

gestão

RH

ANO XXV • NOVEMBRO/DEZEMBRO 2016
EDIÇÃO 130
www.gestaoerh.com.br

CARREIRA CULTURA CORPORATIVA DIFÍCIL IGUALDADE DE GÊNERO

DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA



EMPRESA DO ANO | Philips

10 MAIS | Bradesco, Cia Hering, Copagaz, Ipiranga, Klabin,
Magazine Luiza, Pepsico, Pormade, Roche e Souza Cruz

EMPRESA DO ANO | BRASIL: Ipiranga A. LATINA: Votorantim

10 MAIS | BRASIL: Alelo, Atento, Bradesco, Lojas Americanas, Philips, Pirelli,
Roche, Souza Cruz, SulAmérica, Tokio Marine
AMÉRICA LATINA: Accor Hotels, Amil, Coca Cola Femsa, Localiza,
Magazine Luiza, McDonald's, Nestlé, Sealed Air, Walmart, Weg





EQUIPE COM SAÚDE

= EQUIPE MOTIVADA!



AGENDE JÁ NOSSA PALESTRA.

Organize sua SIPAT com as palestras gratuitas do Grupo Saúde e Vida.

Nossas palestras abordam temas relacionados à prevenção de doenças cumprindo as normas regulamentadoras, são recomendadas pela **APCD - Associação Paulista de Cirurgiões Dentistas** e pela **APM - Associação Paulista de Medicina** e tem como base didática as informações da **Universidade de Berkeley, USA**.

Informações: **11 4126 2506 | 4126 2505** | empresa@saudeevida.com.br



SIPAT A CUSTO ZERO!



www.gruposaudeevida.com.br

G R U P O
SAÚDE E VIDA

8



CAPA
AVANÇOS E RESISTÊNCIAS

28



FORNECEDORES
O QUE ESTÁ POR VIR

34



EPS - PGP
PRÁTICAS EFICAZES E SAUDÁVEIS

12

CAPA
VOCALIZANDO AS
DIFICULDADES COTIDIANAS

18

TECNOLOGIA PARA RH
25 ANOS DE INOVAÇÃO PARA
O RH

22

EPS - EMPRESA DO ANO
OUSADIA PREMIADA

50

ARTIGO
COMPLIANCE EM HOSPITAIS:
UMA NOVA ONDA DE
ACREDITAÇÃO ESTÁ A CAMINHO

54

ARTIGO
INTELIGÊNCIA EMOCIONAL GANHA
AINDA MAIS IMPORTÂNCIA EM
TEMPOS DE ECONOMIA INSTÁVEL

58

ARTIGO
SETE ERROS COMUNS QUE
DESTROEM UM NOVO NEGÓCIO
ANTES MESMO DE ELE COMEÇAR

62

ARTIGO
O PLANO DE SAÚDE
COMO DIFERENCIAL ESTRATÉGICO
PARA AS ORGANIZAÇÕES

64

GUIA DE FORNECEDORES

74

ANUNCIANTES DESTA EDIÇÃO



Alta performance com foco no paciente

Temos orgulho em reconhecer que, com um grupo de talentos inspirados e engajados, seguimos firmes no nosso propósito de levar cada vez mais saúde e qualidade de vida aos nossos pacientes. Para isso investimos no desenvolvimento de nosso time com foco em alta performance e, assim, mantemos nosso compromisso de oferecer soluções inovadoras que contribuam com o progresso da saúde.

Reconhecemos o valor da diversidade como uma das forças que nos move diariamente para superar os desafios e entregar resultados de excelência. Delegação, agilidade, e colaboração estão presentes em nosso dia-a-dia.

Somos muitos, trabalhando como um em todo Brasil, com objetivo de contribuir para um futuro melhor.

Somos Roche.



A revista Gestão RH entra no seu vigésimo quinto ano de existência. Ela surgiu no mercado editorial como RH em Síntese e foi um desdobramento natural dos Guias de Recursos Humanos (Brasil, São Paulo e Interior) realizados pelo jornalista Alexandre Garrett na década de 90, após deixar o jornalismo diário em jornais como Gazeta Mercantil, Folha de S. Paulo e Estadão.

Uma coluna jornalística semanal na Folha de S. Paulo, a AAPSA Informa, fomentou também seu nascimento como fruto dos relacionamentos no jornalismo econômico e dos contatos com os profissionais de RH na época. A RH em Síntese se desenvolveu graças a sua proposta de valorização dos profissionais gestores de pessoas nas empresas e dos fornecedores de produtos e serviços para a área.

Tendo como base os RHs das Maiores e Melhores Empresas Brasileiras (ranqueadas pela Exame), a revista estimulou desde seu primeiro ano de existência o reconhecimento das boas práticas na área através da criação do Prêmio Destaque RH. De lá para cá surgiram pesquisas como “RHs Mais Admirados do Brasil”, “100 Melhores Empresas em Cidadania Corporativa”, “150 Melhores em Práticas de Gestão de Pessoas (PGPs)”, “Indicador de Desenvolvimento Humano Organizacional (IDHO)” e “50 Empresas Psicologicamente Saudáveis (EPS)”, atendendo a uma necessidade do mercado de entender governança corporativa, saúde e segurança no trabalho, transparência e sustentabilidade nos negócios das grandes empresas, através da gestão de pessoas. A publicação também criou a premiação

“100 Melhores Fornecedores para RH”, valorizando prestadores de serviços e criadores de produtos para a área de RH.

Sua estrutura editorial, sempre voltada para conteúdos de relevância para seus assinantes e leitores, acabou criando uma área de eventos e treinamentos, com Ciclo de Palestras, Fórum Líder RH, Conferência Ibero-Americana, Inovatecrh, Encontro Nacional de Cidadania e Seminário dos RHs Mais Admirados do Brasil.

Os conteúdos desses eventos acabam sendo material para os principais temas da publicação, assim como as premiações. Sua presença digital começou há exatos 23 anos com a criação do seu site, e atualmente a revista conta com milhares de seguidores no Twitter e no Facebook.

O novo site (www.gestaoerh.com.br) apresenta uma configuração mais dinâmica e introduziu diversas novidades em sua navegação paralelamente à am-

pliação do seu conteúdo. Está inteiramente integrado com outras redes sociais e atualiza seus leitores diariamente sobre agenda de RH, trazendo data e programação de cursos, seminários e congressos, além de vídeos de interesse para todos. Ele também armazena o conteúdo da revista e fotos dos eventos realizados pela editora, guardando a história das nossas realizações.

Nesta edição apresentamos as empresas listadas entre as “150 Melhores em Práticas de Gestão de Pessoas (PGPs)” e as “50 Empresas Psicologicamente Saudáveis (EPS)” e destacamos algumas de suas boas condutas.

Boa leitura.



Alexandre Garrett
Editor & Publisher
garrett@grupogr.com.br



Revista GestãoRH

Uma publicação da GPN - Gestão de Pessoas e Negócios
Rua Lisboa, 890
Pinheiros - 05413-001
São Paulo, SP
(11) 4503-7125 / (11) 3168-0439
www.gestaoerh.com.br
www.grupogr.com.br

EDIÇÃO 130 - ANO XXV
NOVEMBRO/DEZEMBRO 2016

Jornalista Responsável
Alexandre Garrett - MTB 13.022/SP

Editor & Publisher
Alexandre Garrett
garrett@grupogr.com.br

Editor Assistente, Reportagem e Revisão
Adriano Garrett
redacao@grupogr.com.br

Publicidade e Marketing
Renato Fiochi
renato@grupogr.com.br

Internet e Assinaturas
assinatura@grupogr.com.br

Eventos
Joyce Silva
eventos@grupogr.com.br

Administração Geral
Renato Fiochi

Supervisão Geral
Susana La Farina Garrett
susigarrett@grupogr.com.br

Projeto Gráfico e Capa
José Roberto Saglietti

Impressão
Print Express



www.gestaoerh.com.br



A empresa mais premiada do Brasil.



Telefone 0800.757.1000

contato@graber.com.br - www.graber.com.br
Presença Nacional - Parcerias Internacionais

GRABER
SEGURANÇA



AVANÇOS E RESISTÊNCIAS

Por *Adriano Garrett*

Pesquisa faz raio-x das conquistas obtidas pelas mulheres no mercado de trabalho e mostra que questão cultural é obstáculo para uma evolução ainda maior



Entre as mulheres brasileiras que não estão trabalhando, 17% apontam o fato de não terem com quem deixar os filhos como principal motivo por não fazerem parte do mercado de trabalho. Este número se reduz a 0% quando relacionado aos homens que se encontram na mesma condição, dado que é significativo em relação a uma cultura em que a igualdade entre homens e mulheres em diversos campos, entre eles os ambientes familiar e empresarial, ainda está longe de ser alcançada.

Esta e muitas outras estatísticas reveladoras constam em um estudo apresentado no início de dezembro por Renato Meirelles, presidente do Instituto Locomotiva. Denominada

“Brasileiras – Como elas estão mudando o rumo do País”, a pesquisa foi uma das atrações do seminário homônimo organizado em São Paulo pelo instituto de Meirelles e pelo jornal El País.

O estudo reúne dados que revelam como as mulheres conciliam maternidade e mercado de trabalho, mostra como é a vida da mulher empreendedora, aponta como as brasileiras organizam vida profissional e familiar e esmiúça os desafios que as mulheres enfrentam na carreira profissional.

Em 2016, a massa de renda das mulheres brasileiras deve atingir R\$ 1,584 trilhão, valor que equivale ao PIB de países como Suécia e Bélgica. Enquanto a massa de renda dos homens cresceu 45%, a das mulheres aumentou 83% na última década. No Brasil, atualmente, 40% das mulheres são chefes de família (vistas como as pessoas mais importantes de seus lares). Em 1995, este número era de 20%.

Também tomando como referência as últimas duas décadas, houve uma adição de 9,3 milhões de brasileiras ao mercado de trabalho formal, número quase equivalente à população total de Portugal. No mesmo período, a população de mulheres cresceu 36% no Brasil, enquanto a população de mulheres com carteira assinada subiu 135%.

O aumento significativo está relacionado ao aumento na média de anos de estudo das mulheres, que estão mais presentes do que os homens no ensino superior. A escolaridade média das mulheres, que em 1995 era de 5,3 anos de estudo, saltou para 8,1 em 2015. Por outro lado, no mesmo período o número médio de filhos por mulher brasileira foi de 2,5 para 1,7, tendo este último dado se estabilizado a partir de 2011.

Além do componente de gênero, é ainda mais acentuada a desigualdade no sistema educacional e no mercado de trabalho quando levado em conta o fator racial. Entre quatro grupos pesquisados pelo Instituto Locomotiva, o que mais tem representan-

EM 2016, A MASSA DE RENDA DAS MULHERES BRASILEIRAS DEVE ATINGIR R\$ 1,584 TRILHÃO, VALOR QUE EQUIVALE AO PIB DE PAÍSES COMO SUÉCIA E BÉLGICA. ENQUANTO A MASSA DE RENDA DOS HOMENS CRESCEU 45%, A DAS MULHERES AUMENTOU 83% NA ÚLTIMA DÉCADA. NO BRASIL, ATUALMENTE, 40% DAS MULHERES SÃO CHEFES DE FAMÍLIA (VISTAS COMO AS PESSOAS MAIS IMPORTANTES DE SEUS LARES). EM 1995, ESTE NÚMERO ERA DE 20%.

A DESIGUALDADE DE GÊNERO SE TORNA MAIS PALPÁVEL E DOLOROSA NO CAMPO DAS RELAÇÕES COTIDIANAS NAS EMPRESAS. TRÊS EM CADA DEZ TRABALHADORAS BRASILEIRAS AFIRMAM QUE JÁ FORAM ASSEDIADAS POR UM SUPERIOR NO TRABALHO, ENQUANTO 43% DELAS DIZEM TER SOFRIDO PESSOALMENTE PRECONCEITO OU ALGUM TIPO DE VIOLÊNCIA NO TRABALHO

tes na universidade é o de mulheres brancas (21%), seguido por homens brancos (18%), mulheres negras (9%) e homens negros (6%).

Já quando se calcula a renda média do trabalho principal das pessoas que possuem ensino superior, a desigualdade de gênero salta aos olhos: homens brancos recebem o maior valor (R\$ 6590), seguidos por homens negros (R\$ 4730), mulheres brancas (R\$ 3915) e mulheres negras (R\$ 2870).

Tais dados surgem em decorrência de uma lógica cultural que muitas vezes naturaliza a desigualdade de gênero, sendo o machismo causa e consequência dela. Isto se verifica na crença de três em cada dez homens na afirmação de que “é justo mulheres assumirem menos cargos de chefia que homens, já que podem engravidar e sair de licença-maternidade” (Evelin Fomin fala sobre este pensamento distorcido em entrevista publicada na página 12).

Os papéis tradicionais de gênero atribuídos à mulher sobrecarregam sua atividade profissional. Entre quem trabalha ou já trabalhou, 21% dos homens acham difícil conciliar

a vida profissional e a pessoal. Esse dado sobe para 31% entre as mulheres.

Esta dificuldade se reflete em motivações diferentes para a ideia de abrir um negócio próprio. 33% das mulheres apontam como principal motivo para quererem empreender a possibilidade de ter um horário de trabalho mais flexível; já entre os homens, a principal motivação é poder ganhar mais dinheiro (44%).

A desigualdade de gênero se torna mais palpável e dolorosa no campo das relações cotidianas nas empresas. Três em cada dez trabalhadoras brasileiras afirmam que já foram assediadas por um superior no trabalho, enquanto 43% delas dizem ter sofrido pessoalmente preconceito ou algum tipo de violência no trabalho.

O desgaste provocado por uma série de condições adversas encontradas pelas mulheres no mercado de trabalho pode estar relacionado a outro dado: entre quem não está trabalhando e já trabalhou, 31% das mulheres pediram demissão do último emprego; entre os homens, esse número cai quase à metade (16%).

A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

EVOLUÇÃO EM DUAS DÉCADAS (1995-2015)

- O número de mulheres chefes de família dobrou, indo de 20% a 40%
- 9,3 milhões de brasileiras entraram no mercado de trabalho formal
- A escolaridade média das mulheres saltou de 5,3 para 8,1 anos de estudo

NECESSIDADE DE MUDANÇAS

- 73% dos brasileiros afirmam conhecer alguma mulher que já sofreu preconceito ou violência no trabalho
- Três em cada dez trabalhadoras afirmam que já foram assediadas por um superior no trabalho
- Renda média entre pessoas com ensino superior é maior entre homens (brancos ou negros) do que entre mulheres

Fonte: Instituto Locomotiva (com dados do IBGE)

*Nosso desafio é identificar
competências que se compatibilizem aos
valores e princípios de nossos clientes.*



grupo.net



GRUPO META RH
especialistas em recursos humanos



Há mais de 30 anos
Identificando talentos

11 5525 2711

grupometarh.com.br

VOCALIZANDO AS DIFICULDADES COTIDIANAS



Evelin Fomin é jornalista e idealizadora
do SomosMuchas.

**Projeto quer criar rede de mulheres
que avaliam seus ambientes de
trabalho anonimamente**

Uma espécie de “Melhores Empresas Para Trabalhar” ao estilo TripAdvisor, só que voltado exclusivamente para as mulheres atuantes no mercado de trabalho. É assim que se define o SomosMuchas, projeto que tem como objetivo inicial criar um site que dê espaço para que as profissionais avaliarem as empresas em que trabalham ou já trabalharam. Isso resultaria, em um segundo momento, na criação de um ranking a respeito do modo de desenvolvimento profissional da mulher praticado por essas companhias, instigando as organizações a aperfeiçoarem suas práticas.

Capitaneado por três mulheres – duas jornalistas e uma engenheira de computação –, o projeto ainda está em sua fase inicial, buscando apoio e investimento de fundações para conseguir se viabilizar. A meta é criar um grande banco de dados independente e confiável, a partir do qual, com o uso de algoritmo e estatística, será possível descartar possíveis informações falsas. Um dos principais trunfos é a garantia de anonimato, que tem o intuito de impedir possíveis represálias a quem responder o questionário.

“Uma das principais resistências que percebemos é a falsa ideia de que será uma plataforma de reclamação. Não é, não será. A reclamação tem a sua função, mas nossa ideia é a transparência de informação que parte das mulheres profissionais para que haja evolução da empresa. Ou seja, revelar os entraves, problematizá-los e, claro, resolvê-los”, aponta Evelin Fomin, idealizadora do SomosMuchas.

Em entrevista à Gestão RH, Evelin deu mais detalhes a respeito do projeto e pontuou as principais dificuldades encontradas por mulheres no ambiente de trabalho.

Gestão RH - Qual é a trajetória das fundadoras da iniciativa do SomosMuchas e quais foram as motivações iniciais para o advento do projeto?

Evelin Fomin - Somos mulheres profissionais. E ser mulher no ambiente competitivo do mercado de trabalho é ter de trabalhar o dobro, o triplo para que você seja notada e, acima de tudo, valorizada para cargos de liderança.

Eu sou jornalista e trabalhei como repórter, redatora e editora em vários veículos. Mas minha formação inicial como gestora aconteceu no Estadão. Depois, segui para outras empresas, como a Folha (de S. Paulo), coordenando uma equipe para a execução de projeto especial, e depois na revista inglesa Time Out São Paulo e na startup MoneyGuru, nas duas últimas ocupando cargos de gestão em maior grau.

A motivação inicial para o nosso projeto veio da observação, da experiência e dos testemunhos colhidos ao longo dessa jornada, para descobrir o óbvio: que a maioria das

empresas é um reflexo da nossa sociedade machista. É simples assim, não teria como ser diferente. A motivação do SomosMuchas é chamar atenção para isso, criando meios objetivos e positivos para a quebra de paradigmas.

Gestão RH - Antes e depois de você iniciar esta iniciativa, quais foram/são as principais reclamações de mulheres a respeito do tratamento recebido no ambiente de trabalho? Pode citar exemplos de casos específicos que chamaram atenção negativamente em relação às companhias? E os bons exemplos, são raros?

Evelin Fomin - Ainda não temos as nossas próprias métricas estatísticas, mas temos um volume de testemunhos fenomenal de reclamações de 1) falta de mentoria; 2) falta de plano de carreira; 3) falta de equivalência salarial; 4) falta de planejamento estratégico para a profissional grávida e/ou mãe; e 5) estrangulamento de oportunidades para a mulher depois dos 40 anos.



