

São Paulo

Curitiba



Da sala de aula para o mercado de trabalho

iG Paulista - 27/10/2014 - 05h00 |
Sheila Vieira | sheila@rac.com.br

São Paulo

Curitiba



Foto: Dominique Torquato/ AAN
Rodrigo Dematei, aluno de tecnólogo em marketing, que iniciou estágio na semana passada na própria lescamp, ao lado da coordenadora do curso, Lilian Cristina Almeida

Criada exclusivamente para encaminhar alunos e ex-alunos dos cursos superiores, tecnólogos e bacharelados do Instituto de Educação e Ensino Superior (lescamp), um universo de mil estudantes, para o mercado de trabalho a Agência lescamp, de Campinas, completou um ano de operações no dia 15 de outubro. Na avaliação da docente Lilian Cristina Almeida, coordenadora da Agência, o objetivo traçado para o ano de estreia do projeto foi atingido, considerando que 15 empresas — a maioria da área de serviço — são parceiras e disponibilizam vagas.

“Nesse período, 23 vagas foram preenchidas, das quais nove para estágio e 14 efetivas.” A meta para o próximo ano é dobrar o número de

empresas-clientes, a partir da fidelização do preenchimento das vagas por candidatos do Instituto, que concorrem com interessados captados por outros canais de mão de obra.

Alunos pró-ativos, que demonstrem atitude diante de um problema e visão crítica do negócio, são atributos desejados nos candidatos. Chegam a valer mais do que ter ou não experiência na função. Para os cargos de estágio, que devem respeitar a legislação e não podem ultrapassar dois anos de contrato, os clientes dão preferência para alunos do 2º semestre.

“Os contratantes querem aproveitar ao máximo o período permitido. Para os cursos de bacharelado, que têm outra duração, a procura é por estudantes do 4º semestre em diante”, aponta a coordenadora da Agência lescamp.

As oportunidades de trabalho são divulgadas por e-mail para os estudantes cadastrados e ficam no sistema para visualização dos visitantes. O atendimento gratuito e presencial aos alunos e ex-alunos inclui também orientação profissional, reestruturação de currículo, simulados de testes e dinâmicas de grupo, além de treinamentos para boa desenvoltura em processos seletivos de empresas parceiras que oferecem as vagas aos estudantes.

Entre as empresas que já contrataram alunos da instituição estão McDonald's, Mafra e DPaschoal, o que comprova que o serviço é de qualidade e atende às necessidades das corporações com profissionais qualificados e preparados para o mercado.

Luciana Pilon, do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Educação Corporativa (IBDEC), contratou pela Agência lescamp e revela contentamento com o serviço prestado e qualidade dos profissionais que foram enviados para o processo seletivo.

“A empresa precisava de um profissional para trabalhar na área administrativa e financeira. Entramos em contato com algumas faculdades para nos ajudar com o processo seletivo. Encontramos na Agência lescamp uma grande parceira”, relata Lucianan.

Segundo ela, a aluna indicada atendeu às expectativas, deixando a empresa satisfeita com seu trabalho. Para isso, a ajuda da coordenadora que traçou o perfil da vaga, selecionou e analisou alunos compatíveis fez a diferença.

Na Mafra Gestão Contábil e Empresarial, que também selecionou com a Agência Iescamp, Fernanda Pianez Mafra relata satisfação com a qualidade da profissional contratada. “A adaptação e o trabalho desenvolvido estão sendo excelentes. Estou plenamente satisfeita quanto ao atendimento recebido. Sempre foram atenciosos com as nossas necessidades. Temos apenas a agradecer o empenho em nos auxiliar.”

Em média, cada vaga é preenchida no prazo de um mês, a partir de um acompanhamento criterioso do candidato e sua adaptação ao novo emprego. “Atendemos uma média de seis alunos diariamente na Agência. Quando entram novas vagas no sistema, o número sobe para dez. Os candidatos são orientados a retornar para relatarem como foi a entrevista, quais suas expectativas e o que acharam do desempenho durante a avaliação”, diz.

Uma das alterações do projeto inicial de funcionamento da Agência ocorreu naturalmente. Lílian relata que não estava previsto, inicialmente, o feedback do cliente em relação ao desempenho do aluno, relato que é transmitido aos docentes dos cursos para aprimoramento de conteúdo em sala de aula. Trata-se de uma relação de transparência, na qual a empresa, além de fornecer os aspectos comportamentais do candidato e entrevista, amplia também na devolutiva o conteúdo técnico que ficou a desejar. “Para a faculdade é muito importante essa avaliação do mercado. Serve para fortalecer o conteúdo do curso em sala de aula”, observa.

Outra novidade que poderá fazer parte da Agência Iescamp é o projeto-experimental de implantação de cargos e salários para uma empresa do Terceiro Setor, com 80 funcionários. Lílian foi procurada pela ONG para implantar o plano de cargos e salários e pediu que duas estagiárias fossem contratadas por 60 dias. Agora ela finaliza o projeto e depois da avaliação poderá oferecer o serviço na Agência Iescamp.