

gestão

RH



A MARCA MAIS ADMIRADA

 **HEINEKEN**

ANO XXVI • EDIÇÃO 144 • 2019
www.gestaoerh.com.br

- OS MAIS ADMIRADOS 2019 -



LÍDIA ABDALLA
- GRUPO SABIN -



FÁBIO ROSÉ
- L'ORÉAL -



SIMONE CLEIM
- GRUPO SOLVAY -



SANDRO RODRIGUES
- GRUPO HINODE -



PATRICIA PUGAS
- MAGAZINE LUIZA -



MARCELO MADARÁSZ
- PARKER HANNIFIN -

DISTRIBUIÇÃO: B&W

Q Não procure doença. Procure saúde. |

Na Amil os colaboradores da sua empresa têm o cuidado certo.

Quando a saúde do colaborador é bem cuidada, a da empresa fica melhor ainda. É por isso que a Amil oferece um benefício de saúde sustentável, com soluções para diferentes necessidades. As opções englobam planos regionais até produtos premium, além dos planos odontológicos Amil Dental. Na hora de escolher um plano de saúde para sua empresa, conte com o cuidado certo da Amil.

amil

Cuidado certo pra você
viver o seu melhor.





32

**MAIS ADMIRADOS
UMA NOVA ETAPA NO RECONHECIMENTO AOS
MAIS ADMIRADOS EM RH**



110

**TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
A INDÚSTRIA 4.0 E O FUTURO DO TRABALHO
OPERACIONAL**



118

**EMPODERAMENTO FEMININO
VIOLÊNCIA E ASSÉDIO CONTRA A MULHER
NA PAUTA DA LIDERANÇA**

12 | **TRABALHO & TECNOLOGIA
VOCÊ TEM FOMO DE QUÊ?**

16 | **DESAFIOS DO RH
SOBRE SER DIVERSO E FELIZ**

20 | **HISTÓRIAS QUE INSPIRAM
AMOR, FESTA E DEVOÇÃO**

24 | **O MUNDO EM REDE
DESENVOLVA O MAIS VALIOSO
CAPITAL ORGANIZACIONAL**

26 | **HISTÓRIAS QUE INSPIRAM
CONEXÕES, AMIZADES
VERDADEIRAS E ALIANÇAS NO
MUNDO CORPORATIVO**

96 | **RH EM FOCO
INSPIRAÇÃO E EMPODERAMENTO**

102 | **EVENTO
UMA NOVA EXPERIÊNCIA PARA
OS LÍDERES DE RH**

106 | **SAÚDE E SEGURANÇA
NO TRABALHO
BUSCA PELO BEM-ESTAR**

116 | **GENTE**

122 | **BENEFÍCIOS
ALEGRIA PARA TODA A FAMÍLIA**

126 | **ARTIGO
BUSINESS IMPERATIVE**

128 | **ARTIGO
A IMPORTÂNCIA DO EVP
PARA DEFINIR QUEM É VOCÊ
COMO MARCA EMPREGADORA**

132 | **ARTIGO
TRANSFORMAÇÃO CULTURAL
E O ATIVISMO DOS COLABORADORES**

134 | **ARTIGO
A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA
SAÚDE CORPORATIVA**

138 | **ANUNCIANTES DESTA EDIÇÃO**

A MELHOR E MAIS COMPLETA SOLUÇÃO
DE RH E FOLHA CLOUD DO MERCADO.

ORACLE HCM CLOUD E RHEVOLUTION CLOUD DA TECHWARE.

Um único produto com todas as vantagens da tecnologia e dos aplicativos Oracle na nuvem.

O Rhevolution Cloud da Techware é a folha de pagamento da Oracle para o Brasil.*

ORACLE
Cloud Marketplace



* O Rhevolution Cloud é a única solução de folha de pagamento da América Latina certificada pela Oracle e disponível no Marketplace Oracle.



techware.com.br

11 3871 7485



ORACLE Gold Partner


techware

EXECUTIVOS PREMIADOS

SANDRO RODRIGUES, PRESIDENTE DO GRUPO HINODE, FOI ELEITO O CEO MAIS ADMIRADO DO BRASIL EM 2019. E PARA AUMENTAR AINDA MAIS NOSSO ORGULHO, **LADY MORAIS**, DIRETORA DE GENTE & GESTÃO DO GRUPO, FOI RECONHECIDA COMO UMA DAS 10 PROFISSIONAIS DE RH MAIS ADMIRADAS DA AMÉRICA LATINA!





MAIS DE 850 MIL
CONSULTORES



GRUPO HINODE UMA MULTINACIONAL BRASILEIRA

GRUPO HINODE
OPERA EM
5 PAÍSES DA
AMÉRICA LATINA



HINODECENTER

MAIS DE 450
FRANQUIAS
NO BRASIL

PRODUÇÃO
DE 8 MILHÕES
DE PRODUTOS
POR MÊS



O GRUPO HINODE ATUA EM 4 PAÍSES DA AMÉRICA LATINA ALÉM DO BRASIL: BOLÍVIA, COLÔMBIA, EQUADOR E PERU. REFERÊNCIA NOS SEGMENTOS DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS COM A MARCA **HINODE COSMÉTICOS**, BEM-ESTAR E PERFORMANCE, COM **HND**, E SERVIÇOS, COM A **HINODE SERVIÇOS**. A EMPRESA ESTÁ EM ROTA DE EXPANSÃO E LEVANDO A SUA MISSÃO DE OFERECER ÀS PESSOAS A OPORTUNIDADE PARA MUDAREM DE VIDA AO MUNDO TODO.



FÁBRICA PRÓPRIA
QUE É REFERÊNCIA
NO MERCADO



GRUPOHINODE

www.grupohinode.com

Finalizamos o primeiro semestre de 2019 com a entrega do Prêmio RHs, CEOs e Marcas Mais Admirados. No seu 14º ano, a premiação ganhou uma nova categoria para jogar luzes na atuação dos CEOs que são comprometidos com a gestão de seus talentos. Isso porque entendemos que todas as ações em prol dos colaboradores têm que passar pelo RH e pelo CEO, mas é somente com ambos em sintonia que essas ações de fato serão implementadas com foco na valorização dos colaboradores.

Os RHs e CEOs premiados são uma mescla de culturas, setores e estilos, evidenciando uma diversidade cada vez maior nas empresas. Uma bem-vinda tendência do mundo corporativo, que só tende a lucrar ao permitir que seu espaço se torne um caldeirão de ideias e opiniões diversas, onde produtividade e felicidade são os principais resultados.

Além de trazer um retrato importante das tendências do RH na atualidade, a premiação deste ano marca um novo ciclo para o Grupo Gestão RH e, principalmente, para mim, que estou à sua frente há mais de quatro anos. Foi um período de reformulação de estratégia e de elaboração de um cronograma de ações para trazer novos ares aos nossos produtos e serviços. Acredito que, com isso, conseguimos reunir novas ideias e criar excelentes perspectivas de futuro, além de nos consolidarmos ainda mais como referência para o mercado.

Nosso grande desafio tem sido manter e gerenciar tudo o que a empresa fez de melhor nestes 26 anos de existência, sem, no entanto, abrir

mão de buscar resultados qualitativos não só para o nosso negócio, como para aqueles que acreditam e confiam no nosso trabalho. Esse tem sido o diferencial da empresa nos últimos tempos.

Como marco da nova fase, o evento de premiação foi tratado com muito amor por todos os envolvidos na sua concepção, desde a escolha do local, do cardápio e da música até o formato, trabalhado para que os mais de 125 profissionais premiados e os mais de 490 convidados presentes pudessem celebrar o RH.



Renato Fiocchi Gabriel
CEO
renato@grupogr.com.br

Com diversas realizações saindo do forno ainda neste ano, já estamos de olho em 2020, quando teremos muitas novidades. A primeira, posso antecipar, é a parceria com a FGV e seu centro de pesquisas para conduzir melhorias nas pesquisas do Grupo. Essa parceria irá trazer resultados e métricas ainda mais detalhados, com relatórios que serão estratégicos para as empresas e servirão para avaliação interna e externa de tudo o que envolve a organização, seja o valor da marca, o envolvimento do colaborador ou as práticas em gestão de pessoas, entre outros pilares avaliados nas pesquisas.

Esperamos que o segundo semestre seja ainda mais próspero e que os projetos e ideias fluam cada vez mais. Tudo feito por um time que tem em comum o comprometimento com os melhores resultados e com valores imprescindíveis para alcançá-los: ética e respeito às pessoas.

Podem ter certeza de que vem muito mais pela frente.

Boa leitura!

Revista Gestão RH

Uma publicação da GPN - Gestão de Pessoas e Negócios
Rua Funchal, 411, 5º andar
Vila Olímpia - 04551-060
São Paulo, SP
(11) 3254-7509
www.gestaoerh.com.br

ANO XXVI · EDIÇÃO 144 · 2019

Editora

Thais Gebrim
thais.gebrim@grupogr.com.br

Editor Assistente

Adriano Garrett
redacao@grupogr.com.br

Jornalista Assistente

Lucas Ribeiro
redacao@grupogr.com.br

Publicidade

Bruno Eloi
bruno@grupogr.com.br

Relações Públicas

José Lamas
comercial@grupogr.com.br

Marketing

José Roberto Saglietti
marketing@grupogr.com.br

Comunicação

Danielle Fiocchi
comunicacao@grupogr.com.br

Assinatura

Jeniffer Paula
assinatura@grupogr.com.br

Eventos

Geraldo Milet
eventos@grupogr.com.br

TV Gestão RH

Miller Pimentel e Angra Pimentel
tv@grupogr.com.br

CEO

Renato Fiocchi
renato@grupogr.com.br

Impressão

Print Express



**M A I S
C O N E X Ã O .
M E N O S
D I S T Â N C I A .**



Criar conexões por meio de produtos é um dos principais objetivos do Grupo HEINEKEN.

E isso começa de dentro para fora, quando olhamos para

nessos 13 mil colaboradores

como um time de estrelas,

conectando-os com

um comportamento

empreendedor, iniciativas

de liderança e um

posicionamento que valoriza

a inclusão e a diversidade.

O resultado são 20 marcas que

brilham na mesa do consumidor

e uma equipe que se orgulha

de construir a sua história.

**HEINEKEN**



Há **20 anos** oferecendo uma gestão de benefícios com qualidade, transparência e inovação. Proporcionando excelentes resultados aos nossos clientes.

**Saiba o que a RB pode fazer pelas
finanças da sua empresa!**

Quer conhecer mais sobre as nossas soluções?
Acesse: **www.rb.com.br**

Vendas
(11) 4962-0090
comercial@rb.com.br





VOCÊ TEM FOMO DE QUÊ?

Por **Marcelo Nóbrega**

“Marcelo, já viu isso?!”. Nunca use essa frase comigo, por favor. Quando uma mensagem assim pula na tela do meu celular, é como se meus dedos ganhassem vida própria. A coisa é meio caótica, porque os amigos sabem que não resisto a uma novidade, então, generosos, me despacham informações o dia todo. Aplicativos, eventos, cursos, livros, séries de streaming. E o meu cérebro ali, com vontade de consumir tudo.

“Sabia que, através da plataforma X, dá para viajar levando só seus documentos e deixar para alugar tudo o que precisa direto com os moradores do local de destino?”

“O teaser do novo smartphone da marca Z, que chega ao Brasil em abril, sugere que decretará o fim de equipa-

mentos complexos, grandes e caros, como as máquinas de ultrassom. Vou te mandar o link!”

“Já garantiu um exemplar do livro do Fulano na pré-venda? Ele destrói a teoria X!”

“Viu que o Cicrano está armando um superwebinário para este final de semana, estilo maratona Netflix?”

“Virei a noite assistindo às quatro temporadas da série Y, que inspirou um dos cursos mais concorridos do Instituto Z. O que você achou?”

“Cara, que postagem maluca é aquela no LinkedIn citando você?!”

Pois é... Não fosse eu um sujeito muito focado, daquele tipo que estipula horário para tudo, estaria frito. Mariposa em volta da lâmpada. Pé de passista ao som de batucada. Sa-

bem por quê? Sofro de FoMo.

FoMo é um acrônimo, palavra formada da junção das primeiras letras da expressão em inglês Fear of Missing Out. Em tradução livre, medo de ficar por fora, de não saber das últimas novidades, de ficar para trás – de perder o trem da história, como diríamos num passado recente.

Nesse exato momento em que você lê este artigo, muito conhecimento está sendo criado. Nesse nosso mundo hiperconectado, com 4,5 quintilhões de bytes sendo gerados todos os dias, pense no desespero de ser acometido pela ansiedade traduzida por essa buzzword.

Não é brincadeira! Você conclui a leitura de um livro ou recebe o certificado de um curso e descobre que



Nossa equipe foi premiada por seu trabalho. E nós fomos premiados por ter essa equipe.

O Grupo Moura conquistou novamente o prêmio da revista Gestão RH. E não foi por acaso.

A qualidade que sai de nossas indústrias é resultado de uma equipe engajada, instigada e sem medo de desafios. Somos mais de 6 mil colaboradores com energia para mover o futuro.

Somos Moura.

 /company/grupo-moura



boa parte do que viu caducou. Sai de uma aula do caramba e aquele debate tão rico de ideias, que abriu tantos horizontes, já começa a envelhecer no caminho para casa.

E o desafio das universidades para se manterem atualizadas? Estamos vendo profissões que são uma combinação de duas ou três disciplinas diferentes. Mecatrônica e Engenharia Biomédica são exemplos. Quem está se formando agora vai testemunhar o surgimento e a ascensão de profissões que ainda não existem. A queda de muitas também. Por isso, sabe qual deve ser a grande contribuição das instituições de ensino? Ensinar a aprender e a estudar.

Quando é que uma indústria de lanternas ou de grandes aparelhos de ultrassom imaginaria que a chegada dos smartphones marcaria o início do fim para seus negócios? Como antecipar que o maior rival de restaurantes e shoppings seria um app de delivery? Nem no mais Sci-fi dos roteiros hollywoodianos era possível prever. Mas no meio do caminho tinha uma tecnologia; tinha uma tecnologia no meio do caminho... E deu no que deu.

Eu confesso que não sabia, mas existe o extremo oposto da FoMO, a JoMO. Aposto que você já foi *googlar* FoMo e JoMo. Eu faria o mesmo, se já não tivesse pesquisado aos montes antes. JoMo vem de "Joy of Missing Out", ou "o prazer de ficar por fora". É mais ou menos aquela pessoa que tem como lema "não sei, não quero saber e tenho raiva de quem sabe".

Eu fico me equilibrando. Um pé lá e outro cá. Quero me manter antenado, sem perder a capacidade de entrar em modo avião por períodos regulares. O certo é que, se você descobriu uma fórmula fácil, rápida e barata de equilibrar FoMo e JoMo, vai ficar rico. E não esquece de me avisar, que te passo uma lista enorme de potenciais clientes.

Decidi escrever sobre esse tema há uns dez dias, quando passei a considerar abolir os power points



DIVULGAÇÃO

Marcelo Nóbrega
é diretor de Recursos
Humanos da Arcos
Dourados, operadora
da marca McDonald's
no Brasil

“
**VOCÊ CONCLUI A LEITURA
DE UM LIVRO OU RECEBE
O CERTIFICADO DE UM
CURSO E DESCOBRE QUE
BOA PARTE DO QUE VIU
CADUCOU. SAI DE UMA
AULA DO CARAMBA
E AQUELE DEBATE
TÃO RICO DE IDEIAS,
QUE ABRIU TANTOS
HORIZONTES, JÁ COMEÇA
A ENVELHECER NO
CAMINHO PARA CASA**
”

das minhas palestras. É sério! A cada evento, a cada passada de slide, frustração à vista: identifico sempre alguma informação que já não vale mais. Tem vezes em que metade dos logos que mostro são de startups que quebraram, pivotaram, dividiram-se ou fundiram-se, viraram outra coisa.

Isso sem falar que o prazo de validade das minhas teorias também anda encurtando. Ao final de uma leitura, viagem, evento, a roda gira de um jeito diferente, desbancando minhas então verdades.

Mas, quer saber? O mundo sempre foi e sempre será apetitoso para quem é curioso.

E um recadinho para quem está lendo: esquece o que eu disse. Vou continuar querendo saber de tudo, viu? **G**



SER VOLUNTÁRIO FAZ PARTE DA NOSSA CULTURA



Desde 2015, a Imerys, através do **Departamento de Gestão de Pessoas**, vem desenvolvendo diversas ações de **voluntariado** no estado do Pará, nas regiões ao entorno da maior operação de caulim do mundo, com colaboradores e seus familiares. Em **5 anos de voluntariado foram realizadas 16 ações** entre reforma de 3 escolas públicas, doações de brinquedos e atividades lúdicas, o que resultou em mais **1.200 pessoas beneficiadas**.

Conheça a atuação da Imerys no Pará:

 @imeryscaulim  /imeryscaulim  Imerys Brasil


IMERYS

www.imerysno para.com.br



SOBRE SER DIVERSO E FELIZ

Por **Ricardo Mota**

Quando você pensa em um ambiente adequado para trabalhar e viver, como ele é? Como as pessoas são? Como se relacionam? Como interagem? Qual é o clima? Que cor você vê? Ao responder a essas perguntas, você consegue analisar se esse ambiente é propício para a diversidade, inovação, criatividade, inclusão e o bem-estar.

Felizes são as pessoas e as empresas cujo ambiente de trabalho é livre de preconceito, onde se pratica o entendimento e há espaço para aprender o que ainda não sabemos. Em lugares assim, você

cria, realiza, inspira os outros, e a sua empresa se beneficia dos resultados.

Falo disso porque vivemos um momento em que a diversidade e os relacionamentos são essenciais para o próximo passo da evolução humana: toda a tecnologia que está sendo criada, se não for bem cuidada, levará adiante os vieses inconscientes que criamos durante a vida. Não se trata de querer ou não, pois esses vieses são culturais. Muitas vezes, sequer sabemos de sua existência, mas estão lá. Apenas existem.

O fato é que precisamos tomar consciência de que a diversidade não trata das minorias. Isso é preconceito, e precisamos falar a respeito de inclusão, porque só quando falamos – e entendemos – fica possível mudar.

Diversidade é pluralidade, é a oportunidade de as pessoas exporem suas opiniões e seus pontos de vista, que, quando são diferentes dos nossos, normalmente incomodam. Quanto mais diversos formos, melhores serão nossos resultados, pessoais e profissionais. É hora de criarmos grupos cada

vez mais diversos e, juntos, discutirmos o próximo passo. Falar sobre diversidade não diz respeito a aceitar, ser a favor ou contra. É o respeito ao ser humano e à sua forma de ser e pensar.

Hoje, parece que somos praticamente obrigados a ter uma “opinião formada sobre tudo”. Às vezes, nem temos informação suficiente, mas já formamos um pré-conceito. Lembrem-se: o nosso julgamento inicial sobre alguém acontece em milésimos de segundo e, levianamente, podemos tomá-lo como verdade. É assim que nasce o preconceito.

Felizmente, o mundo está mudando, ainda que em baixa velocidade, e tem nos proporcionado vislumbrar um novo horizonte. Se hoje há tanta “coisa” nova aparecendo todos os dias, é porque existe uma nova demanda da sociedade. Quem antes vivia escondido, à margem de padrões impostos, agora sai da sombra para ser feliz.

Precisamos ter um olhar atento para esse momento e buscar informações. Alguma vez você se perguntou o quanto pode doer o preconceito? Já sofreu algum? Sabe o que é viver fora dos padrões impostos pela sociedade? Tem ideia do que é fazer parte de cotas e de estatísticas? Já tentou perguntar sobre isso a alguém?

Fomos ensinados a não fazer questionamentos em determinadas situações, pois “era errado”. Por exemplo, perguntar a um deficiente físico sobre sua deficiência ou a um homossexual como é viver sendo julgado pela sua sexualidade, não por sua competência.

Este novo mundo não é mais sobre eu ou você. É sobre nós, sobre uma nova era. Não é sobre cotas e inclusão, mas sobre respeito ao ser humano e à sua pluralidade. Precisamos ter a inclusão consciente em nossa pauta; mais do que ter dados, precisamos incentivar as pessoas a compartilharem suas histórias. Pode ter certeza



Ricardo Mota atua há 20 anos em RH. Atualmente, é executivo da Saad Company, representante da empresa britânica YSC no Brasil




ESTE NOVO MUNDO NÃO É MAIS SOBRE EU OU VOCÊ. É SOBRE NÓS, SOBRE UMA NOVA ERA. NÃO É SOBRE COTAS E INCLUSÃO, MAS SOBRE RESPEITO AO SER HUMANO E À SUA PLURALIDADE. PRECISAMOS TER A INCLUSÃO CONSCIENTE EM NOSSA PAUTA



que você irá se emocionar muitas vezes e ver o quanto um ser humano pode mudar a vida de outro.

A diversidade de ser leve, assim como as suas dúvidas devem ser esclarecidas com naturalidade. A maior descoberta da humanidade foi a comunicação, e temos que praticá-la. É necessário aprender a reaprender todos os dias, especialmente o que não nos foi ensinado.

Antes de incluir o “diferente”, é fundamental trazermos nossas equipes para o centro da questão e apoiá-las nessa jornada. Precisamos dialogar e entender suas dúvidas para, depois, falarmos de inclusão. Não deve ser imposição, mas sim esclarecimento e apresentação de um novo mundo que está em constante transformação. Vamos falar sobre inclusão consciente? 



Seus colaboradores plenos de saúde. Sua empresa, de crescimento.

Para sua equipe de talentos ter alta produtividade e qualidade de vida, ela precisa de um cuidado gigante. Conte com o maior convênio farmacêutico do Brasil e garanta todos os benefícios da **Pague Menos** para seus colaboradores. É muito mais saúde para quem ajuda sua empresa a crescer.





Presente em todos os estados do Brasil com mais de 1.200 farmácias.



Custo zero.



Serviços exclusivos
Pague Menos:
Clinic Farma,
AME, SAC Farma.



Descontos especiais
em medicamentos.



Plataforma PBM para
customizar regras e
para gerir benefícios
de forma integrada.

 (85) 3255-5511 | 5434 | 5536

 convenio@pmenos.com.br

 **PagueMenos**



AMOR, FESTA E DEVOÇÃO

Por **Marcelo Madarász**

O título deste artigo também dá nome a um show da cantora Maria Bethânia que emocionou o Brasil e a Europa em 2010 e, mais tarde, virou CD e DVD. No ano em que completou 45 anos de carreira, Bethânia dedicou o trabalho à sua mãe, Dona Canô, realizando uma linda homenagem. A noite que tivemos no dia 5 de junho de 2019, promovida pelo Grupo Gestão RH, também foi assim: paixão e amor em cada detalhe que nos convidavam para uma festa na qual, além do engajamento e dedicação de todos, havia praticamente uma devoção ao ofício de se realizar a gestão de pessoas.

A noite homenageou os RHs Mais Admirados do Brasil e da América Latina e trouxe inovações

ao ampliar os homenageados para os CEOs Mais Admirados e As Marcas Mais Admiradas. O grupo criado em 1991 está se renovando lindamente, ampliando seus horizontes, expandindo fronteiras e sempre contribuindo para a evolução dos gestores, de suas empresas e da sociedade. No momento tão absolutamente desafiador que estamos vivendo, no qual somos expostos todos os dias a “antiexemplos”, nada melhor do que trazer um conjunto de executivos e de empresas que possam ser referências para todos e que mostrem que gestão com amor e com ética traz excelentes resultados.

Quando foram anunciados os CEOs Mais Admirados, Lídia Ab-

dalla, dos Laboratórios Sabin, e Sandro Rodrigues, do Grupo Hino-de, a emoção foi realmente muito grande e tocou a todos que testemunharam, por exemplo, o depoimento do Sandro, honrando seus pais e seus filhos, compartilhando a história de sucesso do grupo, seu início, suas dificuldades. Foi um momento realmente muito inspirador, coroando a noite.

Antes disso, foram revelados os RHs Mais Admirados do Brasil e depois da América Latina. Profissionais e pessoas da melhor qualidade, junto com todos os outros que foram considerados e fizeram parte das listas: Fabio Rosé, da L’Oréal; Patrícia Pugas, do Magazine Luiza; Simone Cleim, da Rodhia... Quan-

SÓ QUEM AMA E CUIDA BEM DAS
PESSOAS PODE OFERECER O MELHOR
PARA OS SEUS COLABORADORES.

jotacom.com



A SulAmérica foi a vencedora do prêmio “RHs, CEOs e Marcas mais Admiradas do Brasil 2019”, concedido pela Revista Gestão RH. Mais um reconhecimento para quem se importa com as pessoas e a sustentabilidade do seu negócio. Afinal, oferecer a proteção do SulAmérica Saúde para manter o bem-estar de todos **tá com tudo**.

**SulAmérica**
Saúde

do meu nome foi anunciado, senti por alguns minutos que ou eu não estava em minhas condições normais de presença física, ou realmente houve uma expansão da alma de uma maneira difícil de explicar, tamanha a emoção.

Por vários motivos, a emoção me envolveu, mas certamente o principal deles foi a presença da minha mãe. Devo essa emoção ao Renato Fiochi e à Edna Vasselo Goldoni, que a convidaram e fizeram questão de sua presença. Quando ela foi chamada ao palco, as palavras me faltaram. Troquei uma ou duas coisas, tamanha era a emoção. Passou um filme pela minha cabeça, o filme da minha vida, e me lembrei de uma peça de teatro chamada *Os 7 Afluentes do Rio Ota*, que falava sobre diversas vidas e histórias que se cruzavam, ainda que de uma forma estranha e com um ponto em comum: a esperança.

Lembrei-me também dos seis reinos do budismo, e até consegui falar algo sobre isso. Falei que o RH transitava diariamente do luxo ao lixo, convivendo com a luz e a sombra, passeando pelos três reinos superiores (O Reino dos Seres Humanos, O Reino dos Semideuses e O Reino dos Deuses), mas também pelos três inferiores (O Reino dos Seres do Inferno, O Reino dos Espíritos ou Fantasmas Famintos e O Reino Animal).