TEMOS UM VOLUME DE TESTEMUNHOS FENOMENAL DE RECLAMAÇÕES DE 1) FALTA DE MENTORIA; 2) FALTA DE PLANO DE CARREIRA; 3) FALTA DE EQUIVALÊNCIA SALARIAL; 4) FALTA DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA A PROFISSIONAL GRÁVIDA E/OU MÃE; E 5) ESTRANGULAMENTO DE OPORTUNIDADES PARA A MULHER DEPOIS DOS 40 ANOS





UM DOS EXEMPLOS COM MAIS DESDOBRAMENTOS NEGATIVOS É A FALTA DE MENTORIA, ALGO NEGLIGENCIADO DE FORMA GENERALIZADA. A FALTA DE MENTORIA FAZ COM QUE A POLÍTICA DA COMPETIÇÃO, DA TAPETAGEM, DA NECESSIDADE DE SOFRIMENTO PARA APRENDIZADO SEJA PASSADA DE GERAÇÃO EM GERAÇÃO, O QUE LEVA À REPRODUÇÃO DE MACHISMOS DE GESTORES HOMENS E MULHERES



Temos exemplos específicos de chefias que desrespeitavam descaradamente a linha sucessória de promoção de cargo de mulheres, escolhendo rapazes no lugar, com justificativas tão primitivas quanto “você é muito sensível, prefiro homens, que não correm o risco de chorar”. Ou outro caso em que um supervisor pediu demissão e a direção substituiu o cargo “provisoriamente” durante um ano sem nenhuma equiparação salarial, com diferença de 65% para menos. Obviamente, a substituta era uma mulher, que realizava as exatas mesmas funções que o antigo profissional homem.

Mas um dos exemplos com mais desdobramentos negativos é a falta de mentoria, algo negligenciado de forma generalizada. A falta de mentoria faz com que a política da competição, da tapetagem, da necessidade de sofrimento para aprendizado seja passada de geração em geração, o que leva à reprodução de machismos de gestores homens e mulheres.

Gestão RH - O fato de as mulheres receberem menos que homens que executam a mesma função é exclusivamente resultado de uma cultura patriarcal, ou há outros fatores que levam a isso? O silêncio e o medo de consequências individuais (como a perda do emprego) exercem papel importante na perpetuação desta disparidade? É por isso que o SomosMUCHAS é baseado no anonimato?

Evelin Fomin - É claro que, se formos na raiz do problema, teremos inúmeras questões estruturais que formaram o mercado de trabalho como o vemos hoje. Por exemplo, a criação de estereótipos de liderança e, com eles, a valorização de perfis duros, ásperos e não empáticos, todas elas características tidas como “masculinas”. É um problema de um sistema conservador, e também vem da base, da maneira como meninas e meninos são criados.

O mercado de trabalho não aceita lágrimas, vistas como sinal de fraqueza, e meninos não choram. Mas o mercado também vê indivíduos como máquinas de produção, e as mulheres em idade fértil são imediatamente vistas como um risco de investimento, o risco da maternidade a qualquer momento. Ou seja, esse cenário privilegia os homens, que, aliás, também são poupados das atribuições do lar. A dedicação profissional é outra e de forma estrutural, percebe?

Mas nunca isso pode justificar a diferença salarial, isso apenas explica uma situação profunda e complexa de estruturas patriarcais que já colocam a mulher em desvantagem aos olhos do mercado, que perpetua a disparidade salarial porque lhe convém.

O anonimato serve como um pacto de proteção anti-perseguição. Queremos que as mulheres se sintam confortáveis a fazer avaliações pelas quais elas não serão punidas.

Gestão RH - Quais são as principais falhas de planejamento de programas de mentoria e desenvolvimento de liderança para mulheres nas corporações brasileiras?

Evelin Fomin - Eu não saberia nem por onde começar, de tão vasto o assunto (risos). Mas eu elegeria a falta de clareza nas regras do jogo.

A comunicação tem sido avaliada como o cerne principal das desavenças, porque quando você não deixa as regras do jogo claras, você tem o controle, e não há meios racionais de quebrar essa barreira.

Mentoria parte do pressuposto da generosidade, de mostrar o caminho das pedras. No mercado de trabalho, sobretudo em níveis gerenciais, a cultura vigente é do cada um por si. Melhor parecer do que ser. A meritocracia, nesse aspecto, é uma falácia, ainda mais para a mulher. Não há espaço para novas formas de gestão.

PRECISA DE UMA SOLUÇÃO
PARA EXTRAIR O MELHOR
DOS SEUS TALENTOS?

Agente tem.



Melhore os resultados do seu negócio atraindo, retendo, gerenciando e capacitando os colaboradores com a solução de HCM da LG lugar de gente, a maior empresa brasileira especializada em tecnologia para gestão de RH do país, que possui uma oferta completa e integrada de produtos para gestão do capital humano.

Acesse lg.com.br e **saiba mais.**





ESSA É A BELEZA DESSE PROJETO: UMA CONSTRUÇÃO COLETIVA DE DADOS QUE VÃO MOSTRAR GENERALIDADES E ESPECIFICIDADES DAS NECESSIDADES PROFISSIONAIS DAS MULHERES. ESTAMOS BUSCANDO APOIO E INVESTIMENTO DE FUNDAÇÕES, JUSTAMENTE PARA CRIARMOS UMA BASE DE DADOS INDEPENDENTE, SEM VIÉS. É MUITO IMPORTANTE QUE A CONSTRUÇÃO DE BASE SEJA O MAIS ORGÂNICA POSSÍVEL



Gestão RH - Como a iniciativa do SomosMUCHAS tem sido recebida por possíveis investidores e aceleradoras? Qual será a trajetória tomada pelo projeto daqui para frente?

Evelin Fomin - Ainda estamos na fase inicial de criar massa crítica para o nosso projeto. Sem engajamento, não há métrica, não há dados. Aliás, essa é a beleza desse projeto: uma construção coletiva de dados que vão mostrar generalidades e especificidades das necessidades profissionais das mulheres.

Estamos buscando apoio e investimento de fundações, justamente para criarmos uma base de dados independente, sem viés. É muito importante que a construção de base seja o mais orgânica possível.

Gestão RH - Do que se trata a pesquisa de campo que o SomosMUCHAS fará para aferir o que as profissionais mulheres sentem que as impedem de avançar em suas carreiras? A ideia é avaliar quais tipos de empresas (pequenas, médias e/ou grandes)?

Evelin Fomin - Nossa ideia é explorar ao máximo o banco de dados que vamos ter e, a partir daí, avançar no trabalho de pesquisa, usando também o trabalho de apuração jornalística. Queremos ter um braço possível, embora mais restrito, para vídeos testemunhais. Aqui estaria nosso braço de conteúdo não-anônimo, sempre autorizado, é claro.

Há muitas mulheres hoje dispostas a dar a cara à tapa, muito mais do que imaginávamos. Mas também queremos fazer um giro nacional e pela América Latina, colhendo experiências positivas. Esta é a pesquisa de campo de que falamos, podendo ser sobre pequena, média ou grande empresa.

Gestão RH - Que tipo de resistência ao projeto você espera encontrar das empresas que serão

avaliadas no SomosMUCHAS? Há alguma outra iniciativa que serve como exemplo bem-sucedido desta tentativa de, ao tratar de casos individuais, contribuir para uma mudança geral de cultura organizacional?

Evelin Fomin - Uma das principais resistências que percebemos é a falsa ideia de que será uma plataforma de reclamação. Não é, não será. A reclamação tem a sua função, mas nossa ideia é a transparência de informação que parte das mulheres profissionais para que haja evolução da empresa. Ou seja, revelar os entraves, problematizá-los e, claro, resolvê-los.

Existem algumas iniciativas correlatas, como o InHerSight e o Fairy-GodBoss, ambas americanas, mas que tratam de casos coletivos, e não individuais. Nossa iniciativa também parte do coletivo para, depois, avaliar o microcosmo.

Gestão RH - Quais serão as precauções tomadas para garantir a veracidade das respostas e impedir a tentativa de fraudes das próprias empresas avaliadas?

Evelin Fomin - Algoritmo e estatística. Existe uma máxima de que estatisticamente não há massa crítica de informações falsas relevantes em sistemas de avaliação de serviço. Vamos fazer uso de sistemas de avaliação com princípios muito usados em gestão, em que respostas falsas aparecem com facilidade pelo conjunto da obra, por padrão de comportamento.

Gestão RH - A ideia é que a iniciativa se resuma ao site, ou há o objetivo de levar o debate para outros ambientes que não só o virtual?

Evelin Fomin - Ela parte do virtual e ganha o real. A experiência no site e na rede social serve de base de dados para, então, ganharmos a estrada, repartindo conhecimento, fomentando disruptões e quebra de paradigmas.



FA
BRI
CA
ANS nº 31.431-5

O Primeiro Plano Odontológico do Brasil



A Maior rede O Primeiro Plano

A maior rede de cirurgiões-dentistas do Brasil, a Uniodonto, é também o primeiro plano de saúde odontológica criado no país. Em 1972, a Uniodonto foi criada pelo compromisso de cirurgiões-dentistas com a qualidade. Há mais de quatro décadas, a Uniodonto do Brasil investe para proporcionar bem-estar, qualidade de vida e saúde a milhares de clientes em todo o país. Prevenção em saúde bucal, processos ágeis de gestão, foco no cliente, humanização do tratamento, inovação e tecnologia, são os atributos que há 45 anos constroem a marca Uniodonto.



(11) 5904.4400 • Rua Correia Dias, nº 185
Paraíso • São Paulo SP

uniodonto.com.br





25 ANOS DE INOVAÇÃO PARA O RH

No último mês de novembro a Techware completou 25 anos de existência. Nesse período, a empresa vem inovando o mercado de software e delineando novos contornos para tecnologia, BPO e cloud de folha de pagamento e RH.

Parceira da Oracle no Brasil e munida de toda expertise que uma empresa de um quarto de século pode ter, a Techware atende atualmente grandes

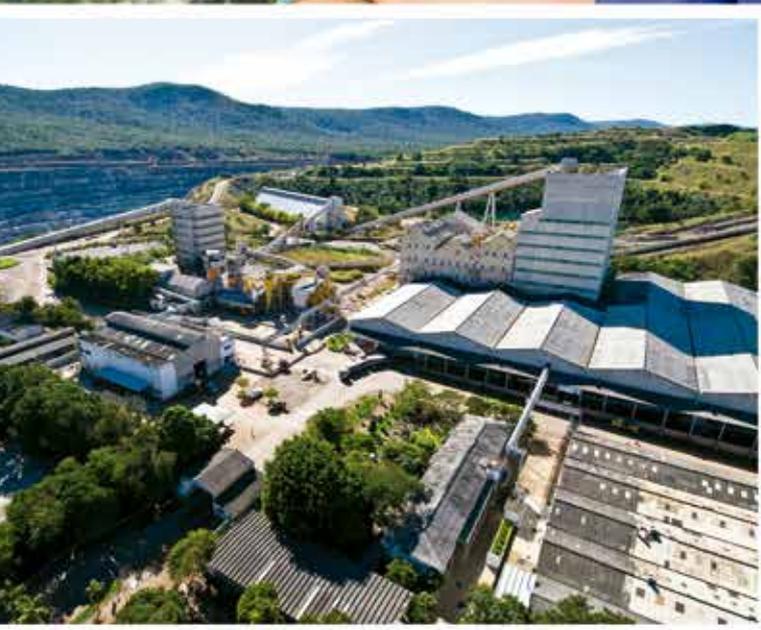
empresas de diversos segmentos, em sua maioria multinacionais, líderes em seus setores de atuação. Estão entre os mais de 120 clientes organizações como Avon, Net, Claro, Embratel, Senac, Sky e Atlas Schindler.

Milhares de pessoas, contratadas ou prestadoras de serviços dessas companhias, recebem mensalmente seus pagamentos, benefícios, horas extras e têm a gestão de seu desenvolvimento

profissional, da contratação ao desligamento, através do software produzido pela Techware.

Para celebrar este momento a Techware criou uma campanha que teve início em agosto de 2016, e ainda reserva muitas surpresas para o decorrer de 2017. O conceito foi pensado de forma a unir a cultura e o jeito de ser Techware às características atribuídas a um jovem de 25 anos. É a união en-

PESSOAS SÃO O NOSSO MAIOR VALOR



A SAMA – Minerações Associadas é reconhecida internacionalmente pelas boas práticas que realiza, diariamente, para a produção segura e sustentável do amianto Crisotila. Esse é o nosso compromisso! Mas, quando o assunto é gestão de pessoas, está sempre à frente com práticas que valorizam o ser humano. Essa é a nossa conquista!

A cada ano, novos prêmios comprovam o diferencial do nosso jeito de melhorar o relacionamento e o desenvolvimento de pessoas. Mas, o mais importante é que nossas lideranças também são reconhecidas, em todo o País, como uma das melhores equipes de Recursos Humanos do Brasil. Por isso, podemos afirmar que pessoas são o nosso maior valor!



www.sama.com.br

Amianto Crisotila



tre a energia criativa, inovadora e ágil das startups da era digital à solidez e experiência de uma pioneira nacional no desenvolvimento de software.

Para traduzir este momento empresarial em peças publicitárias a empresa trabalhou com a imagem de jovens, remetendo a energia, disposição, curiosidade, ousadia e inquietação, atributos característicos de pessoas com 25 anos.

“Contamos sempre com o que há de mais inovador no mercado de software para gestão de RH. Somos abertos para o novo, com o olhar no agora e no futuro”, comenta Aline Galeano, supervisora de Marketing da Techware.

A campanha dos 25 anos tem em sua composição, além da série de anúncios que fizeram o lançamento oficial, a comunicação visual no estande do Conarh e Expo ABRH, ações nas redes sociais e depoimentos em vídeos de clientes e funcionários Techware. Todos terão a oportunidade de contar sua trajetória na empresa, ou como cliente, no decorrer deste quarto de século.

FESTA

Para celebrar o aniversário da Techware, em novembro, houve uma grande comemoração. A festa aconteceu no Espaço do Bosque do E-business Park com um almoço diferente:



“
CONTAMOS SEMPRE
COM O QUE HÁ DE
MAIS INOVADOR
NO MERCADO DE
SOFTWARE PARA
GESTÃO DE RH.
SOMOS ABERTOS
PARA O NOVO, COM O
OLHAR NO AGORA E
NO FUTURO



opções de entradas, sorvetes e food-trucks de lanches e massas prepararam a todos para uma tarde inesquecível.

A palavra dos diretores e fundadores Techware ganhou contornos surpreendentes quando, após pincelar a história da companhia, apresentaram o resultado do Trabalho de Cultura, conduzido pelo Consultor Rogério Chér no decorrer de 2016.

Foram exibidos os depoimentos de clientes e colaboradores Techware que vivenciaram e ajudaram a construir essa trajetória de sucesso e não poderiam ficar de fora da festa. No final de uma tarde ensolarada, o brinde às conquistas e ao futuro finalizou um dia mais que especial.

CALENDÁRIO 2017

JAN

27 CICLO DE PALESTRAS
Liderança Positiva: estratégias
para construir equipes campeãs

FEV

21 OS 100 MELHORES
FORNECEDORES PARA RH

CICLO DE PALESTRAS
Estratégias de Renovação Cultural
– Aprendizagem em tempos de
complexidade

Criação de ambientes propícios
para aprendizagem e mudanças

MAR

2 CICLO DE PALESTRAS
Condução de Diálogos Difíceis
nas Organizações

Liderança Positiva: como Construir e
Aproveitar os Pontos Fortes das Equipes

14 AS MELHORES EMPRESAS EM
CIDADANIA CORPORATIVA

30 ENCONTRO NACIONAL DE
CIDADANIA EMPRESARIAL E
RESPONSABILIDADE SOCIAL

ABR

11 CICLO DE PALESTRAS
Como Engajar Colaboradores para
Transformar Aprendizagem em
Performance

Foco e Atenção para Líderes Campeões:
Construindo Estados Internos para
Performance Sustentável

27 AS MELHORES EMPRESAS
EM IDHO

MAI

9 CICLO DE PALESTRAS
Realização Pessoal e Profissional:
uma Reflexão para Políticas de RH
nas Organizações

Como Fazemos Nossa Gestão
Motivando Pessoas

25 FÓRUM LÍDER RH

JUN

20 OS RHS MAIS ADMIRADOS
DO BRASIL

29 CICLO DE PALESTRAS
Gestão da Complexidade

Como Fazemos Nossa Gestão
Motivando Pessoas

JUL

6 CICLO DE PALESTRAS
Tornando o Trabalho Significativo:
o Engajamento em Escolhas Coletivas

Identificação de Talentos na Empresa:
Aproveitando o Melhor das Pessoas

27 CONFERÊNCIA IBERO
AMERICANA DE LIDERANÇA

AGO

24 SEMINÁRIO OS RHS MAIS
ADMIRADOS DO BRASIL

31 CICLO DE PALESTRAS
Gestão da Emoção nas Organizações

Saúde e Políticas Anti-estresse

SET

2 150 EMPRESAS EM BOAS
PRÁTICAS DE GESTÃO DE
PESSOAS - PGPS

31 INOVATECRH

OUT

10 CICLO DE PALESTRAS
Tornando o Trabalho Significativo:
o Engajamento em Escolhas Coletivas

Gestão de Mudanças: Transformações
nas Organizações Globais

26 AS EMPRESAS PSICOLÓGICAMENTE
SAUDÁVEIS

26 OS 300 MELHORES FORNECEDORES
PARA RH 2018

NOV

23 CICLO DE PALESTRAS
Liderança e Assertividade

Realização Pessoal e Profissional:
uma Reflexão para Políticas de RH
nas Organizações

Foco e Atenção para Líderes Campeões:
Construindo Estados Internos para
Performance Sustentável

PROGRAMME-SE!

gestaoerh.com.br





OUSADIA PREMIADA

Chefiado por Tania Tereskovae, RH da Philips traz práticas inovadoras que levaram a companhia a conquistar o título de “Empresa do Ano”

Os resultados adquiridos na atual gestão de Tania Tereskovae como diretora de RH da Philips do Brasil estão diretamente relacionados ao prêmio de “Empresa do Ano” conquistado pela companhia na mais recente edição

da pesquisa “50 Empresas Psicologicamente Saudáveis (EPS)”, promovida pela revista Gestão RH.

A profissional atuou como diretora de Recursos Humanos da Philips Lighting durante anos e agora está na Philips HealthTech, como respon-

sável pela gestão em RH de Health Systems e Personal Health. A versatilidade se revela em suas outras funções: ela é também palestrante em temas sobre carreira, comunicação, relacionamento interpessoal, liderança e motivação e atua como

EDUCAÇÃO CORPORATIVA

ESSE É O NEGÓCIO

CR BASSO,
O PARCEIRO DE
CONFIANÇA QUE SUA
EMPRESA PRECISA!

Acesse nossas soluções
www.crbasso.com.br



CR BASSO

Há 21 anos desenvolvendo
profissionais e organizações.



- ▷ Cursos Abertos
- ▷ Cursos *In Company*
- ▷ Programas de Liderança
- ▷ Palestras

140 *Cursos
Disponíveis!*

Acesse nosso site e confira as melhores
soluções em Cursos Corporativos



Eleita em 2016 como
Melhor Avaliada Consultoria
de Treinamento do Brasil
pela Revista Gestão e RH.



7 em cada 10 das 500
Maiores Empresas da
Revista Exame contratam
a **CR BASSO**.



