



Belmiro de Azevedo (ao centro) recebeu o prémio de empreendedor do ano em Portugal.

manentes na Disney de Tóquio e Macau.

Há mais de cinco anos que a companhia circense apresenta um crescimento de dois dígitos e as receitas ascendem aos 600 milhões de dólares.

Mais de 50 milhões de pessoas já viram as produções do Cirque e mais de 10 milhões afirmaram que vão assistir este ano.

De acordo com dados da Ernst&Young, em 1984 o circo de Guy Laliberté tinha 73 colaboradores. Hoje o negócio conta com mais de 3.500 pessoas, incluindo 900 artistas. Os colaboradores do circo têm mais de 40 nacionalidades e falam 25 línguas diferentes.

Mas a visão de Guy vai muito além de criar mero entretenimento e por isso supervisiona todos os aspectos do seu negócio, revela a consultora. A companhia realiza acções sociais e angariou 47 milhões de dólares para crianças em risco em mais de 56 países. A organização está ainda ligada ao movimento One Drop, que se dedica a fornecer água mais limpa ao mundo.

O prémio foi atribuído a Guy por "expandir os limites da inovação e imaginação para criar uma organização de entretenimento como nenhuma outra no mundo", afirmou Joe

Telebar, director nacional do programa empreendedor do ano no Canadá. Segundo o responsável, Laliberté tornou o seu negócio de entretenimento de rua uma história de sucesso internacional.

Mas qual é a diferença entre um circo dito "normal, que pára em várias cidades e vilas durante todo o ano, e o Cirque du Soleil?

Guy fundiu as artes circenses com entretenimento de rua. Convenceu instituições financeiras a apoiarem o seu projecto e desenvolveu uma rede de parceiros para construir a marca no mundo inteiro. Os espectáculos primam pela originalidade, tanto na produção como no ambiente fantástico. Nada é deixado ao acaso.

O recrutamento de novos talentos é realizado por acrobatas e artistas que assistem a eventos desportivos, festivais de circo internacionais e espectáculos multidisciplinares.

Todos os anos, de acordo com o Cirque, a equipa de recrutamento tem de encontrar várias centenas de artistas para os espectáculos em cartaz, bem como para novos projectos. Neste momento, Guy tem uma tournée mundial com seis espectáculos diferentes, sete permanentes e dois em arena.

entusiasmo e também uma boa capacidade de adaptação e flexibilidade face a novas situações.

QUAL FOI A SUA MAIOR CONQUISTA?

Talvez a conquista em Portugal da maior quota de mercado na Europa para a gama de petfood da Mars.

COMO É QUE SE DESCREVERIA PROFISSIONALMENTE?

Dinâmica, criativa e empenhada.

COMO É QUE MEDE O SEU SUCESSO?

Meço o sucesso (e o fracasso) em cada dia e face a cada desafio que tenho de ultrapassar.

ONDE ESPERA ESTAR DAQUI A CINCO ANOS?

Espero, sobretudo, continuar a ter funções interessantes e desafios estimulantes.

QUAL SERIA O SEU EMPREGO DE SONHO?

Num sector dinâmico e criativo, com crescimento e capacidade para obter recursos que potenciassem esse crescimento. Tudo o resto vem por acréscimo.

Fazer carreira na

Sector - Editorial
Tipo - Multinacional
Número total de trabalhadores - 800 a nível ibérico
Número de países em que está presente - 32
Número total de quadros recrutados anualmente - 160 a nível ibérico

A Wolters Kluwer é uma editora líder em serviços integrais de informação e publicações profissionais. Mundialmente oferece soluções para actividades reguladas como é o caso do sector jurídico, financeiro, contabilístico, dos impostos, da saúde e dos serviços a nível corporativo. Em Portugal a Wolters Kluwer ajuda os profissionais jurídicos a tomarem as suas decisões da forma mais eficiente, através de linhas inovadoras de produtos. A editora conta, internamente, com um departamento de recursos humanos que trata do recrutamento e da selecção. Em determinadas situações onde tal se justifica, recorre a consultores externos. Procura, essencialmente, licenciados de diferentes cursos universitários, sendo os mais requisitados os das áreas de Direito, Engenharia e Informática.

De acordo com José Merodio, director-geral da Wolters Kluwer Portugal, "trabalhamos com distintas escolas e universidades, onde fazemos apresentações para dar a conhecer a nossa organização e recrutar potenciais candidatos. Para além disso, é nossa política estabelecer protocolos de colaboração em que uma das cláusulas passa por oferecer estágios a finalistas ou recém-licenciados". Em Portugal tem já um protocolo celebrado neste âmbito com a Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa.

Os estágios curriculares são remunerados, sem vínculo laboral, e têm uma duração média de seis meses.

Estes quadros entram na empresa como estagiários e de acordo com o convénio estabelecido com o centro de formação. Este tipo de acordos exclui qualquer tipo de relação laboral. No entanto, se existir uma vaga em aberto no final do período de estágio e o candidato reunir os requisitos exigidos, pode vir a ser contratado. No que se refere ao nível de progressão de carreira, o organograma da empresa tem uma estrutura diferente em cada unidade de negócio, mas em

regra não existem mais de quatro níveis entre um recém-contratado e um membro da equipa de direcção.

"Para avaliar candidatos partimos da descrição da função e de uma entrevista com o superior hierárquico do posto a preencher. A partir daí são publicados anúncios em portais de emprego e, ocasionalmente, na imprensa ou através de consultoras externas. Os currículos são sujeitos a triagem e aos candidatos eleitos é feito, em primeiro lugar, um teste de personalidade no trabalho e só posteriormente uma entrevista de selecção", afirma o director-geral. A decisão é tomada em conjunto pelo responsável e pelo departamento de recursos humanos.

Dentro do departamento de recursos humanos existe uma área específica encarregue de gerir a formação dos colaboradores, ou seja, de implementar o plano de formação a partir de um processo de identificação de necessidades. Actualmente, a Wolters Kluwer tem um acordo com a Universidade António de Nebrija para realizar um plano de formação conjunto (Plano de Desenvolvimento de Cargos de Direcção) para a Wolters Kluwer Ibérica.

Os candidatos têm ainda diversos incentivos. A Wolters Kluwer aposta na promoção interna (vertical e horizontal), pelo que todas as vagas em aberto em qualquer das áreas de negócio do grupo sejam comunicadas em primeiro lugar a todos os empregados, para que possam apresentar a sua candidatura, pelo que qualquer colaborador que reúna as competências requeridas pode optar por trabalhar em qualquer parte de Europa, dentro do grupo.

Não existe um período concreto para que seja feita uma promoção, pois dependendo do departamento existem períodos mínimos de permanência no posto e é também necessário que existam vagas noutras áreas. "No entanto, temos um plano de carreira para trabalhadores da área de informática e da área editorial", revela José Merodio.

Em Portugal, o grau de retenção ao fim do primeiro ano ronda os 95%. "Trata-se de um projecto novo em que a vontade e o compromisso por parte da equipa é excelente", afirma. Existe um modelo completo de avaliação pan-europeu baseado em competências específicas adaptadas à cultura e à estratégia empresarial da Wolters Kluwer e no cumprimento de objectivos pessoais. Esta avaliação permite estabelecer medidas de desenvolvimento profissional e, para além disso, está vinculada ao mecanismo de cálculo anual de aumento salarial de cada empregado.



José Merodio, director-geral da Wolters Kluwer Portugal.