Com tudo isso na mente e no filme que ela projetava, olhei para o lado, vi minha mãe, Alexandre Garrett, Edna, Renato, nosso apresentador, Marcelo Courrage, e pensei na gratidão por tudo que vivi até aquele momento para estar ali: a primeira escola, a faculdade, o primeiro emprego, alguns sonhos que se perderam ao longo dos caminhos, o primeiro amor, a primeira perda, as escolhas necessárias, a passagem da área clínica para o RH, a necessidade de estudar, e muito...

Os inúmeros momentos nos quais eu me sentia uma fraude e

Marcelo Madarász
é diretor de RH da
Parker Hannifin para a
América Latina




DIVULGAÇÃO

meu sabotador ganhava voz, as dificuldades, as superações, o período de busca de novo emprego, no qual eu colocava meu terno azul pra passear, as negativas, as decepções, as perdas, mas também as conquistas, o novo emprego, o projeto bem-sucedido, a ascensão profissional...

Vejo minha mãe novamente, chorando de emoção, e me lembro de suas alegrias e tristezas, suas crises de depressão, sua forma de superação. O filme de uma vida passou pela minha cabeça em 10 minutos, e fui tomado por uma emoção muito grande.

Pensei em propósito, em legado, em passagem de bastão. Pensei nas filas de pessoas desempregadas, pensei no Brasil, e fui me dando conta do quanto aquele era

realmente um momento mágico e de expansão de consciência. Pensei nos meus mestres e no quanto acredito que, como disse o poeta, felicidade se encontra em horinhas de descuido. Essa era uma dessas horinhas...

Me vi como um eterno aprendiz e, com gratidão e muita emoção, me lembrei de uma exposição feita para homenagear Dona Canô. O nome era Ser Feliz É para Quem Tem Coragem, frase dela que me fez lembrar de outros mestres, como Clarice Lispector ("Ser feliz é uma responsabilidade muito grande. Pouca gente tem coragem.") e Guimarães Rosa ("O correr da vida embrulha tudo. A vida é assim: esquenta e esfria, aperta e daí afrouxa, sossega e depois desinquieta. O que ela quer da gente é coragem!"). 



**Mackenzie
Soluções**

Conhecimento que gera resultado

Soluções para o **SEU NEGÓCIO**

OS MELHORES SERVIÇOS
PARA SUA EMPRESA



• **Consultorias e Projetos**
Foco em resultados

• **Educação Corporativa**
In Company e Multicompany

• **Business Center**
Locação de espaços

Baseada nos valores de tradição e inovação, esta Unidade de Negócio do Instituto Presbiteriano Mackenzie é especializada em auxiliar empresas públicas e privadas no aprimoramento de seus serviços prestados.

Consulte-nos:
(11) 2114-8704
mackenzie.br/solucoes

DESENVOLVA O MAIS VALIOSO CAPITAL ORGANIZACIONAL

Por **Ignacio García Zoppi**

Num contexto no qual a demanda por estimular redes de trabalho ágeis, flexíveis e colaborativas está cada vez mais presente nas organizações, há três perguntas que todo gestor de RH deveria se fazer como passo prévio a qualquer plano de ação:

1. As informações e os conhecimentos relevantes fluem entre os colaboradores e chegam rapidamente onde têm que chegar?
2. Quem são os líderes informais que mobilizam as redes de comunicação, e como eles podem ser melhor aproveitados para difundir mensagens-chave pela organização?

3. Como posso tornar as redes de trabalho mais cooperativas, energizadas e criativas?

UM PREÂMBULO METODOLÓGICO

Em edições anteriores desta coluna tenho falado sobre a importância das redes informais para fazer acontecer o trabalho no dia a dia e como elas estão, muitas vezes, desconexas do organograma formal e dos canais oficiais de comunicação.

Também introduzi o conceito de Capital Social, pouco conhecido no âmbito empresarial brasileiro, mas familiar há décadas no management americano. O Capital Social (ou rela-

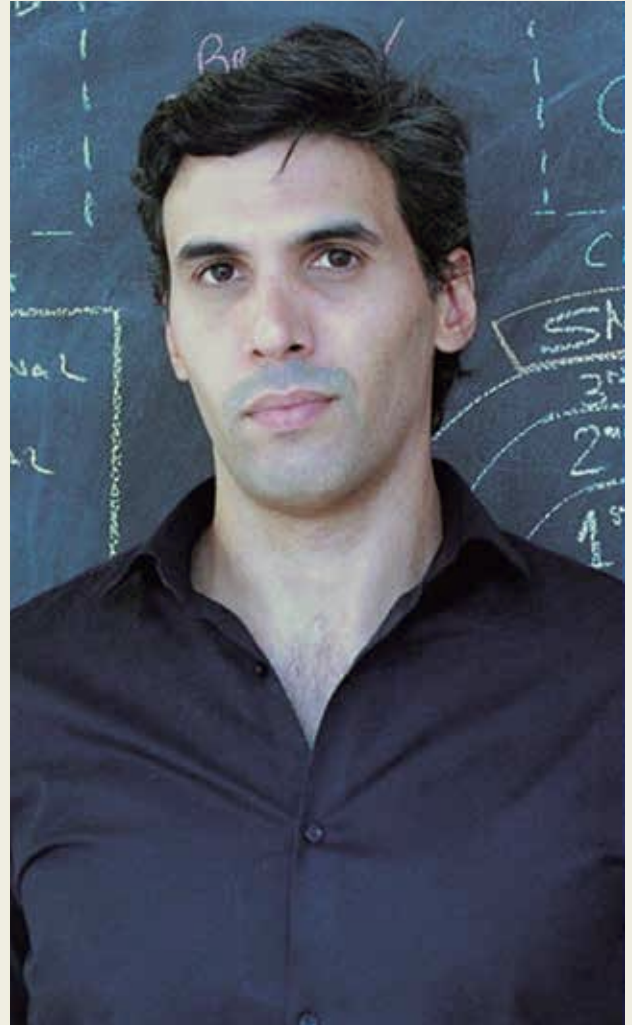
cional) refere-se ao acúmulo de relacionamentos de alta performance entre colaboradores, sintetizados nos vínculos de confiança que existem dentro das organizações e que se desenvolvem a partir das redes de trabalho.

Finalmente, apresentei um processo de transformação das redes organizacionais chamado de Modelo das Três Ds. Esse processo foi desenvolvido por mim em 2009, no contexto da necessidade de entender e estimular as organizações brasileiras, caracterizadas por terem redes informais muito dinâmicas, porém pouco reconhecidas pelos RHs. A partir daí, esse processo vem sendo aplicado

em organizações nacionais e internacionais e é constituído por três etapas:

- D1_Diagnóstico das redes informais: nela se revelam as dinâmicas de comunicação emergentes e se mensuram KPIs (indicadores-chave de desempenho) específicos de trabalho em rede, tais como os níveis de interconectividade, reciprocidade e coesão.
- D2_Design das redes de alta performance: Uma vez reveladas as redes informais, é possível intervir nelas ativando os seus pontos de cooperação, energia e criatividade (por exemplo, por meio dos líderes informais) para mobilizar a rede em determinada direção.
- D3_Desenvolvimento das redes de cada colaborador: uma vez obtido o mapa e desenhado o plano de ação, cada colaborador é estimulado a desenvolver a sua própria rede de trabalho, aprimorando assim a rede do sistema todo.

Esse processo está sustentado na disciplina conhecida como Análise de Redes Organizacionais (do acrônimo em inglês ONA), e possibilita tangibilizar e desenvolver o capital mais valioso que uma organização pode chegar a ter: o seu Capital Social Corporativo.




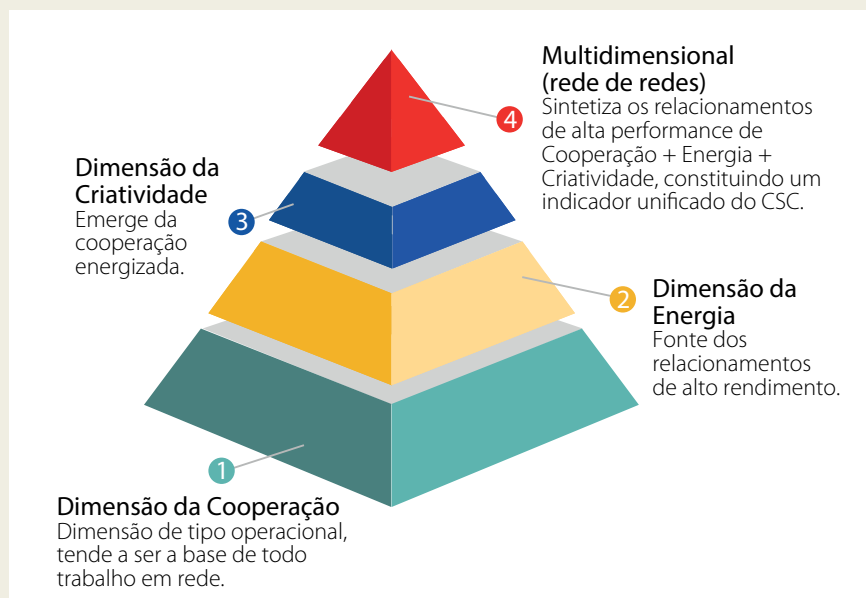
Ignacio García Zoppi é antropólogo organizacional e digital. Cofundador e CEO da Tree Intelligence, empresa especializada em mapeamento e desenvolvimento de redes humanas na Era Digital

E, finalmente, um convite! Como estudioso e practioner da Análise de Redes Organizacionais, e

após dez anos aplicando e aprimorando modelos, métodos e tecnologias de mapeamento de redes, finalmente chegou o momento de lançar o primeiro prêmio sobre Melhores Empresas em Capital Social Corporativo.

Trata-se de uma premiação pioneira no mundo, conduzida pela Tree Intelligence e realizada em parceria com o Grupo Gestão RH. Ela tem como objetivo reconhecer as redes de relacionamento entre colaboradores mais coesas, recíprocas e descentralizadas, abordando três dimensões-chave para o trabalho em rede: Cooperação, Energia e Criatividade.

A primeira edição acontece neste mês. Convidamos todas as organizações que acreditam no poder transformador das suas redes de trabalho a participar. 





CONEXÕES, AMIZADES VERDADEIRAS E ALIANÇAS NO MUNDO CORPORATIVO

Por *Daniela Lago*

Quantos amigos você tem em suas redes sociais? Será que eles são realmente seus amigos? Não se engane! É importante sabermos diferenciar nossas conexões, nossas amizades verdadeiras e as alianças necessárias para nossa vida profissional.

Ninguém cresce sozinho; todos nós precisamos em algum momento de uma ajuda, uma mão forte para nos levantar dos tombos que levamos no trabalho. Não lhe pare-

ce razoável, portanto, cuidar do assunto com um enfoque mais inteligente do que com o desleixo que a maioria das pessoas utiliza?

A premissa básica do networking é a de uma relação puramente profissional, que não tem nada a ver com amizade. O velho e bom ditado que diz “amigos, amigos, negócios à parte” é verdadeiro na prática do networking, afinal de contas, amigos do peito não cobram favores, enquanto in-

tegrantes da rede de contatos dependem disso.

O erro mais comum que profissionais cometem é acionar sua rede de contatos somente quando ficam desempregados. Não é assim que se faz networking. O processo é cíclico: deve-se começar aos poucos, dar e receber, depois usar o próprio crescimento para expandir seus contatos à medida que for tendo sucesso.

Acionar sua rede de contatos

Criar receitas que unem pessoas faz bem.

E, se faz bem, a gente faz

Uma das coisas que a gente mais se orgulha é provocar um *hummmm* que junte as pessoas em torno da mesa. Temos nutricionistas, chefs e a nossa querida culinária Miriam. Todos eles se reúnem em uma cozinha como a da sua casa para criar receitas de pratos e sobremesas que chegam até você. **Criar receitas que unem pessoas faz bem. E, se faz bem, a gente faz.**



Nestlé®

Faz bem

não pode gerar constrangimento. Pressupõe atender aos seus interesses, é claro, e também ajudar os outros a satisfazerem os deles. Reputação e confiança são essenciais para consolidar esse tipo de relacionamento, que beneficia ambos os lados, embora nem sempre a troca seja justa.

Manter os contatos e cultivar relacionamentos implica cumprir várias tarefas. A principal mensagem que esse tipo de comportamento envia é a de que você está interessado em desenvolver uma relação benéfica para ambos os lados.

Trate, portanto, de causar a melhor primeira impressão que puder. Mostre que se importa com os outros e trabalhe para construir uma boa imagem. Assim, todo mundo vai querer entrar na sua rede.

Já para a construção de uma boa aliança, vai requerer mais tempo, mais dedicação e empenho. É uma aproximação, quase que um tipo de “amizade”, mas com interesse de trabalho em primeiro lugar. Por isso, você deve obedecer às “regras” (nem sempre ditas) de boa convivência que nosso papel profissional exige.

O que isso quer dizer? Para um amigo, podemos ser nós mesmos, livres de julgamentos; para um contato de aliança, não! Nesse último caso, é preciso se limitar aos interesses profissionais, que envolvem parcerias de trabalho e confiança na entrega de seus serviços. Por isso, “pisar na bola” e não entregar o que foi prometido é motivo para rompimento de aliança.

Aliança requer troca de favores mais elaborados que uma simples conexão; vai além de indicação; não é formal, afinal, ninguém assina nenhum documento. Está atrelada à ideia de parceria, camaradagem e, muitas vezes, até irmandade.

Para começar a construir uma aliança, comece atendendo a um favor de alguém que você admira profissionalmente. Sempre que al-



DIVULGAÇÃO

Daniela do Lago ministra palestras e atua há mais de 15 anos com Gestão de Pessoas em diversas empresas. Trabalha como Coach Executivo e Desenvolvimento de Carreira e é colunista fixa do UOL Empregos, o mais visitado portal de notícias do Brasil para temas de comportamento corporativo

“
**MANTER OS
CONTATOS E CULTIVAR
RELACIONAMENTOS
IMPLICA CUMPRIR
VÁRIAS TAREFAS. A
PRINCIPAL MENSAGEM
QUE ESSE TIPO DE
COMPORTAMENTO
ENVIA É A DE QUE VOCÊ
ESTÁ INTERESSADO EM
DESENVOLVER UMA
RELAÇÃO BENÉFICA
PARA AMBOS OS LADOS**



guém te pedir algo e você puder atender, faça de bom grado! No início se dá mais do que se recebe.

Entenda que para quase tudo nessa vida existe interesse! Até nas amizades. Como você difere uma boa amizade de uma má amizade? Uma boa amizade se dá quando há interesse genuíno na pessoa; requer estar junto, gostar e querer bem.

Já uma má amizade é aquela em que você sente que a pessoa só quer algo seu (seja material ou não) e o que ela te dá em troca não é algo positivo. Ninguém gosta dos interesseiros! Então, uma premissa básica, seja para uma boa amizade, seja para uma boa conexão ou para uma boa aliança, é entregar mais de suas qualidades do que esperar algo em troca. **G**



Parker, líder global em tecnologias de movimento e controle.

A NOSSA GENTE É ASSIM: MOVIDA POR PROPÓSITO.

São 102 anos de história, com pessoas engajadas e grandes conquistas. E agora, com o RH mais admirado da América Latina.





E SE A GENTE DISSER QUE É POSSÍVEL HUMANIZAR O RH COM TECNOLOGIA?

Mas com uma tecnologia diferente, que tem DNA de gente e que pensa como você.

Uma tecnologia que entende as pessoas e sabe do que elas precisam. Uma tecnologia que inova, que inventa, que soluciona e revoluciona. Também aproxima, ao invés de distanciar.

Acompanha as transformações do mundo para mudar a forma como as pessoas se relacionam entre si e com o trabalho.

Uma tecnologia feita de gente para gente, com o propósito de tornar o RH ainda mais humano.

Essa é a tecnologia da LG lugar de gente, a maior empresa especializada em tecnologia para gestão de pessoas do Brasil.

O QUE OFERECEMOS PARA HUMANIZAR AINDA MAIS SEU RH?



LiGia: nossa plataforma de Inteligência Artificial aplicada a diversas soluções como Games, Chatbots e Analytics.



Games corporativos para recrutamento, avaliação e capacitação dos colaboradores, proporcionando uma melhor experiência em cada processo.



People Analytics para melhor (e mais rápida) tomada de decisão.



Aplicativos mobile de feedback contínuo, recrutamento, ponto e autoatendimento.



Aplicativo de autoatendimento para Apple Watch.



Portal do Colaborador integrado e mobile.



Chatbots para automatização de diversas atividades cotidianas, como solicitação de férias e agendamento de entrevistas.



Entrevistas por vídeo via mobile.



E muito mais.

Conheça tudo que podemos oferecer: lg.com.br





UMA NOVA ETAPA NO RECONHECIMENTO AOS MAIS ADMIRADOS EM RH

Reformulado, o prêmio destacou, pela primeira vez,
os CEOs eleitos pelos profissionais de Recursos Humanos

Por *Thais Gebrim*



LUKAS MORAIS/IBIFILMES

alcançar efetividade nas organizações, a cultura de valorização do capital humano não pode ser restrita à área de RH. Ela tem que estar consolidada na cabeça e no coração da principal liderança da empresa.

Além de Sandro e Lídia, Simone Cleim (Solvay) e Marcelo Madarász (Parker Hannifin) foram eleitos os RHs Mais Admirados do Ano - América Latina, e Fabio Rosé (L'Oréal) e Patrícia Pugas (Magazine Luiza), os RHs Mais Admirados do Ano - Brasil. Já a Heineken foi escolhida a Marca Mais Admirada pelos RHs.

NOVO PATAMAR

No dia 5 de junho, conduzida pelo jornalista Marcelo Courrage, repórter da Globo e da SporTV, a cerimônia de entrega do prêmio aconteceu em um ambiente tecnológico e ao mesmo tempo acolhedor, no espaço de eventos Villa Bisutti, na Vila Olímpia, bairro nobre da cidade de São Paulo. Os convidados – quase 500 dos principais players da comunidade de RH – conheceram os vencedores durante um jantar festivo e descontraído.

Diferente de todas, essa edição teve um significado especial para

o Grupo Gestão RH: a superação do desafio assumido há quatro anos, de reinventar o seu portfólio de produtos e serviços, inovando-o e garantindo a sua qualidade. Isso sem perder de vista a missão maior da empresa, de produzir e compartilhar conteúdo de qualidade para o mundo corporativo. Ao contrário: quanto mais aprimorado for o prêmio, maior é o número de talentos e práticas inovadoras para serem disseminados em âmbito nacional.

Esse é o propósito da premiação que, criada em 2006, objetivou, inicialmente, revelar os profissionais de RH Mais Admirados pelo mercado, eleitos por meio de votação eletrônica. Com a repercussão imediata e positiva, a iniciativa se consolidou e vem adquirindo novas dimensões ao longo do tempo.

Cinco anos depois do lançamento, a comunidade de Recursos Humanos foi convidada a eleger também as marcas que mais admiram por suas práticas diferenciadas em gestão de pessoas. Já neste ano, a eleição dos CEOs Mais Admirados pelos RHs veio para aprimorar a premiação e elevá-la um novo patamar.

ENTENDA O PROCESSO

Anualmente, podem concorrer os executivos de RH, as marcas e os CEOs das organizações presentes nas listas Maiores e Melhores Empresas do Brasil e Melhores Empresas para se Trabalhar, assim como de companhias que constem em pesquisas do Grupo Gestão RH.

Caso algum eleitor queira votar em um profissional ou uma marca que não esteja nesses rankings, pode indicá-lo. A inclusão dependerá de uma verificação para saber se o indicado cumpre os requisitos exigidos para concorrer ao prêmio.

São convidados a votar executivos, na grande maioria da área de RH, de cerca de 30 mil empresas de todos os portes, que atuam em âmbito brasileiro e latino-americano. O processo eletivo acontece em duas etapas. Em 2019, a primeira ocorreu no período de 1º a 25 de abril, e a segunda, de 30 de abril a 15 de maio. Vale ressaltar que, na segunda fase, votam apenas os profissionais de RH que foram candidatos na primeira.

FIQUE DE OLHO

O Grupo Gestão RH já definiu as datas de votação para 2020: a primeira fase terá início no dia 20 de fevereiro e a segunda, em 1º de abril.

A eleição de Sandro Rodrigues, CEO da Hinode, e Lídia Abdalla, presidente do Grupo Sabin, como os CEOs Mais Admirados de 2019 foi o grande destaque do 14º Prêmio RHs Mais Admirados pelos RHs, promovido pelo Grupo Gestão RH. Pela primeira vez na história da premiação, os próprios profissionais de Recursos Humanos puderam escolher os líderes de empresa que admiram pelo legado que estão construindo em conjunto com a área de RH.

A novidade desta edição veio em resposta à convicção dos realizadores do prêmio de que, para

CONHEÇA O
MELHOR BENEFÍCIO
MEDICAMENTOS
PARA SUA EMPRESA!



O BENEFÍCIO MEDICAMENTOS UNIVERS, ESTARÁ PRESENTE NO CONARH 2019!

Eleito o melhor benefício do segmento, na premiação: “**Melhores Fornecedores para RH 2019**”, com a Univers, você personaliza seu benefício de acordo com o que sua empresa precisa e garante a melhor experiência para todos os beneficiários .



MAIOR REDE
DO PAÍS



DESCONTOS
GARANTIDOS



PORTAL DO GESTOR
E APLICATIVO

Agora só falta você nos conhecer pessoalmente:
**VENHA VISITAR NOSSO ESTANDE E CONHEÇA
OS NOSSOS BENEFÍCIOS.**

Mais informações, acesse:

www.univers-pbm.com.br

 [Linkedin.com/company/universpbm](https://www.linkedin.com/company/universpbm)



DROGASIL



Droga

Raia

OS CEOS MAIS ADMIRADOS PELOS RHs

CEOs DO ANO



Lídia Abdalla - Grupo Sabin | Sandro Rodrigues - Grupo Hinode

10+



1 Carlos Eduardo Moyses - IFood | 2 Cesar Marinho - ADP | 3 Claudio Zini - Pormade | 4 Dimitrius Rogerio de Oliveira - Atento Brasil |
5 Juan Carlos Gaona - Abbott Laboratórios | 6 Julio Belinassi - Otis Elevadores | 7 Iuri Miranda - Burger King | 8 Mario Lorencatto - Usina Coruripe |
9 Paulo Correa - C&A | 10 Tonny Martins - IBM



UNIODONTO[®]
PLANOS ODONTOLÓGICOS

Para você gerar

VALOR

para sua empresa

Benefício
de qualidade

Motivação e
Produtividade

Nosso plano
odontológico

Atendimento
nacional

O maior índice
de satisfação

(11) 5904.4400

www.uniodonto.coop.br

ELES TAMBÉM ESTÃO ENTRE OS MAIS ADMIRADOS CEOs



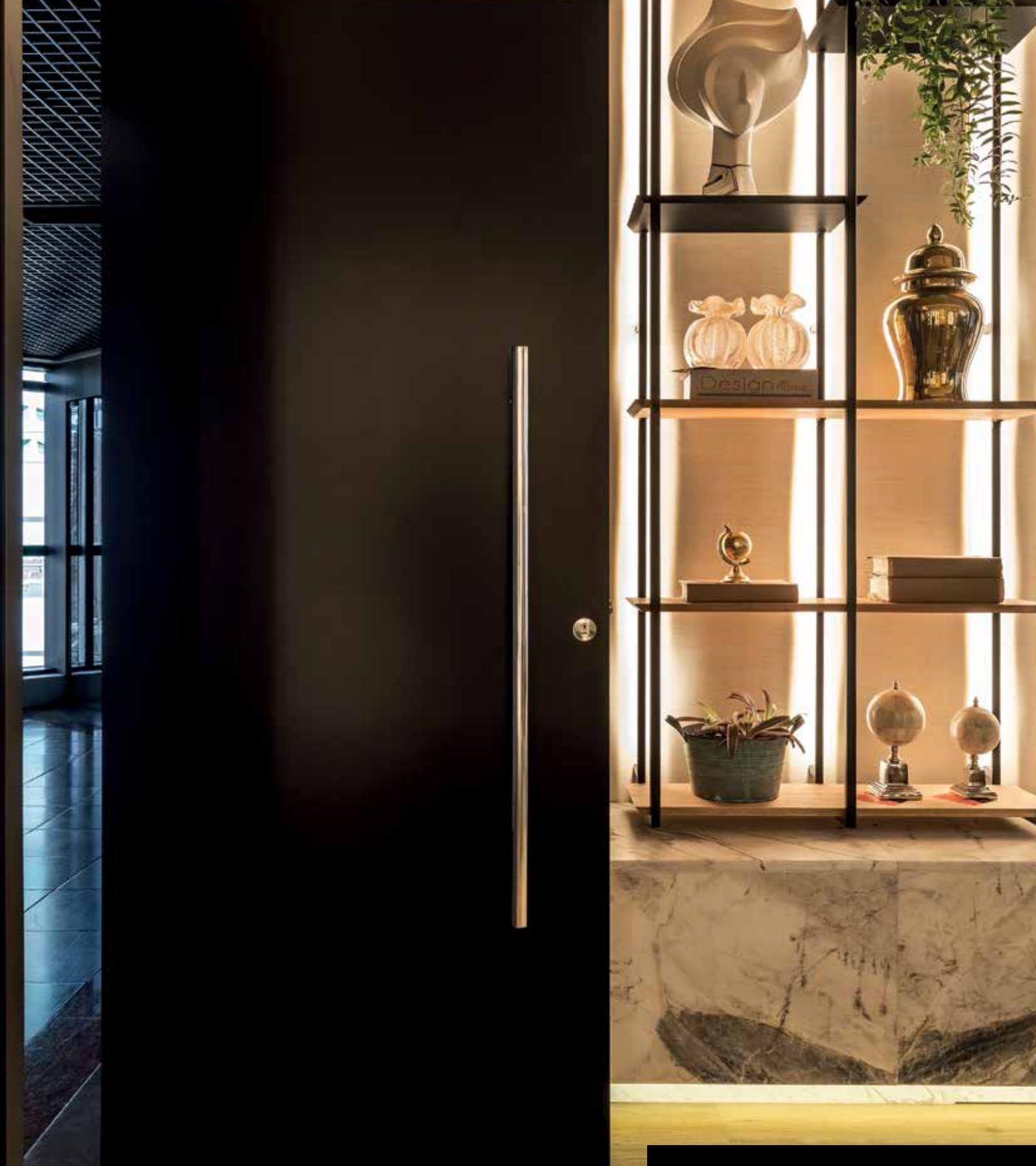
1 Alain Ryckeboer - Leroy Merlin | 2 Alexandre Costa - Cacau Show | 3 An Verhulst-Santos - L'Oréal Brasil | 4 André Mendes - Johnson & Johnson do Brasil | 5 Artur Grynbaum - Grupo Boticário | 6 Candido Bracher - Itaú-Unibanco | 7 Fernando Medina - Luandre | 8 Frederico Trajano - Magazine Luiza | 9 Gilles Coccoli - Ticket | 10 Junior Durski - Restaurante Madero | 11 Octavio de Lazari Junior - Bradesco | 12 Ricardo Gondo - Renault | 13 Ricardo Mendes de Paula - ex-Liquigás

