

CONVIDADA



**SÍLVIA FARIA**  
Universidade Portucalense

## “Employer branding” na saúde: a arte de atrair e reter profissionais

O estudo do Randstad Employer Brand Research (REBR) em 2022 revela que não mudaram significativamente os fatores mais valorizados por quem procura emprego. Também conclui haver atualmente mais profissionais com intenção de mudar de local de trabalho. Isto reforça a necessidade de se recorrer a técnicas de “Employer Branding” (EB), já entendido pelas grandes empresas como muito importante para o reforço do posicionamento da marca. EB é uma estratégia de marketing que visa criar uma reputação da marca como agente empregador: percepção positiva. Envolve um conjunto de técnicas que constroem a imagem de uma organização enquanto entidade empregadora, que se irá refletir na sua capacidade de captar e reter talento. Segundo o REBR, mantêm-se os seguintes fatores como mais importantes para qualquer colaborador: salário e benefícios atrativos (71%); conciliar vida profissional com pessoal (67%); ambiente de trabalho (67%); estabilidade (64%) e progressão de carreira (também com 64%). Acrescem: saúde financeira da empresa, formação, trabalho remoto, postura social responsável, políticas de diversidade e inclusão, capacidade de gestão, trabalho interessante, produtos e serviços de qualidade, reputação e tecnologia de ponta.

Há uma certa dificuldade em pensar mais à frente: como reter talento.

Então o que se passa no setor da saúde que tanta polémica tem gerado ultimamente? O grande desafio dos nossos dias, na saúde, é a retenção dos recursos humanos no serviço público. Não é algo novo: arrasta-se há anos, em governos distintos. Os profissionais da área da saúde demoram muito tempo a completar a sua formação e, quando formados, o setor público não se revela atrativo para reter os melhores talentos; o setor privado e a emigração indiciam melhores condições: remuneração, progressão e meios disponíveis (tecnologia para diagnóstico, prevenção, tratamentos vários). Paralelamente, de acordo com o Governo, há problemas estruturais que precisam ter novas respostas, muito além das questões de contingência sentidas na pandemia.

A Ordem dos Médicos pede mais autonomia e rapidez de contratação no SNS, podendo cada hospital abrir concurso quando precisa, sem depender de autorizações. Situações graves têm ocorrido nos últimos meses em alguns serviços; o problema parece ser mais a jusante do que a montante. Enquanto a maioria dos políticos e diretores de hospitais públicos se focam na contratação, há uma certa dificuldade em pensar mais à frente: como reter talento. Os hospitais privados parecem estar mais atualizados ao nível de políticas de

RH que promovem a motivação e contrariam o “turnover”: compensação salarial, formação, meios físicos e de diagnóstico atualizados, horários que permitem tempo de descanso. Qualquer organização que preste serviços, pública ou privada, precisa agradar aos seus clientes (externos e internos). Na área da saúde, essencial à sobrevivência de qualquer sociedade, os gestores precisam apostar em planeamento estratégico a montante e a jusante. Em relação a contratações, rever valores de vencimento por escalação profissional e a oferta de horários de trabalho adequados ao

bem-estar do trabalhador (permitindo descanso). A jusante, recorrer a estratégias de EB que potenciem a imagem da entidade empregadora como um local onde interessa trabalhar e promovam políticas de gestão de pessoas que contribuam para a motivação, satisfação, produtividade, compromisso e menor “turnover”: bom ambiente de trabalho, salários e benefícios ajustados, equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, progressão de carreira e meios de diagnóstico e tratamento adequados. Qualquer gestor precisa de clientes satisfeitos. A saúde, essencial ao bem-estar dos indivíduos, torna esta satisfação ainda mais necessária e complexa. Políticas de RH alinhadas com estratégias de marketing interno deverão ser replicadas pelo SNS: já não basta ser setor público, há muito sinónimo de estabilidade profissional, para atrair e reter colaboradores; urge o salto que motive, envolva e impeça a vontade de sair, mantendo, contudo, a flexibilidade: funções no público e privado. Ou então, pagar exclusividade em valores que sejam percebidos como justos pelos profissionais da saúde. Realce-se: a coexistência de público e privado mantém-se fundamental para que o cidadão se sinta seguro e possa tomar decisões; é que pacientes são clientes e os clientes gostam de sentir que têm alternativas e podem escolher. ■

A coexistência de público e privado mantém-se fundamental para que o cidadão se sinta seguro e possa tomar decisões; os clientes gostam de sentir que têm alternativas e podem escolher.