

QUANTO VOCE VALE?

COLOMBINI, Luís. Quanto você vale?. VOCE. ano 1, n.10, pg. 60-3 , Abril 1999.

RESUMO: "Qual seu valor no mercado? Essa é uma pergunta tão importante que exige uma resposta clara, inequívoca e definitiva: depende." Depende do quanto você sabe liderar, trabalhar em equipe, ser criativo...."

PALAVRAS-CHAVE: Filosofia dos Valores - Exercício profissional - Salário profissional - Postura profissional.

Qual o seu valor no mercado de trabalho? Essa é uma pergunta tão importante que exige uma resposta clara, inequívoca e definitiva: depende. Não é brincadeira - depende mesmo, de inúmeros fatores. Se já é difícil saber quanto vale 1 real em relação ao dólar (há as oscilações, as intempéries...), imagine definir quanto vale um profissional no mercado de trabalho. Pessoas não são coisas inanimadas. Mudam constantemente pelos mais diversos fatores, internos ou externos. Houve um tempo - não há tanto tempo assim, uns 15 anos atrás - em que estabelecer o valor de um profissional não era tão difícil. Os critérios de avaliação eram outros. O lado técnico tinha um peso muito forte. Bastava ter competência, conhecer bem um assunto e pôr a mão na massa. O tempo de serviço também: as pessoas iam tendo aumentos salariais na inércia. Com pouca margem de erro, sabia-se que um profissional começaria com um salário modesto, teria promoções e terminaria se aposentando com um ordenado de sete a dez vezes mais alto que o do início.

Hoje isso mudou radicalmente. O lado técnico - coisas objetivas e fáceis de comprovar, como ter diploma de uma boa faculdade, conhecer informática e falar outra língua - virou obrigação e pré-requisito. Sem isso ninguém é sequer recebido para conversar numa empresa de primeira linha. É preciso muito mais. Pois bem, quais são os novos requisitos que fazem as portas se abrirem e o tapete vermelho se estender em direção à diretoria? Hoje, as boas empresas esperam que um profissional trabalhe em equipe, saiba ouvir, tenha criatividade, arrojo, agüente pressão, goste de inovações e desafios, saiba liderar, motivar a equipe, tenha carisma, adapte-se rapidamente a mudanças, consiga surpreender, e por aí afora. A lista tem tantas variáveis e sutilezas que poderia se estender ao infinito.

"Os padrões mudaram e continuam mudando num processo sem fim", diz o headhunter Simon Franco, de São Paulo. "Disso tudo, a única coisa que se pode afirmar é que o intangível e o imprevisível são o que faz a diferença." Pouca gente se deu conta, mas esse fenômeno implica mudanças profundas, que vão muito além de falar uma terceira língua ou ser ousado. Ao alterar os critérios de contratação, os novos padrões alteram o próprio conceito de cargos. Antes, um profissional em começo de carreira estava lá - estivesse onde estivesse - para aprender. Um gerente tinha que cuidar da sua equipe, conhecer o mercado e fazê-la atingir metas. Não precisava nem se preocupar em ter coisas como visão estratégica ou sensibilidade. Um diretor, por sua vez, tinha que comandar os gerentes, sob as diretrizes do presidente. Era tudo muito rígido, com qualidades e competências claramente estabelecidas. O gerente gerenciava, o diretor dirigia e o presidente presidia. Hoje ainda é assim. Mas ao mesmo tempo, por incrível que pareça, não é mais assim.

No novo catecismo das empresas, um trainee deve ter as mesmas qualidades dos diretores e gerentes, que por sua vez precisam saber ouvir e usar a internet como os trainees, que precisam ter a mesma disposição de se superar do presidente, que precisa trabalhar com equipes do mesmo jeito que os trainees, gerentes e diretores, e vice-versa. "O que varia - e é isso que determina o quanto cada um vai ganhar - são a proporção e a intensidade dessas novas habilidades em cada pessoa", diz o consultor Jorge Alberto Viani, da William M. Mercer, empresa especializada em estratégias de remuneração de executivos. "É desejável que um trainee traga em si a vocação da liderança; mas é imprescindível que um presidente seja um líder incontestável." Isso pode criar uma linha muito tênue entre a separação de cargos. "Às vezes, um diretor tem todas as qualidades para virar presidente", diz o headhunter Robert Wong, presidente da Korn/Ferry, uma das maiores empresas de seleção de executivos do país. "E muitas vezes o que faz a promoção ocorrer, ou não, são só a oportunidade e a sorte." É isso mesmo: além dessa infinidade de habilidades, ainda é preciso ter sorte.

Em vista disso, caminha para o precipício o conceito de um cargo (qualquer cargo) ser um quadrado em branco que precisa ser preenchido com essa ou aquela exigência. Agora todo mundo deve ter ou saber de tudo um pouco. Em uma palavra, tem que ser generalista. Mas, note, um generalista muito especial - que também tem que ser especialista em uma, duas, três e até quatro áreas diferentes. "Quanto mais um profissional conseguir incorporar todas as qualidades subjetivas e souber administrá-las em meio a exigências objetivas, mais ele valerá", diz o consultor José Carlos Ermoso, também da Mercer. "A imagem que melhor define a nova situação é a de uma elipse, em cujas voltas estão dispostas as habilidades e qualidades de qualquer profissional", afirma Luiz Antônio Padovani, diretor da Wernecke & Padovani, empresa especializada em consultoria empresarial. "Essas voltas quase se tocam num movimento sempre para cima."

