



Como ser encontrado por um Headhunter?

Sabemos que existem vagas que não são divulgadas em meios convencionais. Geralmente elas são as melhores e mais cobiçadas oportunidades de emprego, pois demandam senioridade do profissional

Fernanda Andrade (*)

São os chamados cargos de alta gestão. Um dos caminhos para se chegar a essas oportunidades é através dos Headhunters, profissionais especializados em encontrar os executivos certos para os cargos mais estratégicos. Como ser encontrado por um deles, é a questão.

Uma excelente ferramenta usada pelos Headhunters para a busca de profissionais, hoje em dia, é o LinkedIn. A rede social foi criada a fim de estreitar relacionamentos entre altos executivos de diferentes áreas, sendo muito utilizado por profissionais de Recursos Humanos e Headhunters. Ela é uma vitrine de suas competências e conquistas. Antes de ter qualquer contato com um Headhunter preciso ser atuante no LinkedIn, manter o perfil sempre atualizado, constando sua trajetória profissional, a fim de chamar a atenção dos recrutadores, pois é lá que mais tarde constará sua história profissional, que chamará atenção dos recrutadores.

É importante manter o perfil sempre atualizado, compartilhar conquistas, qualificações, apresentar resultados, fomentar debates, participar de grupos, se conectar a pessoas de sua área, seguir pessoas importantes para seu mercado, assim como empresas e nichos em que deseja atuar. Estar a par dos acontecimentos do meio em que quer se inserir é fundamental. O profissional pode publicar textos e vídeos, a fim de mostrar sua expertise justamente para o público que irá valorizar essa contribuição. Para áreas ligadas a design e criação, até mesmo um portfólio tem valor para um Headhunter, já que ele irá mapear o mercado no qual está buscando um profissional.

Além disso, é interessante aproveitar o ambiente online para fazer networking. Através de ferramentas como essa é possível manter relações de forma constante, rápida e que irão garantir boas conexões futuramente. Vale a pena se conectar a profissionais de RH e Headhunters para se manter visível aos olhos deles. E, embora eles não costumem avaliar outras redes sociais, é preciso bom senso com exposição excessiva ou fotos comprometedoras em mídias menos profissionais.



Outra forma de atrair a atenção de um Headhunter é fora do ambiente virtual. Participar de eventos, feiras e congressos, além de agregar conhecimento, permite a troca de ideias entre empresas e profissionais da sua área. O mais importante é se fazer presente de forma coerente, porém discreta. Esse profissional está sempre observando, mapeando e navegando pelo mercado.

Você fez o dever de casa e, finalmente, foi contatado por um Headhunter. Aqui começa um novo desafio. Mesmo que você esteja satisfeito no emprego atual e não tenha intenções de trocar de empresa, é importante manter uma postura cordial. É nessas horas que vale iniciar um contato e mantê-lo ativo com esse profissional. Esse relacionamento pode dar frutos no futuro.

Por isso, mostrar disponibilidade em conversar, interesse em ouvir a proposta, ser educado e gentil é crucial. Tenha em mente que o Headhunter irá te avaliar e ele pode abrir portas agora ou mais tarde. Ele avalia as competências técnicas e comportamentais do profissional, se ele atende às especificações da vaga que busca, e se há uma adequação à cultura da empresa para a qual ele está recrutando.

Muito além de salários e benefícios, é importante analisar se os objetivos e valores da empresa são condizentes com os seus. Buscar mais informações sobre a companhia vai fazer com que você se diferencie num próximo passo: a entrevista. Tanto no contato telefônico quanto num encontro presencial, o candidato não pode apenas ouvir o Headhunter. Ele precisa demonstrar capacidade de dialogar, fazendo perguntas inteligentes sobre a oportunidade e a empresa. Seu dever é se mostrar como sendo o profissional que o Headhunter procura.

Por fim, se você quer ser encontrado por um Headhunter é importante ser visto como uma opção atraente no mercado. As ferramentas estão aí para isso. O relacionamento, físico e/ou digital, ainda é a chave. Mostre o que conhece. Deixe transparecer o excelente profissional que é e esteja sempre em movimento. Headhunters buscam soluções para as empresas. Esteja preparado, e você será uma delas.

(*) É Gerente de Hunting e Outplacement da NVH – Human Intelligence.

Brasil já é considerado um polo do cibercrime mundial

Recentemente, a McAfee e a CSIS divulgaram um estudo informando que o cibercrime gera anualmente um prejuízo de quase US\$ 600 bilhões para as empresas no mundo todo, um montante que representa cerca de 0,8% do PIB mundial. Na América Latina, a estimativa é de que as perdas com o cibercrime custem entre US\$ 15 e 30 bilhões. Na realidade, esses números podem ser muito maiores, pois grande parte dos prejuízos causados por atacantes cibernéticos não são oficialmente registrados.