93,9% é o Grau de
Satisfação dos nossos
treinandos nos últimos
12 meses.



Tania Tereskovae,
diretora de RH da Philips



DESENVOLVER E CAPACITAR OS GESTORES É UMA DAS FORMAS MAIS EFICAZES DE CONSTRUIR UMA EQUIPE FORTE E, CONSEQUENTEMENTE, UMA ORGANIZAÇÃO MAIS SÓLIDA E PREPARADA. O GESTOR É O CATALISADOR QUE GERA A QUÍMICA PARA O TRABALHO



mestre de cerimônias em eventos corporativos e sociais.

Na Philips, uma das marcas de Tania é a criação do passaporte do Plano de Desenvolvimento. Ele está baseado no conceito 70/20/10 (70% de aprendizado com experiências próprias, 20% de aprendizado com os colegas e 10% de aprendizado através de cursos) e possui três pilares de atuação: excelência operacional, competências técnicas e competências comportamentais e de liderança. O programa consiste em manter uma trilha de desenvolvimento sustentável a todos os colaboradores e trainees da organização, com programas que estão dentro da Philips University até ações de desenvolvimento presenciais.

“Desenvolver e capacitar os gestores é uma das formas mais eficazes de construir uma equipe forte e, consequentemente, uma organização mais sólida e preparada. O gestor é o catalisador que gera a química para o trabalho. Um líder verdadeiramente inspirador vai além de comunicar as estratégias e manter um clima de transparência perante a sua equipe; inspirar significa ajudar o colaborador a encontrar a relevância de seu trabalho e o verdadeiro sentido dele

no ambiente organizacional”, ressalta Tania.

TRAJETÓRIA DE INOVAÇÃO

A Philips é a marca líder em inovação para Saúde e Bem-Estar, e acompanha as pessoas em todas as fases da vida. Seu posicionamento diz respeito ao *continuum of care*, sendo a Philips atuante em todo o ciclo de vida da pessoa, desde o nascimento até o final da vida. Trata-se de um movimento global da companhia para promover uma verdadeira transformação interna para continuar oferecendo inovações que façam a diferença na vida das pessoas.

Neste contexto, o objetivo da estratégia de Recursos Humanos da Philips é aperfeiçoar os caminhos relacionados com saúde e bem-estar, implementando e renovando estratégias e ações que possam estimular e ajudar seus colaboradores a adotar uma rotina mais harmoniosa.

Para a Philips, a gestão de pessoas é parte fundamental da empresa. A empresa acredita que a forma como seus colaboradores trabalham melhora a eficiência e utilização do espaço, reduz o impacto ambiental, otimiza o tempo de trabalho, aumenta a produtividade, atrai, retém e desenvolve pessoas, aumenta a satisfação e o engajamento, otimiza a comunicação e o trabalho em conjunto.

A Philips é uma empresa com foco em inovação. A inovação está não só nos produtos e serviços oferecidos, mas também na estrutura organizacional da empresa.

Em 2009, a empresa criou um modelo global de trabalho chamado Workplace Innovation, com o objetivo de ser a melhor empresa para se trabalhar: um lugar em que o funcionário se sentisse bem e que oferecesse mais liberdade para ser criativo, produtivo e eficiente.

O espaço compartilhado de trabalho é projetado de acordo com a atividade que o funcionário exerce, de forma a permitir que ele tenha o melhor desempenho e de sua equipe. Com o Workplace Innovation, é



Celebre momentos
especiais com as
cestas Calu!

**NOSSAS CESTAS SÃO PREPARADAS
COM OS MELHORES PRODUTOS DO MERCADO**

• ENTREGA RÁPIDA E COM SEGURANÇA •



**GRANDE
VARIEDADE**
CESTAS BÁSICAS E
NATALINAS

CALU
ALIMENTOS
CESTAS BÁSICAS

(11) 3019-3010 • WWW.CESTACALU.COM.BR



UM LÍDER
VERDADEIRAMENTE
INSPIRADOR VAI
ALÉM DE COMUNICAR
AS ESTRATÉGIAS E
MANTER UM CLIMA
DE TRANSPARÊNCIA
PERANTE A SUA
EQUIPE; INSPIRAR
SIGNIFICA AJUDAR
O COLABORADOR
A ENCONTRAR A
RELEVÂNCIA DE
SEU TRABALHO E O
VERDADEIRO SENTIDO
DELE NO AMBIENTE
ORGANIZACIONAL



possível compartilhar informações e trabalhar em conjunto com os outros de uma maneira mais fácil.

Os princípios básicos do Workplace Innovation são:

- Locais de trabalho compartilhados: cria um espaço convidativo para o trabalho individual ou em equipe.
- Flexibilidade: permite que se trabalhe onde e quando for mais eficiente, contando com suporte tecnológico e uma abordagem de desempenho com foco em resultado.
- Mobilidade: soluções de tecnologia inteligentes que oferecem suporte ao trabalhar individualmente ou em equipe em qualquer lugar.
- Sustentabilidade: reduz o impacto ambiental da empresa, diminuindo gastos desnecessários com viagens, uso de energia e papel, etc.
- Compartilha e colabora: cria um ótimo ambiente de trabalho que inspira e envolve todos os funcionários a trabalhar em conjunto de

forma mais eficiente e compartilhar informação. Também ajuda a Philips a se tornar um empregador realmente líder que consegue atrair e manter grandes talentos.

- Fidelidade à marca: contribui para a visão da companhia de saúde e bem-estar, possibilitando que as pessoas desenvolvam um melhor equilíbrio entre a vida pessoal e o trabalho.

A Philips Brasil aderiu ao projeto em 2010 e foi um dos primeiros países da América Latina a implementar este modelo.

Com o objetivo de disseminar essa nova forma de trabalho, na Philips todos os funcionários recebem um notebook e um celular quando são contratados, pois assim podem trabalhar de qualquer lugar. Dessa forma, não há mais lugares fixos, do estagiário ao gestor.

O processo teve início antes mesmo da implementação do projeto. A estratégia-chave foi composta por campanhas internas. Foram produzidos vídeos explicativos sobre a nova infraestrutura (por exemplo, mesas sem baias e escaninhos individuais no lugar de gavetas) e sobre como seria a interação com esse novo espaço, inclusive do ponto de vista de sustentabilidade, com iluminação em LED com sensor de presença e dimerização. Também foram realizados Cleaning Days, para motivar os funcionários a se desfazerem de coisas, papéis que não fossem mais utilizados ou necessários.

Com o entendimento das mudanças nas necessidades das pessoas e na forma de trabalhar, o projeto Workplace Innovation também proporciona flexibilidade nos horários de trabalho, permitindo que os funcionários trabalhem de forma remota uma vez por semana, por meio de acordo entre equipes e chefia. A Philips acredita que esses benefícios de flexibilidade de horário e de mobilidade de local de trabalho contribuem para a atração e retenção de talentos.



ORGULHO DE SER SEALED AIR

Temos orgulho em ser uma empresa com 25 mil profissionais no mundo todo, dedicados a oferecer soluções sob medida para nossos clientes, reimaginando seus mercados e contribuindo para criar um modo melhor de viver.

SEALED AIR, LISTADA ENTRE AS 25 EMPRESAS
MAIS ADMIRADAS PELOS PROFISSIONAIS
DE RECURSOS HUMANOS.



O QUE ESTÁ POR VIR

Fornecedores para RH fazem balanço de 2016 e contam suas expectativas para o próximo ano

Por **Adriano Garrett**

Uma crise econômica e institucional do tamanho da que o Brasil tem enfrentado ao longo deste ano fatalmente gera um efeito dominó que prejudica os negócios dos diversos agentes econômicos. Tal constatação não escapa ao setor dos fornecedores de produtos e serviços para Recursos Humanos, que precisa se adequar aos cortes de custos pelos quais as princi-

pais companhias atuantes em território nacional têm passado.

Desde 2007, a revista Gestão RH valoriza o trabalho do setor através da pesquisa "300 Melhores Fornecedores para RH", que terá a sua mais nova edição celebrada em evento no dia 21 de fevereiro de 2017, quando serão anunciados os vencedores nas categorias "Empresa do Ano", "Empre-

sa Revelação", "10 Mais", entre outras.

Dando conta da amplitude e da diversidade do mercado de fornecedores para RH, que exerce serviços primordiais para empresas de qualquer ramo, a pesquisa avalia as práticas direcionadas aos clientes nas áreas de benefícios, talentos, tecnologia para RH, gestão do negócio e facilities&service.

Com 2016 chegando ao fim sem deixar saudades para muitas pessoas e empresas, fomos em busca de fornecedores para RH de diferentes setores para saber qual foi a avaliação deles sobre os negócios ao longo do ano e quais são as perspectivas das companhias para o futuro próximo.

SAÚDE

O simples olhar para os dados macroeconômicos não basta para dar conta das particularidades de cada área. Exemplo disto é o setor de saúde suplementar. Somente entre junho de 2015 e junho de 2016, os planos médico-hospitalares perderam 1,6 milhão de beneficiários, conforme dados apurados pelo IESS (Instituto de Estudos de Saúde Suplementar). Tal impacto trouxe enormes desafios para companhias como a Qualicorp, grupo empresarial líder brasileiro na comercialização e administração de planos de saúde coletivos e serviços em saúde.

Em um momento em que a avaliação da necessidade de cada investimento é constante nas gerências de grandes companhias, a inovação se torna fundamental para que os contratos dos fornecedores sejam mantidos e até ampliados.

No caso da Qualicorp, 2016 foi o ano em que a empresa criou uma plataforma de cursos sobre gestão de plano de saúde empresariais e o mercado de saúde suplementar. O objetivo estratégico é o de qualificar gestores que tomam decisões relativas a planos de saúde em suas empresas, mas muitas vezes desconhecem dados de mercado e questões técnicas que podem ajudar na escolha das melhores opções.

“Também criamos uma metodologia própria para georreferenciar os usuários em seus domicílios levando em conta a localização da rede credenciada utilizada. Isso tem permitido redesenhar produtos com mais eficiência e inteligência, bem como definir políticas de gestão mais alinhadas à real necessidade da população”, conta Luiz Feitosa, supe-



Luiz Feitosa, superintendente técnico-atuarial empresarial da Qualicorp

rintendente técnico-atuarial empresarial da Qualicorp.

Os diferenciais construídos ao longo da trajetória da companhia, como o grande investimento na capacitação técnica e de atendimento de seus colaboradores, com treinamentos presenciais e também online, além da inscrição na Bolsa de Valores de São Paulo com nível de governança “Novo Mercado”, fizeram com que a Qualicorp tivesse melhores possibilidades de se adaptar ao momento de instabilidade atravessado pelo País e pelo setor.

“Considerando o cenário de contenção de custos das empresas, nos adaptamos com formas mais modulares e flexíveis de remuneração como, por exemplo, trocar a corretagem por valor de consultoria, oferecer serviços contratados de forma modular, atuar com metas com success fee e disponibilizar contratações pontuais para serviços específicos”, completa Feitosa.



Daniela Mendonça, presidente da LG lugar de gente

TECNOLOGIA PARA RH

A LG lugar de gente é especializada em prestar serviços para grandes companhias. Há mais de três décadas no mercado, a empresa sediada em Goiás atua em todo o território nacional, atendendo a mais de 900 clientes diretos e indiretos, incluindo nomes como Ambev, Vale, Oi, Carrefour, Grupo Santander, Natura, SBT, Hering, SulAmérica, EcoRodovias e Rede Globo.

Maior companhia brasileira especializada em soluções de tecnologia para RH, a LG lugar de gente tem um histórico de destaque por sair na frente dos concorrentes em momentos importantes de mudança de adoção de softwares pelas empresas. Em 2016, a empresa teve crescimento, quando comparado aos dados do ano anterior.

“De forma geral, nós procuramos investir em tecnologia para automatizar os nossos processos, aumentando assim a produtividade das nossas equipes. Além disso, fizemos vários eventos de disseminação de conhecimento ao mercado sobre assuntos pertinentes ao RH (como

o eSocial, por exemplo) para que as empresas entendam que, apesar da crise, temos que seguir em frente e nos preparar para as mudanças que virão”, conta Daniela Mendonça, presidente da companhia.

A principal novidade da LG lugar de gente no ano foi o lançamento da Suíte Gen.te nuvem, nova plataforma de gestão de pessoas em nuvem que permite a redução da rotatividade, contratação assertiva, diminuição de custos com atividades operacionais e a gestão e desenvolvimento dos talentos da empresa. Esta tecnologia vem sendo desenvolvida há seis anos, e recebeu mais de R\$ 30 milhões em investimentos, se tornando a partir de agora o carro-chefe entre os produtos da organização.

“Nossos planos para 2017 estão totalmente voltados para oferecer essa nova oferta ao mercado, buscando atrair novos clientes. Vamos ampliar os canais de distribuição, para alcançarmos inclusive segmentos de mercado nos quais até então não tínhamos uma boa abrangência”, projeta Mendonça.

ALIMENTAÇÃO

Enxergar as novas oportunidades em momentos de crise é tarefa dos bons gestores. A De Nadai - empresa brasileira que há quase quatro décadas oferece serviços de alimentação e soluções criativas aos clientes corporativos dos segmentos industrial, administrativo, hospitalar, contact center e hotelaria marítima – buscou este caminho em 2016, ciente de que a crise também fez com que muitas empresas fossem ao mercado em busca de alternativas para o fornecimento alimentício.

“Buscamos oferecer novas soluções para clientes que precisaram rever seus investimentos e, ao mesmo tempo, manter a qualidade das soluções oferecidas a seus colaboradores. Neste sentido, ao atendê-los neste momento, estreitamos ainda mais nossos laços e fidelizamos nossos clientes”, conta Fernanda Oliveira, gerente comercial da empresa.

O trabalho da De Nadai em 2016 foi voltado para aprimorar as suas marcas, que representam uma evolução do antigo conceito de “refeitório” para o conceito de “restaurante”, em que o colaborador desfruta de uma refeição de qualidade em um ambiente com design moderno e agradável. As três soluções apresentadas são o Restaurante Autêntico (variedade em opções de alimentação), o Restaurante Tempero & Arte (menus especiais, desenvolvidos para agradar aos paladares mais diferenciados) e a Cafeteria Aroma & Sabor (refeições mais rápidas, como lanches, salgados, snacks e café de alta qualidade).

Mesmo em meio à crise, a De Nadai vem crescendo robustamente nos últimos anos: em 2014, foram 23,5% de alta, e em 2015, 10%. Já para 2016, a projeção é de crescimento de 24%.

“O ano de 2017 marcará os 40 anos de atuação da empresa, e estamos preparando comemorações especiais ao longo do ano. Estamos certos de que teremos um ano produtivo, estreitando cada vez mais o relacionamento com nossos clientes atuais e conquistando novas parcerias”, projeta a gerente comercial da De Nadai.

ENSINO

A área de treinamento e desenvolvimento costuma ficar sob alerta sempre que há uma crise. O impacto não foi diferente na ISAT, empresa digital que presta serviços para as áreas de ensino, treinamentos e eventos digitais. O objetivo da companhia é conectar pessoas e gerir processos com o uso e desenvolvimento das tecnologias da informação.

A empresa avalia 2016 como um ano de reestruturação e reposicionamento dos negócios, produtos, imagem e ações. Para enfrentar o difícil momento econômico, a ISAT inovou nos processos de atendimento, entrega e prospecção.

Outra novidade foi o lançamento



À esquerda, Fernanda Oliveira, gerente comercial da De Nadai; à direita, Cristiano Franco, diretor comercial e de marketing da ISAT

de três novos produtos: plataforma de gamificação com programa real de recompensa (milhas e produtos); Academia de Capacitação ISAT; e plataforma de conexão com bibliotecas de conteúdos de terceiros.

“Temos uma expectativa grande a partir do segundo trimestre de 2017. Estamos criando uma nova área de entregas e parcerias com soluções mais completas. Outros detalhes estamos guardando como novidades para nossos clientes”, diz Cristiano Franco, diretor comercial e de marketing da ISAT.

BENEFÍCIOS

A VR Benefícios foi a primeira empresa de seu segmento a permitir que todas as informações disponíveis no site se adaptem à tela dos diversos smartphones dos clientes. Através da plataforma VR e Você (site e app), quem utiliza os cartões VR Benefícios pode fazer todo tipo de consulta sobre os produtos Alimentação, Refeição, Natal, Cesta, Auto e Cultura, desde alterar a senha do cartão até bloqueá-lo por



No alto, Carolina Ignarra, consultora de inclusão de profissionais com deficiência e sócia da Talento Incluir; acima, Estanislau Bassols, CEO da VR Benefícios

INCLUSÃO

Apostando nos inúmeros benefícios mútuos gerados pela aposta na diversidade dos funcionários, a Talento Incluir é uma empresa que atua na inclusão de pessoas com deficiência na sociedade através do mercado de trabalho. A concepção da empresa é que o acesso ao trabalho é a melhor maneira para que as pessoas com deficiência trilhem suas vidas com dignidade.

A empresa desenvolve programas de inclusão customizados às necessidades de cada empresa, separados em quatro etapas: conscientização (disseminação de informações), inclusão (preparo e indicações para as contratações), retenção (desenvolvimento dos profissionais com deficiência) e manutenção (acompanhamento de cultura inclusiva).

Em 2016, em respeito ao cenário econômico, os investimentos para inovação não foram o foco, mas sim a divulgação de soluções com maior abrangência de mercado que já tinham sido desenvolvidas em 2015. Contudo, a facilidade da empresa em customizar serviços continuou sendo um bom diferencial.

Para o ano que vem, a aposta em novos projetos começa por uma parceria com o site Vagas.com que resultou no lançamento de uma pesquisa para empresas e profissionais com deficiência. Além de dados essencialmente importantes para o mercado, os resultados apontaram as necessidades e expectativas dos clientes.

“Para 2017 desenhamos uma estratégia com o objetivo de voltar a crescer, com mais investimento em ações comerciais, aproximação dos nossos clientes atuais e reaproximação de antigos clientes. Planejamos desenvolvimento de novos conteúdos de treinamentos, novas ações para as empresas e novas formas de apoiar nossos candidatos com deficiência na busca por oportunidades de trabalho”, aponta Carolina Ignarra, consultora de inclusão de profissionais com deficiência e sócia da Talento Incluir.

perda e roubo, além de verificar a rede credenciada e indicar estabelecimentos para que a VR realize uma parceria.

A companhia lançou também um novo cartão VR Alimentação Natal, uma opção inteligente para presentear os funcionários, pois, além de conferir liberdade de escolha, possibilita acesso a descontos exclusivos em lojas como Ri Happy, Centauro e Saraiva, e também destina parte de suas vendas para entidades beneficentes.

2016 marcou também a entrada da VR Benefícios nas redes sociais (Facebook e LinkedIn), além do YouTube e Reclame Aqui, site no qual é a empresa de benefícios com os melhores índices, algo já mensurado anteriormente pelas sete eleições como a empresa que mais respeita o consumidor na categoria de benefícios, em pesquisa da Revista Consumidor Moderno.