Por mais que essa elipse venha ganhando forma na hora de definir o quanto um profissional pode ganhar, o fato é que os departamentos de recursos humanos ficariam loucos se fossem determinar um salário apenas por essas voltas, rodopios e redemoinhos. Na prática, o que as empresas querem saber é a proporção do valor que um profissional é capaz de agregar a um determinado posto ou projeto. Querem saber o que ele pode somar, acrescentar, trazer de resultado e melhorar o ambiente de trabalho. Por esse ponto de vista, o próprio profissional é quem decide o quanto ganha. Ou seja, você é o principal responsável pelo seu valor no mercado.

Para explicar de uma maneira mais prática, imagine que você é uma casa que está à venda - uma casa que você mesmo levantou, tijolo por tijolo. É óbvio que o preço vai variar conforme a localização, a vizinhança, a beleza do lugar. Essas são as condições básicas do mercado. Mas é igualmente óbvio que a casa valerá mais quanto mais atrativos tiver. Ela pode ter sauna, piscina e churrasqueira. Valerá um tanto a mais por isso. Pode ter sido recém-pintada e ter garagem para três carros. Vai valer outro tanto a mais. Pode ainda ter quatro quartos, todos com banheiro. E mais: lareira, salão de festas e uma cozinha cinematográfica. Quanto mais tiver, naturalmente mais cara será. Essa casa é você, só que, no lugar da piscina e dos quartos espaçosos, o que as empresas querem ver é se você tem as qualidades certas. Se tiver, negócio fechado. Se não, por mais duro que seja aceitar esse fato, ninguém vai querer comprá-lo.

Mas você não é uma casa, e sim um profissional tentando saber o quanto vale no mercado. Se você fosse uma casa, seria mais fácil saber seu valor. O mercado de trabalho é muito mais complexo do que o imobiliário - é, inclusive, tão complexo que faz o mercado do dólar parecer brincadeira. O mercado profissional é resultado da somatória de todos os mercados - que por sua vez são influenciados por toda sorte de fatores, dos climáticos aos econômicos. Isso o torna tão imprevisível quanto a meteorologia e tão sujeito a altos e baixos quanto a cotação do dólar. Na época da inflação alta, por exemplo,

um bom profissional da área financeira valia muito. Era disputado a tapa no mercado e, de lance em lance, seu preço disparava nesse grande leilão. Hoje, com a inflação se mantendo em níveis aceitáveis, áreas como marketing e vendas acabam valendo mais do que as outras. Esse é um fator econômico, mas a ele se somam muitos outros que podem alterar o peso da balança.

Durante décadas, os técnicos brasileiros em telecomunicação viveram quase no anonimato. Com a privatização das telefônicas e a entrada de empresas estrangeiras nesse mercado, em meados do ano passado, isso mudou. Eles passaram a ser cobiçados. Receberam propostas inimagináveis anos atrás. Melhoraram de vida, ganharam prestígio e novas perspectivas. Puderam usar habilidades que pouco ou nada valiam numa redoma estatal, mas que aumentavam o valor de seu passe num terreno em que a competição e a concorrência ditam as regras. Mas note que não é preciso haver uma revolução tão grande quanto a privatização de um setor inteiro de um país. Às vezes, o simples fato de uma empresa lançar um produto que ameace os rivais faz o mercado se agitar, e determinados profissionais passam a valer mais enquanto outros perdem cacife.

Seja como for, para saber o quanto vale uma pessoa, as empresas, de maneira geral, ainda acabam recorrendo ao velho e bom método da comparação. Se é uma indústria recente como a informática, elas primeiro descobrem quanto ganha alguém com uma função parecida no exterior. Depois, descobrem quanto paga a concorrência. Também não deixam de saber os salários dos clientes e fornecedores, ou seja, das pessoas com as quais esse profissional poderá trocar figurinhas. Por fim, vêem quais são os salários nas principais empresas do país, aquelas cujos planos de remuneração e benefícios são benchmarking. Só então definem o quanto vão pagar. "O problema é que a maioria das empresas faz essa pesquisa mirando os cargos e salários", diz Luiz Carlos Bueno, gerente-geral da Wisdom Gestão Organizacional, consultoria especializada em planos de remuneração. "Esse tipo de pesquisa não reflete mais o que as empresas estão querendo para elas mesmas."

Na verdade, para a maioria das empresas esse sistema ainda tem serventia. Para as melhores e mais afinadas com o que acontece no mundo, no entanto, esse modelo está, sim, cada vez mais furado. O que importa mesmo é casar as competências e habilidades dos profissionais com as suas necessidades. Visto por esse ângulo, tudo se resume a um perfil se encaixar no outro. Em vista disso, resta fazer outra vez a pergunta: quanto você vale no mercado? Bem, meu amigo, a única resposta honesta que podemos dar é: depende.