

[Guilherme Dearo](#)[HOME](#)    [DASHBOARD](#)    [NEWSLETTERS](#)    [CASES](#)    [DOWNLOADS](#)    [LAB CORP](#)[LOG OUT](#)

# Laboratório de tech da UFSC cria evento para refinar candidaturas



Crédito: UFSC

*Bridge quase dobra equipe em menos de um ano, e passa a ter procura de estudantes com dúvidas não só sobre o laboratório, mas também sobre a própria carreira*

Criado em 2013 com o projeto-piloto e-SUS APS, que o levaria a desenvolver a estratégia para a informatização da Atenção Primária do Sistema Único de Saúde (SUS), o Laboratório Bridge, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), se consolidou como criador de soluções para a gestão pública e como polo atrativo de desenvolvedores de tecnologia, sobretudo

## CATEGORIAS

---

- Artigos
- Atração e Retenção
- Cases
- Data
- Direito do trabalhador
- Diversidade
- Eu, RH
- Experiência do funcionário
- Futuro do trabalho
- Guias
- Innovations
- Liderança
- Negócios
- Recrutamento e Seleção
- Remuneração e Benefícios
- Saúde e Bem-estar
- Sociedade
- Transformação digital

de estudantes. Entre 2019 e 2020, viu sua equipe quase dobrar, passando de 70 para 130 pessoas.

O aumento na procura por vagas no laboratório foi também reflexo da melhor divulgação de oportunidades dentro e fora do campus da UFSC, e da ampliação do próprio escopo do Bridge, que passou a contratar para áreas além da **tecnologia**, como comunicação e psicologia.

Ótimo esse interesse despertado pelo laboratório, não fossem quatro pontos:

- Muitos candidatos só demonstravam conhecer a fundo o Bridge na fase final de entrevistas ou no *onboarding*
- O time contava com poucos recursos para medir o conhecimento e o engajamento dos candidatos com o laboratório
- O alto volume diário de e-mails com dúvidas sobre projetos e processos demandava grande **tempo** da equipe
- Por fim, a maioria dos candidatos era de estudantes em busca do primeiro emprego e cheios de questões sobre suas áreas de atuação ou sobre as atribuições de vagas

- **Treinamento e Desenvolvimento**
- **Uncategorized**



## PESQUISE

PESQUISAR

Diante desses quatro desafios, a área de pessoas do Bridge entendeu que era necessária uma ação para tornar o processo seletivo mais claro e objetivo com as pessoas interessadas em trabalhar no laboratório.

## O caminho

Assim, Bridge estruturou o *b\_discovery*, evento para apresentar o laboratório, atrair **candidatos** e tirar dúvidas sobre vagas e **processo seletivo**. Elaborado em dois meses, o evento foi testado no chamamento do primeiro semestre de 2021. Como o público-alvo era principalmente universitário, optou-se pelo horário das 18h às 19h30, que não conflitava com as aulas dos períodos matutino, vespertino ou noturno, e também não atrapalhava a ida dos estudantes ao restaurante universitário na hora do almoço.

O teste deu certo e o *b\_discovery* já conta sete edições, com cerca de 140 inscrições por evento e 70 participantes ao vivo. No último processo seletivo, 549 pessoas se candidataram para sete vagas.

O *b\_discovery* acontece de modo *online*, no mesmo período de inscrições do processo seletivo. Ele se inicia com todos em uma mesma sala. Primeiro, há apresentações introdutórias do RH e também do CEO do Bridge, Jades Fernando Hammes, sobre o laboratório e sua trajetória.

## LEIA TAMBÉM

---

- [Tire todas as suas dúvidas sobre vínculo empregatício](#)
- [As 10 cidades com maiores vantagens para o trabalho remoto](#)
- [Desconhecimento: um motor para o futuro do trabalho](#)
- [Filme transforma Barbie em heroína do Natal da Mattel](#)
- [Semana de quatro dias na escola cresce nos EUA](#)

Na segunda parte do evento, os participantes se dividem em salas temáticas, de acordo com as vagas de interesse. Em cada sala, há um responsável pelo setor, que fala mais do dia a dia da equipe, das **vagas** disponíveis, das responsabilidades e dos desafios.

"Deixamos claro nossos valores e o que esperamos das pessoas que buscamos", diz Maria Laura de Souza, responsável pelo recrutamento e seleção do Laboratório Bridge.

## Resultados

Para aperfeiçoar o projeto, a empresa realiza pesquisas junto aos participantes a cada evento. O retorno recebido é que o *b\_discovery* faz todo o sentido. "Os candidatos contam que aprendem muito sobre o laboratório durante o evento e que ficam mais interessados no nosso processo seletivo. Com isso, sentimos que eles chegam mais preparados e engajados, conectados com a companhia", afirma Maria Laura.

O laboratório também faz pesquisa no *onboarding*, no primeiro dia da pessoa contratada e três meses depois, para entender como está o processo de adaptação e integração. Nessas pesquisas, mediu-se que as pessoas que passaram pelo *b\_discovery* estão mais alinhadas com o laboratório e a sua cultura. Antes do projeto, apenas 80% diziam entender perfeitamente as

rotinas e processos de suas equipes. Agora, são 100% de respostas afirmativas.

"As pessoas estão mais alinhadas com nossa cultura e isso tem se mostrado benéfico em diversas frentes. Diminuímos nosso *turnover*, durante e após o processo seletivo, já que reduzimos as quebras de expectativa. O *onboarding* também se tornou mais ágil para o RH, pois gastamos menos tempo explicando coisas básicas da empresa", explica.

O último processo seletivo a contar com um *b\_discovery* aconteceu em agosto de 2023. Para 2024, o Laboratório Bridge quer promover algumas mudanças. "Queremos otimizar o tempo das apresentações iniciais para irmos mais rapidamente para a parte das vagas e do nosso dia a dia. As informações mais gerais da companhia devem estar nas nossas redes sociais desde sempre. Também queremos reformular as salas dos participantes, criando divisões por áreas, como gestão e projetos", conta Maria Laura.

Confira abaixo as dicas do Laboratório Bridge para quem deseja criar um projeto semelhante.

## THINK & DO

- **Conheça o público que quer atingir:** O evento deve ser alinhado ao perfil das pessoas com as quais a empresa quer se conectar,

conhecendo suas particularidades e interesses.

- **Não tenha medo de testar:** O projeto precisa ir se adaptando com o passar do tempo, conforme surgem comentários do público presente.
- **Apresente o dia a dia real da empresa para se conectar às pessoas:**  
No evento, não basta só o RH ou o CEO falar da companhia. Pessoas de diferentes áreas devem estar presentes e mostrar o lado de quem vivencia tudo na prática.