AS MARCAS MAIS ADMIRADAS PELOS RHS MARCA DO ANO



10+





Portas Prontas • Rodapés • Papéis de Parede
Marcos e Alizares • Pisos Vinílicos • Biombos • Acessórios

Pormade
Portas

Compre online

www.pormadeonline.com.br



OS RHs MAIS ADMIRADOS 2019

Confira os grandes vencedores desta edição

RHs DO ANO AMÉRICA LATINA

MARCOS SUGLIO



DIVULGAÇÃO



Marcelo Madarász, diretor de RH Latam da Parker Hannifin | Simone Cleim, vice-presidente de RH do Grupo Solvay na América Latina

RHs DO ANO BRASIL

LUKAS MORAIS/FILMES



DENISE ANDRADE



Fabio Rosé, premiado no cargo de diretor de RH da L'Oréal Brasil. Atualmente, é vice-presidente sênior de RH da L'Oréal Luxer, nos Estados Unidos
Patrícia Pugas, diretora executiva de RH do Magazine Luiza

10+ AMÉRICA LATINA



1 Eniale Maion, diretora de RH Latam da Martin Brower | **2** Giuseppe Humberto Giorgi, diretor de RH Latam da Pirelli | **3** Lady Morais, diretora de RH global do Grupo Hinode | **4** Luciana Camargo, vice-presidente de RH Latam da IBM | **5** Mariana Adensohn, diretora de RH Latam da IFood | **6** Mariane Guerra, vice-presidente de RH Latam da ADP | **7** Monica Duarte Santos, diretora de RH Latam do Google | **8** Pablo Alzogaray, diretor de RH Latam da Saint-Gobain Abrasivos | **9** Ricardo Moreno, diretor de RH Latam da Otis Elevadores | **10** Tatiana Kipper, diretora de RH Latam da Essilor

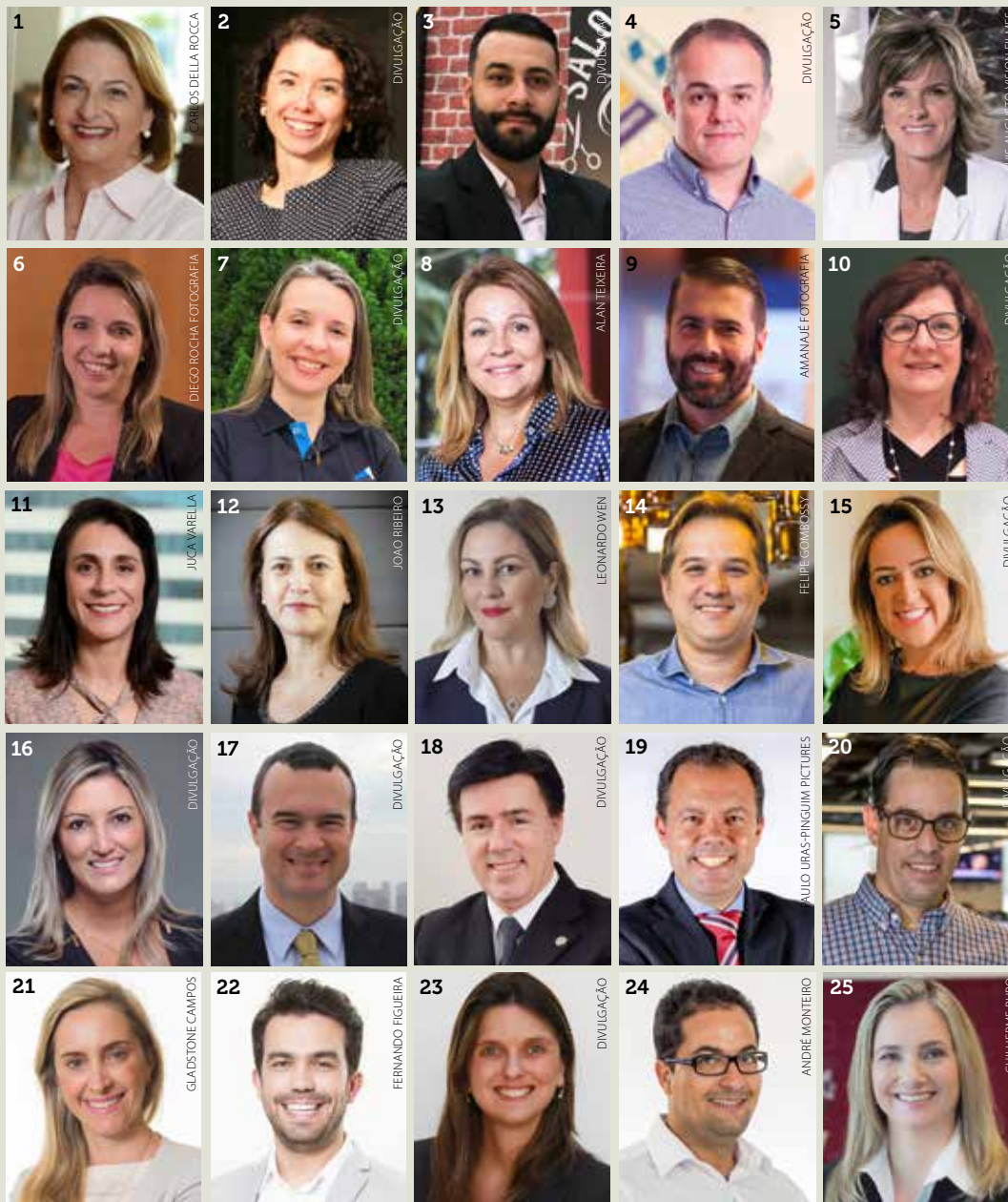
10+ BRASIL



1 André Rapoport, diretor de RH da Danone | **2** Catia Porto, vice-presidente de RH do Unitedhealth Group | **3** Christiane Berlinck, diretora de RH da IBM Brasil | **4** Claudia Meirelles, head de RH da Itaúsa | **5** Juliana Zan, superintendente de RH da Tokio Marine | **6** Majo Campos, vice-presidente de RH da Atento Brasil | **7** Marcelo Nóbrega, diretor de RH da Arcos Dourados|McDonald's | **8** Maria Susana de Souza, vice-presidente de RH da Raia Drogasil | **9** Patrícia Coimbra, vice-presidente de Capital Humano, Administrativo e Sustentabilidade da SulAmérica | **10** Sylmara Requena, diretora de RH da Siemens

ELES TAMBÉM ESTÃO ENTRE OS MAIS ADMIRADOS

RHs



1 Adriana Zanni, vice-presidente de RH da AON | 2 Alessandra Morrison, diretora de RH da Kimberly-Clark | 3 Ayrton Barros, gerente de RH da Gama Italy | 4 Christopher Woods, diretor de RH do Atacadão | 5 Cláudia Mariane Lourenço, diretora de RH da Europ Assistance | 6 Cristianne Cota, diretora de RH da Itambé | 7 Daniela Chaves Correa, diretora de RH da Aethra | 8 Denise Horato, diretora de RH da Roche Farma Brasil | 9 Eduardo Marques, diretor de RH da Abbott Laboratórios | 10 Elaine Regina Mattioli, diretora de RH da Termomecânica | 11 Eliana Cachuf, diretora de RH da Arteris | 12 Eliana Maria Vieira, diretora de RH do Grupo Notredame Intermédica | 13 Erika Magalhães, diretora de RH da Camil Alimentos | 14 Fabio Kapitanovas, vice-presidente de RH da Abinbev | 15 Fernanda Fernandes, diretora de RH da Pets, quando foi eleita ocupava a posição de diretora de Gente & Gestão da Cacau Show | 16 Fernanda Kauling, gerente de RH da Ultragaz | 17 Fernando Vaz, head de RH da Hyundai | 18 Fernando Viriato de Medeiros, diretor de RH da Accor | 19 Guilherme Rhinow, diretor de RH da Johnson & Johnson do Brasil | 20 Gustavo Mancares Leme, diretor de RH da Captalys | 21 Indiara Manfre, diretora de RH da BRF | 22 Jean Nogueira, diretor de Gente e Cultura da Gol Linhas Aéreas | 23 Karen Ramirez, diretora de RH da Philip Morris Brasil | 24 Lenilton Jordão, diretor de RH da DP World | 25 Lia Alické Azevedo, vice-presidente de RH do Grupo Boticário | **Sem foto** Audrey Shen, gerente de RH da Alibem



PARA CUIDAR BEM DE OUTRAS CASAS, PRIMEIRO A GENTE PRECISA CUIDAR DA NOSSA.

Garantir a segurança, o desenvolvimento e a diversidade na equipe é o que nos coloca entre as melhores empresas para trabalhar.

Aqui estamos sempre de portas abertas para dar as boas-vindas.

LEROYMERLIN

A casa da sua casa.

ELES TAMBÉM ESTÃO ENTRE OS MAIS ADMIRADOS

RHs



1 Lourival Justino da Silva Junior, executivo de RH da Poli Nutri | 2 Luciana Carvalho, diretora de RH da Mobile | 3 Luciana Ezequiel, diretora de RH da DHL | 4 Marcellus Puig, vice-presidente de RH da Volkswagen | 5 Marcelo Carvalho, diretor de RH sênior da SAP Brasil | 6 Marco Custódio, vice-presidente de RH da Nestlé | 7 Marisa Fernandes, diretora de RH do DIA Group | 8 Nayana Pita, diretora de RH da Cisco do Brasil | 9 Paola Giglioti, diretora de RH da Louis Dreyfus | 10 Paulo César Corrêa, superintendente de RH da CSU Cardsystem | 11 Raquel Zagui, vice-presidente de RH da Heineken | 12 Rayme Lohmann, diretor de RH da Cinemark | 13 Roberto Yanagizawa, diretor de RH da Toyota | 14 Rodrigo André Fernandes, diretor de RH da Claro | 15 Rodrigo Ladeira, diretor de RH da Athena Saúde | 16 Rodrigo Porto, diretor de RH da AES Brasil | 17 Rose Gabay, diretora de RH da Odontoprev | 18 Sergio Povia, diretor de RH da OLX | 19 Soraya Bahde, diretora de RH da Alelo | 20 Tania Tereskova, head de RH da Philips | 21 Tony Geraldo Carneiro, diretor de RH do Mackenzie | 22 Victor Rosa Queiroz, diretor de RH do Bradesco | 23 Viviane dos Reis Ferraz, diretora de RH da Sony | 25 Viviane Thomaz, diretora de RH da Gazin | 25 Weber Niza, diretor de RH da Leroy Merlin | **Sem foto** Ronaldo Swistalski, gerente de RH da Fedex Express



Existe química entre a inovação e as pessoas

A Rhodia, empresa do Grupo Solvay, acredita que o segredo para a evolução da química é aproximar a ciência de cada um de nós.

Vivemos num ritmo intenso de transformações, de novas tendências de consumo, de escassez de recursos. São desafios que nos estimulam a inovar, a criar produtos que atendam às demandas da sociedade por uma melhor qualidade de vida.

Com 100 anos de presença no Brasil, a Rhodia está em constante evolução, construindo a química do futuro.

rhodia.com.br | solvay.com

100
ANOS



RHODIA
SOLVAY GROUP

O comprometimento da empresa com as boas práticas de Gestão de Pessoas elegeu Simone Cleim, vice-presidente de Recursos Humanos do Grupo Solvay América Latina, como “RH do Ano na América Latina” pela pesquisa do Grupo Gestão RH.

REGIONAL

CENTRO-OESTE



Marly Vidal, diretora de RH do Grupo Sabin
Nereu Bavaresco, diretor de RH da Amaggi

NORTE



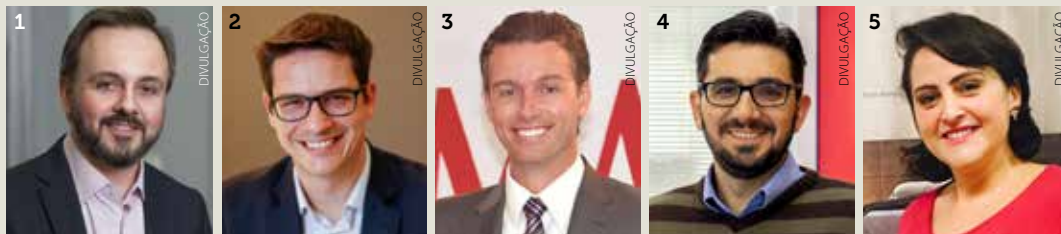
Cesar Augusto Ueda, executivo de RH da Panasonic do Brasil | Micheline Araujo, gerente sênior de RH e Infraestrutura da Imerys Rio Capim Caulim

NORDESTE



Fábio Moniz, diretor de RH da Usina Coruripe | Jorge Jubilato, diretor de Gente & Gestão da Farmácias Pague Menos | Moacy Freitas, diretor de RH do Grupo Moura

SUL



1 Daniel Ely, diretor de Planejamento e RH da Randon | **2** Douglas Pereira, diretor de RH da Renault & Aliança | **3** Fabio Voelz, diretor de RH do Grupo Madero | **4** Rafael Jaworski, diretor de RH da Pormade | **5** Valéria Ribeiro, diretora de RH da Arauco do Brasil

SUDESTE



1 Flavio Pesiguelo, vice-presidente de Pessoas e Cultura da Natura | **2** Jorge Tavares de Almeida, diretor de RH do Grupo Protege | **3** José Ricardo Amaro, diretor de RH da Edenred | **4** Karina Alonso Maimone, diretora de RH da The Walt Disney Company Brasil | **5** Marcelo Alves Pereira, diretor de RH da Enel Rio de Janeiro | **6** Marcia Baena, diretora de Gente e Gestão do Burger King | **7** Márcia Costa, vice-presidente de Gente & Gestão da C&A Brasil | **8** Regina Steinas, diretora de RH da Sharecare | **9** Selena Froes, diretora de RH da TIM | **10** Sergio Guillinet Fajerman, diretor de RH do Itaú-Unibanco | **11** Simone Passini Grossmann, vice-presidente de RH da Coca-Cola | **12** Vera Regina Benedet Barreiros, diretora de RH da Liquigás

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA SAÚDE CORPORATIVA


HEALTH ANALYTICS

A maior recompensa para o RH que busca reduzir o custo do plano de saúde.

Se você ainda avalia os custos com saúde pelo retrovisor (sinistralidade), vai se surpreender com o modelo de preditismo da Victory. Confira!



- ✓ Excelência na Gestão do Plano de Saúde
- ✓ Ótimos Resultados Financeiros

 victorysaude.com.br

 (11) 5088-9902

RH do futuro, hoje? Só se for ahgora.

**Parceira de inovação das marcas,
CEOs e RHs mais admirados do Brasil.**





A transformação digital que seu RH precisa.

Data mining, machine learning e IoT aplicados ao RH.



- + Gráficos inteligentes e analytics em tempo real
- + Gestão de produtividade e controle de custos
- + Controle de ponto, jornadas e escalas de trabalho
- + Restrição de acesso a áreas internas e externas



RH do futuro, hoje.

“APRENDO DIARIAMENTE COM OS PROFISSIONAIS DE RH”, DIZ O CEO MAIS ADMIRADO DO ANO

“Liderar pessoas é o que eu mais amo fazer e procuro sempre servir de exemplo, porque discurso e prática têm que caminhar juntos.” A frase por si só bastaria para esclarecer porque, na edição de estreia, o Prêmio CEOs Mais Admirados pelos RHs teve Sandro Rodrigues escolhido CEO do Ano. A vitória inédita foi comemorada com a diretora global de RH, Lady Morais, também premiada entre os 10 RHs Mais Admirados na categoria América Latina (saiba mais sobre Lady na página 64).

“Foi uma grata surpresa ganhar esse reconhecimento. Aprendo diariamente com os profissionais de

RH, que trazem consigo as ferramentas necessárias para gerir pessoas, justamente o que mais gosto do meu trabalho e procuro sempre aprimorar. Além disso, a história da fundação do Grupo Hinode é inspiradora. Eu e minha mãe Adelaide saíamos de ônibus da nossa casa, na zona Norte de São Paulo, até chegar à casa de nossos consumidores com as sacolas de produtos. Isso me ensinou que determinação faz toda a diferença e que acreditar em si mesmo é a chave para vencer os desafios”, conta.

A narrativa de Rodrigues dispensa questionamentos, mas não custa perguntar: como o CEO da Hinode entende o papel da área de Recursos Humanos? “É extremamente estratégico para a companhia e tem o papel de engajar os funcionários na missão da empresa e na disseminação da crença do Grupo Hinode”, responde. A diretoria de RH participa de todas as decisões da empresa e a área lidera as transformações internas na companhia, impactando o mercado externo.

“O time de RH é o guardião da nossa cultura, da nossa missão, visão e valores. Eles nos estimulam e nos incentivam a buscar todos os dias o nosso próprio desenvolvimento e, conseqüentemente, dos nossos times. O nosso RH traz na bagagem consistência, conhecimento técnico, capacidade de articulação e negociação, e, mais do que isso, são apaixonados por pessoas. Isso faz toda a diferença”, completa.

Apesar de o país passar por um período crítico, a companhia prosseguiu no processo de desenvolvimento e disseminação de sua cultura para os funcionários, consultores e parceiros. Rodrigues conta que a profissionalização da gestão foi um movimento iniciado em 2018, com iniciativas como a contratação da diretora global de RH, e que se manterá em 2019.

“A missão do Grupo Hinode é transformar vidas por meio da atitude empreendedora e isso os motiva a investir em pessoas, já que se trata de uma empresa cujo relacionamento é fundamental, principalmente quando se fala de venda direta e marketing multinível”, diz. E completa: “Eu, particularmente, procuro ser exemplo de tudo o que digo, seja na liderança do meu time, no meu comportamento, na minha integridade. Nasci um otimista e acredito verdadeiramente no crescimento e na transformação das organizações por meio das pessoas”.

ESTÚDIO CHICO AUDI



OUVIR OS COLABORADORES PARA TOMAR DECISÕES, UMA PRÁTICA DA CEO DO ANO

Uma das raras representantes femininas no topo de uma organização no Brasil, Lídia Abdalla, presidente do Grupo Sabin, figura ao lado de Sandro Rodrigues como CEO Mais Admirada de 2019.

Modestamente, ela credita o prêmio ao fato de liderar uma organização já reconhecida por seu modelo de gestão de pessoas pelos principais institutos de pesquisa de clima organizacional do país. “Estar à frente dessa empresa é genuinamente uma alegria e um orgulho para mim, principalmente pelo alinhamento com meus propósitos pessoais”, afirma.

Mas ao comentar suas práticas, ficam explícitas as razões de ter se destacado como líder. Como, por exemplo, estar sempre próxima aos colaboradores, escutando o que pensam, seus anseios e expectativas, para nortear as decisões a serem tomadas, e dar liberdade e autonomia ao RH para conduzir as estratégias necessárias.

A área de RH, diz Lídia, é estratégica para o crescimento do negócio. Na sua visão, Recursos Humanos deve ser um facilitador e abraçar as diretrizes e o planejamento de curto e longo prazo da organização, para propor políticas e programas aderentes às necessidades da empresa e inovar em um mundo em transformação. Com isso, diz ela, atuará de maneira eficiente no fortalecimento da cultura e no bom clima organizacional, assim como no desenvolvimento e engajamento das pessoas. Para dar conta dessa demanda, Lídia tem Marly Vidal, eleita entre os RHs Mais Admirados da região Centro-Oeste, na liderança do RH.

Na visão da presidente do Sabin, o grande desafio da empresa hoje é seguir com o investimento em projetos que garantam eficiência operacional e sustentabilidade financeira, engajando líderes e equipes para caminharem com a empresa de maneira comprometida e proativa.

“Para isso, propiciamos um ambiente que estimula a inovação e a criatividade, envolvemos nosso time nas discussões de projetos e estratégias e damos voz a todos que queiram contribuir com o crescimento e melhoria da empresa, proporcionando maior senso de pertencimento.” Ela também exalta a relação de transparência e confiança entre líderes e liderados, para desenvolver e estimular nos profissionais atitudes de protagonismo.

Sobre o futuro, Lídia entende que, com o grande desafio da transformação digital adentrando as empresas, RH deve estar cada vez mais inserido na esfera de deci-



DIVULGAÇÃO

são e definição da estratégia, e antenado às mudanças de cenário, inovações e tendências mundiais. Dessa forma, consegue propor iniciativas que alavanquem a empresa competitivamente e aproveitem o melhor de cada profissional.

“Será papel da área preparar e desenvolver as pessoas para mudanças cada vez mais rápidas e complexas, que exigirão dos profissionais novas competências, engajar as pessoas na busca por processos mais eficientes e enxutos e traçar estratégias de inclusão e de fortalecimento digital, para focar no que temos de melhor e que sempre será insubstituível: a empatia, o olhar nos olhos, a criatividade e o senso crítico.”

QUANDO O CEO E O RH ESTÃO NA MESMA PÁGINA

Unir o RH parceiro do negócio ao CEO parceiro do RH é o sonho das organizações que já descobriram nessa combinação uma fonte segura de alto desempenho e engajamento dos colaboradores, e, claro, de mais produtividade e competitividade para os negócios.

Não à toa, há diversos casos em que uma mesma empresa teve seus profissionais premiados nas duas categorias: RH e CEO Mais Admirados 2019. ADP, Burger King, C&A, Pormade e Usina Coruripe são algumas das organizações com essa dupla imbatível. Confira.

CESAR MARINHO, CEO DA ADP BRASIL, E MARIANE GUERRA, VICE-PRESIDENTE DE RH LATAM DA ADP

CHRISTIAN PARENTE



GLADSTONE CAMPOS



Ao definirem o que consideram o seu principal desafio hoje na empresa, o pensamento de Cesar Marinho e de Mariane Guerra é o mesmo: talentos.

Para ele, mais do que superar o cenário instável do país, o maior desafio é, e sempre será, atrair e reter talentos. “Nós, da América Latina, já estamos acostumados com a instabilidade política e econômica na região. A crise passa, mas as empresas que não cuidarem bem dos seus talentos estarão em uma situação difícil no momento em que o mercado aquecer.”

Já ela afirma que, para suprir hoje as duas prioridades – manter o crescimento da organização e, ao mesmo tempo, promover mudanças ou inovações que suportem as necessidades futuras do negócio –, o RH precisa buscar profissionais com o perfil e as competências adequadas para atuar simultaneamente em ambos os cenários, o que é bastante difícil de encontrar.

Nessa busca por talentos que façam a diferença, Mariane atua totalmente integrada ao business – as metas da sua área e os objetivos do seu time são sempre definidos a partir do plano de negócio. Para ela, o trabalho de Recursos Humanos só será consistente se tiver no CEO um parceiro constante. “E, para que RH consiga apoiar o CEO na execução da estratégia, é necessário haver alinhamento total e cumplicidade entre eles”, completa.

Não por coincidência, para Marinho, o RH desempenha papel fundamental na execução da estratégia, pois ajuda a identificar, atrair e reter as pessoas que farão as coisas acontecerem. E afirma: “RH e CEO precisam trabalhar 100% em conjunto para que isso funcione”. Algo crucial para o seu próprio desempenho como líder, pois, como ele diz, a seu lado é preciso haver um time de profissionais com perfis complementares, que produza em conjunto os resultados que cada um, individualmente, não seria capaz de entregar.

CLAUDIO ANTONIO ZINI E RAFAEL GREGORIO JAWORSKI, RESPECTIVAMENTE, CEO E DIRETOR DE RH DA PORMADE



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

Ao conhecer as ideias de Claudio Zini e de Gregorio Jaworski, uma palavra vem à mente: engajamento. Cada qual no seu papel, ambos transmitem o desejo legítimo de verem os funcionários felizes e alinhados ao propósito da empresa.

Para Zini, em uma época na qual a produção intelectual se sobrepõe cada vez mais ao trabalho operacional, as empresas devem abrir mão do controle. “As ideias não batem cartão de ponto. Hoje, se faz dinheiro com neurônios, e neurônios felizes. As melhores ideias vem no chuveiro, no domingo, na cama. O trabalhador leva a fábrica para casa, mas tem que ser com paixão”, avalia.

Por isso, prossegue ele, é fundamental dar toda a liberdade e incentivar o erro para inovar, porque, quando os funcionários tomam as decisões, passam a ser mais produtivos, inovadores, flexíveis e criativos. Mas sempre deixando claro que isso deve ser feito com responsabilidade de dono.

Jaworski é o RH sob medida para que as expectativas de Zini sejam atendidas. Premiado como um dos RHs Mais Admirados da região Sul, o executivo se desafia diariamente a buscar novas formas de inspirar os colaboradores a entregarem o seu melhor. Faz isso porque sabe que os anseios e as necessidades das pessoas mudam e, se mantiver sempre as mesmas práticas, obterá sempre os mesmos resultados.

Sua convicção é de que, em gestão de pessoas, não é possível obter sucesso sem o comprometimento genuíno com os colaboradores. “Eles entre-

“

AS IDEIAS NÃO BATEM CARTÃO DE PONTO. HOJE, SE FAZ DINHEIRO COM NEURÔNIOS, E NEURÔNIOS FELIZES. AS MELHORES IDEIAS VEM NO CHUVEIRO, NO DOMINGO, NA CAMA. O TRABALHADOR LEVA A FÁBRICA PARA CASA, MAS TEM QUE SER COM PAIXÃO

CLAUDIO ZINI

”

gam para a empresa aquilo que recebem dela. Se esperamos que se comprometam com suas atividades, precisamos nos comprometer com o seu bem-estar físico e psicológico.”