“Continuaremos a avançar e inovar em 2017, levando ainda mais serviços relevantes e que nos aproximem mais das pessoas, quando e onde elas estiverem, da maneira como preferirem. Entendemos que essa é a verdadeira fórmula de crescimento”, afirma Estanislau Bassols, CEO da VR Benefícios.

INOVE EM SEU RH

Solicite uma demonstração

[11] 2168-8920

comercial@elancers.net



NOVIDADE

e-Gestão de Pessoas

Todas as soluções em um único lugar

www.elancers.net

Reduza pela metade seu custo com R&S

- Gestão completa dos processos seletivos ✓
- Aplicação de testes e provas online ✓
- Controle da equipe de recrutamento e seleção ✓
- Relatórios completos em tempo real ✓
- Página trabalhe conosco totalmente personalizada ✓
- Recrutamento interno, externo e base exclusiva ✓
- Interface com sistemas de folha de pagamento ✓
- Redução de 50% do seu custo garantida no fechamento ✓**



SOMOS REFLEXO
DAS NOSSAS
ATITUDES. ELES
TAMBÉM SÃO.

A APAE DE SÃO PAULO trabalha para promover a inclusão de jovens com Deficiência Intelectual e contribui para o desenvolvimento de suas potencialidades. Contrate uma pessoa com Deficiência Intelectual. A sua atitude tem um imenso reflexo e muda a vida de muita gente.

Para tirar suas dúvidas, envie e-mail para flaviogonzalez@apaesp.org.br ou entre em contato através do telefone (11) 5080-7013.

www.apaesp.org.br

zer011

Apoio:



Ministério da
Saúde



Inclusão Profissional
da Pessoa com
Deficiência Intelectual



PRÁTICAS EFICAZES E SAUDÁVEIS

Empresas reconhecidas pelas pesquisas
“150 Melhores em Práticas de Gestão de Pessoas
(PGPs)” e “50 Empresas Psicologicamente Saudáveis
(EPS)” apontam seus principais diferenciais



ENGAJAMENTO E RECONHECIMENTO

Por causa da diversificação do mercado de trabalho na era digital e da mudança de mentalidade das novas gerações, hoje é cada vez menos frequente a permanência de colaboradores por um longo tempo em uma mesma companhia. Este fato faz com que os departamentos de Recursos Humanos tenham que inovar para convencer seus principais talentos a seguirem engajados ao longo do tempo.

Na **Tokio Marine**, empresa apontada entre as “10 Mais Brasil” na pesquisa PGP e como “Destaque Equilíbrio Vida e Trabalho” no levantamento EPS, o caminho para a motivação passa pela Participação nos Lucros e Resultados e Remuneração Variável (PLR), que contribui para deixar claro aos colaboradores o que é importante para a companhia em termos de desempenho, produtividade, trabalho em equipe, gestão, entre outros.

“Além disso, nosso completo pacote de benefícios é considerado um dos melhores do mercado de seguros e também das empresas em geral. Entre nossos benefícios, oferecemos participação nos lucros e resultados; programa BemViver – serviço de assessoria particular; prática esportiva, em que a companhia subsidia, parcialmente, o custo de academias; Programa de Gestante; auxílio-creche ou babá; entre outros”, aponta Juliana Zan, gerente de Recursos Humanos da Tokio Marine.

Na **Klabin**, apontada entre as “10 Mais” na pesquisa EPS, o Programa Único de Reconhecimento (PUR)–, que premia diferentes iniciativas, como participação em Times Internos de Melhoria - TIMs, atuação como instrutor interno, brigadista ou auditor, além de situações de recorde de produção –, auxilia a empresa a conseguir uma entrega de resultados satisfatória.

“Também criamos o Programa de Meritocracia, para alavancar a cultura meritocrática, regulamentando as movimentações salariais. Entre os objetivos, destaco o de reconhecer e manter os colaboradores que realmente fazem a diferença; manter a competi-



No alto, Juliana Zan, gerente de RH da Tokio Marine; acima, Sergio Piza, diretor de Gente & Gestão da Klabin

vidade salarial com o mercado, garantindo a remuneração adequada; levar também o desempenho de cada colaborador à plenitude esperada e proporcionar uma reflexão sobre pessoas posicionadas acima ou abaixo da faixa salarial que a empresa pratica”, conta Sergio Piza, diretor de Gente & Gestão da Klabin.

Uma das maiores empresas de saúde no Brasil, atuando nos segmentos farmacêutico e de diagnósti-

O intuito da revista **Gestão RH** ao organizar as pesquisas “150 Melhores em Práticas de Gestão de Pessoas (PGPs)” e “50 Empresas Psicologicamente Saudáveis (EPS)” é o de destacar as melhores práticas do mercado de trabalho e dar incentivo para que todas as companhias continuem evoluindo – saiba mais sobre a pesquisa no box da página 43.

A seguir, as companhias vencedoras apresentam as suas melhores práticas nos diversos segmentos que contribuem para que, somando o todo, elas estejam entre as principais organizações atuantes no Brasil.



No alto, Denise Horato, diretora de Recursos Humanos da Roche Farma Brasil; acima, José Ricardo Amaro, diretor de RH da Ticket

co, a **Roche** estimula a cultura de *feedback* e diálogos como meio para que gestores e funcionários tomem consciência das necessidades atuais ou futuras de desenvolvimento e tenham motivação para atingir suas metas.

“Realizamos campanhas e ações para garantir que todos os funcionários tenham seus Planos de Desenvolvimento Individuais (PDIs) preenchidos e discutidos, ferramenta essa que suporta o crescimento da carreira individual e o desenvolvimento contínuo, tendo em mente tanto a preparação

para a função atual, quanto para possíveis passos de carreira no futuro”, explica Denise Horato, diretora de Recursos Humanos da Roche Farma Brasil.

Não por acaso, a companhia ficou posicionada entre as “10 Mais Brasil” na pesquisa EPS e como “Destaque Significado e Propósito” no levantamento PGPs. Na Roche, todos os colaboradores são elegíveis ao bônus anual, que está atrelado às metas individuais, o que permite a todos o reconhecimento formal quando um bom trabalho é realizado. Além disso, há um programa de participação de resultados, reconhecimento por tempo de casa e por competência observada (Programa Applause).

Com quatro décadas de experiência no mercado, a **Ticket**, empresa de benefícios integrante do grupo Edenred, também realiza diversos programas de reconhecimento aos seus colaboradores, que garantiram à companhia lugar entre as “10 Mais” da pesquisa EPS.

Entre as ações da Ticket com vistas ao engajamento de seus colaboradores, o diretor de Recursos Humanos José Ricardo Amaro destaca a festa de homenagem àqueles que permanecem por 10, 20 ou 30 anos na empresa; o Valeu!, prêmio que incentiva os colaboradores a reconhecerem seus colegas pelas atitudes que fizeram a diferença no dia a dia; e o Prêmio E.ward Brasil, que seleciona os melhores projetos realizados durante o ano.

Também presente no ramo de benefícios, a **Alelo** foi lembrada entre as “10 Mais Brasil” na pesquisa PGPs e ainda acabou apontada como “Destaque Reconhecimento do Colaborador” no levantamento EPS.

No “cardápio de reconhecimento” da empresa constam programas como o Mandou Bem, que consiste na entrega de um par de ingressos de cinema a colaboradores que tiveram atuação diferenciada dentro de seu escopo, e o Atitude Alelo, cartão Premiação Viagem no valor de R\$ 350 dado aos colaboradores que superaram expectativas e atuaram além de seu escopo.

“Também temos ações de reconhecimento por tempo de casa: para os

colaboradores que completam cinco anos, oferecemos licença prêmio de sete dias; para 10 anos de casa, são 15 dias de licença mais um cartão Premiação Viagem no valor de R\$ 5.000; e para 15 anos de casa, 30 dias de licença prêmio mais o cartão no valor de R\$ 10.000. Acreditamos que valorizar o empenho e protagonismo dos colaboradores auxilia no processo de retenção dos nossos talentos”, conta Soraya Bahde, diretora de Gente e Gestão da Alelo.

Empresa global que presta serviços de *Audit, Tax e Advisory*, a **KPMG** possui um processo de Desenvolvimento da Performance que define quais ações precisam ser tomadas ao longo do ciclo da performance anual. Isso ajuda a assegurar que os colaboradores recebam *feedback* e apoio regular enquanto buscam atingir suas metas, tanto informalmente, através da identificação de oportunidades para orientação e apoio no trabalho, como formalmente, nas fases de revisão das metas (Interim Review) e conclusão destas (YearEnd).

“Nosso compromisso é desenvolver e motivar as pessoas em um ambiente no qual elas possam continuamente alcançar seu máximo potencial. A orientação é uma parceria do Performance Manager com o aconselhado, na qual ambos compartilham conhecimento e experiência, a fim de desenvolver o máximo potencial do profissional, entregar resultados de negócios e atingir alta performance. O objetivo fundamental em desenvolver e empoderar as pessoas sobre suas próprias capacidades é que além de os membros da equipe trabalharem em conjunto para melhorar as suas operações, lidar com os problemas do dia a dia e planejar e controlar suas atividades, eles também se tornem responsáveis por gerenciar a si próprios”, aponta Maria Cristina Bonini, sócia-diretora de Pessoas, Performance e Cultura da KPMG, empresa eleita como “Destaque Comunicação” na pesquisa PGPs e “Destaque Envolvimento do Colaborador” no levantamento EPS.

Já a **Duke Energy**, companhia apontada como “Destaque Desenvolvimento de Pessoas” na pesquisa PGP, adota práticas e procedimentos de remuneração com o intuito de contribuir para a retenção de profissionais qualificados, reconhecer o desempenho, prover o balanceamento entre remuneração de curto, médio e longo prazos e garantir remuneração competitiva aos administradores, observadas as práticas de mercado.

“Assim, oferecemos salários compatíveis aos de seus segmentos de atuação, além de Programa de Participação nos Resultados e Bônus – cuja metodologia de apuração considera o alcance de metas individuais e coletivas. Também concedemos benefícios que vão além dos determinados pela legislação, como assistência médica e odontológica, refeição, seguro de vida e previdência complementar”, conta Jairo Campos, vice-presidente de Serviços Compartilhados da Duke Energy.

LIDERANÇA

Identificar possíveis líderes entre a equipe de colaboradores, buscar profissionais experientes no mercado, dar condições para que as metas das companhias sejam atendidas, qualificar o profissional continuamente... Eis alguns dos desafios quando falamos de liderança nas empresas.

Para obter os melhores resultados, a Alelo tem como um dos seus trunfos a Escola de Liderança, um dos três eixos de aprendizagem da UniAlelo. Alguns temas trabalhados são: clareza sobre a proposta de valor do negócio, execução estratégica, ferramentas catalisadoras de desempenho, entre outros.

A liderança é um dos pilares da concepção da empresa sobre treinamento e desenvolvimento: “Trabalhamos três eixos de aprendizagem: a Escola de Gente, voltada para o público de profissionais, que tem por objetivo desenvolver comportamentos e práticas necessárias para o crescimento dos nossos profissionais; a Escola de Liderança, que visa garantir o desenvolvimento contínuo das competências de nosso time, desde coordenadores até



a diretoria; e a Trilha de Vendas, que é o eixo responsável pelo processo de desenvolvimento dos consultores comerciais, reforçando o Jeito Alelo de Vender”, conta Soraya Bahde.

Na Klabin, uma novidade foi a criação da figura do “Facilitador de Performance”, modelo no qual a liderança busca incentivar e orientar a equipe para alcançar os melhores resultados, estimulando a tomada de decisão para tratar problemas com agilidade e comprometimento. Isso ocorre por meio do acompanhamento das rotinas das lideranças, feedbacks, orientação individual e reuniões diárias.

“Para que os esforços das equipes resultem em um sistema produtivo ainda mais eficiente dentro da companhia, criamos seis pilares que sustentam esse modelo de gestão autônoma, permitindo visão ampla do processo produtivo, potencializando a autonomia dos integrantes, fortalecendo o trabalho em equipe e estimulando a participação de todos na tomada de decisão na rotina de trabalho”, conta Sergio Piza.

Desde 2013, a Roche adotou o objetivo de ampliar as práticas de gestão da companhia e implantou os Compromissos da Liderança Roche (Leadership Commitments), que definem os sete comportamentos esperados para todo líder dentro da companhia (as competências de liderança estão



No alto, Soraya Bahde, diretora de Gente e Gestão da Alelo; acima, Maria Cristina Bonini, sócia-diretora de Pessoas, Performance e Cultura da KPMG

diretamente vinculadas a esses compromissos).

“Desta forma, desenhamos ações para nossa liderança que possam desenvolver, aperfeiçoar e fortalecer esse modelo desejado. Temos recebido excelentes feedbacks sobre o suporte que essas ações oferecem no dia a dia com a prática de gestão”, afirma Denise Horato.

Na Ticket, a diretoria de Recursos Humanos agenda periodicamente um encontro com os novos líderes - sejam



No alto, Jairo Campos, vice-presidente de Serviços Compartilhados da Duke Energy; acima, Pedro Neto, gerente de Gente, Saúde, Segurança e Meio Ambiente da Bombril

eles promovidos ou contratados do mercado - com o diretor geral, Gilles Coccoli. Em um bate-papo bastante dinâmico, todos têm a oportunidade de entender os impactos do atual cenário econômico do País para a companhia e ficar por dentro das prioridades do negócio.

A **Bombril** faz valer a menção como “Destaque Especial Liderança” na pesquisa PGPs -além de “Destaque Especial Equilíbrio Vida e Trabalho” no

levantamento EPS. Na companhia, as lideranças são vistas como essenciais para proporcionar engajamento da equipe e resultados sustentáveis para a empresa.

“Por isso, a Bombril mantém um programa de desenvolvimento de líderes e de novos líderes que visa o desenvolvimento de competências como: visão de negócios, gestão de resultados, gestão de pessoas e análise crítica. Fomentamos o recrutamento interno como forma de valorização do capital humano e proporcionamos bolsas de estudo que incentivam o profissional a adquirir formação técnica/acadêmica”, acrescenta Pedro Neto, gerente de Gente, Saúde, Segurança e Meio Ambiente da companhia.

No **Banco do Brasil**, companhia citada como “Destaque Reconhecimento do Colaborador” pela pesquisa EPS e como “Destaque Especial Comunicação” pela PGPs, o crescimento profissional dos atuais e futuros líderes tem como norte o Programa de Desenvolvimento de Líderes, que oferece ações com foco no relacionamento com o cliente e alicerçadas em práticas sustentáveis para gestão de pessoas, negócios e processos. Por meio dele, líderes de todos os níveis hierárquicos são capacitados em sintonia com a Estratégia Corporativa, de modo a contribuir para o alcance da visão de futuro e atingimento dos objetivos do BB, consolidando o compromisso da organização com os seus stakeholders.

“Atualmente, são atendidos todos os segmentos gerenciais, com soluções customizadas e atualizadas. Dessa forma, contínuas inovações são realizadas no Programa com o intuito de contribuir para que os gestores do BB atuem em consonância com as políticas e os valores organizacionais”, diz José Caetano de Andrade Minchillo, diretor de Gestão de Pessoas do Banco do Brasil.

SAÚDE E BEM-ESTAR

Presente na pesquisa EPS como “Destaque Saúde” - além de ser “Destaque Diversidade” no levantamento PGPs -, a **Sama Minerações** propor-

ciona gratuitamente há mais de 15 anos práticas saudáveis e seguras aos colaboradores e seus dependentes por meio de modalidades esportivas/recreativas e ações que visam promover bem-estar e qualidade de vida no trabalho.

Além disso, com o objetivo de conscientizar os colaboradores sobre a importância de uma vida saudável, a área da Saúde Ocupacional da Sama promove anualmente diversas campanhas, como: Campanha contra as gripes Influenza e H1N1; Campanha contra hipertensão arterial; Campanha contra o câncer do colo do útero e câncer de mama (Outubro Rosa); Campanha contra o câncer de próstata (Novembro Azul); Campanha contra a verminose; Campanha de controle de colesterol e glicose; Campanha sobre DST/AIDS; Campanha SAMA Contra a Dengue, Chikungunya e Zika.

“A empresa possui uma prática diferenciada referente aos programas de saúde, pois engloba todos os colaboradores das empresas terceirizadas, sendo realizados exames médicos, campanhas, vacinações e orientações sem a distinção entre colaboradores Sama, parceiros e terceiros. Essas práticas estão relacionadas com as diretrizes estratégicas e são formalizadas na política de Recursos Humanos da empresa”, garante Moacyr de Melo Júnior, gerente de Recursos Humanos da Sama.

Na Roche as ações relacionadas à qualidade de vida e bem-estar ficaram ainda mais em evidência nos últimos três anos graças à criação do programa global Live well: find your balance (Viva melhor: encontre seu equilíbrio). O programa está estruturado em quatro pilares: estilo de vida saudável, práticas de prevenção, bem-estar emocional e recursos de bem-estar, todos eles com atividades relacionadas.

Programas voltados para a qualidade de vida também estão entre as prioridades da Ticket; um dos principais exemplos é o programa Viva Melhor, conduzido pela área de Benefícios, Saúde e Motivação, tendo uma equipe dedicada ao atendimento das necessi-

dades de saúde e qualidade e vida dos colaboradores e de seus dependentes, assim como as melhores condições de trabalho e segurança.

Entre os outros programas da companhia relacionados a esta área destacam-se o Ticket na Medida (voltado a conscientizar os participantes sobre a importância de adquirir e manter hábitos de vida saudável), combate ao tabagismo, check-up completo e programa Futura Mamãe (que apoia as colaboradoras gestantes e cônjuges de colaboradores com o intuito de auxiliar no momento da gestação).

Na Alelo o programa de qualidade de vida se chama Viver Bem. Ao longo de todo o ano, são realizadas ações voltadas ao bem-estar dos colaboradores. Um momento especial é a Semana Viver Bem, que ocorre entre final de agosto e o início de setembro, repleta de atividades como: massagem, yoga, check-up, avaliação nutricional, dentre outras. Há também o Espaço Viver Bem, com serviços de costureira, cabeleireiro, manicure e massagista, tudo dentro do escritório.

A Klabin tem como ponto forte no setor a medicina preventiva, que incentiva periodicamente a realização de exames e avaliações clínicas dos colaboradores. Em relação ao consumo de álcool e outras substâncias que podem causar danos à saúde, foi desenvolvido um programa de conscientização, por meio do qual são ministradas palestras educativas por psicólogos durante toda a SIPATR (Semana Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho).

Outros programas pontuais de orientação são promovidos; entre eles, vale destacar o Caminho Certo, voltado para motoristas próprios e terceirizados das Unidades Florestais, que visa criar uma cultura preventiva e defensiva, além de formar e reeducar profissionais com a bandeira "Acidente Zero".

