Uma primeira diferença é que as carreiras serão mais longas. Mantendo-se as tendências actuais, dentro de poucos anos a idade de reforma atingirá os setenta anos, o que significará para alguém que inicia a actividade profissional pouco depois dos vinte perto de cinquenta anos de carreira. É bom ter esta perspectiva em conta quando temos de fazer opções profissionais. É um erro optar por soluções que podem ser melhores nos próximos cinco meses, mas que nos afastam do caminho que traçámos para a nossa vida profissional para os próximos cinquenta anos.

Uma segunda diferença é que as carreiras de futuro serão também muito mais diversas. Diversas em termos de empregadores que serão muito mais e muito diferentes uns dos outros. Diversas em termos de tarefas que variarão muito em função das mudanças – especialmente tecnológicas - que cada vez vão surgindo com maior rapidez. Diversas em termos de região de trabalho, uma vez que a globalização crescente da economia fará com as empresas exerçam as suas actividades a nível global. Quem trabalha na indústria farmacêutica ou na construção civil sabe bem que esta tendência é já hoje uma realidade.

A terceira tendência que pensamos dever salientar é a de que as carreiras irão exigir um crescente investimento em formação profissional, sendo evidente que, por razões ligadas à globalização e à sofisticação tecnológica, as certificações profissionais irão assumir uma crescente importância. Exemplos são os MBAs e Pós Graduações efectuados em Escolas que entretanto fizeram a sua acreditação, os Cursos

*In RCMPharma, 15 de Fevereiro de 2010*

que originam créditos que são aceites pelas Ordens para efeitos de renovação do reconhecimento profissional ou ainda as, cada vez mais valorizadas, certificações internacionais emitidas no âmbito da gestão de projectos, da gestão financeira, do Coaching, etc..

Por último, mas não menos importante, é que, contrariamente ao que acontecia no passado em que entrávamos numa empresa e a nossa carreira era confortavelmente gerida pelo seu Departamento de Recursos Humanos, actualmente (e cada vez mais no futuro) a nossa carreira é gerida por nós. Antes a carreira era uma espécie de elevador manobrado pela empresa que os ia fazendo subir de forma segura e paulatina de patamar em patamar. No futuro, a nossa carreira será uma espécie de jipe todo terreno conduzido por nós que evoluirá em diferentes direcções e que subirá e descerá conforme as condições do mercado de trabalho.

Investir proactivamente (tempo, energia, emoção e dinheiro) na gestão da nossa carreira é, pois, algo que qualquer profissional, mesmo aquele que já está no mercado há uns anos, deverá fazer, sob pena de um dia se ver numa situação que nunca antecipou e nessa altura ser tarde para construir alternativas. O mercado é impiedoso.

Só que as competências mais importantes vão variando ao longo da carreira. Como se pode retirar da figura seguinte, no início da carreira aquilo que é pedido é essencialmente o domínio das competências técnicas. É a altura em que os jovens profissionais põem em prática o que aprenderam na escolas e procuram experiências e vivências que fortaleçam os seus conhecimentos técnicos e criem uma base sólida para a futura carreira.

Segue-se, em regra, uma fase de crescimento rápido onde as competências técnicas entretanto desenvolvidas têm de se aliar a novas competências de gestão de equipas e, em muitos casos, de gestão de projectos. É o período em que o profissional com fortes competências técnicas / hard tem de sair da sua zona de conforto e procurar adquirir competências do âmbito comportamental / soft.

A terceira fase é da maturidade ou consolidação profissional. Habitualmente esta é a fase em que o profissional ocupa funções de direcção que exigem, para além das competências técnicas e de liderança, sólidas competências de gestão. Investir em pós-graduações e MBA's que reforcem competências de marketing, finanças, logística é fundamental neste período.

## Ciclo de Desenvolvimento Profissional



3

A

última fase da carreira é a do epílogo. É a fase em que as funções fortemente executivas vão dando, pouco a pouco, lugar a funções mais relacionadas com o aconselhamento e visão estratégica.

**A sua carreira dependerá muito do investimento na sua marca pessoal. Tem investido?**

José Bancaleiro

**Stanton Chase International**

Executive Search & Talent Management