Para transmitir todos esses conceitos, Jaworski não abre mão de uma ferramenta que considera fundamental: a comunicação assertiva com os funcionários, pois, na sua visão, se não for assim, não haverá alinhamento de propósitos, o que pode ser fatal.

IURI MIRANDA E MARCIA BAENA, CEO E DIRETORA DE GENTE E GESTÃO DO BURGER KING

DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

No Burger King, a área de RH é chamada de Gente e Gestão, uma denominação que, segundo o seu CEO, é fundamentada no fato de que a empresa é feita de pessoas e de como elas se mobilizam para construir valor e propósito. Ele define o seu papel como de líder aglutinador, que cria caminhos e condições para que os colaboradores possam criar uma empresa de varejo reconhecida e preferida por todos.

“É impressionante a capacidade e potencial das pessoas quando elas realmente querem atingir algo, elas são capazes de coisas incríveis, só não sabiam. Meu papel é facilitar isso”, completa.

Por isso mesmo, mais do que as oscilações do país, Miranda vê como grande desafio de qualquer empresa ter um caminho claro a seguir, um plano de como trilhar esse caminho e as pessoas certas para trilhá-lo. Na visão dele, se a empresa depender apenas do cenário externo para progredir, haverá sempre algo que não irá controlar, portanto, questões como produtividade não podem ser pensadas apenas quando a situação econômica fica desafiadora; têm que estar no DNA da empresa e na cultura dos colaboradores.

“A gestão ajuda a criar a disciplina, os valores e a cultura que vão unir pessoas. O fato de a empresa ser as pessoas mostra a importância da área tem na finalidade principal de mobilizar essas pessoas, criar e cultivar a cultura”, justifica.

Não poderia haver ambiente melhor para Marcia, uma das premiadas entre os RHs Mais Admi-

“

É IMPRESSIONANTE A CAPACIDADE E POTENCIAL DAS PESSOAS QUANDO ELAS REALMENTE QUEREM ATINGIR ALGO, ELAS SÃO CAPAZES DE COISAS INCRÍVEIS, SÓ NÃO SABIAM. MEU PAPEL É FACILITAR ISSO

IURI MIRANDA

”

rados da região Sudeste, colocar em prática o seu jeito de atuar em Recursos Humanos.

“Eu sempre gostei de trabalhar em empresas que me ofereciam desafios de construção ou de transformação de uma determinada realidade, cenário ou cultura, o que me ajudou a ter como marca a capacidade de fazer acontecer. Coragem, consistência de posicionamento, profundidade e empatia são características que garantiram a construção da credibilidade que hoje tenho junto as minhas diversas interfaces. É dessa credibilidade que mais tenho orgulho”, descreve.



O Equilíbrio da Gestão da Saúde Corporativa.

Conte com a parceria de especialistas em agregar conhecimento, processos e otimização para benefício da Empresa e dos Funcionários.

- Gestão Integrada do Benefício (saúde);
- Sistema preditivo “healthcare analytics”;
- Contenção e Manutenção da Sinistralidade;
- Gestão e Controle de Afastados;
- Programas de Qualidade de Vida no Trabalho;
- Gestão e Controle Previdenciário;
- Gestão e Acompanhamento do FAP (RAT / SAT).

Faça uma avaliação do seu plano em nosso site: marso.com.br/cotacao

Soluções sob medida em
**Plano de Saúde
Empresarial**



grupo
Marso



São Paulo SP
Ed. Bela Paulista
Av. Paulista 2421
2º andar
+55 (11) 3192-3719

Manaus AM
Ed. Atlantic Tower
Av. Djalma Batista 1719
6º andar - Sala 610
+55 (92) 3321-2307
+55 (92) 3342-6108

São Paulo Interior
Campinas
Regional de Operações e
Representação Comercial
+55 (19) 3329-3130
+55 (11) 9 8129-5886

Nordeste
Recife – PE
Regional de Operações e
Representação Comercial
+55 (81) 98195-7750

PAULO CORREA, CEO, E MÁRCIA COSTA, VICE-PRESIDENTE DE GENTE & GESTÃO DA C&A BRASIL

DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO



Também na C&A, RH se chama Gente & Gestão. A área participa ativamente das tomadas de decisões da companhia e atua com uma estratégia clara e consistente para garantir o bem-estar e o desenvolvimento dos profissionais. Uma atuação conectada com o estilo de ser e agir do seu CEO.

“Essa estrutura de trabalho confere mais agilidade à área e aos processos internos, além de manter um olhar mais próximo e atento do time de Gente & Gestão aos colaboradores. Acredito que esse cuidado é uma das maiores contribuições da área para as pessoas e para a C&A”, diz Correa.



ACREDITO QUE UM BOM LÍDER DEVE SER TRANSPARENTE COM O SEU TIME, COM OS CLIENTES E PARCEIROS, DAR CLAREZA E DIRECIONÁ-LOS

PAULO CORREA



Na trajetória profissional e como líder, ele vem se diferenciando pela capacidade de ouvir as pessoas com empatia e respeito, o que permite conhecer histórias e experiências e encontrar soluções.

Para o CEO da C&A, ter a moda como core business reflete os valores e princípios da empresa, principalmente, a transparência e o respeito à democracia, à diversidade, à liberdade de expressão e ao empoderamento feminino. “Acredito ainda que um bom líder deve ser transparente com o seu time, clientes e parceiros, dar clareza e direcioná-los.”

O compromisso dele é reforçado pelo perfil de Márcia, que tem sob seus cuidados mais de 14 mil colaboradores – ou associados, como prefere chamá-los –, distribuídos pelo país. Eleita um dos RHs Mais Admirados no Sudeste, a executiva encontra no relacionamento próximo e aberto com o seu time, e com cada um dos profissionais, um diferencial para a empresa e para ela como profissional de Recursos Humanos.

“Acredito que essas relações devem ser mantidas independentemente de cargo e posição, isto é, a liderança tem muito o que apreender com seus times e vice-versa”, salienta.

Como chave para uma bem-sucedida carreira em RH, ela aposta no poder da atitude de servir, na riqueza das diferenças e no desenvolvimento profissional e pessoal dos colaboradores em um ambiente de trabalho descontraído.



INVISTA NO DESENVOLVIMENTO DOS PROFISSIONAIS DA SUA EMPRESA COM A MAIOR REFERÊNCIA EM EDUCAÇÃO DO PAÍS.

O FGV In Company é um dos maiores provedores de soluções corporativas customizadas do país. É o único que pode oferecer a inovação, expertise e estrutura da FGV, um dos 10 maiores Think Tanks do mundo. Possui rede conveniada em mais de 100 cidades e parcerias internacionais com mais de 200 instituições estrangeiras. Por tudo isso, o FGV In Company desenvolve, com a sua empresa, as melhores soluções de acordo com as necessidades do seu negócio.

Entre em contato e
conheça nossas soluções.

FGV.BR/IN-COMPANY

FGV IN COMPANY

A FORÇA FGV DENTRO DA SUA EMPRESA



MARIO LORENCATTO E FÁBIO MONIZ, RESPECTIVAMENTE, CEO E DIRETOR DE RH DA USINA CORURIFE



NÁGILA RODRIGUES



ANDRÉ MURICY

Em um setor complexo, desafiador e de demandas específica de conhecimento, como o sucroenergético, a qualidade e a motivação do capital humano são fatores-chave do sucesso. Por atuar em um cenário assim, o estilo de liderar de Lorencatto vem fazendo a diferença na Usina Coruripe: na sua gestão, o RH é envolvido em “absolutamente todas as decisões importantes” tomadas na companhia.

“A área de Recursos Humanos cumpre o papel crucial de assegurar que temos as pessoas com os talentos requeridos, adequadamente capacitados e com motivação e comprometimento em trabalhar



A ÁREA DE RECURSOS HUMANOS CUMPRE O PAPEL CRUCIAL DE ASSEGURAR QUE TEMOS AS PESSOAS COM OS TALENTOS REQUERIDOS, ADEQUADAMENTE CAPACITADOS E COM MOTIVAÇÃO E COMPROMETIMENTO EM TRABALHAR NO RITMO INTENSO DAS NOSSAS ATIVIDADES

MARIO LORENCATTO



no ritmo intenso das nossas atividades”, comenta. Na visão dele, é igualmente importante garantir que novos talentos sejam incorporados no tempo certo, de forma que o conhecimento e a experiência sejam perenizados na empresa.

Em um desafio recente, no qual a empresa passou pelo processo de profissionalização – os acionistas deixaram suas posições de executivos para atuar no Conselho da Administração –, a atuação do RH foi crucial.

“A entrada de novos profissionais com talentos variados, vindos do mercado, a adoção de gestões modernas na área de RH, a formação de equipes de alto desempenho e com foco inequívoco nos resultados permitiram à empresa navegar relativamente bem e com destaque num período muito desafiador no país e no nosso setor”, reconhece.

Para transitar por momentos como esse com sucesso, a seu lado, ele tem Fábio Moniz, eleito um dos RHs Mais Admirados da região Nordeste. Considerado bom ouvinte, conselheiro e focado nos resultados, Moniz sempre está preparado para lidar com os assuntos mais complexos, que exigem resiliência, disciplina, relacionamento e negociação.

“De alguma forma, esses elementos são características que fazem parte do meu perfil e jeito de conduzir os assuntos. Ser lembrado e reconhecido pela comunidade de RH é uma honra e uma grande gentileza proporcionada pelos profissionais da área”, diz, com modéstia.

JULIO BELINASSI E RICARDO MORENO, RESPECTIVAMENTE, CEO E DIRETOR DE RH LATAM DA OTIS ELEVADORES

NANCY ALMEIDA



DRIRANALLI



A paixão por trabalhar próximo dos funcionários e clientes leva Julio Belinassi a investir boa parte do seu tempo fora do escritório, seja nas visitas às empresas e obras, seja conversando com os colaboradores durante as viagens que faz aos escritórios distribuídos pelo Brasil. “Tenho um lema que é ‘o CEO tem que sair do ar-condicionado e gastar sola de sapato.’”

Essa dedicação tem motivo: para ele, em uma empresa de serviços, é essencial ter pessoas apaixonadas pelo negócio. “Funcionários engajados vão fazer nossos clientes mais felizes.” Nesse contexto, afirma Bellinassi, a área de RH tem papel de protagonista, o que significa envolvimento nas decisões de negócios e na elaboração da estratégia de longo prazo.

“Dentro da perspectiva de RH, investimos muito nas pessoas, acreditamos que só dessa forma podemos levar nossa empresa a um outro patamar”, complementa Ricardo Moreno.

A valorização dos talentos internos se manifesta, na liderança de sua equipe, através da confiança. “Acredito no meu time e que a confiança pode transformar a vida das pessoas. Um voto de confiança às vezes é tudo o que alguém precisa para entregar um bom resultado”, afirma Moreno.

Com o apoio do CEO, foi criado um novo conceito de cultura, que, segundo o executivo, é um guia para os negócios e as pessoas no dia a dia, composto de cinco pilares: encorajamento para inovar; empoderamento com autonomia e confiança; diversidade; união; e superação.

“

TENHO UM LEMA QUE É ‘O CEO TEM QUE SAIR DO AR-CONDICIONADO E GASTAR SOLA DE SAPATO (...)

(...) FUNCIONÁRIOS ENGAJADOS VÃO FAZER NOSSOS CLIENTES MAIS FELIZES

JULIO BELINASSI

”

Ainda, para promover um ambiente organizacional que seja um retrato da sociedade em que a empresa hoje está inserida, Moreno tem na diversidade e na inclusão palavras-chaves. Responsável pela região latino-americana, ele aposta no potencial das pessoas, independentemente de etnia ou raça. “Todos têm talento. O que podemos fazer de melhor como RH é enxergar isso e investir de forma correta!”

UM CASO À PARTE



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Tonny Martins, Luciana Camargo e Christiane Berlinck: sintonia fina

À frente da multinacional de tecnologia IBM, Tonny Martins diz que uma equipe se torna um time de fato e muito mais forte quando trabalha com colaboração e integração para buscar soluções. E, para esse time, procura ser um líder inspirador: “Sem líderes com um propósito que vá além de resultados financeiros, a empresa se torna pouco atrativa para uma geração com DNA digital”.

Com essa premissa, ele se posicionou entre os 10 CEOs Mais Admirados pelos RHs. E teve triplo motivo para comemorar: Luciana Camargo, vice-presidente de RH Latam, e Christiane Berlinck, diretora de RH, figuraram entre os 10 RHs Mais Admirados – América Latina e Brasil, respectivamente. Um feito na história da premiação.

Isso pode ser explicado pela sintonia fina entre eles, sempre fundamental, mas ainda mais importante na Revolução 4.0, em que a entrega da empresa para o mercado ganhou mais força e responsabilidade: de acordo com Martins, a transformação digital que a IBM quer fazer vai muito além da tecnologia.

“O ser humano é o principal agente dessa mudança. Com isso, o RH contribui de forma consistente, pois tem a missão de encontrar os melhores talentos para liderarem essa transformação em nossos clientes. Um RH estratégico e movido a dados é cada vez mais necessário, pois consegue engajar e reter os talentos, assim como oferecer capacitação personalizada para cada tipo de profissional”, explica.

Segundo ele, os “IBMistas”, como chama os colaboradores, são a marca e a força da empresa, por isso, o desafio é que estejam atualizados e tenham a capacidade de inovação, reinvenção e aprendizagem constantes.

Com esse desafio em mente, Luciana e Christiane lideram suas áreas. Responsável pela América Latina, conhecida pelos cenários econômicos complexos, Luciana se sente desafiada todos os dias a construir estratégias de remuneração, benefícios, liderança, skills e talentos que atendam à realidade dos países da região. Desafios para os quais seu estilo de ser e de atuar faz a diferença.

“Busco liderar times e viver com sinceridade os valores de uma cultura ágil. E isso passa por cultivar autonomia, respeito, abertura, confiança e coragem.” Mais do que isso, ela gosta de ser desafiada a pensar diferente e não tem medo de errar.

Christiane também atua no desenvolvimento de uma cultura organizacional de agilidade, aprendizado contínuo, feedback e colaboração, condizente com a era digital. “A descontinuidade, para fugir do jargão ‘disrupção’, passou a ser o novo status quo das organizações, porém, o modelo mental dos seres humanos, especialmente de aprender e de trabalhar, foi formatado para ser linear”, assinala.

Responsável pela implementação de ações que contribuíram para um ambiente de inovação descentralizada, em que a diversidade e a inclusão são valorizadas, ela é movida pela coragem de mudar. Porque, como ela cita, “se nada muda, nada muda”.

SUA EMPRESA JÁ DISSE **SIM** AO CONVÊNIO FARMÁCIA?



CONVÊNIO FARMÁCIA
drogarias Pacheco Drogeria São Paulo



Sim à gratuidade.
Custo zero para a empresa.



Sim à inteligência.
Relatórios customizados.



Sim à economia.
Garantia de descontos
em todos os medicamentos.



Sim à comodidade.
Identificação via CPF.



Sim à flexibilidade.
Débito em folha ou
pagamento à vista.




Sim à facilidade.
Mais de 1.300 lojas.

Para mais informações, entre em
contato com nossos consultores em:

 dpsconvenios.com.br

 vendasconvenios@dpsp.com.br

 (11) 3274-7524

CONVÊNIO FARMÁCIA.
SÓ EXISTEM MOTIVOS
PARA DIZER **SIM**.



A DIVERSIFICAÇÃO DE CULTURAS NA VISÃO DOS 10+ DA AMÉRICA LATINA

Ter responsabilidade pela gestão de pessoas no Brasil é sempre desafiador. Um desafio que ganha dimensões ainda maiores quando a atuação se expande para outros países da América Latina, tradicionalmente complexa e instável. De outro lado, existe uma oportunidade ímpar de conviver com culturas diversas e, assim, desenvolver competências para lidar com elas. Esses são alguns dos assuntos comentados nas entrevistas realizadas com os RHs Mais Admirados do Ano – América Latina e alguns dos executivos da lista dos 10+.

RHs DO ANO



MARCELO MADARÁSZ,
DIRETOR DE RH LATAM DA PARKER HANNIFIN

GRH – Como a diversidade latino-americana tem contribuído para o desenvolvimento de novas competências?

MM – O resgate à essência tem sido, para mim, o grande diferencial e, por essência, incluímos quem somos, onde nascemos, o que vivemos, quais foram os acontecimentos importantes da sociedade e como esse contexto nos impacta. Ser brasileiro, viver no Brasil em 2019, são condições que nos moldam e, se conseguirmos enxergar nesse cenário tão desafiador, polêmico, beligerante, de conflitos graves e de lutas por

ideologias, muitas delas profundas como o pires, uma oportunidade de enfrentamento das nossas próprias sombras, certamente essa coragem contribuirá para desenvolvimento de competências que muito podem nos fortalecer.

Quando eu entro em contato com meus pares de outras regiões, há uma surpresa por parte deles, como, nós na América Latina, com reestruturações e outros elementos tão perturbadores da ordem e crise, conseguimos ter os maiores índices de engajamento. É o ser humano se reinventando...

GRH – Que palavras-chave guiam sua atuação em RH e por quê?

MM – O meu início de carreira foi na área clínica e confesso que tinha alguns preconceitos em relação à RH. Parte pelo desconhecimento das possibilidades, parte pelo preconceito por perceber a área como burocrática, chata e sem valor estratégico. Ao tomar contato e aprofundá-lo, entendi que ter o ser humano como centro da organização e do sistema, nos obrigava a ter um olhar mais atento e cuidadoso com o próprio ser humano. “Nada do que é humano, me é indiferente”. Não permitir que se perca essa dimensão.

Além desse resgate do humano, tive um impacto grande ao ler o livro *Em Busca de Sentido*, de Viktor Frankl. Com ele, trago a segunda palavra-chave, acompanhado de mais uma: propósito e significado. Exercer nosso ofício resgatando a dimensão humana, numa jornada de evolução contínua, com propósito e significado. Esse é o meu encadeamento de palavras-chave.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+?

MM – Se há algum diferencial percebido por meus amigos e amigas da jornada do RH, é justamente a

coragem ou a tentativa de eu ser eu mesmo. De não perder o desejo e a capacidade de olhar tentando enxergar além do óbvio, propondo algo que valorize e dignifique o ser humano e seu trabalho. Penso na necessidade absoluta de manter o eixo e compreender que tudo passa: o bom e o ruim. Isso exige não nos apegarmos ao que é ilusório e passageiro, e, na verdade, tudo é. Um dia, em uma das empresas em que

trabalhei, o presidente perguntou sobre mim para a minha gestora e, ao ouvir sua resposta, comentou que me via como um RH muito poético. Muito provavelmente, naquele contexto, ele não estava se referindo a algo elogioso. Mal sabia que, sem querer, falou de algo do qual muito me orgulho: o RH com Poesia. Oxalá não só os RHs e as empresas tenham mais Poesia, mas nosso próprio mundo.

GRH – Como a diversidade latino-americana tem contribuído para o desenvolvimento de novas competências?

SC – A diversidade latino-americana nos coloca em contato direto com outros contextos e realidades. Além de ter contribuído para o aumento da empatia com o aprendizado e entendimento do modelo-mental e comportamento das pessoas influenciadas por suas diferentes culturas, vale citar especificamente o contexto da Venezuela, onde a empresa atuava, que contribuiu para aumentar a minha resiliência diante de dificuldades. Questões de RH, que no Brasil demandavam uma tratativa básica, naquele país representaram verdadeiros desafios, indo da desvalorização e pagamento de salários a locomoção de funcionários, segurança nas viagens até o suprimento da alimentação dos colaboradores do site e de suas famílias.

GRH – Que palavras-chave guiam sua atuação em RH e por quê?

SC – As palavras-chave ou atitudes que guiaram minha trajetória profissional são disposição e humildade para aprender sempre; aproveitar as oportunidades e aceitar desafios; ter empatia e construir bons relacionamentos; e demonstrar resultados e o valor de RH, reconhecendo e dando oportunidade de exposição daqueles que apoiam e contribuem nos resultados. Sempre quis aproveitar as oportunidades de trabalho e projetos que surgiam reconhecendo-as como oportunidade de aprender, expandir o contato e troca com profissionais mais experientes. Por várias vezes, aceitei ou tomei a iniciativa de me propor para atuar em projetos que colegas não queriam por não visualizarem crescimento imediato de carreira ou financeiro. Esses trabalhos e projetos, além de aumentar meu conhecimento, geraram oportunidade de exposição na organização, derivando para outras indicações; passei a ser vista como uma profissional engajada, que aceita novos desafios e com a qual a empresa pode contar.

Em relação ao time, busco contribuir dando visibilidade e oportunidades de desenvolvimento. Procuo sempre mencionar e dar o crédito para as pessoas que trabalham nos projetos, processos e implementações,



ANDRÉ MURICY

**SIMONE CLEIM,
VICE-PRESIDENTE DE RH DO GRUPO
SOLVAY NA AMÉRICA LATINA**

inclusive incentivando-os ao contato e exposição direta com líderes sêniores e da nossa área corporativa de RH, sediada em Bruxelas, na Bélgica.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+?

SC – Acredito que o reconhecimento da comunidade de RH tenha vindo mais pela minha trajetória profissional, tendo em vista que me considero uma profissional low profile, no sentido que não tenho amplificado a propagação externa dos projetos em que estou envolvida. Ao longo de minha carreira, tendo atuado em diferentes papéis de RH, tive oportunidade de liderar e interagir com profissionais de RH que hoje se destacam no mercado de trabalho e também pude participar em diferentes grupos de trabalho e networking. Acredito que em cada interação pude contribuir, influenciar e deixar uma marca profissional positiva.

ELES ESTÃO ENTRE OS 10+

GIUSEPE HUMBERTO GIORGI,
DIRETOR DE RH LATAM DA PIRELLI

GRH – A diversidade latino-americana tem contribuído para o desenvolvimento de novas competências?

GHG – Viver ou se envolver com os países em desenvolvimento da América do Sul exige muita flexibilidade, muita capacidade de leitura de cenários atuais e futuros, muita criatividade para produzir soluções de baixo custo e alto impacto, muita gestão de situações complexas e de grande incerteza. O profissional formado nessas condições está apto a atuar em qualquer outro local do planeta com desempenho de excelência.

GRH – Que palavras-chave guiam sua atuação em RH e por quê?

GHG – Eu sempre pautei minhas ações em RH por propósito, significado e proximidade. Propósito é razão verdadeira pela qual as pessoas e organizações se movem. Agir pelo propósito dá margem à segunda palavra, significado. Quando a situação faz sentido e o sentimento é de que as coisas que se esperava estão de acordo com o que acontece. Para alinhar o propósito da empresa ao do indivíduo, de maneira que as ações de ambos tenham significado, é necessário proximidade às pessoas. Empresa e empregados devem ser estimulados a definir o próprio propósito e deixá-lo claro para a outra parte. A proximidade se dá essencialmente através da liderança, mas, também, dos muitos pontos de contato com a empresa, como canais de comunicação, ações de engajamento, feedback contínuo e planos de desenvolvimento individual. Se os propósitos se alinham e existe proximida-



DIVULGAÇÃO

de, cada momento vivido dentro da empresa ganha significado e produz o sentimento de que vale a pena continuar investindo ali tempo e energia.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+?

GHG – Eu atribuo esse reconhecimento ao conjunto de realizações ao longo de uma carreira de mais de 30 anos em RH, dos quais mais de 20 anos em cargos de gestão dos vários subsistemas da área, em âmbito latino-americano.

Minha escolha por trabalhar com pessoas é genuína e transparece no meu modo de ser, nas minhas ações do dia a dia, no contato com os vários níveis organizacionais. Eu acredito que o RH deve ser parte importante da estratégia da empresa, que afinal é feita de pessoas. Acredito que esse misto de human touch e visão estratégica tenha produzido bons resultados que ficaram visíveis na comunidade RH.

LADY MORAIS,
DIRETORA DE RH GLOBAL DO GRUPO HINODE

GRH – Como a diversidade latino-americana tem contribuído para o desenvolvimento de novas competências?

LM - Cada país tem sua cultura, suas regras, suas leis. Eu acredito que o ser humano é o mesmo em todos os lugares, mas o ambiente onde ele vive o impacta em suas transformações. O Brasil é, da mesma forma, a sua magnitude e as diversas culturas em cada estado, seus costumes, tradições, crenças fazem parecer que somos diversos países dentro de um só. Em todos os casos, seja no Brasil, seja na América Latina, seja no mundo, pre-



DIVULGAÇÃO

1 VIDA TRANSFORMADA A CADA 2,5 MINUTOS NO BRASIL



Mais de 40.000 profissionais contratados pela Gi Group Brasil em 2018. É esse impacto que nos move! Somos Gi Group, um dos maiores grupos de RH do mundo. Há 11 anos no Brasil, desenvolvemos soluções personalizadas em Recrutamento & Seleção, Administração de Temporários, projetos de Terceirização (Outsourcing), Programas de Estágio, Trade Marketing, Treinamento e Consultoria Empresarial.

Saiba mais sobre nós em: www.gigroup.com.br



cisamos respeitar o ambiente quando chegamos. Entender o outro nos faz aprender, interagir, ter empatia para construirmos juntos.

GRH – Que palavras-chave guiam sua atuação em RH e por quê?

LM - Determinação, gratidão, otimismo, paixão por pessoas, fé em Deus e no ser humano, autoconfiança, humildade para aprender e ensinar, ética e integridade. Sou uma apaixonada pelo o que faço. Acredito no ser humano e em sua capacidade de transformação contínua por meio do aprendizado, da vivência on the job, na troca de experiências. A educação que recebi em casa, ainda criança, por meus pais, aliada à minha capacitação técnica e profissional me trazem a certeza de que fiz o meu melhor. Investi em cursos de formação e especialização e trabalhei em diferentes segmentos do mercado: varejo, hotelaria, serviços, energia e cosméticos. Acredito que sempre posso ensinar e aprender mais e mais. Os aprendizados podem vir da

forma mais simples à mais complexa, e é fundamental estarmos abertos para recebê-los.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+?

LM - Sou mais feliz com a felicidade do outro. E, se tem alguém precisando de algo, sou a primeira a oferecer ajuda. Essa é a minha maior marca. Tenho características pessoais que me apoiam na carreira: sou receptiva, divertida e adoro conhecer novas pessoas e lugares. Além da cultura onde vivi, morei em seis diferentes estados e trabalhei para mais de dez empresas de diversos segmentos. Acredito que a minha adaptabilidade é um diferencial também.

