

FOLHA DE S.PAULO

07/11/2010

Caderno: Carreiras e Empregos Pág. 2 e 3

Iniciativas têm como objetivo reduzir custos e rotatividade

DE SÃO PAULO

Diminuir a rotatividade de funcionários é apenas o primeiro passo para reter profissionais qualificados e consolidar equipes nas empresas.

Ciente disso, a FG Empreendimentos implantou um programa de retenção que aumentou o número de interessados em trabalhar na empresa e diminuiu os índices de rotatividade, segundo a coordenadora de RH, Daiane Gorges Rocha, 24.

Além de apostar em bonificações, a empresa oferece, desde junho, aulas de pintura e música. As escolhas, afirma, foram alinhadas ao perfil dos funcionários.

"Todo o material utilizado é custeado pela empresa", comenta Rocha. Ela ressalta que cerca de 40 funcionários de todas as posições frequentam as aulas semanalmente.

Para Roberto Morsa, da Top Prime, a estratégia de retenção é uma forma de diminuir a rotatividade e custos, como gastos com contratação e treinamento.

"Investir em retenção é questão de sobrevivência em um mercado altamente competitivo", corrobora Jacqueline Resch, da Resch Consultoria de RH. "Contratar, treinar e desenvolver um talento custa tempo e dinheiro."

Bônus ajuda a segurar talentos

Compra de ações é estratégia de retenção em 55% das pequenas e médias, mostra pesquisa

DE SÃO PAULO

Praxe entre grandes, oferecer ao funcionário a opção de comprar cotas de participação ou mesmo presentear-lo com ações são iniciativas cada vez mais comuns em pequenas e médias empresas.

Das companhias brasileiras consultadas em pesquisa da PricewaterhouseCoopers, 55% oferecem bônus anual e 20% dão bônus em exercício de futuro -quando o montante é pago em cinco anos.

"É uma forma de retenção: se o funcionário sair da empresa, perde o direito ao prêmio", explica Carlos Mendonça, sócio da consultoria.

Essas práticas visam blindar os colaboradores das abordagens do mercado, "o que evita a perda de profissionais estratégicos", avalia Eduardo Baccetti, da 2Get. "Os programas só tendem a ficar mais agressivos."

Marcela Esteves, da Robert Half, aponta que oferecer bônus "prende" o profissional à empresa. "Ele não vai querer perder o resultado do seu trabalho e dificilmente abandonará a função", assinala.

Para Roberto Morsa, da Top Prime, a modalidade faz o profissional se sentir parte da conquista, "o que mexe com o bolso e o coração".