Com a importância de ter sido eleita como "Destaque Qualidade de Vida" pela pesquisa PGP, a **Poli Nutri** alcançou em sua última pesquisa de clima 94% de satisfação e orgulho dos cola-

boradores em pertencerem ao time da empresa. Entre as ações que levaram a isso, o gerente de Recursos Humanos Lourival Júnior destaca a oferta de ginástica laboral em todas as unidades, avaliações médicas periódicas, palestras e workshops referentes a tabagismo, alcoolismo e prevenção em geral e disponibilização de áreas de lazer e repouso dentro das unidades da companhia a custo zero.

DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Apontado entre as "10 Mais Brasil" pela pesquisa PGP e no grupo das "10 Mais" do levantamento EPS, o **Bradesco** dá especial destaque à inclusão de mulheres em seu ambiente corporativo. A diretora de Recursos Humanos Glaucimar Peticov destaca o desejo de construir um ambiente corporativo mais equilibrado e isento de barreiras discriminatórias.

"Nesse contexto, inauguramos em 2015 um evento que reuniu lideranças femininas para compartilhar suas histórias pessoais, mostrando de que forma atingiram sucesso e alcançaram o topo da organização, um espaço que tradicionalmente é dominado por homens. Além disso, o evento estimulou a reflexão e o debate sobre quais são os obstáculos para a ascensão das mulhe-

res no ambiente profissional e como construir um caminho para que mais mulheres possam assumir posições de destaque na organização, diante de um ambiente de negócios competitivo e complexo", conta a gestora.

As mulheres já ocupam mais de 50% dos cargos do Bradesco e estão presentes em todos os setores e hierarquias, galgando posições e alcançan-

Abaixo, José Caetano de Andrade Minchillo, diretor de Gestão de Pessoas do Banco do Brasil; no canto inferior, Moacyr de Melo Júnior, gerente de RH da Sama





Lourival Júnior, gerente de RH da Poli Nutri

do importantes cargos de senioridade e liderança. A todos os colaboradores, a organização oferece salários compatíveis com o mercado de atuação e com as funções desempenhadas, independente de quaisquer características pessoais do funcionário.

O Bradesco também é o banco brasileiro com o maior número de soluções de acessibilidade. Devido à importância do tema, foi constituído um grupo de trabalho para soluções de acessibilidade, que busca a eliminação de barreiras físicas e arquitetônicas, comunicacionais, metodológicas, instrumentais, programáticas e atitudinais.

A excelência na prática de acessibilidade foi reconhecida pela Secretaria do Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência através do Prêmio das Melhores Empresas para Trabalhadores com Deficiência.

“Partilhamos com as pessoas com deficiência a responsabilidade por suas conquistas e vitórias, proporcionando oportunidades de desenvolvimento que satisfaçam seus anseios, com um leque de caminhos pelos quais podem seguir, contribuindo para satisfação pessoal e profissional”, acrescenta Peticov.

No **Magazine Luiza**, companhia citada entre as “10 Mais América Latina” na pesquisa PGPs e entre as “10 Mais” no levantamento EPS, não há diferença entre homens e mulheres, e

todos têm as mesmas chances de desenvolvimento profissional. Exemplo disso é que há um equilíbrio no número de homens e mulheres, com cerca de 50% de cada um entre os 20 mil colaboradores da empresa.

No tocante às pessoas com deficiência, toda a equipe é envolvida no processo de integração ao colaborador com deficiência, com acompanhamento total do gerente e gestor da loja e do consultor de RH.

“Ao contratar uma pessoa com deficiência, a área de Gestão de Pessoas do Magazine Luiza orienta que a equipe verifique se o ambiente de trabalho está adequado para o tipo de deficiência. A empresa dá todo o suporte necessário para que essa adaptação à rotina de trabalho nas lojas, CDs e escritórios seja tranquila, disponibilizando softwares para os deficientes visuais, cursos de libras para as unidades que receberão deficientes auditivos em suas equipes e acessibilidade para as deficiências físicas. Além disso, no Portal do Saber, exclusivo da empresa para seus colaboradores, foi desenvolvida uma trilha de treinamentos próprios para os colaboradores com deficiência”, diz Patrícia Pugas, diretora executiva de Gestão de Pessoas do Magazine Luiza.

Uma linha do tempo serve para explicar os avanços recentes relacionados à inclusão das mulheres no

Walmart, organização citada entre as “10 Mais América Latina” na pesquisa PGPs: 2007 – criação do grupo de apoio à diversidade; 2008 - o Walmart Brasil se torna a empresa pioneira na concessão de seis meses de licença -maternidade; 2009 - é formalmente criado o conselho de mulheres, entre outras iniciativas voltadas para o desenvolvimento das associadas do Walmart Brasil; 2010 - implementação da jornada individualizada (horário flexível de trabalho); 2011 - é instituído o Movimento Mulher 360; 2013 - o Walmart Brasil se torna a primeira empresa varejista a receber o selo pró equidade de gênero e raça do Governo Federal; 2015 - transformação do conselho de mulheres para o conselho de diversidade e inclusão.

“O Walmart foca no desenvolvimento de todos os associados, sem distinção de gênero, idade ou raça, porém as mulheres merecem uma posição de destaque, pois cada vez mais têm ocupado cargos de liderança e têm tido o maior número de admissões dentro da companhia. A área de atração e seleção de talentos garante, tanto nos processos seletivos internos, como também nos que ocorrem em parceria com consultorias externas, a participação efetiva de mulheres. Em 2013 foi implementado um controle dos processos seletivos para que possamos acompanhar os números e criar planos de melhoria”, explica Ana Paula Santos, vice-presidente de Recursos Humanos da companhia.

Na Roche, 52% da média-alta gestão é ocupada por mulheres. Há alguns anos, análises são feitas para garantir o equilíbrio nos números sobre diversidade, e está sendo desenvolvido um projeto nesse sentido, coordenado por um grupo multidisciplinar que tem desenvolvido materiais com Key Messages que a empresa deseja reforçar para atingir seus objetivos.

“Acreditamos que a diversidade de pessoas, não apenas em relação à sua raça, gênero, religião, sexualidade, mas a diversidade de experiências e referências, aliada aos valores da Roche, contribua de forma bastante positiva

para criar um bom ambiente de trabalho, além de ser um diferencial competitivo. Esse é um dos principais temas para a Roche globalmente e, portanto, tem sido fortemente discutido e trabalhado por nós do RH com o envolvimento da liderança sênior”, garante Denise Horato.

Dentro da Alelo, os indicadores de diversidade (raça, gênero, inclusão, etc) são monitorados durante todo o ano em seu painel de pessoas. Dentro da pesquisa de clima, aplicada anualmente, o departamento de RH acompanha a percepção de equidade de tratamento por meio de diferentes perguntas. O índice de favorabilidade para as perguntas relacionadas a sexo, cor, etnia e orientação sexual é de 99%.

“Oferecemos assistência médica para casais independentemente do gênero e auxílio-creche para pais e mães. Temos estimulado a conscientização das mulheres executivas na participação em eventos e organização de rodas de conversa. Fora isso, com a mudança para o novo prédio, adaptamos nosso escritório para inclusão de mais pessoas com deficiência”, acrescenta Soraya Bahde, diretora de Gente e Gestão.

Em relação à contratação de pessoas com deficiência, a Sama vai além do que exige a legislação e mantém em seu quadro um número maior do que o exigido. Além disso, acredita que a acessibilidade é uma medida de inclusão social e possibilita às pessoas com deficiência viver de forma independente e participar plenamente de todos os aspectos da vida no trabalho.

“Os colaboradores com deficiência que precisam de um maior apoio podem tê-lo através do “Programa Padrinho”, que visa prestar suporte técnico e afetivo para aquele trabalhador com deficiência que apresentar interesse e/ou necessidade de acompanhamento e orientação na sua convivência social e/ou laboral, resguardando o poder de escolha do trabalhador e a responsabilidade da empresa em garantir as condições legais de trabalho”, aponta Moacyr de Melo Júnior, gerente de Recursos Humanos.

A Sama mantém ainda, um projeto denominado “Libras é Legal”, que tem o objetivo de formar colaboradores para que aprendam a linguagem de sinais e utilizem na empresa com os deficientes auditivos, melhorando assim a inclusão dessas pessoas e, consequentemente, conectando-as com aos colegas que trabalham na mineradora.

Apontada como “Destaque Diversidade” na pesquisa PGPs, a **Grendene** não conta com uma política formal de inclusão, conforme explica o gerente de Recursos Humanos Jaime Bellicanta: “Em nenhum momento da sua trajetória de mais de 45 anos de existência a Grendene teve dificuldades nesse sentido. No processo de recrutamento e seleção, a empresa sempre priorizou a adequação do profissional ao perfil da vaga a qual ele está se candidatando, às competências comportamentais e técnicas exigidas e aos valores da empresa, em detrimento da sua etnia, orientação sexual ou idade.”

COMUNICAÇÃO

O Bradesco se orgulha por promover uma comunicação interna próxima e transparente, por meio de ferramentas diversas. O compartilhamento das notícias sobre a organização, tanto positivas quanto negativas, é replicado diariamente a todos os funcionários.

Simultaneamente e em qualquer ponto do País, os colaboradores rece-

bem informações relevantes por meio de comunicados, normas, Blog da Presidência, e-mail marketing, informativo Sempre em Dia, Revista Interação, clip mail, painel digital, intranet corporativa, TV Bradesco e reuniões com a diretoria.

O Comitê de Auditoria constitui outro canal que também pode ser utilizado por qualquer funcionário do banco que desejar ser ouvido, com a garantia de preservação de sua identidade. Todas as opiniões, sugestões e recla-

Abaixo, Glaucimar Peticov diretora de RH do Bradesco; no canto inferior, Patrícia Pugas, diretora executiva de Gestão de Pessoas do Magazine Luiza





No alto, Ana Paula Santos, vice-presidente de RH do Walmart; acima, Jaime Bellicanta, gerente de RH da Grandene

mações transmitidas são criteriosamente analisadas quanto às soluções e aplicabilidade para posterior retorno, pensando, assim, na melhoria contínua dos serviços e da relação com o colaborador.

No Walmart a comunicação interna tem como foco principal o reforço da cultura e dos valores da empresa entre os seus associados. Um dos valores do Walmart é o Respeito pelo In-

divíduo, por isso a companhia investe constantemente em ferramentas de comunicação, visando levar informações precisas para todos os associados, além de engajá-los com as notícias da companhia.

A empresa conta com newsletter semanal, mural, revista, bem como envio de comunicados para todos os tipos de público. Além disso, há dois eventos anuais para toda a liderança das lojas e clubes, ação que tem como intuito transmitir as principais mensagens dos executivos e alinhar as prioridades corporativas.

Na área externa, a empresa intensifica constantemente o relacionamento com influenciadores (jornalistas, formadores de opinião, blogueiros, mídias sociais, etc.) por meio de pautas exclusivas, encontros de relacionamento e divulgação de produtos exclusivos/marcas próprias. O objetivo é criar musculatura para fortalecer a marca e o posicionamento do Walmart Brasil no mercado nacional.

No aspecto da comunicação externa, a Tokio Marine, quinta maior seguradora do mercado nacional, realiza um intenso trabalho por meio de sua assessoria de imprensa para reforçar sua marca junto ao cliente final, além de ser reconhecida como fonte de informação no segmento de seguros, tanto em relação a produtos como em relação a tendências.

Já do ponto de vista interno, a empresa mantém uma comunicação transparente com suas equipes, compartilhando projetos, conquistas e metas para que todos possam caminhar sempre juntos, na mesma direção e em busca dos melhores resultados.

Neste sentido, os gestores são orientados constantemente a ficar próximos aos seus times, dar feedback contínuo e praticar comunicação transparente, permitindo que todos estejam sempre alinhados aos objetivos da companhia.

A comunicação é um dos pilares que sustentam um dos valores mais importantes do Magazine Luiza: a transparência. A companhia tem como regra comunicar os passos importantes tomados pela direção com antecedência aos seus colaboradores. Para isso, faz uso de seus veículos de comunicação interna (Portal Luiza, Rádio Luiza e TV Luiza) e dos momentos coletivos instituídos (Reunião Matinal, Rito de Comunhão, entre outros).

CULTURA ORGANIZACIONAL

A importância de inserir os colaboradores dentro de uma cultura organizacional que tenha grande aderência é vista com seriedade pelo Bradesco. Exemplo disso é o curso online intitulado Cultura Bradesco, que aborda os valores e princípios norteadores que compõem a cultura organizacional, os aspectos históricos que contribuíram para sua construção, as estratégias que apontam o futuro da organização e o modo como ela se compromete com seus funcionários, colaboradores, cidadãos e consumidores.

Os colaboradores ingressantes do Telebanco, callcenter do Bradesco, que atua como grande “celeiro” de jovens em início de carreira, passam pelo programa de integração Rota 237, que apresenta os valores e a cultura da organização, além de todos os produtos e serviços oferecidos pelo Banco.

“Aplicamos também o curso presencial “Integrar e Compartilhar”, ministrado durante cinco dias, que apresenta a cultura e valores da Organização aos recém-admitidos e intro-

duz informações e direcionamentos essenciais para o desempenho de suas funções na agência, munindo o novo funcionário com os dados necessários para iniciar sua carreira”, acrescenta Glaucimar Peticov, diretora de Recursos Humanos.

Na Klabin, estratégias e desempenhos da empresa são comunicados periodicamente em reuniões específicas e, trimestralmente, são compartilhados em reunião com o diretor-geral, que pode ser acompanhada por todos os colaboradores, pois é transmitida ao vivo para todas as unidades. Os veículos de comunicação interna também abordam os aspectos essenciais em relação aos valores e cumprimento das estratégias.

Na KPMG, dois programas contribuem para a difusão da cultura organizacional. O KPMG Story é uma iniciativa global que aborda cinco elementos: o propósito, os valores, a visão, a estratégia e a promessa da KPMG. Ele reforça o engajamento de todos os profissionais na prática desses princípios, que se somam fortemente para constituir a identidade da empresa. Já o Celebre o Azul é uma campanha de comunicação interna e endomarketing que visa a estimular/despertar nos profissionais da KPMG no Brasil o orgulho de pertencer à companhia.

TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Para contribuir para o desenvolvimento profissional dos colaboradores, o Banco do Brasil possui na sua Política Geral de Gestão de Pessoas ações como a promoção da educação corporativa de forma contínua, por meio de soluções educacionais oferecidas a todos os funcionários, a fim de potencializar o desempenho profissional e organizacional; e incentivo à criatividade dos funcionários como estratégia para gerar novas soluções e favorecer a satisfação dos clientes e a expansão dos negócios.

Para garantir essas ações, o BB possui a Universidade Corporativa Banco do Brasil (UniBB), que tem a missão de desenvolver competências profissio-

nais, por meio da sistematização de ações educacionais que contribuam para a melhoria do desempenho organizacional e para o fortalecimento da imagem do banco.

A UniBB é um espaço de desenvolvimento humano e profissional, constituído pelo conjunto de políticas, pressupostos educacionais e ações de capacitação disponibilizados pela empresa aos seus colaboradores, tais como: bolsas de graduação, pós-graduação e idiomas; certificações; estágios e cursos presenciais e a distância. Suas ações de capacitação são desenvolvidas internamente ou em parceria com o mercado.

No Bradesco, uma iniciativa de destaque é o TreiNet – treinamento por meio da Internet/Intranet que, de maneira abrangente, possibilita aos funcionários da organização obter novos conhecimentos a distância. A educação a distância proporciona ainda outras vantagens, como o estímulo à autonomia, a facilidade de atualização de conteúdos e a gestão de informações relativas à execução dos cursos e avaliações.

Os funcionários do Bradesco também contam com uma importante

fonte para aprimorar seus conhecimentos: a Biblioteca Virtual. Por esse canal, é possível consultar resumos de livros de negócios online, em temas como liderança e autodesenvolvimento, entre outros.

Uma das principais preocupações é a de proporcionar aos colaboradores jovens a oportunidade de inserção no mercado de trabalho numa empresa que preza pelo seu desenvolvimento, oferecendo-lhe oportunidade de construir, baseado em mérito e esforço próprios e com todo amparo da organização, uma carreira sólida e de sucesso.

A esses jovens é oferecido pelo Bradesco um progressivo conjunto de conhecimentos e experiências educacionais para capacitá-los em suas atividades e também para que possam se desenvolver no âmbito pessoal e profissional. O foco da educação corporativa é especialmente no desenvolvimento de competências e no incentivo ao protagonismo, pois em uma empresa de carreira como o Bradesco, o objetivo é que todos possam ter a oportunidade de se tornar um gestor, um executivo e até mesmo o presidente da empresa.

CONHEÇA AS PESQUISAS EPS E PGP, ORGANIZADAS PELA GESTÃO RH

EPS

- Ano de criação: 2008
- Objetivo: reconhecer as boas práticas no desenvolvimento de ambientes de trabalho psicologicamente saudáveis em ações que valorizem as iniciativas voltadas para o equilíbrio de seus colaboradores
- Dimensões avaliadas: Envolvimento do Colaborador, Equilíbrio Vida e Trabalho, Reconhecimento do Colaborador, Saúde e Segurança no Trabalho e Significado e Propósito

PGPS

- Ano de criação: 2009
- Objetivo: Identificar as principais ações de RHs em práticas em gestão de pessoas e apresentar como as companhias investem em cada um dos segmentos analisados para a melhoria de seus colaboradores.
- Dimensões Avaliadas: Liderança, Diversidade, Desenvolvimento de Pessoas, Qualidade de Vida e Comunicação

LISTA DAS MELHORES "EMPRESAS PSICOLOGICAMENTE SAUDÁVEIS - EPS 2016"

ABBOTT LABORATÓRIOS	ECORODOVIAS	PIRELLI
ACCENTURE	ETERNIT	POLINUTRI
ACCOR HOTELS	EUROP ASSISTANCE	PORMADE
ADM DO BRASIL	GIVAUDAN	RAIA DROGASIL
ALELO	GPA	ROCHE PRODUTOS QUÍMICOS E FARMACÊUTICOS
AMIL UNITED HEALTH CARE BRAZIL	GRENDENE	SAMA MINERAÇÕES
ATENTO	IPIRANGA	SANOFI
BANCO DO BRASIL	KLABIN	SEALED AIR
BOMBRIL	KPMG	SOUZA CRUZ
BRADESCO	LABORATÓRIOS SABIN	SULAMÉRICA SEGUROS
BRF - BRASIL FOODS	LOCALIZA	TELEFONICA - VIVO
BYOFORMULA	LOJAS AMERICANAS S/A	TICKET
CCB - CHINA CONSTRUCTION BANK	LOJAS RENNER	TOKIO MARINE
CIA HERING	MAGAZINE LUIZA	TOYOTA
CIELO	MCDONALD'S	VALE
COCA COLA FEMSA	METLIFE	VOLKSWAGEN
COLGATE PALMOLIVE	NESTLE	VOTORANTIM S.A
COPAGAZ	OMINT	WAL-MART
DANONE	PANASONIC	WEG EQUIPAMENTOS ELETRICOS
DUDALINA	PEPSICO	ZF DO BRASIL
DUKE ENERGY	PHILIPS	

CONFIRA OS DESTAQUES POR CATEGORIA

10 MAIS

BRADESCO
CIA HERING
COPAGAZ
IPIRANGA
KLABIN
MAGAZINE LUIZA
PEPSICO
PORMADE
ROCHE PRODUTOS
FARMACEUTICOS
SOUZA CRUZ

ENVOLVIMENTO DO COLABORADOR

ACCOR HOTELS
AMIL UNITED HEALTH CARE
BRAZIL
KPMG
CCB - CHINA CONSTRUCTION BANK

EQUILÍBRIO VIDA E TRABALHO

ACCENTURE
BOMBRIL
TICKET
TOKIO MARINE

RECONHECIMENTO DO TRABALHADOR

OMINT
BANCO DO BRASIL
SAMA MINERAÇÕES
ALELO
COLGATE - PALMOLIVE

SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

DUDALINA
RAIA DROGASIL
GPA
DANONE

SIGNIFICADO E PROPÓSITO

SEALED AIR
SULAMÉRICA SEGUROS
LOCALIZA
EUROP ASSISTANCE

EMPRESA DO ANO

PHILIPS



LIDERANÇA PARA O 3º MILÊNIO

O melhor e mais utilizado modelo de desenvolvimento de líderes do mundo ficou melhor ainda!