Mantive os relacionamentos ao longo da vida e sempre me disponibilizei a compartilhar o que fiz e o que aprendi com meus erros. A comunidade de RH é formada por parceiros e eu sempre estive de portas abertas para eles. E, ao longo da carreira, formei sucessores que hoje são meus pares no mercado de trabalho.

PABLO ALZOGARAY, DIRETOR DE RH LATAM DA SAINT-GOBAIN ABRASIVOS

GRH – Como a diversidade latino-americana tem contribuído para o desenvolvimento de novas competências?

PA – A diversidade em si sempre contribuiu para o meu desenvolvimento e para obter novas competências. Especificamente na cultura latino-americana e suas sutis diferenças, que afetam o comportamento e a performance profissional, tem sido riquíssimo. Parte do desafio é aprender a equilibrar as discussões e tomadas de decisão de forma a considerar todos os aspectos culturais e permitir um ambiente não somente diverso, mas também inclusivo, onde todos sintam-se como parte significativa dos projetos e ações. Estar aberto a ouvir e de fato realizar mudanças tem sido um exercício muito importante na gestão deste ambiente tão plural.

GRH – Que palavras-chave guiam sua atuação em RH e por quê?

PA – Na minha trajetória são cinco: valores e princípios são sempre minha base para qualquer início de conversa profissional; propriedade sobre os pontos críticos de sucesso do negócio e o impacto da área de RH nesses pontos; personalidade para posicionar-se e defender ideias e crenças de forma adequada; agilidade, inclusive nas tomadas de decisão; e saúde, em ambientes de trabalho e na vida pessoal, que gerem ambientes seguros, criativos e inovadores.



DIVULGAÇÃO

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+?

PA – Essa é uma pergunta boa de se responder, pois se não temos, como líderes, a clareza do que fazemos de melhor para obter resultados admiráveis, não vamos longe. Entendo ter um perfil de valores claros e alinhados aos das empresas em que trabalhei e próximo das pessoas em todos os níveis.

Também busco alinhar o RH às estratégias da empresa para que, de fato, impacte nos fatores críticos de sucesso, agora e no futuro. Faço questão do trabalho em equipe, mas sempre com grau elevado de exigência em resultados. Gosto de inovação e criatividade e aposto muito na comunicação assertiva entre a empresa e os colaboradores. Por fim, aposto nos ambientes diferenciados para as pessoas trabalharem com saúde, segurança e desenvolvimento, com forte olhar na performance das lideranças com equipes.

TATIANA KIPPER,
DIRETORA DE RH LATAM DA ESSILOR

GRH – Como a diversidade latino-americana tem contribuído para o desenvolvimento de novas competências?

TK – Nossa cultura tem muitos pontos fortes e o nível de desafios que temos em nossa região é gigante. Para ter sucesso é preciso desenvolver a sensibilidade de forma a entender as diferenças de cada país, muita resiliência e autoconhecimento para que possamos identificar quando estamos nos deixando levar por filtros e preconceitos que nos impedirão de ver e compreender o que realmente precisamos.

LUKAS MORALIS/BIFILMES



GRH – Que palavras-chave guiam sua atuação em RH e por quê?

TK – Principalmente, responsabilidade e colaboração são muito importantes na minha carreira. Tenho um senso de responsabilidade muito grande, não só com deadlines ou entrega de projetos e tarefas, mas, também, com as pessoas e o impacto que as minhas ações têm na vida ou carreira delas. Acredito que isso transmite confiança e credibilidade no meu trabalho. Sobre colaboração, sempre procurei pensar no coletivo, derrubar as mais diversas barreiras que existem nas organizações, para que, no fim, o foco seja sempre na solução dos problemas ou no desenvolvimento de novas ideias. Procuro ser vista como alguém que se pode contar.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+?

TK – Sou uma profissional mais low profile e não faço um bom trabalho de networking ou marketing pessoal como os tempos atuais demandam. Foi um reconhecimento que me surpreendeu, mas, talvez, o meu estilo mais leve e colaborativo de interagir com as pessoas, combinado com uma trajetória de carreira exitosa e com liderar a área de RH de uma empresa de sucesso tenham ajudado.

TRABALHE COM UMA EMPRESA
**COMPROMETIDA COM
O SEU SUCESSO**

Conheça nossas soluções de R&S:

- Meta BPO Recrutamento e Seleção, Temporários e Terceiros
- Meta Executivos Mapeamento de Mercado e Executive Search
- Meta Talentos Seleção e Atração de Estagiários e Trainees
- Meta Technology Recrutamento e Seleção de Profissionais de TI

 **GRUPO META RH**
especialistas em recursos humanos

COMO OS RHS MAIS ADMIRADOS DO BRASIL ATUAM NA CRISE

Todos os vencedores de 2019 foram eleitos por serem reconhecidos como profissionais que atuaram com maestria em 2018, período em que o país transitou por uma forte crise política e econômica, alta expectativa com as eleições presidenciais e a manutenção do desempenho econômico em um patamar muito baixo. Nas entrevistas a seguir, Os Rhs do Ano e alguns dos 10 Rhs Mais Admirados do Brasil comentam como foi atuar nesse cenário, que, em boa parte, se mantém em 2019. Eles também falam um pouco de seu jeito de ser RH e da premiação. Confira a seguir.

RHS DO ANO



LUKAS MORAIS/BI FILMES

FABIO ROSÉ
PREMIADO QUANDO ERA DIRETOR DE RH DA L'ORÉAL BRASIL, HOJE É VICE-PRESIDENTE SÊNIOR DE RH DA L'ORÉAL LUXER (EUA)

GRH – Qual foi o seu maior desafio em 2018?

FR – Este é um momento realmente único, repleto de desafios. O contexto de instabilidade, incertezas e polarização que vivemos traz uma necessidade ainda maior de colocar nossa missão de Recursos Humanos

em evidência. Acredito que o maior desafio tenha sido manter o foco na estratégia e nos objetivos de longo prazo, quando uma situação como essas pode forçar decisões mais imediatistas.

GRH – E quais foram os caminhos encontrados para superá-lo?

FR – Temos uma agenda compartilhada por todo o comitê executivo que coloca o engajamento de nossos colaboradores nas principais prioridades da organização. E o nosso conjunto de pilares estratégicos está bem alinhado e comunicado. Esse trabalho serve de patamar para alavancar nossa cultura de empreendedorismo e inovação, fortalecendo nosso foco nos consumidores e valorizando cada vez mais a beleza da diversidade brasileira. A crise é cíclica no nosso país. É importante que as organizações e líderes entendam e exerçam seu papel social nesse momento. O mundo está em transformação acelerada e o ambiente organizacional precisa ser modernizado, reinventado e humanizado.

GRH – Que palavras-chave guiam sua atuação em RH?

FR – Coragem, integridade, empatia, diversidade, colaboração. Acho que é um conjunto de palavras que resume bem o RH da maneira que eu acredito. Estamos à frente de um processo importante de transformação, de evolução fundamental no significado que o trabalho tem na vida das pessoas. Já começamos e vamos continuar quebrando muitos paradigmas nos próximos anos e essas características são fundamentais para gerir os desafios de liderança, gestão e Recursos Humanos.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial para ser escolhido o RH Mais Admirado do Ano?

FR – O prêmio não traduz somente o meu trabalho, mas o de todo o time de RH. Com certeza, esse trabalho encontra eco no que outras lideranças de Recursos Humanos vêm tentando fazer no Brasil e, por isso, o reconhecimento vem. Quero acreditar

que a comunidade de RH se sente, de certa forma, representada na nossa missão de deixar as pessoas livres, de criar experiências transformadoras e de tentar, com aquilo que a gente tem de melhor, construir uma organização mais moderna, justa, colaborativa, responsável, inclusiva, divertida, humana.

GRH – Qual foi o seu maior desafio em 2018?

PG – O Magazine Luiza teve um crescimento intenso e acelerado no último ano. Nosso maior desafio – com mais de 30 mil colaboradores e uma grande capilaridade, já que são quase mil lojas espalhadas pelo Brasil – continua sendo manter nossa cultura forte e nosso time alinhado ao nosso propósito. Para tanto, temos que ser muito disciplinados em garantir que nossas práticas culturais – como rito de comunhão, reuniões matinais, comunicação, encontros de lideranças, entre outros – sejam realizadas em todos os lugares onde estamos. Isso é o que vai garantir a perpetuidade do nosso negócio e a posição de destaque do Magazine Luiza entre as excelentes empresas para trabalhar.

GRH – E quais foram os caminhos encontrados para superá-lo?

PG – Sem dúvidas, tivemos de seguir recrutando muito bem, a fim de trazer para o time as pessoas certas, ou seja, aquelas realmente alinhadas ao nosso propósito e valores. Fit cultural é fundamental para o sucesso de uma relação de longo prazo. Como contratamos, em média, 800 pessoas por mês, ter essa garantia de que são as pessoas mais alinhadas ao nosso comportamento permitiu que nosso crescimento fosse mais rápido e eficaz. Outro caminho foi manter motivado e engajado o time que já estava conosco. Fazemos isso reforçando nossos pilares, como o de comunicação interna, essencial para garantir o alinhamento dos nossos objetivos de negócio e culturais.

GRH – Que palavras-chave guiam sua atuação em RH?

PG – Resiliência e empatia. A vida profissional não é reta, tem altos e baixos, então você precisa ter muita resiliência para permanecer firme e atingir seus objetivos. Eu conheço excelentes profissionais que ficaram pelo caminho em suas carreiras porque não tinham essa característica. E empatia é cada vez mais fundamental nesse mundo moderno e tecnológico, seja no ambiente pessoal ou profissional, pois a saúde das relações depende muito da disponibilidade das partes em trocar de papel, em entender o



PATRICIA PUGAS,
DIRETORA EXECUTIVA DE RH DO
MAGAZINE LUIZA

outro e em ser flexível para conviver com diferenças de opiniões.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial para ser escolhida o RH Mais Admirado do Ano?

PG – Não é segredo que gostar de gente é um grande requisito para qualquer profissional de gestão de pessoas. Essa é, sem dúvidas, uma prerrogativa importante no meu trabalho. Você não consegue trabalhar com a intensidade que a área de Recursos Humanos tem, se não for apaixonado por gente. Acredito que o fato de colocar essa paixão em tudo que faço me levou a executar os projetos e desafios que assumi, que acabaram culminando nessa honrosa premiação. Quando você faz o melhor que realmente pode, de alguma forma, isso é reconhecido.

ELES ESTÃO ENTRE OS 10+

ANDRÉ RAPOPORT,
DIRETOR DE RH DA DANONE

GRH – Qual foi o seu maior desafio em 2018?

AR – O grande desafio foi conciliar as agendas de curto e longo prazo. Por um lado, fazendo os ajustes organizacionais e de estrutura de custos necessários para entregarmos os resultados do ano; de outro, implementando ações que nos impactarão mais para a frente, desenvolvendo nossa empresa e seus funcionários em competências de inovação, sustentabilidade e diversidade. Esses são alguns de nossos pilares de alavancagem estratégica, também fundamentais para o engajamento de todos.

GRH – E quais foram os caminhos encontrados para superá-lo?

AR – Os anos de crise, por mais paradoxal que pareça, têm nos fortalecido. Acabamos desenvolvendo um alto nível de resiliência para enfrentarmos as dificuldades. Temos lidado com muito pragmatismo e transparência, compartilhando informações e decisões com nossos funcionários. Outro fator fundamental foi a clareza dos nossos objetivos de curto e longo prazo. Temos orgulho, por exemplo, das dezenas de novos produtos que lançamos neste ano e que temos



LUKAS MORAIS/BI FILMES

no pipeline para o futuro próximo. Apesar do cenário de crise, mantivemos os nossos investimentos em programas de desenvolvimento, tanto para nossos gestores quanto para os nossos contribuidores individuais.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que o colocou entre os 10+ do Brasil?

AR – Venho tentando construir uma carreira sustentada em base conceitual de RH sólida, com entendimento do negócio e formação de boas equipes. Acredito que possam ter ajudado no reconhecimento!

MARCELO NOBREGA, DIRETOR DE RH DA
ARCOS DOURADOS|MC DONALD'S

GRH – Qual foi o seu maior desafio em 2018?

MN – São momentos como esse que estamos vivendo que testam a convicção de executivos. Mas, se a empresa possui uma estratégia vencedora, acredito que

não deva mudar nada na sua maneira de conduzir os negócios. É claro que deve-se levar em consideração o que está ocorrendo no ambiente concorrencial, mas uma cultura corporativa sólida e uma estratégia robusta atravessam bons e maus momentos. O desafio é resistir à tentação de tomar decisões de impacto pontual e de curto prazo. Ajustes de trajetória devem ocorrer se realmente houver mudanças significativas no horizonte.

GRH – E que caminhos foram seguidos para superá-lo?

MN – A tomada de decisão com serenidade e tranquilidade, sem reagir a estímulos de curto prazo.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+ do Brasil?

MN – O feedback que recebo de meus colegas de Recursos Humanos e chefes é que o meu diferencial está em possuir um pensamento estratégico e de negócios e sempre buscar oportunidades de melhoria de desempenho para a empresa.



DIVULGAÇÃO

Acreditar no
futuro é
acreditar em
gente!

Esta é a nossa
essência, criando
elos entre pessoas,
processos e
tecnologia.

Sua empresa também
pode ter o modelo de
gestão integrativo da Nova
Saúde: Medicina Ocupacional,
Segurança do Trabalho, Prevenção de
Doenças com Assistência Médica Convencional.

“Inovação e qualidade com Seriedade.”

CLAUDIA MEIRELLES,
HEAD DE RH DA ITAÚSA

GRH – Qual foi o seu maior desafio em 2018?

CM – Pensar em como ter lideranças preparadas para entender o momento do país. Em períodos de incerteza, o mais importante é ter um time coeso, de alta performance, preparado para construir os melhores processos, que consiga estar à frente de seus competidores e dentro dos mais altos padrões de mercado. Esse olhar para o futuro e o empowerment da gestão foram questões que realmente me deixaram inquieta no último ano e me fizeram refle-

tir sobre o papel do líder na transformação do futuro também.

GRH – E quais foram os caminhos encontrados para superá-lo?

CM – Acredito muito na cultura do exemplo. Se eu e os líderes formos esses exemplos para toda a organização, vamos inspirar cada vez mais e mais pessoas para que se sintam empoderadas, confiem em si, mostrando, por meio de atitudes, que não precisam de um chefe, mas de um líder que inspira, em quem elas possam confiar e que, mesmo com os erros, lhes estenderá as mãos.

DIVULGAÇÃO



GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+ do Brasil?

CM – Esse reconhecimento me deixou muito feliz e acredito que se deu por alguns fatores. Primeiro, pela minha forte atuação na comunidade de RH. Desde que comecei a trabalhar na área, estive muito presente. Participei de algumas associações desde o início da carreira e hoje sou diretora executiva de Comunicação da ABRH-SP, da qual faço parte desde 2014. Também atuo no G3, um dos primeiros grupos de RH de São Paulo. Além disso, sempre que me pedem ajuda para buscar uma nova posição ou aconselhamento para repensar a carreira, estou pronta a colaborar como voluntária.

JULIANA ZAN,
SUPERINTENDENTE DE RH DA TOKIO MARINE

GRH – Qual foi o seu maior desafio em 2018?

JZ – O principal desafio é sempre manter a consistência das ações e iniciativas desenvolvidas para fomentar um ambiente de trabalho saudável e motivador, onde os colaboradores possam ser protagonistas e manter o equilíbrio entre sua vida profissional e pessoal.

GRH – E quais foram os caminhos encontrados para superá-lo?

JZ – Em anos desafiadores, precisamos estar ainda mais atentos para manter o engajamento e continuar fomentando a cultura de inovação. Está no nosso DNA estimular nos colaboradores o senso de protagonismo e inovação, sempre valorizando a diversidade e inclusão. Nesse sentido, desenvolvemos continuamente programas e iniciativas que fomentam um ambiente de pluralidade de ideias. Como a empresa investe anualmente R\$100 milhões em tecnologia, exploramos no RH a premissa de utilizá-la como aliada do capital humano, em linha com os objetivos estratégicos da companhia.



DIVULGAÇÃO

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+ do Brasil?

JZ – Acredito que o reconhecimento é resultado de consistência e de uma equipe poderosa. Recebemos com imensa alegria a notícia de estarmos, pelo quarto ano consecutivo, entre os RHs mais admirados do país e penso que nosso principal balizador é a satisfação dos nossos cerca de 2 mil colaboradores, por direcionarmos a eles um olhar atento às suas necessidades, para torná-los protagonistas em suas áreas, oferecendo todos os subsídios necessários para o seu desenvolvimento.

15 MILHÕES
DE GESTORES
TREINADOS EM MAIS
DE 100 PAÍSES!

62 MIL
GESTORES
TREINADOS
NO BRASIL!



TREINAMENTO DE SLII® - EXPERIENCE

Traga para sua empresa o treinamento de liderança mais adotado no mundo

SOMENTE PARA CLIENTES CORPORATIVOS

04 e 05/11/2019

SÃO PAULO - SP

626 CLIENTES
CORPORATIVOS
ATENDIDOS NO
BRASIL!

33 ANOS DE
PARCERIA
COM KEN
BLANCHARD!



TREINAMENTO DE INSTRUTORES

SOMENTE PARA CLIENTES CORPORATIVOS

04 a 08/11/2019

SÃO PAULO - SP

46 ANOS DE
ATIVIDADE DA
INTERCULTURAL
NO PAÍS!

13 ANOS COMO A
EMPRESA MELHOR
AVALIADA NO BRASIL!
(Pesquisa Gestão&RH)



INTERCULTURAL®



CREDIBILIDADE

Agradecemos aos nossos **626 clientes corporativos** pela confiança demonstrada ao longo de mais de **3 décadas** em que mais de **62 mil gestores brasileiros** participaram de treinamentos de **Liderança Situacional® II / SLII® - Experience** e de outros programas da Blanchard.



ROI

Solicite cópias grátis dos **Impact Studies da Blanchard** que comprovam a eficácia da SLII® na redução do **turnover** e do **absenteísmo**, no aumento das vendas, da lucratividade, da satisfação de colaboradores e clientes e do **Retorno sobre o Investimento**.



PRÊMIOS



Em 2019, fomos novamente a **empresa melhor avaliada** no segmento de Cursos e Treinamentos, dentre os 100 Melhores Fornecedores de RH do Brasil - Pesquisa Gestão RH (13º ano consecutivo).

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



MARIA SUSANA DE SOUZA,
VICE-PRESIDENTE DE RH DA RAIA DROGASIL

GRH – Qual foi o seu maior desafio em 2018?

MSS – Felizmente somos uma empresa em expansão, abrimos 240 lojas por ano em todo o território nacional e estamos contratando cerca de 3 mil pessoas por ano. Naturalmente, o turn over no varejo permanece como desafio.

GRH – E que caminhos foram seguidos para superá-lo?

MSS – O nosso propósito é o que deve engajar as pessoas. Além disso, temos orgulho de formar nossos líderes em casa, promovendo o empoderamento de nossos jovens e o desenvolvimento de nossas equipes. Queremos ser reconhecidos como marca empregadora e são muitos os esforços para nos tornarmos uma referência no desenvolvimento de pessoas.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+ do Brasil?

MSS – Antes de tudo, sou muita grata pelo reconhecimento. Entre tantos colegas admiráveis, ser lembrada e destacada é motivo de grande alegria. Talvez seja o fato de estar estabelecendo uma estratégia e



CLAUDIA MIFANO

uma abordagem de atuação. Soma-se a isso a determinação para realizar e a coragem para pensar e implementar modelos novos de atuação, além de abraçar agendas difíceis pela convicção de que estamos aqui para promover e facilitar as mudanças que tanto desejamos.

PATRÍCIA COIMBRA,
VICE-PRESIDENTE DE CAPITAL HUMANO,
ADMINISTRATIVO E SUSTENTABILIDADE DA
SULAMÉRICA



DIVULGAÇÃO

GRH – Qual foi o seu maior desafio em 2018?

PC – O grande desafio das companhias, em todas as suas áreas, é como fazer uma gestão do dia a dia e também da transformação do negócio para assegurar bons resultados a curto e longo prazo, respectivamente, em um contexto econômico, social e político variado. Em Recursos Humanos, é garantir uma organização eficiente e inovadora, com gente engajada e preparada para os desafios e oportunidades emergentes.

GRH – E que caminhos foram seguidos para superá-lo?

PC – Construimos uma agenda coletiva, na qual atualizamos continuamente as prioridades de ação, de modo que todos os colaboradores foquem no que é melhor para a companhia como um todo, e não somente para a sua própria área.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+ do Brasil?

PC – Acredito que tenha sido fazer com que a agenda de Recursos Humanos tenha sido também a agenda de todos na companhia, assegurando a criação de valor para as pessoas e para o negócio.

**SYLMARA REQUENA,
DIRETORA DE RH DA SIEMENS**

GRH – Qual foi o seu maior desafio em 2018?

SR – Nunca foi tão crucial termos líderes com mindset com propósito, orientado ao seu papel de gestão de pessoas, de negócios, lidando continuamente com mudanças, que trazem muitas oportunidades, mas incertezas. Cada vez mais, o equilíbrio emocional é necessário na liderança, humanizando as relações, baixando o nível de ansiedade, através da comunicação clara e conectada com os colaboradores. Nesse cenário, o RH precisa atuar para que exista uma liderança com esse mindset.

MAURICIO DECOURT



GRH – E que caminhos foram seguidos para superá-lo?

SR – Estamos inovando estruturalmente, com uma filosofia de “level less”, para deixar as estruturas menos hierarquizadas, compatíveis com um modelo mais participativo. De forma geral, a estrutura já tem ficado mais “fit e lean”, ou seja mais enxuta, mais automatizada, em função de toda a transformação digital e do work 4.0. Temos que pensar em como nos preparar para o sucesso, não em como evitar o fracasso. Tenho atuado para manter a atratividade como empregador de forma genuína e concreta, promovendo engajamento com o fortalecimento de nossa cultura de ownership.

GRH – Na sua visão, qual foi o diferencial que a colocou entre os 10+ do Brasil?

SR – Creio que foi pelo fato de ser genuinamente inclusiva e com práticas concretas implementadas. Mas também por liderar pelo exemplo, por minha conexão e comunicação com as pessoas, pelo networking que possuo, pelos frutos de realizar um trabalho com base em propósito, pelo respeito que tenho pelos demais, pela senioridade e influência estratégica.



GRUPO MedNet
Medicina e Segurança do Trabalho

WWW.GRUPOMEDNET.COM.BR

OPTE POR **ESPECIALISTAS**
QUANDO O ASSUNTO FOR
MEDICINA E SEGURANÇA
DO TRABALHO.



+ DE 35
UNIDADES



ÁREA DO CLIENTE
DE GESTÃO **ONLINE**



+30.900
EMPRESAS CLIENTES



+3 MILHÕES
DE ATENDIMENTOS



SOFTWARE
PRÓPRIO DE GESTÃO

PPRA | PCMSO | ASO | LTCAT | TREINAMENTOS



A MEDNET ASSUME O COMPROMISSO EM **MANTER SUA PLATAFORMA ONLINE EM CONFORMIDADE** COM QUAISQUER ALTERAÇÕES E EXIGÊNCIAS DO GOVERNO EM RELAÇÃO AO LAYOUT DAS INFORMAÇÕES PERTINENTES A SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO.

(11) 3014-3290 / (19) 3475-7122
CONARH@GRUPOMEDNET.COM.BR



EM CADA REGIÃO, POR TODO O BRASIL

Internacionalmente reconhecida, a criatividade é um dos ingredientes que fazem do Brasil também referência no exterior por suas boas práticas em Recursos Humanos. Se, no passado, elas se concentravam no polo financeiro do país, hoje estão disseminadas por todas as regiões. À frente dessas iniciativas, invariavelmente estão profissionais de RH que apostam na valorização dos colaboradores como premissa de sucesso organizacional.

Neste ano, 24 deles foram reconhecidos como os RHs Mais Admirados de suas regiões. Eles creditam esse reconhecimento às suas equipes, mas não dá para negar que suas crenças, atitudes e características pessoais os posicionam como líderes diferenciados, capazes de despertar o melhor nas pessoas e obter resultados excepcionais para a organização. Saiba mais como pensam e agem alguns deles.

“Ser RH requer uma abordagem muito diversa! Minha preocupação é dar a melhor empresa para nossos talentos e os melhores talentos para nossa empresa”, diz **Simone Grossmann**, vice-presidente de RH da Coca-Cola, uma das premiadas pelo Sudeste. Nesse processo, afirma, a transparência é fundamental para gerar confiança. “Já foi a época em que só se procurava o RH em casos extremos ou que ir ao RH era malvisto. Precisamos ser muito abertos e dar mais transparência para criar uma cultura de confiança, sermos guardiões da cultura e apoiarmos todos a viverem sua melhor experiência”, avalia. Formada em Economia, a executiva entende a diversidade de sua carreira, que não começou em RH, como um diferencial. “Cada experiência me deu uma bagagem interessante e assim fui me moldando e complementando a forma de atuar”, explica.

A mesma diversidade profissional comentada por Simone é destacada por outro premiado da região Sudeste. **Flavio Pesiguelo**, vice-presidente de Pessoas e Cultura da Natura, conta que é analista de sistemas, trabalhou fora do Brasil e atuou em outras áreas fora de Recursos Humanos, como Tecnologia da Informação e Comercial. “Isso dá uma visão mais ampla do nosso papel na geração de valor para o negócio e para as pessoas”, argumenta. Mas não é só isso. Líder que busca trabalhar com empatia, cuidado e valorização do talento individual, ele faz suas escolhas profissionais sempre movido pela paixão pelo que faz e pelo alinhamento do seu propósito pessoal com o propósito da empresa.

A transparência também é tida como um diferencial na carreira de **Micheline Araujo**, gerente sênior de RH e Infraestrutura da Imerys Rio Capim – Caulim, reconhecida como destaque na região Norte. “A escuta ativa é muito importante e, muitas vezes, a solução está nas mãos de quem vive o problema, não nos gestores. Por isso, transparência, respeito e confiança são peças essenciais. Na Imerys, temos diversos programas voltados à comunicação transparente”, diz. Ela acrescenta solução, bom senso e justiça como fundamentais em sua atuação. “Apreendi a jamais ir ao meu superior ou à minha equipe com um problema sem apresentar uma solução. E, para encontrá-la, é fundamental analisar as variáveis com muito bom senso, buscando um resultado justo para todas as partes.”



