



Carlos Sezões

Partner da Stanton Chase International

“O valor real do Executive Search”

Não, não venho trazer definições e elaborações teóricas sobre o tema. O conceito de Executive Search e as respectivas metodologias de apoio não são, efectivamente, uma novidade. Há décadas que se pratica a busca e localização de quadros de topo, talentosos e especializados, de forma cirúrgica e profissional.

Mas, na minha óptica, o que tem mudado, progressivamente, é o valor que o Executive Search pode e deve trazer à empresa e as condições básicas para criação desse valor. Em termos sintéticos, o “valor” será a resposta à pergunta de um qualquer decisor empresarial: como poderei eu trazer para minha organização uma pessoa com determinadas competências técnicas, expertise de negócio, qualidades pessoais e um nível de motivação e compromisso que assegure o sucesso da função por muitos e bons anos? Ou que até ultrapasse os limites e expectativas da dita função?

A resposta tem variado no tempo. De facto, durante décadas o conceito chave de search foi a rede de contactos. Um consultor/ gestor experiente, com muitos anos de conhecimento do seu sector de actividade, poderia ter uma rede de contactos e afinidades que lhe permitiria saber, num dado momento, quem é quem, e apontar pessoas com experiência e expertise consolidadas, supostamente ideais para a função.

Acontece que, por muita experiência e conhecimento específico que um consultor especializado possa ter, é virtualmente impossível saber, em cada momento, quais as dezenas ou centenas de profissionais que representam as melhores práticas e o “estado da arte” da sua função, espalhados por inúmeras empresas.

Assim, desde que começou a ser evidente que apenas este “capital de conhecimento” não seria suficiente para corresponder a todos os desafios,

passou (e bem) a ser colocada a tónica na capacidade de identificar e mapear exaustivamente um determinado mercado-alvo de instituições - para perceber quem tinha determinada posição em cada instituição. Cada projecto de recrutamento será, pois, um processo único e irrepetível em que de forma exaustiva se elaboram organigramas e se clarificam os eventuais candidatos mais apelativos. Esta abordagem, orientada ao processo, permite efectivamente chegar de forma abrangente ao target definido pelo cliente.

Contudo, nos contextos actuais de gestão de carreira, nos modelos de decisão de projecto de vida, centrados cada vez mais nas mãos dos indivíduos e não nas empresas, existe hoje um último mas importantíssimo desafio: garantir o alinhamento entre valores e expectativas pessoais e valores e estratégias corporativas – em suma, assegurar a identificação forte, emocional, entre o profissional e a organização. Tal tarefa, que não é de somenos importância, trabalha-se inicialmente na triagem de candidatos e na lista final apresentada à empresa, através de uma avaliação de valores e de padrões de conduta. Muitas vezes, o consultor de Executive Search assumirá um papel de “embaixador” do seu cliente, valorizando perante o candidato os traços da organização que poderão despoletar e consolidar um enlace profícuo e duradouro. Em síntese, um Executive Search completo pode e deve providenciar expertise técnico, foco no processo de mapeamento e identificação e capacidade de alinhamento e influência. Caso contrário, poderá ser um desperdício de energia, tempo e dinheiro...

Carlos Sezões