Estamos extremamente orgulhosos de anunciar o lançamento da novíssima versão da Liderança Situacional® II de Ken Blanchard no Brasil.

A SL®II – Experience oferece:

- 24 novos vídeos com elenco de Hollywood;
- 21 novas ferramentas de aplicação pós-treinamento;
- 4 novas dinâmicas;
- 4 novos role-plays;
- 2 novos jogos;
- 2 novos instrumentos de auto avaliação;
- Novos materiais instrucionais 100% em cores. Tradução para o Português sob responsabilidade técnica do Prof. Peter Barth, Blanchard Global Partner para o Brasil há 30 anos;
- Novo aplicativo para celular ou tablet que permite fazer o diagnóstico do nível de desenvolvimento do colaborador e traçar a estratégia de atuação do líder em poucos segundos (disponível a partir de dezembro de 2016);
- Nova metodologia de treinamento baseada em neurociência e nas mais avançadas técnicas de aprendizagem acelerada com 25% de preleções do instrutor e 75% de atividades interativas dos participantes;
- Nunca foi tão fácil e rápido aprender e aplicar Liderança Situacional® II na prática.
- Retorno sobre o investimento 50% a 60% maior do que com qualquer treinamento de liderança anterior.

Em síntese, chegou a versão “turbo” do que já era o melhor treinamento para transformar colaboradores em líderes e líderes em líderes ainda mais eficazes.

Em 2017, a Intercultural foi novamente a empresa melhor avaliada no segmento de Cursos e Treinamentos, dentre os 100 Melhores Fornecedores de RH do Brasil - Pesquisa GestãoRH (11º ano consecutivo).

Blanchard | Global
Partner Network | Partner



www.interculturaltded.com.br
0800 026 2422
info@interculturaltded.com.br



A Intercultural é licenciada das The Ken Blanchard Companies e da Carew International para o Brasil e está filiada ao Instituto Brasileiro de Consultores de Organização – IBCO.



www.facebook.com/interculturalkenblanchardcarewinternational

LISTA DAS MELHORES EM "PRÁTICAS DE GESTÃO DE PESSOAS - PGP's 2016"

ABBOTT LABORATORIOS	COPAGAZ	LOJAS AMERICANAS S/A	SABESP
ACCOR HOTELS	COPASA	LOJAS MARISA	SAINT-GOBAIN
ALE COMBUSTIVEIS	CREMER	LOJAS RENNER	SAMA S. A. - MINERAÇÕES ASSOCIADAS
ALELO	DANONE	LOJAS RIACHUELO	SANOFI
AMAGGI	DASA	LUPO	SAP BRASIL
AMIL UNITED HEALTH CARE BRAZIL	DUDALINA	MAGAZINE LUIZA	SAPORE
ATENTO BRASIL	DUKE ENERGY	MARCOPOLO	SEALED AIR
AURORA ALIMENTOS	DURATEX	MCDONALD'S	SIEMENS
AVON COSMETICOS	ECORODOVIAS	METLIFE	SODEXO
BANCO DO BRASIL	ELEKTRO	NATURA	SOUZA CRUZ
BASF	ETERNIT	NESTLE	SULAMÉRICA SEGUROS
BOMBRIL	EUROP ASSISTANCE	NEXTEL	TELEFONICA - VIVO
BRADESCO	GIVAUDAN	NOVARTIS	TICKET
BRF - BRASIL FOODS	GOL LINHAS AÉREAS	OMINT	TOKIO MARINE
BUNGE	GOOGLE	PANASONIC DO BRASIL	TOTVS
BYOFÓRMULA	GPA	PEPSICO	TOYOTA
CARREFOUR	GRENDENE	PETROBRAS	UNILEVER
CCB - CHINA	GRUPO MARFRIG	PHILIPS	VALE
CONSTRUCTION BANK	GRUPO WHIRLPOOL	PIRELLI	VOLKSWAGEN
CENTRO DE INTEGRAÇÃO EMPRESA-ESCOLA - CIEE	GUARARAPES	POLI NUTRI	VOTORANTIM S/A
CIA HERING	IPIRANGA	PROFARMA	WAL-MART
CIELO	ITAÚ-UNIBANCO	PROSEGUR BRASIL	WEG EQUIPAMENTOS ELETRICOS
CLARO	JBS	RAIA DROGASIL	YARA BRASIL FERTILIZANTES
COCA-COLA FEMSA	JOHNSON & JOHNSON DO BRASIL	RAIZEN ENERGIA	ZF DO BRASIL
COLGATE- PALMOLIVE	KLABIN	REDE D'OR	
	KPMG	ROCHE PRODUTOS QUÍMICOS E FARMACÊUTICOS	
	LABORATORIOS SABIN		
	LOCALIZA		

CONFIRA OS DESTAQUES POR CATEGORIA

10 MAIS BRASIL

ALELO
ATENTO
BRADESCO
LOJAS AMERICANAS
PHILIPS
PIRELLI
ROCHE PRODUTOS QUÍMICOS E FARMACÊUTICOS
SOUZA CRUZ
SULAMÉRICA SEGUROS
TOKIO MARINE

10 MAIS A. LATINA

ACCOR HOTELS
AMIL UNITED HEALTH CARE
COCA COLA FEMSA
LOCALIZA
MAGAZINE LUIZA
MCDONALD'S
NESTLÉ
SEALED AIR

WALMART
WEG

LIDERANÇA

TOTVS
COLGATE PALMOLIVE
DUDALINA
LOJAS RENNER
PROSEGUR
GOL LINHAS AEREAS
DESTAQUE ESPECIAL
BOMBRIL

DIVERSIDADE

DANONE
GRENDENE
RAIA DROGASIL
SAMA MINERAÇÕES
ZF DO BRASIL
GRUPO WHIRLPOOL
DESTAQUE ESPECIAL
BRF - BRASIL FOODS

DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS

GIVAUDAN
DUKE ENERGY
PANASONIC
PEPSICO
TICKET
ITAÚ - UNIBANCO
DESTAQUE ESPECIAL
CIA HERING

QUALIDADE DE VIDA

ABBOTT LABORATÓRIOS
ECORODOVIAS
LABORATÓRIOS SABIN
BYOFORMULA
POLI-NUTRI
NATURA
DESTAQUE ESPECIAL
SANOFI

COMUNICAÇÃO

CCB - CHINA
CONSTRUCTION BANK
COPAGAZ
ETERNIT
EUROP ASSISTANCE
KPMG
DESTAQUE ESPECIAL
BANCO DO BRASIL

EMPRESA DO ANO BRASIL

IPIRANGA
EMPRESA DO ANO A. LATINA
VOTORANTIM S.A

ALGUNS MOMENTOS DAS PREMIAÇÕES EPS E PGPS 2016









COMPLIANCE EM HOSPITAIS: UMA NOVA ONDA DE ACREDITAÇÃO ESTÁ A CAMINHO

Por Jefferson Kiyohara

Num momento em que o tema compliance ganha força nas organizações brasileiras, importantes iniciativas de promoção vêm sendo coordenadas, como a realizada pela ANAHP – Associação Nacional de Hospitais Privados junto ao setor de saúde hospitalar neste assunto. O tema compliance é relevante e tem demonstrado estar presente na agenda das

organizações e de seus executivos, independentemente do setor.

Sobre o tema, uma das vantagens que os hospitais já possuem versus outros setores da economia é o fato de já terem o histórico de trabalhar com questões como ética, cultura, padrões formalizados e treinamentos, assim como a gestão de relacionamento com pacientes, médicos, fon-

tes pagadoras e fornecedores e análise de riscos, entre outras ações que fazem parte ou se assemelham às que são necessárias na adoção de um Programa Efetivo de Compliance.

Ao mesmo tempo, tais semelhanças têm levado a entendimentos imprecisos e dúvidas. A gestão de riscos, por exemplo, envolvendo questões como a segurança do paciente, saúde

OCTAVIO EVENTOS

Espaços completos e modernos para a realização do seu evento social ou corporativo.



- Diversas opções de cardápio
- Atendimento exclusivo
- Localização privilegiada

Unidades:

Faria Lima: Av. Brigadeiro Faria Lima, 2996

|| 3074-0110

CENESP: Av. Maria Coelho Aguiar, 215

|| 3741-9555



OCTAVIOEVENTOS

e segurança no trabalho, manipulação e descarte de resíduos, é presença constante em todos os hospitais. Mas por outro lado, quantos já realizaram um mapeamento de riscos do negócio ou de riscos de compliance? E de riscos de corrupção?

Já o comitê de ética, pensando no atendimento médico e na assistência, também está presente nos hospitais. Por outro lado, quantos já possuem um comitê de ética para promover e direcionar uma cultura ética na organização, patrocinar e dar diretrizes sobre a conduta esperada de cada colaborador, bem como dirimir dúvidas sobre dilemas éticos vivenciados no dia a dia da organização e tomar decisões após um processo de apuração de fraude?

Recentemente ouvi de um executivo do setor que, como eles não participavam de licitações, não tinham que ter preocupações com a questão de corrupção. Tal visão é equivocada. Todas as organizações, inclusive os hospitais, possuem relacionamento com os órgãos públicos. Há licenças e alvarás para obras e operação, há fiscalizações tanto em relação aos processos trabalhistas, como tributários, há médicos que também são funcionários públicos, entre outros. E o que é feito para garantir que a relação com estes agentes públicos ocorra de forma ética e respeitando as leis e regulamentações vigentes?

Os riscos também podem ser oriundos de terceiros. A lei anticorrupção do Brasil é clara na responsabilidade objetiva das empresas. Por exemplo, se um importador de equipamento, materiais ou medicamentos contratado pelo hospital pagar propina na alfândega para liberar ou agilizar a liberação do item, o hospital, como beneficiário da prática, provavelmente acabará sendo responsabilizado. Quantos hospitais hoje realizam processos de diligência de terceiros por meio de pesquisa reputacional?

Além dos danos reputacionais, não gerir o compliance pode trazer sanções e impactos financeiros negativos, restrição de acesso ao crédito e, até

Jefferson Kiyohara
é líder da Prática de Riscos e Compliance da Protiviti, consultoria global especializada em Gestão de Riscos, Auditoria Interna, Compliance, Gestão da Ética, Prevenção à Fraude e Gestão da Segurança



mesmo, a possibilidade de prisão de executivos, superintendentes e demais envolvidos. Não há mais espaço para a omissão, tampouco para o desrespeito às leis e regulamentações, sendo que a lei anticorrupção é apenas uma delas.

É fundamental para todas as organizações, inclusive os hospitais, implantar um Programa Efetivo de Compliance, aplicando os oito passos, que envolvem: patrocínio e exemplo da alta direção; supervisão e recursos de compliance; código de ética e políticas; mapeamento de riscos de compliance; treinamento, comunicação e incentivos; controles internos, monitoramento, auditoria de cultura e aprimoramento contínuo; diligência de terceiros e compliance individual; canal de denúncias, investigação e mecanismos disciplinares.

Os hospitais já passaram pelo de-

safo de creditações e certificações com ISO 9001, ONA, JCI e outros. O próximo será o de obter o reconhecimento como Pró Ética e/ou de obter a certificação ISO 37.001 – Sistemas de Gestão Antisuborno. O caminho certo já começou a ser trilhado. Ele é longo e pode ser realizado por etapas. É importante conhecer o nível de maturidade do Programa de Compliance existente, bem como ter um plano de ação para buscar as melhorias e evoluções necessárias para torná-lo efetivo.

Uma nova onda está emergindo com força, trazendo diferenciais e vantagens competitivas. A excelência na gestão contempla e exige boas práticas de compliance, seja em termos de reputação, seja nas questões financeiras. Pensando no Pró Ética e na ISO 37.001, quem será o hospital pioneiro?

CONTRATE COM A MELHOR EMPRESA DE SERVIÇOS DO BRASIL



- Trade Marketing
- Trabalho Efetivo e Temporário
- Facilities
- Recrutamento & Seleção

A estrutura da Arezza garante tranquilidade para quem trabalha e os melhores custos para quem contrata.

Tudo o que sua empresa precisa para produzir ainda mais.



arezza®

NÃO CONTRATE SEM ANTES CONSULTAR A AREZZA

www.arezza.com.br
0800 777 4126



INTELIGÊNCIA EMOCIONAL GANHA AINDA MAIS IMPORTÂNCIA EM TEMPOS DE ECONOMIA INSTÁVEL

Por **Paulo Aziz Nader**

Não é novidade para ninguém que 2016 está sendo um ano difícil para líderes, executivos e gestores de RH. O cenário econômico desfavorável e a consequente necessidade de cortes na folha de pagamento fizeram com que os profissionais que ocupam cargos de liderança tivessem que utilizar com mais frequência habilidades menos palpáveis ligadas à capacidade

de se relacionar, liderar e lidar com situações ambíguas. Para 2017, as perspectivas da economia são mais positivas, mas uma coisa é certa: cada vez mais esses profissionais vão precisar saber lidar com maestria com essas habilidades.

A Inteligência Emocional é uma dessas competências mais “transversais”, que são esperadas e exigidas

Melhor Benefício para o seu colaborador!



O Grupo Ki-Jóia oferece o que a de melhor no segmento alimentício, proporcionando uma alimentação nutritiva e com qualidade para seu colaborador. Adquirindo Cestas Básicas Ki-Jóia, você leva a mesa do seu colaborador produtos que farão a diferença.

Nossa Missão é ser uma empresa competitiva, que atenda e supere as exigências impostas pelo mercado, como pontualidade e preços competitivos, e que satisfaça nossos clientes e suas famílias fornecendo cestas de alimentos com qualidade.



Venha nos visitar e conheça o nosso Grupo!

Cesta de Alimentos Nutre Bem Ltda
Avenida Franz Liszt, 153 Jd. Guançã
São Paulo/SP Cep. 02151-100

Fone: 11 3376.9888
kijoiacestas.com.br

dos líderes de qualquer empresa. Ela pode ser resumida como uma série de competências emocionais e sociais que contribuem para o modo como o indivíduo age, se percebe, se expressa e se relaciona, e define como cada um lida com os desafios, algo amplamente utilizado por todos nós (uns melhores, outros piores) no dia a dia.

Por isso, profissionais que ocupam cargos de liderança devem encarar o desenvolvimento da Inteligência Emocional como parte fundamental da carreira. Quando se fala de liderança, não há uma fórmula única de sucesso. Os parâmetros que definem um bom ou ótimo líder mudam constantemente conforme o contexto no qual ele está inserido em cada momento. Deste modo, a Inteligência Emocional bem desenvolvida vira a melhor aliada do líder que quer manter sua produtividade em alta.

Outras competências ligadas à Inteligência Emocional, como relacionamento interpessoal, solução de problemas, assertividade e autopercepção são fundamentais para quem quer ser um bom líder. A Inteligência Emocional também desempenha um papel primordial na capacidade de um líder passar por momentos difíceis e solitários, quando o contexto é desfavorável.

Aliás, a melhor notícia de todas é que, diferentemente de QI ou personalidade, que são majoritariamente fixos ao longo da vida adulta, a Inteligência Emocional pode – e deve – ser aprimorada, sempre.

BENEFÍCIOS DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL PARA AS EMPRESAS

Um estudo conduzido pelo Centro de Liderança Criativa, um provedor global de educação executiva, mediu a Inteligência Emocional de 302 líderes, entrevistando também seus pares. O resultado mostrou que alguns subgrupos de Inteligência Emocional podiam prever alto desempenho de liderança em 80% dos casos. Um resultado tão expressivo como este não deve ser desprezado.

Paulo Aziz Nader atua como consultor no setor de desenvolvimento organizacional com a Leverage Coaching (www.leveragecoaching.com.br), criando programas de desenvolvimento executivo, de liderança e de gestão de talentos para empresas de diversos portes e segmentos. É também Coach profissional certificado pelo Integral Coaching Canada, pelo Behavioral Coaching Institute (BCI) e pela International Coach Federation (ICF), da qual é membro afiliado.



Por isso, para as empresas, a matemática é simples: líderes com Inteligência Emocional mais desenvolvida desempenham melhor o seu papel, gerando mais e melhores resultados para a organização que os contratou. Competências tais como empatia, independência, assertividade, teste de realidade ou controle de impulsos (para nomear apenas algumas) têm um papel fundamental na habilidade do líder de lidar corretamente com os seus desafios e objetivos.

É importante lembrar também que, num contexto empresarial, líderes são multiplicadores. Ou seja, o seu comportamento afeta – positivamente ou negativamente, direta ou indiretamente – um número grande de colaboradores. Líderes com Inteligência Emocional apurada tendem a ter equipes que rendem mais.

MENSURAÇÃO DE RESULTADOS

Já se foi a época em que a Inteligência Emocional era intangível e imensurável. Existem algumas avaliações no mercado, como a EQ-i 2.0, que mensuram esse tipo de habilidade com precisão, inclusive considerando a percepção que o restante da organização tem de cada líder. Isto permite traçar um plano de desenvolvimento preciso e assertivo.

Tais ferramentas de avaliação são cada vez mais utilizadas por empresas de diversos portes e segmentos antes e depois do plano de desenvolvimento ter sido colocado em prática. Com isso, elas tornam mais claros os pontos de aprimoramento, além de mensurarem com assertividade quais são os profissionais realmente empenhados em desenvolver suas habilidades não palpáveis.

A CONEXÃO DIRETA ENTRE PESSOAS E MARCAS.

OS MELHORES PROFISSIONAIS DO PAÍS
PARA MOTIVAR, AGREGAR E TRANSFORMAR
SEUS EVENTOS CORPORATIVOS.