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO



Eleito pela região Sul, **Douglas Pereira**, diretor de RH da Renault & Aliança, pauta sua atuação pela empatia, que considera fundamental para construir relações e políticas efetivas; também pela exemplaridade – “ser-fazer-dizer”, nessa ordem –; pelo positivismo, ou seja, ser factual, mas olhar de maneira positiva, com resiliência e persistência; e... por pessoas. Em RH, isso não seria evidente? Ao explicar, ele expressa, de uma forma muito especial o que talvez seja o grande desafio dos RHs. “Por mais óbvio que pareça, nós somos sempre pressionados pelas mais diferentes necessidades do negócio, o que, em alguns momentos, pode nos levar a uma atuação que não trate pessoas como pessoas. Mas sempre mantenho minha atenção na essência dessa função: ter foco nas pessoas, desenvolver talentos e cultura. E, naturalmente, começando pela equipe de RH.”



Eleita destaque do Sudeste, **Vera Regina Benedet Barreiros**, diretora de RH da Liquigás, concorda com Pereira. “São as pessoas que fazem e contam a história da empresa onde trabalham.” Portanto, é de extrema importância inspirar, motivar e encorajar os colaboradores para contribuírem, inovarem e serem reconhecidos por suas contribuições. Para tanto, quem atua na área tem que, em primeiro lugar, gostar de gente. “É primordial para os profissionais de RH e para o sucesso das organizações”, reforça. Movida a desafios, ela tem uma atuação marcada pelo foco na entrega com a melhor qualidade, no prazo estipulado e evidenciando o seu grau de consideração àquela realização. E acredita que as verdadeiras virtudes de um líder são ter constância no propósito e capacidade de ir sempre além, buscando inovações e melhorias contínuas.



Já o conjunto de protagonismo, estratégia, propósito e inquietude ajudaram **Daniel Ely**, diretor de Planejamento e RH da Randon, a se desenvolver ao longo dos anos, nos aspectos profissional e pessoal. “Com isso, hoje, minha atuação transcende as atribuições do cargo em uma organização e faz com que eu me conecte a outros movimentos, o que contribui para todas as frentes de atuação das quais participo.” É assim que ele, premiado como destaque da região Sul, consegue dar a RH um peso tão relevante quanto o das áreas tradicionalmente vistas como mais estratégicas. “Isso acontece quando conectamos RH diretamente com a estratégia da empresa e fazemos com que os comportamentos e a cultura organizacional impulsionem o negócio, ao mesmo tempo em que promovemos um ambiente mais inovador e o desenvolvimento das pessoas”, assinala.



Selena Froes, diretora de RH da TIM, entende que ter e desenvolver visão estratégica é fundamental, pois isso a impulsiona a criar cada vez mais conexão entre os planos de RH e a estratégia do business, a cuidar das questões mais imediatas sem perder o foco do médio e longo prazo e, ainda, a realizar trabalhos mais estruturantes, que podem influenciar a cultura de uma empresa e os resultados. “Importante também é o respeito e a valorização das pessoas, garantindo que dentro do RH, o ‘H’ seja sempre a nossa maior orientação. A perspectiva humana deve ser preponderante”, afirma. Com os valores humanos fortemente presentes em sua atuação, Selena reconhece a capacidade de se adaptar rapidamente às mudanças como um ponto de força, principalmente por atuar em um segmento competitivo como o de telecomunicações.

MARCOS CAMPOS



Ética, disciplina, determinação, paixão pelo que faz, resiliência e muito trabalho orientam a atuação de **Fabio Voelz**, diretor de Recursos Humanos do Grupo Madero. Premiado como destaque do Sul brasileiro, o executivo atribui o reconhecimento ao seu trabalho principalmente ao fato de acreditar que ninguém faz nada sozinho. “Por isso, entendo que saber formar e desenvolver bons times é um dos principais diferenciais de qualquer liderança, pois apenas com times excelentes você conseguirá entregar bons resultados”, salienta Voelz.

DIVULGAÇÃO



Ter percorrido do nível operacional ao topo da organização em sua trajetória profissional permitiu a **Moacy Freitas**, diretor de RH do Grupo Moura, compreender o momento de cada coisa, das pessoas, suas necessidades, carências, dores, desejos e expectativas. Ou seja, a ter o olhar do todo, sem perder o foco no indivíduo. Essa característica é, na visão do executivo, o principal motivo de figurar na lista dos Mais Admirados do Sudeste. “Acredito que a minha atuação, focada nas necessidades do indivíduo e da organização, equilibrando essas dimensões, fez acontecer a sinergia que existe hoje na empresa, com pessoas engajadas e comprometidas com seus projetos de vida e com os da empresa”, orgulha-se.

DIVULGAÇÃO



Trabalhar incansavelmente junto com a equipe para desenvolver projetos transformadores de desenvolvimento e qualidade de vida dos colaboradores é o que, na visão de **Jorge Tavares de Almeida**, gerente corporativo de RH do Grupo Protege, pode ter destacado sua atuação e o levado a ganhar o prêmio pelo Sudeste. “Uma empresa de prestação de serviços tem nas pessoas a sua maior força. São elas que movem o negócio e merecem nossa dedicação e nosso empenho”, comenta. Para ele, desenvolver pessoas é o melhor investimento que uma empresa pode fazer. Outra característica sua é ter na ética a base do sucesso e a comunicação como um dos pilares mais importantes do RH, que permeia toda a jornada do desenvolvimento dos colaboradores.

ANDRÉ VELOZO



Karina Alonso, diretora de RH da The Walt Disney Company Brasil, acredita fortemente que o papel de RH é construir pontes sólidas e de confiança dentro das organizações. “Na nossa maior parte do tempo, estamos influenciando pessoas, estratégias, processos e políticas internas por meio de uma enorme conectividade entre essas relações”, explica. Por isso, ela busca atuar guiada por respeito genuíno, empatia, colaboração e abertura. “Quando recebo ou peço feedback sobre minha atuação, essas palavras são apontadas com frequência. Também acredito que tenho uma energia muito positiva e o sorriso é parte da minha essência; percebo que isso facilita a aproximação e a conexão com os outros para formar uma relação sólida e de confiança”, completa.



Formação a distância em **Mentoring, Coaching e Advice Humanizado ISOR®**

com Marcos Wunderlich

Modalidades:



PROFISSIONAL



MASTER

- ✓ Exclusiva Metodologia ISOR®
- ✓ Abordagem holossistêmica
- ✓ Tutoria Especializada
- ✓ Certificação Internacional



*"Humanizando Organizações,
Transformando Vidas"*



Informações:

(48) 3235 2009



(48) 99664 3111

contato@holos.org.br

PATROCINE

tv corporativa

G E S T Ã O R H

tv.gestaoerh.com.br

GRUPO GESTÃO RH





Saber lidar bem com as diferenças e, dessa forma, obter a confiança das pessoas e os seus melhores resultados é o que **Cesar Augusto Ueda**, executivo de RH da Panasonic do Brasil, acredita tê-lo destacado para ser escolhido como um dos RHs Mais Admirados da região Norte. Sua atuação também é orientada pela crença de que é preciso ser exemplo para ter o respeito de todos. Adepto do princípio de que ninguém é eterno e é preciso preparar as futuras gerações, Ueda sempre prega que é necessário compartilhar conhecimento. “Precisamos não só colocar em prática, mas também repassar o conhecimento. Dessa forma, ajudamos a melhorar a qualidade dos nossos colaboradores e, consequentemente, a fortalecer a companhia”, frisa.

Destaque do Centro-Oeste, **Nereu Bavaresco**, diretor de Gente da Amaggi, diz que sua atuação é conduzida por diversos fatores, entre eles, integridade, gostar de gente, estratégia de pessoas alinhada à dos negócios, flexibilidade, resiliência e conhecimento com profundidade do negócio – todos igual e extremamente importantes. Mas é na integridade alinhada à flexibilidade que se encontra o seu ponto forte. “Trabalho em uma organização que atua em toda a cadeia do agronegócio, onde os desafios são permanentes. Lidamos com um mercado exigente, competitivo e dinâmico, e algumas de nossas atividades são bastante voláteis. A qualquer momento, a estratégia pode mudar e as pessoas precisam estar capacitadas para fazer os movimentos necessários sem comprometer nossa integridade. Somente assim a empresa será sustentável e perene”, afirma.

Trabalhar em Recursos Humanos tem sido uma grande oportunidade para transformar toda a dinâmica organizacional, afirma **Sérgio Fajerman**, diretor de RH do Itaú Unibanco, eleito destaque do Sudeste. Exemplo disso, cita, é a fusão Itaú-Unibanco e toda a transformação digital hoje em curso na empresa. “É fundamental que a área de RH entenda de negócios e saiba construir um quadro de colaboradores que mantenha o cliente no centro de sua atuação em todos os momentos. Essas interações sempre despertaram meu interesse e acredito que fizeram a diferença no meu crescimento e reconhecimento.” Ainda, na visão de Fajerman, outra atitude essencial é olhar o longo prazo, entender o ponto em que se quer chegar e planejar bem o caminho a ser seguido.

Jorge Jubilato, diretor de Gente & Gestão da Farmácias Pague Menos, diz que vários fatores o ajudaram a ganhar visibilidade no mundo corporativo: ser professor, participar de grupos de RH e atuar em uma grande rede de varejo farmacêutico. Mas o que alavancou de fato sua carreira foi focar as ações de Recursos Humanos em soluções para o negócio, aumentando produtividade. Ele também destaca a atenção ao desenvolvimento de pessoas, com programas como o de excelência gerencial, no qual a visão dos gerentes de loja é ampliada para além das vendas. “Acredito que a soma desses fatores me alçaram à posição de um dos RH mais Admirados do Nordeste, que, aliás, como paulista vivendo há pouco tempo na região, foi um prêmio muito especial e que me deixa muito honrado.”



LEVO RIN

Nosso foco é incentivar a mobilidade e proporcionar aos nossos clientes a sensação de liberdade e confiança, com pneus de motocicletas e bicicletas desenvolvidos para atender suas necessidades.



www.levorin.com.br  

LEVORIN

JUNTOS EM DUAS RODAS



A MARCA DO RH

Conheça algumas das práticas e políticas das empresas Mais Admiradas pelos RHs e saiba como, através da gestão de seus times, elas se diferenciam no mercado. Não são poucos os casos em que, apesar do período de instabilidade do país, muitas têm apresentado crescimento dos negócios.

TRANSPARÊNCIA, O PRINCIPAL DIFERENCIAL DA MARCA DO ANO



A EMPRESA VEM INVESTINDO EM INICIATIVAS DE FORTALECIMENTO DO SEU TIME, COMO O PROGRAMA BE LEADER, PARA FORMAR LIDERANÇAS INSPIRADORAS E PREPARADAS PARA UM CENÁRIO CADA VEZ MAIS INCLUSIVO E DIVERSO

Em 2017, quando adquiriu a Brasil Kirin, a Heineken ampliou o seu portfólio de produtos – hoje a empresa produz cervejas, refrigerantes e água – e passou a se chamar Grupo Heineken no Brasil. De lá para cá, o número de colaboradores saltou de 2 mil para 13 mil.

Embora o movimento no país seja de instabilidade econômica, os negócios mantiveram evolução positiva e, para se fortalecer ainda mais como grupo, foi realizado um mapeamento nacional de cultura corporativa, no qual a companhia identificou as principais necessidades dos colaboradores depois da aquisição. Assim, ficou claro onde investir esforços e como direcionar a estratégia de gestão de pessoas.

“A partir disso, buscamos criar e desenvolver um time cada vez mais forte e preparado, protagonista e que pudesse nos ajudar a fortalecer a visão de Grupo Heineken no mercado. Neste ano, com todas essas informações em mãos, estamos investindo em iniciativas que nos ajudem a ter as pessoas certas nos lugares certos”, comenta a vice-presidente de RH da empresa, Raquel Zagui.

Alguns exemplos são o programa Be Leader, para formar de lideranças inspiradoras e preparadas para um cenário



cada vez mais inclusivo e diverso, e o Diálogo de Valor, que reúne os colaboradores a cada dois meses em uma grande roda de conversa, para debater um dos valores corporativos do grupo: qualidade, paixão, diversão, protagonismo ou respeito.

Além de tudo isso, três fatores podem ter sido, de acordo com a executiva, responsáveis pela eleição da empresa como a Marca Mais Admirada de 2019. O primeiro é a transparência: o colaborador sabe exatamente para onde a empresa está indo e o que é esperado dele. Essa clareza faz com que todos vistam a camisa e entendam a importância do papel que desempenham na companhia.

O segundo é a busca constante para ter um ambiente cada vez mais incluso e diverso. Na prática, iniciativas nesse sentido se revertem em um alto nível de engajamento dos colaboradores, superior a 80%, de acordo com a pesquisa anual de clima organizacional.

Para completar, o pilar Qualidade do grupo se traduz, em Recursos Humanos, em uma atuação dos business partners (HRBPs) bem próxima ao negócio, o que resulta na alta credibilidade da área junto a todas as lideranças da companhia.



Pautar a gestão de pessoas por respeito e confiança em todos os momentos é o que pode ser considerado o grande motivo para o Grupo Accor, com cerca de 15 mil colaboradores no Brasil, estar entre as 10 Marcas Mais Admiradas pelos RHs.

“Nesse período difícil do país, em que muitos familiares dos nossos colaboradores foram afetados e o nível de insegurança sobre a geração de renda aumentou, orientamos os gestores a terem maior proximidade com as equipes”, conta Fernando Viriato de Medeiros, vice-presidente de Talento e Cultura para América do Sul.

Essa proximidade para ouvir e dialogar está combinada a iniciativas como a ampliação do direito a licenças, a orientação para que colaboradores e familiares conheçam todos os benefícios a que tem direito e o estímulo para que utilizem esses benefícios e os cursos de gestão de finanças pessoais.



DIVULGAÇÃO

Não à toa, em 2018, os negócios se expandiram não só no Brasil, como na América do Sul: 50 hotéis foram abertos na região durante o ano. “Por isso, continuamos a investir fortemente nas pessoas, além de gerarmos milhares de novos empregos”, diz Medeiros. “Tocar o coração das pessoas: essa é a forma como queremos que nossas equipes e clientes sejam tratados”, finaliza.

DIVULGAÇÃO



Mesmo em um cenário adverso, a política de carreira interna é uma das principais características da cultura corporativa do Bradesco, o que vem diferenciando a empresa positivamente no mercado.

“Possuímos uma estrutura integrada de gestão do capital humano, que assegura permanente investimento em capacitação e desenvolvimento por meio da Unibrad, reconhecida como uma das melhores universidades corporativas do mundo, em benefícios assistenciais com ampla cobertura para os funcionários e seus familiares e em uma gama de programas e iniciativas de promoção da saúde e do bem-estar”, argumenta Victor Rosa Marinho de Queiroz, diretor de RH.

Para ele, a seriedade na gestão do capital humano, a transparência na comunicação, a conduta ética e adaptabilidade do RH às tendências do mercado, mantendo, ao mesmo tempo a cultura, os princípios e valores da empresa, podem ter contribuído para esse reconhecimento. “Somos, definitivamente, uma organização feita por pessoas, que entende de pessoas. Isso nos diferencia.”



TRABALHAR COM O QUE
SE GOSTA FAZ BEM PRA SAÚDE.
NO NOSSO CASO, ISSO
É A MAIS PURA VERDADE.

A Qualirede faz gestão em saúde, garantindo os melhores resultados.

Atendemos mais de 1,2 milhão de vidas em todo o país.

Nossas soluções atendem empresas, operadoras de planos de saúde e também implantação das Clínicas de APS. Somos mais de 1000 pessoas que fazem o que for preciso para levar mais saúde para mais pessoas. Deu pra ver que, quando o assunto é saúde, a gente faz o nosso melhor.



SAÚDE É TUDO PRA QUALIREDE.

Conheça
nossas
soluções.





Como uma das maiores empregadoras do país – cerca de 100 mil colaboradores –, a BRF tem a preocupação de criar um negócio perene e resiliente, que se sobreponha às oscilações de mercado. Por isso, mesmo em um cenário adverso, a companhia evoluiu na implantação de academias de liderança, vendas e operações, no modelo de gestão de sucessão e consolidou o seu programa de avaliação de desempenho.

O posicionamento é atrair e reter talentos que compartilhem dos valores da empresa, baseados nos pilares de integridade, segurança e qualidade. Mais do que isso, criar times de alto desempenho, com a oportunidade de vivenciar a cadeia produtiva, que vai do grão à mesa dos consumidores.

“Para a BRF, é um privilégio ser reconhecida como uma marca empregadora. Em nossa estratégia de retenção de profissionais, temos diversos colaboradores com muitos anos de casa, pessoas que estão com a gente há mais de 40, 50 anos. E, como desafio, gerimos 100 mil colaborado-



GLADSTONE CAMPOS

res em um robusto processo de transformação e desafios, que impacta consideravelmente o RH. Isso mostra como os benefícios, as oportunidades de carreira e desenvolvimento profissional são essenciais para o nosso negócio”, diz a diretora de RH, Indiara Manfre.

DIVULGAÇÃO



Desafios à parte, a Claro acredita que o mercado brasileiro é rico em oportunidades e oferece grande potencial de crescimento. Para alcançar seus objetivos estratégicos, a empresa se posiciona com uma cultura que valoriza o desenvolvimento, o aprendizado e a transformação e coloca os colaboradores no centro da estratégia.

“Acreditamos na diversidade como algo que nos complementa e nos fortalece, criando oportunidades em um ambiente de inovação. Desenvolvemos o potencial de nossas equipes investindo diariamente em projetos de colaboração e em reconhecimento com base em meritocracia e alta performance”, afirma o diretor de RH, Rodrigo André Fernandes.

Para isso, a empresa utiliza múltiplas tecnologias, promove um ambiente harmônico, estimula a saúde e qualidade de vida e abre possibilidades de desenvolvimento de carreira. Mais: guiada pelos princípios éticos, motiva o exercício da cidadania através do desenvolvimento das comunidades em que atua. “Para o time de RH, estar entre as 10 marcas Mais Admiradas é uma honra e motivo de muito orgulho, pois destaca e reconhece todo esse movimento”, assinala Fernandes.

ublox[®]

O projeto de educação corporativa que você sempre idealizou, agora, em suas mãos!



Temas inovadores e atrativos



Mapeamento/radar das competências desenvolvidas e controle de desempenho



Aproveitamento dos conteúdos/treinamentos existentes na empresa, com validação e certificação MEC



Retenção de talentos e redução do turnover



Gestão e controle do desenvolvimento de competências

Com uma plataforma on-line de alta tecnologia e inteligência artificial, a **ublox** gerencia todo o processo de educação corporativa da sua empresa, com grande economia de recursos e retenção de talentos.

Seja utilizando conteúdos já existentes, ou agregando centenas de outros cursos, a **ublox** fará a curadoria, gerenciamento, certificação e acompanhamento do projeto pedagógico, podendo formatar pós-graduações, certificações específicas ou até graduações reconhecidas pelo MEC, a baixo custo mensal, aumentando o engajamento dos colaboradores nos cursos e, conseqüentemente, diminuição do *turnover*.



ublox[®]
universidade blox

Residente no
cubo

EY
Building a better
working world

Premiado
no EOY da
Ernst Young

GESA 2018

Prêmio
EdTech
Startups
Awards

Entre em contato e surpreenda-se com a revolução na educação corporativa:
contato@sistemablox.com.br | sistemablox.com.br



A GOL Linhas Aéreas tem trabalhando um projeto robusto de cultura organizacional e, de maneira consistente, desenvolveu o Time de Águias para uma atuação protagonista dos colaboradores em um cenário de desafios como tem sido o do Brasil. Mais do que cobrar uma atitude, a empresa criou espaços de aprendizados e crescimento.

“O Jeito GOL é o que buscamos trabalhar e disseminar diariamente e o que nos faz seguir em frente para cada vez mais proporcionar um ambiente que promova confiança e acolhimento, mesmo em momentos de maior turbulência e incertezas”, relata o diretor de RH, Jean Nogueira.

Na visão do executivo, o prêmio é resultante da jornada da transformação cultural, iniciada em 2015 e capitaneada pelo CEO Paulo Kakinoff, com grande apoio do time de Gente e Cultura. “O nosso propósito é ‘Ser a Primeira para Todos’, principalmente para os colaboradores. Isso reforça a GOL como uma empresa de oportunidades e que trabalha



FERNANDO FIGUEIRA

continuamente na promoção de um ambiente de negócios mais inclusivo e diverso. Nessa linha, temos uma série de programas, como o Experiência na Bagagem, que integra a frente de inclusão ‘GOL para Todos.’”



Um ambiente em que os colaboradores se sintam bem, recompensados, úteis, desenvolvidos, autônomos, responsáveis e pertencentes a uma comunidade. Essa é a promessa que a Leroy Merlin busca entregar diariamente aos colaboradores através de políticas e da prática de uma liderança mais inspiradora e desenvolvedora do que controladora. E que, na visão de seu diretor de RH, Weber Niza, pode ser tida como o principal motivo pelo qual a companhia figura entre as 10 Mais Admiradas pelos RHs.

“Nós nos consideramos uma empresa centro-humanista, porque as pessoas estão no centro do nosso negócio. Nossos colaboradores e nossos clientes são os ingredientes essenciais da empresa”, contextualiza o executivo.

Com essa convicção em primeiro lugar, a Leroy Merlin tem o desafio de buscar constantemente ações para garantir a satisfação desses públicos. A segunda convicção é de que o desenvolvimento das pessoas é a base para o engajamento. Por isso, mesmo em um ano um tanto quanto volátil e caótico, a empresa manteve os investimentos em



DENISE ANDRADE

treinamentos e, sobretudo, na evolução tecnológica e sistêmica do negócio, para garantir vanguardismo, inovação e novas ferramentas de trabalho aos colaboradores.

Nestlé

Com cerca de 20 mil colaboradores no Brasil e pautada pelo respeito como valor número 1, a Nestlé está presente em 99% dos lares do país. Um legado e uma vantagem competitiva que exige atenção redobrada com a gestão de pessoas. A mesma atenção que destaca a marca com iniciativas como o programa InNova, um convite aos colaboradores para praticarem quatro comportamentos: espírito de dono, colaboração, transparência e olhar externo.

“Além disso, sempre medimos nossas práticas no mercado brasileiro. Posso dizer que mantemos um conjunto bem atrativo de remuneração, benefícios, políticas de desenvolvimento e oportunidades de carreira. Mesmo assim, identificamos com frequência excelente iniciativas em outras empresas no mercado. Por isso, temos um forte plano estratégico de inovação e modernização de práticas internas, que provoca impactos positivos para a Nestlé até em outros países”, salienta o vice-presidente de RH, Marco Custódio.

Ainda, além dos muros da companhia e com foco em temas de maior interesse da sociedade, recentemente,



ANTONIO CARREIRO

a empresa adotou uma postura mais proativa em temas como Diversidade & Inclusão e empregabilidade dos jovens brasileiros.



Presente há mais de 80 anos no Brasil, onde gera 1.200 empregos, a Roche Farma Brasil trabalha estrategicamente sua reputação com o propósito de “fazer hoje o que o paciente precisa hoje e no futuro”. Mais do que uma frase de efeito, trata-se de um compromisso com a inovação e o acesso das pessoas à saúde.

“A reputação é feita no dia a dia, por todos os integrantes da companhia. Esse aspecto é tão relevante que 96% dos colaboradores identificam o propósito como nossa principal narrativa corporativa, segundo a pesquisa anual de comunicação interna”, conta a diretora de RH, Denise Horato.

Tanto é assim que a empresa lançou o Employee Ambassadors, programa em que colaboradores são selecionados e preparados para atuar externamente como embaixadores da marca. Tanto o empoderamento dos funcionários, como o propósito da empresa foram essenciais no cenário desafiador do Brasil, garante Denise. Além disso, a Roche vem se destacando pelas oportunidades de carreira, inclusive internacional, por estratégias consistentes e constantes de



ALAN TEIXEIRA

desenvolvimento, por iniciativas de qualidade de vida e pelos benefícios atrativos, como auxílio-creche para pais de crianças até cinco anos. 🇧🇷

VEJA ALGUNS MOMENTOS DA CERIMÔNIA DE PREMIAÇÃO DOS “MAIS ADMIRADOS”

FOTOS: LUKAS MORAIS/BI FILMES



A INOVAÇÃO ACABA DE CHEGAR À GESTÃO DE BENEFÍCIOS EM RH

SIMBA Digital é uma plataforma de gestão de benefícios, em nuvem e customizada. Através dessa ferramenta inovadora, a sua empresa:

- reduz custos
- automatiza processos
- aumenta a eficiência
- reduz riscos operacionais
- aumenta o controle
- gera relatórios e gráficos analíticos de dados

Liberando o gestor para funções estratégicas.

**Faça mais, faça melhor,
faça por menos.**



 **SIMBA**
DIGITAL

A FERRAMENTA QUE FALTAVA NA
GESTÃO DE BENEFÍCIOS EM RH

Tel. + 55 11 4134-2000
contato@energygroup.com.br
energygroup.com.br

 **ENERGY**
group

RAÇÃO • TECNOLOGIA • INOVAÇÃO • ECONOMIA • MODERNIDADE • EFICIÊNCIA • INTEGRAÇÃO • PERSONALIZAÇÃO • PERSONALIZAÇÃO • MODERNIDADE • INOVAÇÃO • ECONOMIA • MODERNIDADE • EFICIÊNCIA • INTEGRAÇÃO • PERSONALIZAÇÃO

FOTOS: LUKAS MORRAIS/BI FILMES



SOMOS ESPECIALISTAS EM REDUZIR
O CUSTO E O RISCO DA SUA POPULAÇÃO.



Great
Place
To
Work®

Certificado
30/03/2019 - 30/03/2020
BRASIL

Saúde 4.0



A Sharecare é uma empresa líder na combinação de saúde digital com gestão de saúde integrada.

