Tecnologia e gestão RH em português

Como olham os fornecedores de soluções tecnológicas ligadas à gestão dos recursos humanos para o espaço lusófono e as suas empresas? E qual o papel da língua portuguesa? É este o ponto de partida para um trabalho em que ouvimos responsáveis de três empresas.

Por Mário Sul de Andrade

Enrique Escobar, da Talentia Software, fala de «afinidades históricas, culturais e linguísticas que são facilitadores para a comercialização das soluções Talentia».

Na Talentia Software, o 'general manager' para a Península Ibérica, Enrique Escobar, fala de «afinidades históricas, culturais e linguísticas que são facilitadores para a comercialização das soluções Talentia, assim como para a aquisição de experiência internacional e aproveitamento de oportunidades de negócio». No que a Portugal diz respeito, 60% do trabalho diário na Talentia Software é em língua portuguesa, depois pode considerar-se 20% em castelhano e os restantes 20% em inglês para a componente de comunicação corporativa.

Em termos corporativos, um dos objectivos estratégicos da multinacional de origem francesa passa por dar prioridade ao crescimento orgânico, e esta estratégica tem total aplicação no espaço lusófono. «Confiamos nos nossos produtos, nos nossos recursos, no nosso 'know-how' e no valor acrescentado que conseguimos imputar nos projectos que desenvolvemos», diz o responsável, acrescentando: «Temos planos para adquirir empresas em países onde não dispomos de presença física, e novas tecnologias que complementem as nossas soluções. Outra aposta clara é na inovação e na criação de produtos aproveitando os nossos conhecimentos do ambiente que dominamos. Tudo isto vai conduzir a Talentia Software em Portugal e nos restantes mercados lusófonos no sentido da satisfação dos nossos clientes e na sua fidelização a longo prazo.»

Por sua vez, Cláudia Raposo, 'chief operations officer' (COO) da PHC, destaca, pela experiência da tecnológica em Portugal, Angola e Moçambique, que há uma nova mentalidade nas empresas. «Sabem que necessitam de continuar a investir em tecnologia para continuarem competitivas, tanto na retenção de

clientes como na retenção de talento. Há uma tendência para que a tecnologia deixe de ser considerada um apoio às operações e passe a ser estrutural no desempenho, na satisfação e no crescimento do talento nas equipas», explica.

A COO da PHC assinala o facto de a PHC ser uma empresa portuguesa, assinalando: «Criamos 'software' de gestão que foi, durante vários anos, desenvolvido apenas em português. Criámos soluções (em português) completamente adaptadas às diferentes realidades (fiscais, legais e até culturais) de cada um dos países onde estamos presentes, precisamente por acreditarmos no potencial desses mercados.» Faz ainda notar: «O inglês e o castelhano são línguas importantes para qualquer empresa que actue nos mercados internacionais, como é o nosso caso. Como tal, temos o nosso 'software' nessas línguas. Mas a língua portuguesa faz parte do nosso DNA. Acreditamos que com 240 milhões de falantes existe um potencial elevado para empresas que tenham os seus produtos e os seus serviços desenvolvidos de raiz em português – é o nosso caso.»

Finalmente, Sofia São João, 'senior partner' da IBC – International Business Consulting, diz que o espaço natural desta consultora portuguesa é o espaço lusófono, pela história e pelas ligações desenvolvidas, nomeadamente em Angola e na Guiné-Bissau. «Consideramos que a tecnologia tem um importante papel na valorização de sistemas de gestão e desenvolvimento, pelo que conceber sistemas de apoio à gestão de pessoas é uma prioridade na nossa agenda. Em termos de soluções empresariais, actualmente contamos com vários clientes nos mercados português e angolano que utilizam o 'software' HumanTrain para gestão da formação, o que revela o grande impacto que este tipo de produto assume junto das organizações, pela eficiência que comporta», realça, citando uma frase de Fernando Pessoa – «A minha pátria é a minha língua.» Considera esta frase «inspiradora», acrescentando: «Reflete um pouco o nosso posicionamento estratégico nos mercados lusófonos. A importância de trabalhar com a língua portuguesa é enorme, numa lógica de facilitação, de flexibilidade nestes mercados. Não podemos também negligenciar a proximidade cultural. Contudo, o caminho hoje é o da diversidade. Num mundo cada vez mais global e numa área de actuação tão completa como a das pessoas – sobretudo quando acrescentamos a complexidade da tecnologia – a verdade é que o inglês continua a ser a língua dominante. Por isso, o mote é adaptação. Procuramos promover a convergência com aquilo que são os interesses e as necessidades dos nossos clientes. É nesta base que operamos, independentemente da língua em que o fazemos.»

«Acreditamos que com 240 milhões de falantes existe um potencial elevado para empresas que tenham os seus produtos e os seus serviços desenvolvidos de raiz em português», diz Cláudia Raposo, da PHC.

Sofia São João, da IBC, cita Fernando Pessoa: «A minha pátria é a minha língua.» Considera esta frase «inspiradora», acrescentando que «reflecte um pouco o posicionamento estratégico nos mercados lusófonos».