AGENCIAMOS COM EXCLUSIVIDADE:

singlecriativo.com.br

Andre Brasil

Nadador paralímpico. 10 Medalhas em
Paralimpíadas, 24 Mundiais, 6 Recordes Mundiais.

Palestrante - Clinicas Esportivas - Patrocinios

Marcelo Courrage

Jornalista, Repórter de grandes eventos
esportivos da Rede Globo.

Palestrante - Mestre de Cerimonias - Mediador

Janine Borba

Jornalista, Apresentadora do Domingo
Espetacular da Rede Record.

**Palestrante - Mestre de Cerimônias - Mediadora
Videos Institucionais - Locução.**

Patricia Maldonado

Jornalista e Apresentadora de Televisão.
Autora do Blog Família Muda Tudo.

**Mestre de Cerimônias - Palestrante
Influenciadora Digital - Mediadora**

Fábio Ramalho

Jornalista e Apresentador de Televisão.

**Mestre de Cerimônias - Palestrante
Mediador - Influenciador Digital**

consulte para
projetos digitais
personalizados

CONSULTE NOSSO SITE PARA CONTRATAR OUTROS PROFISSIONAIS PARCEIROS DA CONNECT

connectsolucoescorporativas.com

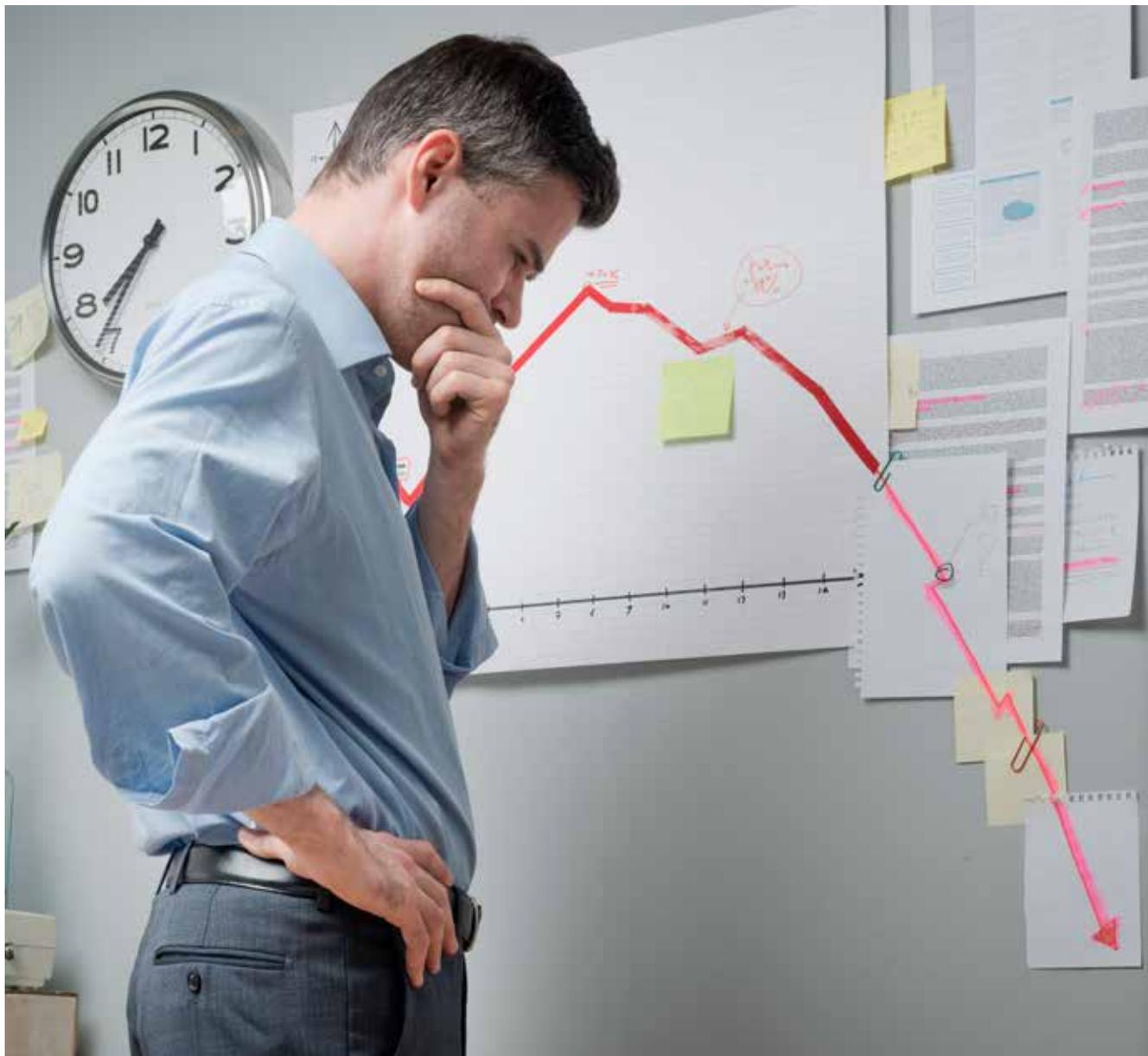
11 2894-5977 | 11 97631-7929

atendimento@connectsolucoescorporativas.com

[@connect_pessoasemarcas](#) [f ConnectPessoasemarcas](#) [CSC_Connect](#)



CONNECT
SOLUÇÕES
CORPORATIVAS



SETE ERROS COMUNS QUE DESTROEM UM NOVO NEGÓCIO **ANTES MESMO** **DE ELE COMEÇAR**

Por *Pedro D'Angelo*

QUEREMOS CUIDAR DE VOCÊ E DA SUA SAÚDE.

No Spa Sorocaba,
a cultura de excelência
e segurança em atendimento
médico, aliada a cortesia, carinho
e eficiência de toda a equipe
multidisciplinar, faz com que seja
um diferencial e referência
em hospitalidade em todo
o país.



Responsável Técnico: Dr. Manoel Carlos Beldi Castanho Cardiologista | CRM 35119

RESERVAS

0800 55 8878 ou 0800 701 8878

www.spasorocaba.com.br

Rodovia Raposo Tavares, KM 104,5 - Sorocaba

São Paulo - CEP:18052-775



Whatsapp: **15 - 99183.0420**



SPA SOROCABA
Muito mais que um SPA Médico

Abrir o próprio negócio é o sonho de muitos. Hoje em dia, então, com o boom das startups e no cenário promissor das ferramentas digitais, o sonho de empreender parece ter ficado ainda mais próximo. Ainda assim, ter um novo negócio não é tarefa fácil.

Na prática, o Sebrae alerta para o fato de que metade das empresas vão a falência antes de completar o quinto ano de vida. Falando nas startups, especificamente, um estudo da Startup Farm conta que 74% delas fecham as portas com os mesmos cinco anos.

Esse problema pode ser evitado, antes de mais nada, passando sua ideia de negócio por um processo de validação. Validar uma ideia de negócio é uma etapa essencial que garante que uma ideia aparentemente genial seja testada e aprovada com o próprio público-alvo.

Já avisamos aos empreendedores que não é preciso se desesperar. Os erros que impedem um novo negócio de prosperar podem ser resolvidos de formas mais fáceis do que pode parecer. Conheça então alguns dos principais erros que destroem um novo negócio antes mesmo de ele começar, e saiba como evitá-los:

1. VOCÊ NÃO TEM UM BOM PLANEJAMENTO

Com certeza esse é o erro mais clássico de quem decidiu abrir uma empresa. Começar um negócio sem um planejamento muito bem estruturado é absolutamente a pior forma de começar.

Com a agilidade da tecnologia, a competitividade crescente dos mercados e a vontade de dar certo logo, muitos erram em um item tão básico. Elaborar um planejamento estratégico, planejar gastos, pensar em estratégias de marketing e logística do negócio são ações primordiais e devem ser valorizadas por todos que querem empreender.

Após validar uma ideia de negócio, quando a decisão de empreen-



ELABORAR UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, PLANEJAR GASTOS, PENSAR EM ESTRATÉGIAS DE MARKETING E LOGÍSTICA DO NEGÓCIO SÃO AÇÕES PRIMORDIAIS E DEVEM SER VALORIZADAS POR TODOS QUE QUEREM EMPREENDER



der já estiver tomada, dedique-se a estudar, pesquisar e planejar cada próximo passo. Acredite: o preço para quem não toma essas providências é bastante caro.

O próprio Sebrae oferece um material completo (e gratuito) para elaborar um plano de negócio e começar se certificando de que o empreendimento será pensado da forma certa desde o início.

2. VOCÊ NÃO ENTENDE SEU PÚBLICO

No fim das contas, o sucesso de quem quer abrir o próprio negócio depende muito, é claro, do público. Ter uma boa ideia, bem planejada e executada, apenas, não garante nada no mercado. Entender e conhecer a fundo o público-alvo de um empreendimento deve ser uma preocupação constante. Nessa hora, as pesquisas de mercado ajudam de diversas formas.

Para quem nunca fez ou não tem o hábito de fazer pesquisas, preste atenção nas nossas dicas para conhecer o consumidor. Comece idealizando suas Buyer Personas, ou seja, os clientes ideais que seu

negócio visa atingir. Procure entender e realize pesquisas para descobrir tudo sobre essas pessoas. Do que gostam, do que não gostam, o que fazem no tempo livre, como são suas famílias, enfim, todo tipo de informação para traçar um perfil completo.

Também ajuda muito descobrir os hábitos de consumo das pessoas que você pretende atingir. Investigue fatores que levam os consumidores a comprar algum produto ou contratar algum serviço. Saiba como eles preferem pagar por suas compras. Tudo isso vai ajudar a garantir que seu serviço será oferecido da forma que melhor atende às expectativas do público.

Outra dica para planejar divulgação, comunicação e relacionamento com o público é pesquisar seus hábitos de mídia, os dispositivos que eles utilizam para consumir conteúdo, em que redes sociais eles estão e fazendo o quê. Assim fica mais fácil conseguir falar com essas pessoas, de forma que elas entendam e gostem de ouvir e ser ouvidas.

3. SEU PRODUTO NÃO TEM UM DIFERENCIAL

Quando for abrir um negócio, se pergunte o que ele oferece de diferencial ao público-alvo. Se não conseguir chegar a uma resposta, já dá para concluir que o sucesso está bem distante.

Em mercados cada vez mais competitivos e cheios de opções e novas soluções, é preciso se destacar. Falar em inovação, nessa hora, é a alternativa mais óbvia, e deve mesmo ser. Todo empreendedor deve se preocupar em inovar e oferecer alternativas às dores e expectativas de seu público.

Para se consolidar como um empreendedor entre os mais inovadores, uma dica crucial é explorar a inovação sob a ótica do consumidor e das próprias empresas. Os resultados vão oferecer insights surpreendentes e úteis para a sobrevivência do seu novo negócio.

Ah, e já vou adiantar duas coisas: primeiro, qualquer um pode inovar; segundo, a inovação vem de diversas formas para o público, e elas nem sempre são difíceis de se alcançar.

4. VOCÊ NÃO CONSEGUE COMPETIR COM A CONCORRÊNCIA

Este item, especialmente, está bem relacionado ao diferencial competitivo do número anterior. Um diferencial competitivo é o que mais claramente decide quem passa na frente entre os concorrentes em um mesmo mercado.

Por isso, é muito importante realizar pesquisas também para avaliar a concorrência já existente. Entreviste o público para descobrir o que eles acham dos produtos e serviços que sua concorrência em potencial oferece. Pergunte sobre o que falta para melhorar a satisfação deles com o serviço e, assim, vá reunindo informações que serão transformadas em oportunidades de negócio. A partir daí, é só trabalhar para superar os concorrentes.

5. VOCÊ NÃO DÁ ATENÇÃO PARA O MARKETING

A desculpa, nesse caso, costuma ser que investir em marketing é caro, trabalhoso e não dá resultados mensuráveis. E acreditar nisso é inadmissível. Estratégias de marketing, como o Marketing de Conteúdo, surgiram para quebrar esse tipo de paradigma e oferecer soluções para quem já entendeu que é preciso levar o marketing e a divulgação de um negócio bastante a sério. Quem ainda não está nesse ponto, pode acreditar, está ficando para trás.

6. VOCÊ NÃO ESTÁ POR DENTRO DAS MUDANÇAS

Vivemos em um mundo louco, de excesso de informação e de mudanças constantes e rápidas. Disso não há dúvidas, é claro, mas também não há desculpa para os



Pedro D'Angelo é especialista em pesquisa de mercado da Opinion Box, empresa pioneira em soluções digitais para pesquisas de mercado



É PRECISO ESTAR ATUALIZADO NAS TENDÊNCIAS, NAS MUDANÇAS DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E NOS AVANÇOS TECNOLÓGICOS. NÃO DÁ MAIS PARA NÃO SABER DO QUE SE TRATA A GERAÇÃO Z, IGNORAR A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL OU NÃO SE RENDER A TENDÊNCIAS COMO O OMNICHANNEL



empreendedores, nem brecha para não fazer parte desse cenário. É preciso estar atualizado nas tendências, nas mudanças do comportamento do consumidor e nos avanços tecnológicos.

Não dá mais para não saber do que se trata a Geração Z, ignorar a inteligência artificial ou não se render a tendências como o Omnichannel. Quem não entra nesse mundo, bem, acaba ficando fora de tudo.

7. VOCÊ AINDA NÃO TENTOU

Depois de passar por tudo isso, o que falta é iniciativa. Pode ser um clichê, mas não deixa de ser verdade: só vence quem tenta. Por isso, que tal tirar os planos do papel e começar a empreender agora mesmo?



O PLANO DE SAÚDE COMO DIFERENCIAL ESTRATÉGICO PARA AS ORGANIZAÇÕES

Por *Marcelo Alves*

Em tempos de crise, a retenção de bons colaboradores torna-se ainda mais imprescindível para as organizações. São os talentos que representam um diferencial para a empresa, seja pelos bons resultados que eles costumam apresentar, pelas aptidões de transformar boas ideias

em lucro, entre outras qualidades. Diante de tal realidade, oferecer um plano de saúde que atenda às necessidades do corpo de colaboradores surge como diferencial estratégico.

Para termos uma ideia, a assistência médica é o item mais valorizado pelos trabalhadores brasileiros. Cer-

ca de 74,6% elencam o benefício como o mais importante dentro da organização, superando até a possibilidade de participação nos lucros, segundo pesquisa recente da Catho, consultoria de recrutamento.

Portanto, disponibilizar um convênio médico que opere de acordo

com as demandas e peculiaridades do quadro funcional da organização traz diversos benefícios, como redução do absenteísmo, diminuição no volume de atestados e menor rotatividade de funcionários.

O benefício ainda proporciona mais segurança e tranquilidade em relação à saúde e despesas médicas dos colaboradores e seus respectivos familiares, que muitas vezes também têm o benefício garantido, o que, certamente, impacta positivamente na produtividade.

É evidente que, neste momento de retração, os cortes nos gastos são muitas vezes inevitáveis. Entretanto, essa prática pode até resolver um problema pontual, mas produz efeitos colaterais, como funcionários desmotivados e um ambiente de trabalho pesado. O principal erro que uma companhia pode cometer é fazer esses ajustes sem uma análise prévia.

Digo isso porque muitas empresas estão perdendo a capacidade de manter o plano de saúde para seus colaboradores. Esse fato se dá, principalmente, pela inflação médica, que deve chegar perto de 20% neste ano de 2016, segundo projeção da CNseg (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização). O avanço tecnológico, os novos procedimentos incluídos, além do aumento da longevidade da população brasileira, são os principais fatores responsáveis por essa elevação nos custos.

Ainda existem casos de empresas que acabam se perdendo na organização e gestão do plano de saúde empresarial, o que acaba causando um grande impacto financeiro negativo. Portanto, no momento da contratação ou até mesmo da troca do serviço, minha orientação consiste em traçar um perfil do quadro funcional, atentando-se para sexo, faixa etária, região onde o plano será utilizado, atividade exercida, entre outras variáveis. Nesse momento, a



Marcelo Alves é especialista em planos de saúde e seguros e diretor da Célebre Corretora, empresa com quase 20 anos de atuação no segmento



A ASSISTÊNCIA MÉDICA É O ITEM MAIS VALORIZADO PELOS TRABALHADORES BRASILEIROS. CERCA DE 74,6% ELENCAM O BENEFÍCIO COMO O MAIS IMPORTANTE DENTRO DA ORGANIZAÇÃO, SUPERANDO ATÉ A POSSIBILIDADE DE PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS



figura do corretor pode ajudar na escolha de uma opção condizente com os desejos de cada organização.

Após a definição do melhor plano é preciso olhar com carinho para a realização de campanhas de conscientização e promoção da saúde na companhia. Essas ações são a melhor forma de evitar os excessos de uso do plano por parte dos colaboradores, o que eleva a sinistralidade e, por consequência, o valor a ser pago.

Portanto, antes de cortar o plano de saúde na empresa, vale a pena estudar todas as possibilidades e também ter em mente que esse benefício é um dos principais motivadores na hora de o colaborador se candidatar a uma vaga de emprego ou até mesmo de trocar um trabalho por outro.



GUIA MELHORES FORNECEDORES PARA RH 2017

Benefícios | Talentos | Gestão do Negócio
Tecnologia para RH | Facilities & Services



CASAS MÁXIMA

CESTAS DE ALIMENTOS

Casas Máxima

Unidade Minas Gerais

Rua Jaceguai, 208/1407 - Prado
Belo Horizonte - MG - Brasil
PABX: 55 31 3514 1300

Unidade São Paulo

Rua Fortunato Ferraz, 1104 - Vila Anastácio
CEP: 05093-000 - São Paulo - SP - Brasil
PABX: 55 11 3643 0410

Unidade Ceará

Rua Herbene, 490 - Messejana
CEP: 60842-120 - Fortaleza - Ceará - Brasil
PABX: 55 85 3274 9433



Profissional Responsável:

Adriano Carvalho
Diretor Comercial

Clientes atendidos:

Atento, GM, C&A, Votorantim, Accor Hotels, Biolab, Bosh, Duratex, Foxconn, JSL, Eucatex, Jamef, Toyota, Zara, Faber Castell, CCR, Boticário, Bridgestone, Pirelli, Wick Bold, Ericsson, dentre muitas outras.

História:

Fundada há mais de 7 anos, a Casas Máxima foi criada como objetivo de se tornar referência no mercado de cestas básicas e de natal. Hoje com atuação em todo o território nacional, contamos com mais de 300 colaboradores em nossas unidades de São Paulo, Minas Gerais e Ceará. Como reconhecimento à nossa constante busca por qualidade e inovação recebemos diversos prêmios, entre eles o de **melhor empresa do Brasil no setor**.

Sempre investindo no aperfeiçoamento de nossa equipe, temos hoje profissionais que se destacam em suas áreas de atuação, levando sempre ao cliente o melhor atendimento em qualquer área da empresa.