Quer **reduzir custos** com **foco em resultados**? Entre em contato: contato@sharecare.com | 11 4440-0623



Baixe
o aplicativo
Sharecare

www.sharecare.com.br

[/sharecarebr](https://www.facebook.com/sharecarebr)

[/company/sharecarebr](https://www.linkedin.com/company/sharecarebr)

sharecare
Sua saúde em um só lugar

LANÇAMENTO

app
GESTÃO RH

GET IT ON
Google Play

Download on the
App Store



As melhores e mais
completas **Soluções em**
RH para sua empresa



Recrutamento
& Seleção



Administração
de Pessoal



Luandre
Middle



RPO
Luandre



Projetos
Especiais



Avaliação
Profissional



Luandre.com.br



11 3474-4696

Referência em atração, seleção e gestão de talentos, a Luandre tem por objetivo a excelência nos serviços e o investimento em soluções criativas, construindo o elo entre as organizações e os colaboradores em todas as etapas de desenvolvimento dos Recursos Humanos.



49 anos de atuação no mercado de Recursos Humanos.



Mais de 4 mil clientes atendidos em diversos segmentos.



Banco de dados próprio com mais de **2 milhões de currículos ativos**.



Mais de **30 mil processos seletivos** gerenciados por ano.



Mais de **55 mil profissionais** administrados por ano



Unidades e estruturas preparadas para atender em todo o Brasil.



2018
melhores empresas
você/s/a
para trabalhar



INSPIRAÇÃO E EMPODERAMENTO

DIVULGAÇÃO



Patrícia Queijo completa seis meses na Johnson & Johnson e fala sobre desafios do trabalho

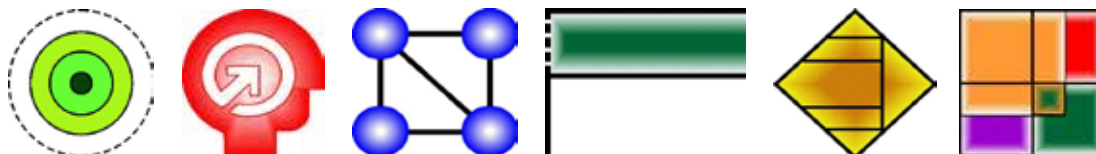
Por *Adriano Garrett*

Contratada em fevereiro para o posto de diretora de Recursos Humanos da Johnson & Johnson (J&J) Consumer Health Brasil, Patrícia Queijo chegou como responsável por desenvolver e implementar estratégias de RH alinhadas com as prioridades do negócio e uma agenda integrada de atração, desenvolvimento e retenção de talentos. Além disso, assumiu papel fundamental na construção de uma cultura mais ágil, colaborativa e de alta performance.

“Uma das minhas prioridades desde que assumi o posto de diretora de RH aqui vem sendo trabalhar em conjunto com a área de negócios para criar motivadores para retenção e atração de talentos que tenham as características necessárias para esse novo momento da companhia. Para o futuro, queremos

POSITIONAL SELLING®

TREINAMENTO PROFISSIONAL EM VENDAS



A HORA É ESTA!

Os desafios enfrentados pelas empresas brasileiras exigem uma atuação firme na busca de resultados concretos e mensuráveis, no curto prazo. Adote o **POSITIONAL SELLING® (PS)**, o sistema estratégico de vendas utilizado pelas empresas líderes de cinco continentes. Prepare seus profissionais de vendas para vencerem os desafios que farão de 2019 e 2020 anos decisivos para o seu negócio.

Desenvolvido pela Carew International*, o treinamento utiliza as mais modernas técnicas de aprendizagem de adultos, baseadas na Neurociência, o que assegura a rápida assimilação dos conceitos e ferramentas e o desenvolvimento de habilidades que serão colocadas em prática, imediatamente.

RESULTADOS PARA A EMPRESA

O Positional Selling® capacita seus profissionais de vendas para:

- Conquistar a posição preferencial junto aos clientes.
- Ampliar as vendas aos clientes atuais e aprimorar sua rentabilidade.
- Reativar clientes inativos, dinamizando contas estagnadas.
- Recuperar clientes perdidos.
- Manter a fidelidade dos clientes.
- Superar concorrentes agressivos.
- Fechar mais negócios, mesmo sob condições adversas.
- Negociar trocas de valor, ao invés de fazer concessões que reduzam a lucratividade.
- Encontrar alternativas construtivas para a "guerra de preços".
- Aumentar os lucros e a participação no mercado.

PARA EMPRESAS QUE QUEREM OBTER RESULTADOS CONCRETOS E MENSURÁVEIS AINDA EM 2019!

0800 026 2422

info@interculturalted.com.br

13 ANOS CONSECUTIVOS
COMO A **FORNECEDORA DE**
CURSOS E TREINAMENTOS MELHOR
AVALIADA NO BRASIL! (GESTÃO RH)



continuar buscando maior equilíbrio em Diversidade e Inclusão, além de contribuir cada vez mais para uma dinâmica de trabalho ágil; consideramos esses como dois pontos cruciais para nos mantermos competitivos”, comenta a executiva.

Patrícia tem no currículo passagens por grandes empresas, como BRF e Natura, e atuou em diferentes países como Alemanha, Argentina e Chile. Também é graduada em Administração de Empresas pela PUC-SP, com intercâmbio na Friedrich-Alexander-Universität, na Alemanha, além de ter concluído dois MBAs, um em Finanças e Relações com Investidores pela Fipecafi e outro em Pessoas e Organizações pela Universidade Adolfo Ibáñez, no Chile.

Na entrevista a seguir, Patrícia Queijo falou à Gestão e RH sobre os seus primeiros seis meses na Johnson & Johnson e projetou o futuro da companhia.

Gestão RH - Quais foram os pontos marcantes e as principais experiências da sua carreira até chegar ao posto de diretora de Recursos Humanos da Johnson & Johnson Consumer Health Brasil? O que mais a motivou a atuar profissionalmente neste segmento?

Patrícia Queijo - Iniciei na área de RH quase por acaso, pois no início da minha carreira trabalhava com trade marketing. Tive sorte em ter minha primeira experiência na área em uma empresa que valorizava e respeitava muito as pessoas e que já trabalhava Recursos Humanos como função estratégica para os negócios. Isso me possibilitou conhecer profundamente os conceitos e aprender em um ambiente rico em conhecimento e práticas de RH.

As minhas principais experiências foram como head de RH no Chile e no Brasil. Na época, as empresas estavam em franca expansão e tinham como desafio implementar todos os sub-processos de RH e atuar em todas as frentes junto à liderança.

Quanto à motivação para atuar no segmento, acho que contribuir para as transformações que as organizações estavam passando foi o que mais me motivou a continuar trilhando minha carreira nessa área.

GRH - Você chegou à Johnson & Johnson no início deste ano. De lá para cá, quais foram as principais ações de sua diretoria? Quais são as principais metas para o futuro?



AO LONGO DOS ANOS, A J&J VEM FORTALECENDO A SUA REPUTAÇÃO COMO UMA MARCA EMPREGADORA PARA OS MELHORES E MAIS BRILHANTES PROFISSIONAIS DO MUNDO, E ENTENDEMOS QUE PROMOVER A INTEGRAÇÃO VIDA-TRABALHO É FUNDAMENTAL PARA NOSSOS FUNCIONÁRIOS E PARA O NOSSO FUTURO COMO EMPRESA



PQ - As organizações estão em constante transformação, e essa também é uma realidade da J&J Consumer Health, que atua em um mercado extremamente dinâmico. Atualmente, a empresa está implementando uma nova forma de trabalhar, com objetivo de alcançar resultados sólidos com agilidade e eficiência operacional. Com tantas mudanças, nossos líderes e equipes vivem o desafio de

se adaptar, se fortalecer e contribuir para a transformação da organização. Para essa jornada, o RH tem sido fundamental.

Uma das minhas prioridades desde que assumi o posto de diretora de RH aqui vem sendo trabalhar em conjunto com a área de negócios para criar motivadores para retenção e atração de talentos que tenham as características necessárias para esse novo momento da companhia.

Para o futuro, queremos continuar buscando maior equilíbrio em Diversidade e Inclusão, além de contribuir cada vez mais para uma dinâmica de trabalho ágil; consideramos esses como dois pontos cruciais para nos mantermos competitivos.

GRH - Na área de atração e retenção de talentos, quais são os maiores desafios para o segmento de Recursos Humanos da Johnson & Johnson?

PQ - Ao longo dos anos, a J&J vem fortalecendo a sua reputação como uma marca empregadora para os melhores e mais brilhantes profissionais do mundo, e entendemos que promover a integração vida-trabalho é fundamental para nossos funcionários e para o nosso futuro como empresa.

Buscamos oferecer benefícios que possibilitem que nossos funcionários conciliem vida pessoal e profissional, como licença maternidade estendida para seis meses, licença paternidade de 40 dias úteis, prática de home office, horário flexível, entre outros.

Além disso, defendemos que um local de trabalho diversificado e inclusivo não é apenas um imperativo social e moral, mas também uma vantagem competitiva, pois aumenta o engajamento dos empregados, a atração de talentos e, conseqüentemente, impulsiona o crescimento do negócio. Por isso, trabalhamos diariamente para ser uma empresa que empodera e inspira os seus funcionários.

GRH - Quais são os caminhos práticos para construir uma cultura

PENSADOR



ORGANIZADOR



SOCIAL



REALIZADOR



INTEGRADOR



OS 5 ARQUÉTIPOS HUMANOS, DIFERENTES E COMPLEMENTARES, QUANDO BEM COMBINADOS, FORMAM EQUIPES DIVERSAS E COLABORATIVAS.

A Hallos é uma empresa orientada para o desenvolvimento da Inteligência Relacional. Com experiência inovadora, de mais de 20 anos, a Hallos pode ajudar você e sua empresa em diversas atividades como:

- **Team building**
- **Desenvolvimento de líderes**
- **Ferramentas de contratação**
 - **Mentoring e coaching**
 - **Transformação cultural**



Rua Vieira de Morais, 1111, cj. 808A - Campo Belo - São Paulo - SP | +55 11 99913 9394

hallos.com.br

organizacional mais ágil, colaborativa e de alta performance?

PQ - A cultura começa nos valores ou princípios de cada organização, e em geral influencia a atitude da liderança e dos times e vai tomando forma por meio de decisões, processos internos e sistemas que se estabelecem. Então, quando uma organização busca caminhos práticos para sua cultura, é necessário aprofundar a reflexão de como seus valores possibilitam essas características ou as limitam, e começar a fazer mudanças profundas para atingir um resultado sólido.

No caso da J&J, temos o Credo, um documento redigido em 1943 por um de nossos fundadores e revisado em 2018. O primeiro parágrafo desse documento retrata a responsabilidade que temos com os nossos pacientes, médicos e enfermeiras, mães, pais e todos os demais que usam nossos produtos e serviços. Já o segundo destaca a nossa responsabilidade para com nossos funcionários, citando diversos compromissos, como o de proporcionar um ambiente de trabalho onde possam se sentir seguros, realizados, motivados e, também, onde suas vozes têm valor. O Credo, além de guiar todas as tomadas de decisão dentro da companhia, nos dá o incentivo e base cultural para investirmos em agilidade e colaboração.

GRH - Como o RH da Johnson & Johnson incentiva a diversidade (de gênero, orientação sexual, religião, etc.)? Quais são as metas da companhia para que a equidade de gênero seja alcançada no quadro de lideranças?

PQ - A questão da diversidade é bastante forte na J&J e aparece desde 1886, quando a companhia foi fundada com 14 colaboradores, dos quais 8 eram mulheres. Recentemente, fomos reconhecidos pelo GPTW como uma das melhores empresas para mulheres trabalharem e como uma das 10 empresas que mais se destacam quando o assunto é LGBTQI+. O reconhecimento é resultado de um

esforço da empresa em tornar a diversidade e a inclusão elementos fundamentais da nossa maneira de fazer negócios.

Um exemplo prático de como fazemos isso é nossa forte atuação para a superação de vieses inconscientes, o que vale também para processos de contratação de novos colaboradores. Além de muito debate e treinamento sobre o tema, a empresa também tem entre suas práticas o método de



**APROVEITAMOS
TODAS AS
INFORMAÇÕES QUE
TEMOS SOBRE
NOSSAS PESSOAS
E TIMES PARA
PROMOVER DECISÕES
SOBRE A FORÇA DE
TRABALHO BASEADA
EM EVIDÊNCIAS.
COM A AJUDA
DA TECNOLOGIA
PODEMOS ANALISAR O
FLUXO DE TALENTOS,
SABER QUÃO EFICAZES
SÃO NOSSOS LÍDERES
E COMO ESTÁ A
EFICIÊNCIA DA NOSSA
ORGANIZAÇÃO**



“triagem às cegas”, ocultando informações de identificação do candidato para que o recrutador se concentre nas competências, sem a influência de fatores que possam inferir um juízo de valor.

No que se refere especificamente às mulheres, a atuação do Women’s Leadership & Inclusion (WLI), que é um dos nossos Employee Resource Groups (ERG), vem garantindo que,

em todas as oportunidades de recrutamento e seleção, em especial para cargos de liderança, sempre haja pelo menos uma mulher na fase final do processo.

O WLI foi o grupo de afinidade pioneiro na J&J Brasil, lançado em 2014 no País. O grupo tem servido como modelo para novas iniciativas internas (ERGs), como o Open&Out, criado em 2017 para trabalhar a inclusão LGBTI+; Soul Afro, focado em diversidade racial, instituído em 2018; Generation Now, trabalhando desde 2018 para a integração das gerações etárias; e o ADA – Alliance for Diverse Abilities, fundado esse ano, com o principal objetivo de incluir as pessoas com deficiências.

GRH - De que modo a tecnologia é utilizada como parceira do RH da Johnson & Johnson?

PQ - Na Johnson & Johnson aproveitamos todas as informações que temos sobre nossas pessoas e times para promover decisões sobre a força de trabalho baseada em evidências. Com a ajuda da tecnologia podemos analisar o fluxo de talentos, saber quão eficazes são nossos líderes e como está a eficiência da nossa organização.

GRH - Qual é a importância da integração entre todos os departamentos de uma empresa para impulsionar as ações ligadas ao segmento de Recursos Humanos? Como isso se verifica na Johnson & Johnson?

PQ - A integração entre todos os departamentos da empresa é crucial para o sucesso e resultados do negócio, e o RH tem um papel fundamental nisso. A conexão entre as áreas pode facilitar a atuação do RH em temas mais práticos, mas o grande impulsionamento é para a empresa como um todo. Na J&J Consumer Health, já temos áreas atuando em formato de squads com equipes multifuncionais. Essa nova forma de trabalho, na qual acreditamos muito, nos permite atuar com maior agilidade para gerar ainda mais valor aos consumidores.



Somos a agência
oficial do evento:

RHs MAIS ADMIRADOS

A **TRAVELPLUS** oferece consultoria
completa em **viagens corporativas** e
soluções de ponta-a-ponta para
eventos nacionais e internacionais.

Nossa expertise também garante
parcerias estratégicas para os melhores
destinos em **viagens de lazer.**

**CONSULTE OS NOSSOS
PACOTES PROMOCIONAIS!**



▶ +55 11 3549 5590
www.travelplustur.com.br



TRAVELPLUS[®]
turismo corporativo • eventos360 • lazer

15
ANOS



UMA NOVA EXPERIÊNCIA PARA OS LÍDERES DE RH

Reformulado, o 18º Fórum Líder RH vai aliar
conteúdo e vivência

Por *Thais Gebrim*

Quais são as angústias do RH ante o cenário complexo, tecnológico e de transformações constantes trazido pela Revolução Digital? E que caminhos podem conduzir a gestão de pessoas a uma performance de ponta? Como incluir a diversidade na cultura da empresa?

Debater os dilemas e as dores do mundo dos negócios com mais interatividade e sensibilidade pode fazer

a diferença na busca por soluções eficazes e humanas. Uma diferença ainda maior se o conteúdo estiver aliado à vivência. Para propiciar uma experiência como essa, o Grupo Gestão RH vai reunir alguns dos mais importantes executivos de Recursos Humanos e líderes de grandes empresas do país em um dia ímpar.

Se deu vontade de participar, anote na agenda: no dia 25 de setembro,

a partir das 9 horas, no Espaço JK, na capital paulista, vai acontecer a 18ª edição do Fórum Líder RH. Neste ano, o evento foi totalmente reformulado para se tornar, mais do que um espaço de discussão, um ambiente de vivência através da qual os participantes são conduzidos a refletir com mais profundidade sobre os temas em debate. Daí ter sido acrescido ao nome do fórum a expressão Vivências Criativas.

unitedminds

A Weber Shandwick Consultancy

Transformação. Transformada.

Uma das poucas certezas no mundo dos negócios é a mudança. E, para navegar bem em um cenário tão complexo, é preciso ter **metodologia, casos de sucesso e profissionais de confiança** para cuidar do fator mais importante das transformações: **o lado humano**.

A **United Minds** ajuda você a transformar de um jeito diferente, unindo estratégia e execução, razão e emoção – sempre com o **objetivo de melhorar seus resultados de negócio**.

Transforme-se conosco. Para melhor.

unitedmindsglobal.com



/unitedminds



**WEBER
SHANDWICK**
engaging always.

Ao longo do dia, especialistas de renome vão abordar temas imprescindíveis, presentes no dia a dia das organizações: diversidade, a nova onda 5.0, a saúde mental dos colaboradores e o RH dos novos tempos.

Fazem parte do time de palestrantes altos executivos de grandes empresas, como o CEO da Hinode, Sandro Rodrigues e Christiane Berlinck, diretora de Recursos Humanos da IBM Brasil.


Outro destaque é a participação de Gil Giardelli, web ativista e difusor de

conceitos e atividades ligados à sociedade em rede, colaboração humana e economia criativa e inovação digital, além de professor da ESPM e da FIA-LABFIN/Provar.

A programação teve parte reservada para a vivência Redline Racing com Eagles Flight, atividade em que os participantes são divididos em grupo para um jogo que os leva a entender como suas decisões e o seu poder de influência pode impactar resultados.

“Nosso objetivo é oferecer um

evento diferente de tudo o que vem sendo feito, propiciando uma experiência única aos participantes. Mobilizamos profissionais que são referência em RH e estão totalmente envolvidos na concepção e implementação do fórum”, diz Renato Fiochi, CEO do Grupo Gestão RH.

Junto com Fiochi, o empreendedor e palestrante Ricardo Mota e Edna Vascelo Goldoni, presidente do IVG – Instituto Vasselo Goldoni, estão na coordenação da nova versão do fórum. 

CONFIRA A PROGRAMAÇÃO* DO FÓRUM



9h

Abertura

“Vivência de Diversidade e Inclusão Social”

10h

TED

Maite Schneider, fundadora e CEO da Transemprego

Painel Interativo - Pluralidade nas Relações Profissionais

Moderador: **Ricardo Mota**

Glaucimar Peticov, diretora executiva do Bradesco

Sandro Rodrigues, CEO da Hinode

Lídia Abdala, presidente do Grupo Sabin

Encerramento: **Adriana Carvalho**, gerente de Projetos da ONU Mulheres

11h

Palestra - Conexões, Gerações e a Próxima Onda 5.0

Gil Giardelli, estudioso da cultura digital, professor e membro do World Futures Studies Federation (WFSF)

11h40

2º Painel Interativo - Novo Perfil da Área de RH: Tecnologia e pessoas

Moderador: **Marcelo Nóbrega**, diretor de RH da Arcos Dourados|McDonald's

Christiane Berlinck, diretora de RH da IBM Brasil

Patricia Pugas, diretora de RH do Magazine Luiza

Joseph Teperman, fundador e CEO da Inniti

13h30

Dinâmica Eagles –As Competências que a Liderança Precisa Dominar

15h

3º Painel Interativo - Como Preparar a Empresa para o Próximo Desafio: Cultura, novas formas de trabalho e saúde mental

Moderador: **José Ricardo Amaro**, diretor de RH da Edenred Brasil

Sylmara Requena, diretora de RH da Siemens;

Marcelo Madarász, diretor de RH Latam da Parker Hannifin; e **Daniel Mota**, CEO da Nexialistas

18h

Encerramento

PARA SABER MAIS SOBRE O
18º FÓRUM LÍDER RH, ACESSE:

BIT.LY/2YNWHRU

*Sujeita a alteração

59 SALAS
DE EVENTOS

—
538

APARTAMENTOS

—
ESPAÇO PARA
5.600 PESSOAS

—
DIVERSOS ESPAÇOS
GASTRONÔMICOS



TAUÁ HOTEL ATIBAIA

**TRANSFORME SEU EVENTO EM
UM GRANDE ACONTECIMENTO**

A poucos quilômetros de São Paulo, o Tauá Hotel Atibaia possui a mais nova e moderna estrutura de eventos da região. Venha se surpreender e garantir o sucesso de sua empresa.

WWW.TAUA.COM.BR

SIGA A GENTE   

FALE CONOSCO
chatO

11 4416 5020

Consulte seu agente de viagens.





GETTY IMAGES/STOCKPHOTO

BUSCA PELO BEM-ESTAR

Evitar acidentes é desafio para sustentabilidade do negócio

Por **Adriano Garrett**

Diz a sabedoria popular que é sempre melhor prevenir do que remediar. Sem dúvida, antecipar-se aos acontecimentos negativos é a forma mais eficaz de evitá-los e uma grande prova de bom senso. A redução de sinistralidades está diretamente ligada ao investimento em prevenção de acidentes, segurança e saúde da organização. Apesar da unanimidade em torno do tema, nem todas as corporações são capazes de transformar teoria em prática, tornando o ambiente de trabalho um lugar seguro e benéfico para todos.

Dados mais recentes da Organiza-

ção Internacional do Trabalho (OIT) revelam que, em todo o mundo, a letalidade anual de acidentes de trabalho é de 2,3 milhões de pessoas, das quais mais de 2,02 milhões causados diretamente pelas atividades desenvolvidas sem proteção adequada ou de forma indevida, além de doenças relacionadas às funções dos trabalhadores. As estatísticas globais dão conta de que, a cada cinco minutos, 20 trabalhadores morrem exercendo suas atividades, e o número de feridos chega a alarmantes 300 milhões todos os anos.

O Brasil ocupa hoje o quarto lugar mundial no ranking de acidentes e

doenças do trabalho. Segundo dados da OIT, 1,3 milhão de casos com brasileiros têm como principais causas o descumprimento de normas básicas de proteção aos trabalhadores e más condições nos ambientes e processos de trabalho. O país fica atrás apenas de China (14.924), Estados Unidos (5.764) e Rússia (3.090) em número de mortes anuais: por aqui, a média é de 2.503 óbitos.

“É preciso tratar o tema segurança de maneira estratégica e promover um aumento no nível de consciência de todos quanto à importância de colocar a vida das pessoas sempre em primeiro

~~Ser Feliz no trabalho.~~ Ser Feliz.

Engajamento é mais do que aprender
o que motiva as pessoas.

É promover ações que as ajudem a
prosperar e dar condições para que
demonstrem todo seu potencial.

Com mais de 40 anos de experiência e um modelo
orientado por pesquisas, a metodologia da Mercer para
engajamento oferece dados, insights e
aconselhamento para empoderar os indivíduos,
transformar a performance e direcionar
mudanças positivas.

Liberte o potencial de seus funcionários.

www.mercer.com.br

Fazendo a diferença na saúde, carreira
e segurança financeira de mais de 115
milhões de pessoas todos os dias.

MAKE TOMORROW, TODAY





SEGURANÇA EXIGE TRANSPARÊNCIA, CORAGEM, DISCIPLINA, SERIEDADE E EMPENHO. E ISSO ENVOLVE DESDE OS EXECUTIVOS DE ALTO ESCALÃO E O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO ATÉ CLIENTES, INVESTIDORES E FORNECEDORES. ENFIM, TODOS OS STAKEHOLDERS DE UMA EMPRESA



lugar. Prevenir acidentes é fazer com que nada de ruim atinja quem quer que seja por nossa causa. Empresas que não investem com seriedade nisso podem pagar um altíssimo preço, humano e financeiro. Por isso, não contar com o acaso é, sim, uma medida concreta de segurança”, ressalta Antonio Martin (foto), CEO da RHMED|RHVIDA, empresa que atua nos ramos de inteligência em saúde e em segurança do trabalho.

Martin acrescenta que não há atalhos ou improvisos para as empresas que querem alcançar bons resultados nessa área. “Segurança exige transparência, coragem, disciplina, seriedade e empenho. E isso envolve desde os executivos de alto escalão e o conselho de administração até clientes, investidores e fornecedores. Enfim, todos os stakeholders de uma empresa”.

CREDIBILIDADE, CONFIANÇA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Financeiramente, a estimativa é de que os acidentes de trabalho correspondam a 4% do PIB (Produto Interno Bruto) mundial em termos de dias perdidos, gastos com saúde, pensões, reabilitação e reintegração. Especialistas

listas no assunto em todo o mundo ressaltam que os cálculos sobre mortos e feridos não chegam perto de representar fielmente a magnitude do problema, nem o impacto real na vida das famílias dos trabalhadores e nas economias dos países.

Profissionais da área de SST (Saúde e Segurança do Trabalho) mundo afora acreditam que obter dados confiáveis facilita a determinação de prioridades e serve de base para calcular o progresso no setor. E a redução do número de acidentes de trabalho está estritamente ligada a políticas de prevenção, abrangendo, também, as condições de trabalho além do ambiente corporativo.

“Assim como não podemos descurar do que acontece intramuros na empresa, não devemos negligenciar a segurança dos que nos cercam no bairro, na cidade e na sociedade. Sobreviver no mercado é aprender a construir ambientes livres de acidentes, saudáveis e produtivos interna e externamente; é gerar credibilidade nas intenções e ações. Credibilidade e confiança são construídas com base na responsabilidade social”, avalia o CEO.

A segurança ocupacional tem entre suas preocupações não só implantar medidas efetivas que evitem acidentes, mas também práticas e precauções capazes de prevenir doenças ligadas à rotina laboral. A visão predominante nos dias de hoje nas principais organizações é que uma empresa só é saudável se seus colaboradores também o forem. Para isso, é preciso não fugir às responsabilidades. Não faltam exemplos para comprovar a importância da prevenção de acidentes e evidenciar o prejuízo que postergar decisões representa para um grupo empresarial, independentemente de tamanho, atividade, histórico ou posição na bolsa.