Os custos do cibercrime são calculados com base nos valores referentes à perda de propriedade intelectual nas empresas, fraudes on-line e crimes financeiros, custos de interrupção na produção ou serviços, custo de proteção de redes, recuperação após ataques cibernéticos, danos à reputação das marcas, entre outros prejuízos.

Uma novidade interessante reportada é que nos últimos anos o cibercrime no Brasil cresceu muito e o país passou a ser considerado um dos novos centros de cibercrime mundial, juntamente com a Índia, Coreia do Norte e Vietnã. O Brasil já é o alvo número um e a principal fonte de ataques na América Latina e, considerarmos o mundo todo, o país é a segunda principal fonte de ataques cibernéticos e o terceiro alvo mais afetado.

Outra particularidade é que 54% dos ataques cibernéticos relatados no Brasil são originários do próprio país. Ou seja, não apenas estamos sendo atacados amplamente, mas também estamos produzindo grande volume de malwares locais. O país



tem um ecossistema de cibercrime um tanto diferente do resto do mundo. Existe uma comunidade bem desenvolvida de hackers brasileiros e cursos de implementação de malware são vendidos abertamente online. Por aqui, a modalidade mais comum é o crime financeiro, vitimando principalmente os bancos e as instituições financeiras.

Entre os fatores que fazem o país se destacar neste mercado estão a rápida evolução das tecnologias que possibilitam sofisticação dos ataques e a monetização mais fácil, o número crescente de novos usuários on-line, sendo que na maioria das vezes este usuário tem pouco conhecimento sobre cibersegurança, e a facilidade de realizar ataques com o crescimento do "cibercrime as a service", já que uma pessoa mal intencionada consegue comprar kits para a execução de malwares na dark web sem precisar ter conhecimento técnico para desenvolver um ataque.

Além desses fatores, sem dúvida, a falta de leis rigorosas contra o cibercrime é uma das principais razões pelas quais esses números continuam crescendo tanto e causando tantos prejuízos. Mudar esse cenário não é tarefa fácil, é um trabalho árduo que precisa envolver pessoas, empresas e governo. Além de implementação de medidas de segurança básicas e investimento em tecnologias de defesa, é preciso criar políticas sérias de combate ao cibercrime e também promover a cooperação entre as agências internacionais.

(Fonte: Jeferson Propheta é diretor geral da McAfee no Brasil).

Nova versão do sistema Empresas.net contempla melhorias solicitadas pelo mercado

Estará disponível a partir de 26 de março, a nova versão do Empresas.net, programa utilizado pelas companhias para gerar e enviar as informações periódicas e eventuais, previstas na regulamentação, à CVM (Comissão de Valores Mobiliários) e à B3. As companhias poderão gerar documentos pela versão atual até o dia 2 de abril. Depois disso, passa a ser obrigatório o uso da versão 13.0.

A atualização endereça alguns pedidos

dos próprios participantes do mercado por formulários mais fáceis de serem preenchidos, possibilidade de upload de planilhas de demonstrações financeiras e o armazenamento de informações já digitadas, evitando o recadastramento dos dados. O programa traz ainda um layout totalmente reformulado e mais intuitivo.

"As companhias utilizam quase que diariamente o Empresas.net para trans-

mitir informações. Queremos, com essa reformulação, tornar esse processo mais eficiente e amigável", afirma a diretora de Emissoras da B3, Flávia Mouta.

O programa é utilizado por todas as empresas registradas ou que tem intenção de se registrar na CVM e por aquelas que são listadas nos mercados administrados pela B3. O link para download da nova versão estará disponível nos sites da CVM e da B3 (B3.COM.BR).

Conhece o "Fenômeno-Ilha"? Comum no mercado de trabalho, ele pode afetar - e muito! - o seu crescimento profissional

Cris Santos (*)

Você conhece ou já trabalhou em uma empresa com muitos anos de vida e que mantém seu modelo de gestão engessado?

Com um colega que atua há muito tempo em um mesmo cargo e não consegue se sobressair em uma nova função? E com aquele gestor que tanto não entende que se as pessoas não produzem os resultados necessários é sua a responsabilidade quanto não aceita e desacredita das informações que recebe após solicitá-las?

Pois é, muitas dessas situações refletem o chamado "Fenômeno Ilha", um dos comportamentos mais comprometedores na área de gestão de pessoas e que atrapalha o crescimento profissional. Ligado à estagnação, esse fenômeno é favorecido tanto pela falta de incentivo das empresas, que muitas vezes não dão oportunidades a sua equipe de acompanhar as inovações e agregar valores ao negócio, quanto pela má qualificação do profissional e a limitação do seu pensamento criativo, uma barreira que impede a originalidade ou até mesmo constrói uma imagem distorcida do que é felicidade no trabalho.

Para que os profissionais se mantenham competitivamente ativos, é importante combater essa situação cuja característica é o isolamento. Muitas vezes ela acontece pela falta de incentivos das companhias às suas áreas de Recursos Humanos, já que não enxergam a importância de tratar bem sua equipe para, como consequência, os clientes externos serem bem tratados. E ter funcionários mal remunerados, por exemplo, traz ainda mais reflexos: a má qualificação desse profissional que não vê chance de crescer e a impossibilidade de a empresa fazer muitas exigências em relação a eles.

