

Onboarding: Um fator crítico de sucesso na gestão de Recursos Humanos



Por: João Pedro Almeida, consultor da BTS – Blended Training Services

Vivemos um contexto de mudança acelerada. O mundo está cada vez mais [VUCA](#) (Volátil, Incerto, Complexo e Ambíguo) e a transformação digital é uma realidade, com o conseqüente surgimento de novos negócios e funções. O mercado de trabalho está cada vez mais competitivo, especializado e a noção de carreira tem-se vindo a transformar com as novas gerações onde o *engagement*, o propósito e a mobilidade são cada vez mais importantes.

Neste contexto, as empresas estão cada vez mais focadas na atração e retenção de talento. Se é fundamental ser preciso e eficaz, recrutando o candidato ideal para a função, **não é menos importante envolver quem chega, desde o primeiro momento, na missão, cultura, valores, objetivos da empresa, equipa, responsabilidades da função**, fazendo o que é preciso para reduzir o tempo de integração, de forma a potenciar a motivação e *performance*.

De acordo com o estudo realizado pela Society for Human Resources Management Foundation (EUA), **20% do turnover ocorre nos primeiros 90 dias**. Sabendo o que tal significa em termos de custos diretos (recrutamento e seleção, formação, tempo

despendido pela empresa na integração) e indiretos (perda de produtividade ou reflexo nos negócios devido a quebras de qualidade nos produtos e serviços realizados por colaboradores menos experientes), as empresas estão a apostar cada vez mais em processos de *onboarding* robustos e altamente eficazes.

A escolha da empresa como a “sua nova casa” é um momento importante e pessoal para o novo colaborador. Não há nada que ele deseje mais do que pertencer, encaixar, entender rapidamente o seu papel, aprender e adicionar valor à organização o mais rapidamente possível. As expectativas são altas e a responsabilidade da empresa é grande.

A experiência de *onboarding* tem também, por essa razão, de se iniciar no momento da aceitação da oferta de trabalho e, logo a partir daí, é fundamental instalar as fundações para que esta seja uma relação duradoura e profícua. Assim, é importante que no tempo que antecede o primeiro dia, o colaborador conheça o seu plano de integração para os primeiros 90 dias através da sua chefia (responsável pelo processo) e execute desde logo tarefas que lhe permitam reforçar os seus conhecimentos sobre a empresa. Enquanto tal ocorre, a empresa deve preparar tudo para receber o [novo colaborador](#) na “sua casa” logo a partir do primeiro dia (espaço de trabalho, computador, documentação, formação e até a disponibilidade dos colegas para as calorosas boas-vindas devem estar prontos). É fundamental que o novo colaborador se sinta confortável e parte da equipa desde o [dia 1](#).

Os 90 dias subsequentes devem ser constituídos por diversas atividades de desenvolvimento (presenciais e à distância), com o objetivo de continuar a envolver o novo colaborador com a cultura e valores da empresa, bem como reforçar os conhecimentos sobre os objetivos, políticas, normas, cliente, produtos, serviços, processos e ferramentas. É importante também promover momentos de *networking* através do contato com as áreas e os *stakeholders* mais relevantes e que, no âmbito da função, irão fazer parte do círculo de interações.

A atuação da chefia durante todo este percurso é crucial para o sucesso do *onboarding*, seja na interação realizada antes do primeiro dia, no tão importante primeiro dia, ou no acompanhamento que deve ser realizado a partir daí e durante os primeiros meses, recebendo e dando *feedback*.

Colaboradores envolvidos com a organização estão mais “presentes”, produtivos, sintonizados com as necessidades dos clientes, observadores e críticos sobre os processos, padrões e sistemas. Como consequência lógica, os resultados aumentam e os custos inerentes à baixa produtividade e *turnover* reduzem.

O *onboarding* realizado de forma simples, com princípios, estrutura e conteúdos comuns, mas também à medida das diversas funções e gerações vai ter reflexos positivos no sucesso do novo colaborador e por inerência no sucesso da empresa. O colaborador irá naturalmente transmitir ao círculo de familiares e amigos o seu orgulho e satisfação, contribuindo para a reputação da marca e atratividade da empresa.

Os novos processos de *onboarding* terão forçosamente de beneficiar cada vez mais da tecnologia hoje à disposição, tornando-os mais digitais, de forma a constituir uma experiência ainda mais memorável, estruturada, monitorizável e eficiente para o colaborador e empresa. A primeira experiência dos novos colaboradores no local de trabalho pode determinar a eficácia da continuidade do mesmo.

Um programa de onboarding é um processo importante para introduzir os novos colaboradores na organização. Dessa forma, os novos colaboradores sentem-se parte integrante da equipa e compreendem de que forma o seu papel se enquadra no resto da empresa. Um programa de onboarding digital encurta o processo de integração. Na [BTS](#) construímos programas de onboarding web based, independentemente da dimensão da organização, totalmente customizados e orientados para os

objetivos funcionais dos novos colaboradores. Só desta forma é possível implementar um programa de onboarding consistente e cost-effective.

Daniela Vieira dos Santos, diretora de operações na BTS – Blended Training Services

[Voltar à homepage](#)

Mais artigos de interesse:



[ArtigosAtualidade](#)

[A Revolução das Competências: porque é que as pessoas são mais valiosas do que nunca](#)



[ArtigosAtualidade](#)

[A abordagem outside-in dos recursos humanos](#)



[Artigos](#)

[Os seus dados dos colaboradores respeitam a RGPD?](#)



[ArtigosAtualidadeProdutividade](#)

ARTIGO EXCLUSIVO: O impacto das experiências imersivas no desenvolvimento dos seus colaboradores



[ArtigosAtualidadeTecnologia e Inovação](#)

ARTIGO: Emprego e automação. O papel dos DRH na Indústria 4.0.



[ArtigosAtualidadeTecnologia e Inovação](#)

[**A transformação digital na visão de Ram Charan**](#)