Contamos com alta capacidade produtiva e frota própria, que nos torna prontos a atender com rapidez e eficiência qualquer operação, não importa o tamanho.

www.casasmaxima.com.br



You



Histórico

Há 21 anos atuamos no mercado de consultoria e treinamentos. Neste período, colecionamos muitos amigos, construímos parcerias, desenvolvemos e lançamos novos produtos e especialmente, contribuímos através de nosso trabalho, para aprimorar a capacitação e elevar o desempenho de mais de 60 mil profissionais, desde executivos e demais cargos na hierarquia organizacional.



Carlos Basso
Sócio - Fundador

Saber que podemos, através do nosso trabalho, influenciar pessoas e organizações através da disseminação do conhecimento, nos dá a energia para prosseguir.

Nossos clientes podem contar com a busca permanente pela excelência e o nosso compromisso de entregar sempre igual ou acima do que eles esperam.



CR BASSO Consultoria e Treinamento S/S Ltda.

Endereço: Rua Carneiro da Cunha, 167 - Cj. 56 e 57.
Bairro da Saúde, São Paulo/ SP - CEP: 04144-000
Tel.: (11) 5591-3000

Nossos Produtos

Cursos Corporativos

- ✓ Cursos Abertos
- ✓ Cursos *In Company*
- ✓ Desenvolvimento de Liderança - PDL
- ✓ Programas Customizados

Consultoria de RH e Organizacional

- ✓ Pesquisa de Clima Organizacional
- ✓ Diagnóstico de Equipe e de Lideranças
- ✓ Avaliação por Competencias - Gestores
- ✓ Diagnósticos Estratégicos
- ✓ Planejamento Estratégico e Indicadores
- ✓ Pesquisa de Satisfação de Clientes
- ✓ Sistemas de Gestão da Qualidade

Premiações e Reconhecimentos

Há 9 anos entre os 100 Melhores Fornecedores para RH, e Melhor Avaliada Consultoria de Treinamento em 2009, 2012, 2013, 2014 e 2016.



Algumas das empresas que confiam na excelência da CR BASSO para treinar seus colaboradores





Matriz

Alameda Araguaia, 101
Alphaville, Barueri - SP
CEP: 06455-000
Tel.: 0800.757.1000
contato@graber.com.br

Filiais

Campinas - SP
Volta Redonda - RJ
Rio de Janeiro - RJ
Macaé - RJ
Pouso Alegre - MG
Belo Horizonte - MG
Brasília - DF
Curitiba - PR
Recife - PE
Fortaleza - CE
Canoas - RS
Goiânia - GO



www.graber.com.br



Histórico

Desde 1986 no segmento de segurança patrimonial e pessoal, a Graber está entre as três maiores empresas do segmento no Brasil. Foi a primeira empresa de segurança da América Latina certificada pela ISO 9001 no ano de 1994, e recertificada pela atual ISO 9001 em 2008. Desenvolve soluções personalizadas em serviços para atender às necessidades de cada cliente, objetivando elevar o nível dos profissionais por meio de maior capacitação. Foi a primeira empresa do setor a introduzir o e-learning para todos os seus colaboradores e criou a Universidade Graber, que já formou centenas de profissionais. No ano de 2011 foi criado o Coral Graber, com o objetivo de promover a cultura através da música para seus profissionais e clientes.

Produtos e Serviços

Segurança Pessoal, Patrimonial e Condominial.



www.interculturalted.com.br

Histórico

Nossas soluções se destacam por:

- Simplicidade
- Praticidade
- Aplicação imediata
- Resultados mensuráveis

Sede:

Rodovia Philúvio C. Rodrigues, 5000 -
Itaipava - Petrópolis, RJ
CEP 25745-072

Centro de Logística e Distribuição:

Estrada União e Indústria, 11755,
salas 5 e 6 – Itaipava – Petrópolis, RJ
CEP 25730-740

Informações:

0800 0262422
info@interculturalted.com.br

Em 2017, a Intercultural foi novamente a empresa melhor avaliada no segmento de Cursos e Treinamentos, dentre os "100 Melhores Fornecedores de RH do Brasil" - Pesquisa Gestão RH (11º ano consecutivo).

Fundada em 1973, atuou inicialmente no ramo de livraria especializada nas áreas de Recursos Humanos, Desenvolvimento Organizacional e Gerencial, Treinamento e Desenvolvimento.

Posteriormente, formou o maior acervo do mundo de filmes em desenho animado especialmente selecionados para uso em atividades de treinamento.

Em 1983, iniciou uma parceria com a Carew International, criadora do Positional Selling, o melhor Sistema de Desenvolvimento de Vendas do mundo. Até hoje, 140 corporações brasileiras já treinaram mais de 28.000 profissionais de vendas nesta metodologia.

Em 1986, a Intercultural celebrou uma parceria com as The Ken Blanchard Companies, passando a representar, no Brasil, a Liderança Situacional II, o Modelo de Desenvolvimento de Líderes mais adotado no mundo. Desde então, 603 clientes corporativos já treinaram mais de 57.000 executivos, gerentes e supervisores nos programas da Blanchard.

Em 2016, a Intercultural lançou a novíssima versão Liderança Situacional® II – Experience no Brasil.

Este novo programa apresenta 24 novos vídeos; 21 novas ferramentas de aplicação; 4 novas dinâmicas; 4 novos role-plays; 2 novos jogos; 2 novos instrumentos de autoavaliação; um novo aplicativo para celular e materiais impressos totalmente novos 100% em cores.

Em síntese, chegou a versão "turbo" do que já era o melhor treinamento de líderes do mundo.

Os treinamentos são conduzidos no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Espanha, Estados Unidos, Honduras, México, Panamá e Venezuela, em Português, Espanhol e Inglês.

Produtos e Serviços

As duas principais áreas de excelência da Intercultural são desenvolvimento de lideranças e treinamento de profissionais de vendas.

Os principais produtos oferecidos pela Intercultural são:

Liderança Situacional® II: 57 mil gerentes de 603 empresas;

Liderança Situacional® II – Experience (lançado em 09/11/2016): 150 participantes de 4 empresas (até 31/12/2016);

Positional Selling: 28.000 profissionais de vendas de 140 empresas;

Jornada para o Sucesso;

Vídeos em Desenho Animado;

Livros;

Materiais Instrucionais e Gráficos de Planejamento Visual - Visual Organizer.





CESTA DE ALIMENTOS NUTRE BEM LTDA
Avenida Franz Liszt, 153 - Jd. Guançã/SP
cep. 02151-100 Tel. 55 11 3376.9888
pedidos@kijoiacestas.com.br

PRINCIPAIS CLIENTES:

APAE
Braskit Brinquedos
Grupo Falcão Bauer
Hospital Guarujá
Hospital Nipo Brasileiro
Hospital Santo André
Instituição Adventista
Líder Brinquedos
Maggion
MG Contécnica
Saargummi do Brasil
SantaConstancia Tecelagem
Serveng Civilsan S/A
Ultrafarma
Zelo
Natura Cosméticos



kijoiacestas.com.br

O Grupo Ki-Jóia surgiu há mais de 45 anos, após 10 anos começou a se destacar no agronegócio com a Fazenda Dona Santa que fez do feijão o seu principal produto de cultivo.

A Receita Mineira surgiu em Minas Gerais no ano de 1994, criada pela matriarca da família. Os deliciosos Pães de Queijo criaram fama e a demanda foi aumentando cada vez mais, a grande expansão da Receita Mineira se deu após a introdução no mercado Paulista.

Em 1997 surgiu a Ki-Jóia Cestas, atuando no ramo de Cestas Básicas e Cestas de Natal (Cesta de Alimentos Nutre Bem Ltda), com produtos de excelente qualidade, a Ki-Jóia assumiu uma posição importante no segmento e hoje produz mais de 1 milhão de Cestas por ano. Possuímos uma frota própria garantindo assim qualidade e rapidez na entrega aos nossos clientes.

Visão

Ser fornecedora de produtos com qualidade para a área alimentícia. Atender cada cliente de maneira única e direcionada. Visando a solução Ideal para cada situação, buscamos conciliar custo e benefício para que os valores nutricionais cheguem às mesas das famílias de seus colaboradores. Respeito, Honestidade e Ética fazem parte do Grupo Ki-Jóia.

Missão

Ser uma empresa competitiva, que atenda e supere as exigências impostas pelo mercado, como pontualidade e preços competitivos, e que satisfaça nossos clientes e suas famílias fornecendo cestas de alimentos com qualidade.



Há mais de 30 anos no mercado, a LG lugar de gente **é a maior empresa brasileira especializada em tecnologia para gestão de RH do país** com uma oferta completa e integrada de produtos para gestão do capital humano. Possui uma carteira com mais de 900 clientes diretos e indiretos que inclui nomes como Ambev, Vale, Oi, Carrefour, Caterpillar, Grupo Positivo, Grupo Santander, Natura, SBT, Hering, SulAmérica, Piraçanjuba, Lojas Renner e Rede Globo. Para outras informações, acesse o site: www.lg.com.br.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Sistemas flexíveis e personalizáveis que atendem qualquer necessidade do RH. Conheça algumas de nossas soluções:



eSocial

A LG lugar de gente conta com um conjunto de soluções e serviços para apoiar sua empresa no cumprimento dos prazos legais e nas adequações exigidas pelo eSocial.



HCM

Uma solução para ajudar a atrair, reter, capacitar e gerenciar os melhores colaboradores, além de aumentar os resultados do seu negócio.



Relatórios e indicadores gerenciais

Sistemas de análise de dados para coletar e reunir informações, disponibilizando diversos relatórios, indicadores e métricas do capital humano da sua empresa.



Aplicativos móveis

Com essas soluções, algumas atividades do RH passam a ser executadas pelos próprios funcionários através de tablets e smartphones (solicitações diversas, marcação de ponto, consulta ao recibo de pagamento etc.).



Gestão de RH em nuvem

Uma plataforma de gestão de pessoas em nuvem que permite ao RH mais agilidade e autonomia nas atividades do dia a dia, já que pode ser acessada de qualquer lugar, em qualquer dispositivo.

PREMIAÇÕES

- É pentacampeã do Top of Mind de RH na categoria "Folha de Pagamento", premiação realizada pela Fênix Editora.
- Por oito vezes consecutivas, esteve presente entre os 100 melhores fornecedores para RH. Uma premiação da Editora Gestão e RH.
- Presente, por oito vezes consecutivas, no ranking das Pequenas e Médias Empresas que Mais Crescem no Brasil. Estudo conduzido pela Deloitte, em parceria com a Revista Exame.
- Por nove vezes consecutivas, foi eleita no Prêmio "Fornecedores de Confiança", estudo realizado pela Editora Segmento.



GRUPO META RH

especialistas em recursos humanos

Grupo Meta RH

Avenida Adolfo Pinheiro, 1001
Loja e sobreloja, Andares 1º, 10º e 15º
Alto da Boa Vista · São Paulo/SP
CEP 04733-100
(11) 5525-2711

www.grupometarh.com.br

Profissionais Responsáveis:

Abigail Ribeiro Costa Leite

Diretora Administrativo/Financeiro

Gutemberg Leite

Diretor Comercial

Celia Campos

Diretora Executiva - Meta Executivos

Claudia Cunha

*Executive Director - Learning & Development –
Meta Executivos*

Roberta Moura

Gerente de Projetos – Meta Talentos

Tatiana Munhoz

Gerente Executiva – Meta BPO

Principais Clientes:

Empresas multinacionais e nacionais do setor alimentício, farmacêutico, financeiro, químico, metalúrgico, saúde, siderúrgica, entre outros.

Clientes há mais de 20 anos: AGFA, Alcon, Baxter, Bayer, BDF Nívea, Camargo Corrêa, Cargill, Carrefour, Ecolab, FujiFilm, Huntsman, Kodak, MSD, Novartis, Sandoz, Sealed Air, Syngenta, Unipar Carbocloro, Varian, entre outros.



**Há mais de 30 anos
Identificando talentos**

Histórico:

O **GRUPO META RH**, fundado em 1983, vem ao longo de sua existência oferecendo serviços de qualidade, credibilidade, reputação e parcerias de mais de 20 anos com várias empresas nacionais e multinacionais. Para tanto, ampliou seu portfólio de serviços, estruturando três divisões de negócios: **Meta BPO** (Business Process Outsourcing) com vantagem competitiva, otimização e efetividade na contratação de profissionais efetivos, temporários e terceirizados; **Meta Executivos** que atua na identificação, atração e seleção de profissionais de média gerência e posições executivas; Desenvolvimento Organizacional, com suporte de uma equipe especializada de Consultores Bilíngues com vasta experiência local e internacional; e **Meta Talentos**, especializada na condução bem sucedida de diversas demandas de posições de Estagiários, Trainees e Desenvolvimento de Jovens Talentos.

Produtos e Serviços:

Meta BPO

Recrutamento e Seleção, Temporários e Outsourcing - BPO/RPO.

Meta Executivos

Search & Hunting, Assessment, Coaching e Desenvolvimento Organizacional.

Meta Talentos

Estagiários, Trainees e Desenvolvimento de Jovens Talentos.

Especialistas

Agronegócio, Finanças, Tecnologia da Informação e Recursos Humanos.

Afiliados e Associados:

AAPSA, ABRH/SP, AMCHAM, ASSERTTEM, Câmara de Comércio França-Brasil (CCFB), Câmara Alemã AHK, Câmara de Comércio e Indústria Japonesa do Brasil, CIESP/FIESP, CRA, CRP, D&B, GRUPEMEF, MTE e SINDEPRESTEM.



TECNOLOGIA PARA RH

Gestão Integrada

TECHWARE

Rua Werner Von Siemens, 111
Torre A | 11 ° andar | Lapa de Baixo
São Paulo - SP | CEP: 05069-010

11 3871.7485

Principais Executivos

Afonso Dell’Agnolo
Amauri Gimenes
Braz Sacchi

Principais Clientes

ADM, Atlas Schindler, Avon, Brasal, Cargill,
Energisa, Fedex, Grupo Estado, Hydro,
LG Electronics, NET, Claro e Embratel,
Novelis, Polishop, Prosegur, Senac, Sky, Solvi.

25 anos de sucesso

Jovialidade, energia, inovação e ousadia são algumas palavras que definem o crescimento da Techware ao longo de seus 25 anos de existência. Especializada em soluções para Recursos Humanos, a empresa ocupa hoje uma posição de destaque entre as mais importantes desenvolvedoras de aplicativos para esta área.

O software Rrevolution da Techware opera totalmente via internet e permite o acesso às informações de Recursos Humanos de qualquer lugar de uma maneira simples, rápida e segura. A posição de destaque que a Techware ocupa no mercado brasileiro deve-se ao porte de seus clientes, a qualidade de seus produtos e serviços e ao talento de seus colaboradores.

Experiência, maturidade e estabilidade são qualidades esperadas de uma empresa sólida com 25 anos de presença no mercado brasileiro de tecnologia. O que a Techware tem vai muito além. O espírito jovem, a ousadia e a inquietação é o que a move para o futuro.



techware

25
anos

Visite nosso novo site:
techware.com.br

LU | CLOUD | BPO



Nossa história:

Com a maior rede de atendimento em planos odontológicos do mundo, que consolidou o atendimento a 3.000.000 usuários no Brasil, prestado por cerca de 20 mil cirurgiões dentistas cooperados, organizados em 130 singulares. A Uniodonto é uma das líderes do segmento de planos odontológicos, seja pelo número de usuários ou pela diversidade dos planos que sempre oferece aos seus clientes.

A Uniodonto foi fundada a 18 de setembro de 1972, por 37 dentistas reunidos na Associação dos Cirurgiões Dentistas de Santos. Menos de um mês depois, a 3 de outubro, em Lajeado, no Rio Grande do Sul, o cirurgião dentista Hélio Teixeira Munhoz fundou a Cooperativa de Prestação de Serviço de Odontologia do Alto Taquari Ltda – Odoncoop, atualmente Uniodonto vale Taquari e Rio Pardo.

A Uniodonto nasceu do compromisso de oferecer um serviço de qualidade a valores competitivos, atuando pela constante redução nos custos do tratamento odontológico, para que mais pessoas tenham acesso aos consultórios.

A grande característica do Sistema é garantir uma cobertura efetivamente nacional. O usuário da cooperativa que estiver viajando ou trabalhando fora é atendido em qualquer cidade do país que possua um profissional cooperado, sem burocracia.

Ficha técnica:
Uniodonto do Brasil
Central Nacional das Cooperativas
Odontológicas

Rua Correia Dias, nº 185
CEP 04104-000 – Paraíso | São Paulo | SP
Fone/Fax: (11)5904-4400
uniodonto.br@uniodonto.com.br



Diretoria:

Diretor Presidente:

Dr. José Alves de Souza Neto



Diretor Vice-Presidente Político Institucional:

Dr. Adalberto Baccarin



Diretora Vice-Presidente Administrativo Financeiro:

Dra. Maria Sônia Costa



Diretor Vice-Presidente de Operações e Mercado:

Dr. Clovis Tomazzoni de Oliveira



TODOS OS DENTISTAS DA UNIODONTO EM SUAS MÃOS

O UNIODONTO MOBILE É O APLICATIVO PARA
CELULAR CONTÉM TODA A NOMINATA DE
PROFISSIONAIS DO SISTEMA UNIODONTO.
DISPONÍVEIS PARA ANDROID E IPHONE.



ANUNCIANTES DESTA EDIÇÃO

TECHWARE _____	4ª CAPA
GRUPO SAÚDE E VIDA _____	2ª CAPA
AREZZA _____	3ª CAPA
ROCHE _____	5
GRABER _____	7
GRUPO META RH _____	11
LG LUGAR DE GENTE _____	15
UNIODONTO _____	17
SAMA _____	19
CR BASSO _____	23
CALU ALIMENTOS _____	25
SEALED AIR _____	27
ELANCERS _____	33
APAE _____	33
INTERCULTURAL _____	45
OCTAVIO EVENTOS _____	51
AREZZA TRADE MARKETING _____	53
KI-JÓIA _____	55
CONNECT _____	57
SPA SOROCABA _____	59



GRUPO META RH
especialistas em recursos humanos



**A Arezza é
a escolhida entre as
maiores consultorias
de Trade Marketing
do Brasil**

**Arezza: Eleita Empresa do Ano 2016
Melhores Fornecedores para RH.**



arezza® 

**NÃO CONTRATE MÃO DE OBRA
SEM CONSULTAR A AREZZA.**

Sempre as melhores soluções e as melhores
taxas na contratação de recursos humanos.



**EMPRESA DO ANO
2016**

**www.arezza.com.br
0800 777 4126**

25
anos

RHEVOLUTION | SOFTWARE COMPLETO PARA
FOLHA DE PAGAMENTO E RH

Jovialidade, energia,
disposição, curiosidade,
ousadia, inquietação...

Mais do que toda experiência adquirida durante nossa trajetória, o espírito inovador é o que nos fez chegar aos 25 anos com muito sucesso. Ligue e conheça o jeito de ser Techware.

techware.com.br

11 **3871.7485**

LU | CLOUD | BPO



techware

25
anos