As pesquisas supervalorizam as pessoas que estão felizes no trabalho, mas nem sempre é simples mensurar e afirmar isso com certeza. Você já parou para pensar se está realizado com o que faz hoje profissionalmente? Para ajudar nessa reflexão, se pergunte: tendo ou não alcançado as metas da minha função, estou motivado e entusiasmado? Essa resposta exige pensar além dos objetivos organizacionais e ter uma visão de mundo mais rica.

Se pretende trilhar novos caminhos, independentemente se o seu cargo atual é mais estratégico, gerencial ou operacional, minha dica é: desconstrua-se e destrua pensamentos que impedem novas ideias! Que tal começar

se questionando se a empresa em que trabalha hoje tem a ver de fato com você? Em vez de continuar desalinhado com o que acredita, é melhor ter lucidez o quanto antes e montar um plano para mudar de ares. O propósito do trabalho tem a ver com aquilo que temos de melhor, que são nossas competências naturais e tudo o que nos encanta fazer. E disso não podemos abrir mão! No momento em que percebemos que a forma de trabalhar não faz mais sentido, é preciso tomar as próprias decisões e lutar para conquistar o que se gosta. É uma saída infinitamente melhor do que se forçar - ou ser forçado - a gostar do que faz e conquista apenas por costume.

Já dizia Peter Drucker que "Planos não passam de boas intenções, a menos que se transformem imediatamente em trabalho duro", então não podemos perder a oportunidade de sermos autênticos e independentes. Por isso que considero uma cilada ficar sempre a serviço daquilo que você ainda não alcançou e pensar nas metas como motivação e alcance de alta performance. Foque em você e trabalhe por um significado, seja ele qual for, desde que importante para sua vida!

Vale a pena refletir sobre o que realmente importa no seu trabalho, pensando tanto na empresa em que você está quanto na função que exerce propriamente. Tendo isso claro, evita-se submeter a verdades impostas e perder o poder de dizer o que pensa e fazer o que gosta - independentemente do nome da companhia que consta ou irá constar no seu crachá. O autoconhecimento é de extrema importância nesse processo, até para evitar aquela antiga expressão do "trocar seis por meia dúzia". Lembre-se: "sair da caixa" é importante, mas de nada adianta sair de uma para entrar em outra!

E para conseguir o que deseja na vida, comece decidindo o que você quer. Depois disso, analise onde está (estado atual), onde quer chegar (estado desejado) e o que é preciso fazer para chegar lá (recursos). Isso não quer dizer que necessariamente você tenha que fazer as malas e partir rumo a outra empresa, talvez a mudança de departamento, de funções ou de postura já sejam suficientes para você começar - ou voltar - a crescer e se tornar um profissional melhor.

(*) É fundadora e diretora da BrainFit, master coach pela SLAC (Sociedade Latino-Americana de Coaching), Headhunter, especialista em DISC, motivadores pela TTI Success Insights e Assessment comportamental pela SLAC. É também palestrante e professora, formada em educação física pela FEC DO ABC, com MBA em Gestão de Pessoas pela FMU e formação em Business Communication no Australian College.

News @TI

Compartilhamento de bagagens permite comprar do exterior sem sair de casa

Enquanto pessoas desejam produtos que não encontram no Brasil, milhares de viajantes estão indo e vindo ao redor do mundo com espaço disponível na bagagem. Conectá-los é a missão da Grabr, uma plataforma de oferta e demanda entre quem gostaria de comprar artigos importados e viajantes que vão ou voltam desses destinos e tem disponibilidade para encomendas. O negócio começou em 2015, quando os russos Daria Rebenok e Artem Fedyayev, morando em São Francisco, nos EUA, perceberam como era difícil ter acesso a produtos de outros países. A ideia da plataforma deu certo; atualmente está disponível em 120 países e contabiliza mais de 350 mil usuários.

Aplicativo para vendedores profissionais

Referência nacional em treinamento e capacitação de equipes de vendas atuantes nos mais diversos setores da economia, o Instituto Brasileiro de Vendas (IBVendas) lança o aplicativo "IB-Vendas", que chega para facilitar o estudo dos alunos e ampliar o networking entre eles e com os professores. O app está disponível para os sistemas iOS e Android. Ao realizar a matrícula em algum dos diversos cursos oferecidos pelo IBVendas, o vendedor deve baixar o aplicativo e, automaticamente, passa a ter acesso a todo o conteúdo, às apostilas utilizadas nas aulas e indicações de leituras complementares, desde as mais básicas até as teorias mais profundas. A ferramenta, no entanto, é útil para qualquer pessoa interessada em vendas e negociações, já que disponibiliza diversos artigos e vídeos (www.ibvendas.com.br).