“Fechar os olhos para o investimento em saúde e segurança de colaboradores e do negócio já desestruturou corporações poderosas, que poderiam, por meio de medidas preventivas, ter escrito outra história para si e para os outros. Cabe a cada empresa decidir que tipo de história quer protagonizar”, finaliza Martin.



NOSSA ENTREGA VAI MUITO ALÉM DO BÁSICO!



Cesta Básica

Composições variadas de acordo com a necessidade de cada cliente. Os detalhes são criteriosamente pensados e analisados.



Cesta Sindical

Variada em produtos selecionados para atender especificamente a necessidade de cada nicho.



Cesta de Natal

Um verdadeiro presente para oferecer a seus colaboradores, clientes, fornecedores, parceiros, amigos e familiares. Conheça as nossas Cestas de Natal.

Além dessas, temos outras composições que podem se encaixar perfeitamente na sua necessidade. Fale com a gente. :)



A INDÚSTRIA 4.0 E O FUTURO DO TRABALHO OPERACIONAL

Ferramentas tecnológicas são aliadas da estratégia do RH

Transformação digital é um tema que vem sendo discutido incansavelmente dentro das empresas. CEOs se preocupam cada vez mais em inserir a cultura em suas organizações e utilizam as novas tecnologias como métricas para avaliar o sucesso do negócio. Pensando dessa forma, a área de Recursos Humanos deve assumir um papel proativo e chamar responsabilidades estratégicas para si, contribuindo ativamente para o crescimento das empresas e auxiliando na transformação digital de seus departamentos.

O CEO brasileiro é o que carrega a maior responsabilidade em liderar a organização no caminho da digitalização. Em uma pesquisa recente da McKinsey, 43% dos executivos confirmaram que o C-level é quem deve ser responsável pela estratégia 4.0 da companhia – o dobro da média global. A pressão vem principalmente pela baixa produtividade brasileira, 70% menor que a de países como Japão, Estados Unidos e Alemanha. Essa lacuna continua a aumentar, pois a nossa produtividade cresce somente a metade da velocidade desses países.

“Para ter sucesso na Indústria 4.0 e fazer isso em escala, não basta se apegar somente à tecnologia. É preciso uma transformação completa, passando pela estratégia de negócios, cultura organizacional, capacitação da liderança e funcionários, além das soluções de tecnologia”, afirma Jacob Rosembloom, CEO da Levee, empresa de tecnologia que aplica machine learning, people analytics e análise preditiva.

Um estudo da FGV mostra que cada trabalhador brasileiro gera, em média, US\$ 16,80 por hora trabalha-

da, e que até mesmo países com situação econômica menos favorecidas apresentam índices superiores. No México, por exemplo, o índice é de US\$ 20,30. Já quando comparado a países como Alemanha e Estados Unidos, a distância entre os valores é ainda maior: US\$ 64,40 e US\$ 63,40 por hora, respectivamente.

Ainda que o capital humano seja um dos principais trunfos dentro de uma empresa, vemos organizações nas quais a área de Recursos Humanos fica em segundo plano. De acordo com um levantamento feito pelo Conference Board e pela McKinsey, o RH está em oitavo ou nono lugar entre as áreas mais importantes de uma empresa, segundo seus CEOs.

Mas será que esses profissionais estão realmente buscando inovações na velocidade e intensidade adequadas? Essa é a pergunta feita por Jacob para encontrar o perfil mais adequado, que produza mais e que fique mais tempo na empresa. O tema produtividade sempre esteve na pauta dos altos executivos; a diferença nos últimos anos são a velocidade da transformação e a facilidade de acesso a novas tecnologias disruptivas.

“Muitas áreas das empresas já foram impactadas pela transformação. O Marketing, por exemplo, era visto há 15 anos como um prestador de serviços e não tinha lugar na mesa de decisão. Com a evolução das soluções digitais, como Google, LinkedIn e plataformas de automação que permitem medir o engajamento e sucesso de cada campanha ou ação, tornou-se uma área estratégica, capaz de gerar novas ideias, insights e, mais que tudo, demonstrar resultados palpáveis e de impacto tanto operacional como financeiro. Os times se transformaram, ficaram mais diversos e analíticos”, explica Ivana Mozetic, vice-presidente de Marketing da Levee.

É possível traçar o mesmo paralelo com RH. De acordo com Christine Hayward, consultora da Forbes e diretora executiva da IIC Partners, os profissionais da área estão passando por intensas transformações dentro das

empresas nos últimos anos. No passado não muito remoto, o segmento desempenhava eminentemente funções administrativas, como contratação, demissão e a concessão de benefícios, além de cuidar para que as normas da empresa fossem cumpridas, entre outras.

Hoje em dia, quem ocupa a posição de Chief Human Resources Officer (CHRO) é indiscutivelmente o elemento central do sucesso de uma organização. Entretanto, por mais clara que seja essa importância, muitas empresas ainda não exploram todo o potencial do RH e não oferecem a liberdade necessária para que esse executivo contribua de forma mais estratégica.

Produzido pela Institute for Business Value, vertical da IBM que desenvolve pesquisas em parceria com a Oxford Economics, o estudo Unplug from the past – The Chief Human Resources Officer perspective aponta que 65% dos CEOs acreditam que as habilidades dos colaboradores terão um forte impacto em suas empresas nos próximos anos, e que pretendem incentivar a criação de novas estratégias para reter talentos.

Por isso, os CHROs devem aproveitar as ferramentas tecnológicas que agilizam, eliminam e automatizam tarefas administrativas repetitivas, liberando tempo de seus colaboradores para tarefas mais estratégicas ou analíticas. Ao analisar o processo de recrutamento e seleção, por exemplo, estamos falando basicamente de Big Data.

“Embora o conceito seja amplamente usado nas ações de Marketing, a área de Recursos Humanos tem um volume de dados equivalente, mas, muitas vezes, ainda não sistematizado (encontrados em planilhas, internet, sistemas, documentos, etc.). Os dados disponíveis do processo de recrutamento e seleção — idade dos candidatos, sexo, localidade, pretensão salarial, experiência, formação e histórico profissional — são informações valiosas se acumulados, tratados e cruzados”, completa Ivana.



PARA TER SUCESSO NA INDÚSTRIA 4.0 E FAZER ISSO EM ESCALA, NÃO BASTA SE APEGAR SOMENTE À TECNOLOGIA. É PRECISO UMA TRANSFORMAÇÃO COMPLETA, PASSANDO PELA ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS, CULTURA ORGANIZACIONAL, CAPACITAÇÃO DA LIDERANÇA E FUNCIONÁRIOS, ALÉM DAS SOLUÇÕES DE TECNOLOGIA

JACOB ROSEMBLOOM





Jacob Rosembloom, CEO da Levee

Segundo uma pesquisa feita pela Levee, varejo, alimentação, serviços terceirizados e saúde são os quatro setores da economia que mais são atingidos pela baixa produtividade, e isso acontece pela alta rotatividade dos profissionais, que geram gastos em torno de 2 a 5 salários em casos de demissão e processos seletivos, questões que poderiam ser resolvidas implementando a tecnologia no RH.

“São deficiências como essas que precisam ser sanadas. Os avanços em inteligência artificial (IA), análise preditiva, data analytics e machine learning propiciaram aumento exponencial no nível de assertividade nas seleções feitas pelos colaboradores do RH, transformando a profissão na bola da vez dentro das empresas, já

que contratar melhor é sinônimo de produtividade. Produtividade que é nutrida diretamente por ambientes salubres, por atenção e cuidados individuais prestados aos colaboradores, mais um exemplo de quão essenciais são as atribuições do profissional de Recursos Humanos”, analisa Jacob.

COMO SER UM RH ADMIRADO?

Nenhuma época apresentou um cenário tão transformador para os profissionais do RH quanto a atual. O período pós-industrial e pós-contemporâneo, no qual as empresas trabalham com margens cada vez mais apertadas e precisam reduzir custos para se manterem competitivas, aumenta o valor percebido das ações do departamento de Recursos Humanos, diretamente responsável pela redução da rotatividade, gargalo significativo de qualquer operação.

Algumas organizações já estão de olho no futuro e hoje recebem condecorações por possuírem RHs admirados. Elas apresentam uma característica importante: o uso da IA e da tecnologia em diversos processos, inclusive no momento da contratação, para uma seleção mais estratégica e assertiva. A inovação tem transformado para melhor os processos tradicionais em empresas de todos os portes e segmentos, sendo o RH um dos departamentos que registra maior evolução com a utilização de IA nos últimos 10 anos.

No entanto, uma pesquisa feita pela Dom Strategy Partners em parceria com a ProPay S.A. apontou que 72% dos executivos de RH não sabem ao certo como se posicionar estrategicamente e entregar resultados, o que mostra uma necessidade de reciclagem desses profissionais para enxergarem seu trabalho por uma nova ótica.

Para o CEO da Levee, há urgência em se preocupar com as ferramentas de gestão, uma vez que esses fatores afetam diretamente os resultados corporativos e acabam por elevar os índices de rotatividade, absenteísmo e os custos com reposições. “Hoje, o



Cabedal

Soluções Financeiras

**A gente sabe que chegar ao topo pode ser cansativo!
Mas quando lhe faltar folego, conte com a Cabedal
para apresentar-lhe as soluções que sua empresa
precisa para continuar crescendo: empréstimos,
financiamentos e capital de giro das mais
variadas linhas de crédito.**

peessoa jurídica

0,85%

ao mês (com garantia de imóvel)

peessoa física

1,05%

ao mês (com garantia de imóvel)

visite-nos

www.cabedalfinancial.com.br



UM PONTO IMPORTANTE PARA NÓS, E QUE TEM SIDO CADA VEZ MAIS AVALIADO POR EMPRESAS DE DESTAQUE, SÃO AS EQUIPES MULTIDISCIPLINARES, COM PROFISSIONAIS DE CARACTERÍSTICAS DIFERENTES, ULTRAPASSANDO O LIMITE DE UM DIPLOMA UNIVERSITÁRIO. OU SEJA, UM RH QUE OLHA DE VERDADE PARA A PESSOA

JACOB ROSEMBLOOM



departamento fica restrito à seleção, contratação, treinamento dos colaboradores, remuneração e a intersecção entre empresa e funcionário, tarefas de extrema importância para o bom funcionamento corporativo. Porém, devem assumir o papel de protagonistas nos processos estratégicos das organizações”, opina Rosenbloom.

O que vem sendo cada vez mais utilizado e tende a ser um diferencial da área é a análise preditiva. Existe uma infinidade de dados a serem colhidos e analisados pelas empresas, seja sobre processos internos ou colaboradores, que possibilitam identificar falhas e riscos. Dessa mesma maneira, a análise preditiva auxilia o RH a encontrar padrões e prever comportamentos e ações que podem resultar em pedidos de demissão ou falta de produtividade, por exemplo, ou até fazer uma correlação entre perfil de funcionários e custos de benefícios, por exemplo o seguro saúde.

Além disso, um dos maiores focos de desperdício na área de Recursos Humanos é o número de contratações não assertivas. O RH admirado precisa mapear o perfil comportamental dos profissionais indo além do currículo, já que os colaboradores são um dos principais atores para os resultados positivos de uma empresa. Contratar um candidato não qualificado ou que não tenha requisitos para determinada posição traz custos desnecessários com demissões, por exemplo.


DIVERSIDADE É O CAMINHO PARA O FUTURO

Um levantamento da HRPA apontou que, embora se esforcem para tomar decisões inclusivas, involuntariamente os recrutadores favorecem candidatos com características parecidas a eles próprios. Conviver com pessoas parecidas no ambiente profissional facilita a resolução de conflitos, mas impacta nos resultados e pensamentos. Por isso, é preciso lembrar que ferramentas tecnológicas já são realidade no presente e contribuem para a diminuição das desigualdades sociais.

É preciso entender que características diferentes podem salvar empresas. Contratar pessoas com as mesmas experiências e histórias traz sempre as mesmas respostas para a organização. Um exemplo do que precisa ser mudado é a disparidade de gênero. De acordo com um estudo feito pelo Fórum Econômico Mundial, levaria 95 anos para que mulheres e homens chegassem à igualdade somente no Brasil. Questões visuais, como gênero e etnia, são sempre o ponto principal; porém, a análise deve ir além disso, seguindo na busca pela diversidade de pensamento, capacidade de criação e de interação com os outros.

Ao mesmo tempo, 13,4 milhões de pessoas estão desempregadas e populações sub-representadas (por exemplo, mulheres, refugiados e pessoas sem o ensino médio) enfrentam preconceito sistêmico na educação formal e na economia, lutando para serem incluídos.

“Um ponto importante para nós, e que tem sido cada vez mais avaliado por empresas de destaque, são as equipes multidisciplinares, com profissionais de características diferentes, ultrapassando o limite de um diploma universitário. Ou seja, um RH que olha de verdade para a pessoa”, completa Rosenbloom. A IA é uma aliada para resolução desse gap humano, minimizando os vieses inconscientes que podem resultar em preconceitos dos recrutadores.

Em suma, o futuro de Recursos Humanos é tecnológico e diverso. Atividades passarão a ser realizadas por IA, permitindo que os humanos possam focar em atividades estratégicas e analíticas. Processos de seleção automatizados trarão cada vez mais candidatos que se enquadram melhor às características da vaga e da empresa, facilitando a análise dos recrutadores da fase final de contratação. Um RH mais estratégico pode trazer benefícios não só para esse setor, que consequentemente será melhor reconhecido, mas impactar diretamente no crescimento do negócio, tornando-o também mais admirado. 



EAGLE'S FLIGHT
LÍDER MUNDIAL EM

TREINAMENTO EXPERIENCIAL

*Cultura organizacional • Eventos corporativos • Desenvolvimento de liderança
Experiência do cliente • Desenvolvimento de habilidades • Solução em Vendas*

www.eaglesflight.com

+55 11 3050-2210

Adriana Janaina Marcon Ahrendt

é a nova diretora de Gente e Gestão da Ecoville, primeira rede de franquias de produtos de limpeza do país, com sede em Joinville (SC). A executiva, que tem mais de 20 anos de experiência, atuava desde 2010 como consultora em Recursos Humanos para clientes como Ambev, Nestlé, Pearson Brasil, Wizard Escola de Idiomas, Lello Imóveis e Rumo Logística, além da própria Ecoville. Em 2011, simultaneamente, atuou como gerente de Avaliação e Desempenho no Grupo Ecoverdi. Adriana havia feito carreira na Ambev, onde permaneceu por 17 anos – de 1992 a 2009 como gerente regional de Gente e Gestão. Formada em Administração pela Faculdade Católica de Administração e Economia (FAE), a profissional tem pós-graduação em Planejamento e Gerenciamento Estratégico pela PUC-PR e MBA em Gestão de Pessoas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). “A contratação da Adriana reforça nossa atenção com as questões que dizem respeito à gestão dos nossos recursos humanos”, celebra Leonardo Castelo, cofundador da Ecoville.



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

A CSU, empresa líder no mercado brasileiro de prestação de serviços de alta tecnologia voltados ao consumo, relacionamento com clientes, processamento e transações eletrônicas, comunicou a chegada da executiva **Cristina Lima** para ocupar o cargo de superintendente de Recursos Humanos para Atração e Seleção de Projetos Gerenciais e Executivos e Pilares Estratégicos de RH. Cristina é graduada em Engenharia Elétrica pela UERJ e MBA em Business Management pela Fundação Dom Cabral. Começou sua carreira na área de negócios e, há cerca de 15 anos, vem acumulando experiência em Gestão de Talentos e Recrutamento Estratégico, liderando projetos de integração, retenção de talentos e engajamento. Teve oportunidade de atuar em outros países da América Latina, como Colômbia e Peru. Reportando-se diretamente ao CFO da CSU, Ricardo Ribeiro Leite, a executiva chega com o objetivo de contribuir para a continuidade do desenvolvimento da companhia. “Temos nas mãos novos e desafiadores projetos. Acredito que, com toda a equipe e plataforma RH Digital, conquistaremos resultados ainda mais promissores, principalmente com o avanço de programas já implementados que beneficiam a vida profissional e pessoal de cada colaborador”, afirma a superintendente.

THE WORLD BANK GROUP

Em um cenário em que mais da metade das empresas listadas na B3 não possuem mulheres em seus conselhos de administração, a Telefônica Brasil, dona da marca Vivo, integrou a terceira mulher em seu Conselho, ampliando a representatividade feminina entre seus membros. Formada em Administração Pública, **Claudia Costin** é professora e diretora do Centro de Excelência e Inovação de Políticas Educativas (CEIPE) da Fundação Getúlio Vargas. Juntamente com Ana Theresa Borsari e Sônia Júlia Sulzbeck Villalobos, elas representam 25% de mulheres no atual Conselho de Administração, composto por 12 executivos. A participação feminina na gestão corporativa tornou-se um tema de alta relevância para a Vivo, que pretende aumentar o número de mulheres em diferentes cargos de liderança. No início deste ano, a meta de diversidade passou a influenciar diretamente no pool de bônus dos executivos da empresa, que tem parte do resultado atrelado ao indicador de gênero.






Daniela Santos é a nova diretora de Capital Humano da Simpress. Profissional com mais de 15 anos de experiência na área de Recursos Humanos, Daniela se juntou ao time Simpress em 2011, e nos últimos cinco anos ocupava a Gerência Executiva de Recursos Humanos. A executiva protagonizou a implementação da visão da empresa, posicionando a área de Recursos Humanos como uma parceira estratégica, prestando assessoria direta à presidência e diretores na definição e consolidação da missão, visão e valores da companhia, alinhadas às metas e estratégias do negócio, de curto e longo prazo. Tais ações contribuíram para a conquista da Simpress, na certificação de Melhores Empresas para se Trabalhar, segundo o ranking 2019 Great Place to Work (GPTW).



A Concentrix, companhia global de serviços, anunciou a promoção de **Claudia Gimenez** como nova country manager do Brasil. A profissional integra a equipe da empresa desde 2014 e, anteriormente, atuava como executiva de projeto responsável pela Costa Rica, Nicarágua e Brasil. Claudia é a única mulher a ocupar um cargo de alta liderança entre as principais empresas do setor de BPO e tem agora o desafio de acelerar o desenvolvimento da companhia em tecnologia e inovação, além de promover maior integração entre as unidades brasileiras e mundiais. “A transformação tecnológica será cada vez mais intensa nos próximos anos e temos um valioso mercado para expansão. Assumo essa nova oportunidade com o objetivo de contribuir com o crescimento da empresa e desenvolvimento de seus profissionais”, comenta a executiva. Graduada em Economia, Claudia, que é natural da Argentina, conta com mais de 15 anos de experiência na indústria de BPO com foco em gestão estratégica de processos de entrega de contas globais.



A Novartis anunciou **Renato Carvalho** como novo presidente no Brasil, substituindo Alexandre Gibim, que assumiu funções internacionais dentro da companhia. Junto ao Comitê Executivo, Carvalho tem a missão de potencializar a inovação no país e acelerar lançamentos, bem como disponibilizar tratamentos ao maior número de pessoas por meio de programas de acesso. Transformação cultural, responsabilidade corporativa e estabelecimento de parcerias com os públicos engajados no setor de saúde fazem parte das suas prioridades estratégicas. Além de presidente do grupo, Carvalho também é diretor-geral da divisão de Oncologia. “Chego à Novartis com muita alegria e honra em pertencer a uma das companhias que mais investem em inovação no Brasil e no mundo, sendo reconhecida por contribuir para a melhoria dos sistemas de saúde e medicina ao longo de sua história. Sempre com foco nos pacientes, vamos seguir estimulando a ciência e a cadeia produtiva, desta forma contribuindo com a sociedade”, afirma Carvalho. Em sua mais recente função, o executivo ocupou a posição de CEO da Philips no Brasil, empresa onde permaneceu por oito anos, tendo atuado ainda como General Manager das divisões Healthcare e Lighting. Já na sua transição para a Novartis, Renato foi reconhecido em maio como gestor do ano de 2018 no Congresso Internacional Six Sigma. 



RAWPIXEL - FOTOLIA

VIOLÊNCIA E ASSÉDIO CONTRA A MULHER NA PAUTA DA LIDERANÇA

Projeto inédito levará conscientização e ação para dentro das empresas

O aumento da violência contra a mulher é uma realidade alarmante no Brasil. Para dar uma ideia, só no primeiro trimestre deste ano, os casos de feminicídio em São Paulo tiveram um crescimento da

ordem de 76% na comparação com o mesmo período de 2018, de acordo com um levantamento feito pelo portal de notícias G1 e pela GloboNews com base em dados da Secretaria de Segurança Pública.

O que a sua

CORRETORA

tem feito
pela

SAÚDE

da sua **empresa?**

Conheça **CÉLEBRE**
Líder em Inovação
e Gestão de Risco



+25 MILHÕES
ECONOMIZADOS
PELOS NOSSOS
CLIENTES

REDUÇÃO DE
ATÉ **3 VEZES** O
SINISTRO ANUAL

+500 MIL
VIDAS SOB
NOSSOS
CUIDADOS

+50 MIL
CONTRATOS
FECHADOS



APESAR DOS AVANÇOS NAS DISCUSSÕES EM TORNO DESSA TEMÁTICA, AINDA EXISTE UM LONGO CAMINHO A SER PERCORRIDO PARA QUE HAJA PLENO RESPEITO ÀS MULHERES E SEJA ERRADICADO QUALQUER TIPO DE VIOLÊNCIA, SOLIDIFICANDO A IGUALDADE E A JUSTIÇA



EDNA VASSELO GOLDONI

Também na comunidade LGBTI+, os registros de violência contra as mulheres bissexuais ou lésbicas são superiores aos contra homens homossexuais e bissexuais, conforme dados divulgados, em junho, no Atlas da Violência, realizado pelo Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) e pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP).

As estatísticas levaram a Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa (CDH) do Senado Federal a realizar, também em junho, uma audiência pública para debater o assunto, que requer uma adesão mais ampla da sociedade para ter solução. Uma questão que, em breve, começará a bater à porta das empresas.

Uma iniciativa diferenciada nesse sentido será lançada no dia 25 de setembro. Trata-se do Projeto Rota VCM, idealizado pelo IVG - Instituto Vasselo Goldoni, que tem como foco o empoderamento feminino.

O grande objetivo do Rota VCM é reunir todas as informações que hoje existem, mas estão disponíveis de forma pulverizada, compilá-las e disponibilizá-las para a sociedade em geral. Ao concentrar as informações em um mesmo lugar, o projeto evidencia a

responsabilidade de todos aqueles que, de alguma forma, estão ligados à mulher que sofre violência: familiares, amigos, líderes e colegas de trabalho, Ministério Público e outros atores.

A ideia nasceu em abril, após a realização, na capital paulista, do 1º Fórum IVG. O evento reuniu mais de 200 participantes e cerca de 20 parceiros engajados na luta pelos direitos das mulheres; a renda foi revertida para o IMP – Instituto Maria da Penha, fundado por Maria da Penha Maia Fernandes para combater a violência doméstica, da qual ela própria foi vítima.

“O sucesso do evento foi um indicativo de que podemos ir em frente e fazer mais. Apesar dos avanços nas discussões em torno dessa temática, ainda existe um longo caminho a ser percorrido para que haja pleno respeito às mulheres e seja erradicado qualquer tipo de violência, solidificando a igualdade e a justiça. O Rota VCM surge como um desdobramento do fórum, para gerar novos debates e ações afirmativas”, afirma Edna Vasselo Goldoni, presidente do IVG.

Um comitê foi, então, constituído para estruturar o projeto e definir conteúdos e estratégias que terão como

FOTOS: DIVULGAÇÃO



O trio de coordenadoras do Rota VCM: Edna Vasselo Goldoni, presidente do IVG; Maristella Iannuzzi e Maria Helena Bragaglia

propósito sensibilizar todos os envolvidos no Rota VCM.

O projeto conta com o apoio financeiro da Levee, empresa signatária dos Princípios de Empoderamento das Mulheres (*Women's Empowerment Principles, WEPs* na sigla em inglês) da ONU Mulheres, e é composto de cinco ações conjuntas, chamadas de pílulas:

- 1ª – Elaboração do material informativo Violência e Assédio contra Mulher na Pauta da Liderança, que será disponibilizado para os líderes empresariais. O material apresentará o passo a passo para que as organizações se estruturam e possam atuar com efetividade nessa temática.
- 2ª – Levantamento e divulgação das iniciativas implementadas pelo poder público, em todas as suas esferas, tanto do ponto de vista da legislação, quanto dos programas sociais, em apoio às mulheres que sofrem violência.
- 3ª – Aqui, o projeto tem como público-alvo os amigos e familiares, que,

ao serem conscientizados sobre a importância de seu papel, poderão atuar preventivamente ou para apoiar a vítima, tornando-se um agente fundamental no combate à violência contra ela.

- 4ª – Atuação junto às redes de apoio à mulher, que poderão se tornar ponto de distribuição de material sobre as formas de prevenção e enfrentamento dos diversos tipos de violência.
- 5ª – Um dos pontos cruciais do Rota VCM é a atuação intensiva para inclusão da figura masculina ao lado da mulher nessa luta, uma estratégia essencial para estancar o alto número de casos de violência registrados atualmente no país.

O projeto tem a coordenação de Edna, Maristella Iannuzzi e Maria Helena Bragaglia e o comitê de conteúdo é composto por Ivana Mozetic, Sarag Gil do Amaral, Débora Isis Acioly e Ana Paula Abrache, além das três coordenadoras. 📍



RAWPIXEL/PIXABAY

POR QUE ROTA VCM

Quem pensou em Rota de Violência Contra a Mulher, não está errado. Seria natural. Mas o Rota VCM é, na verdade, uma Rota de Vida e Coragem da Mulher. Até porque, no mundo buscado pelo projeto, a violência contra a mulher será apenas uma amarga lembrança do passado.

O MAIS COMPLETO SERVIÇO COM A TRANQUILIDADE QUE SUA EMPRESA NECESSITA

Desde 2004 atuando na venda de Brinquedos Corporativos, a Broker conta com um atendimento personalizado, produtos de qualidade e logística otimizada trazendo segurança para sua empresa.



AS MARCAS MAIS RENOMADAS



FERRAMENTAS ONLINE PARA ACOMPANHAMENTO DOS PROCESSOS



EMBRULHO E ETIQUETAGEM



ENTREGA EM TODO BRASIL



VISITE NOSSO SHOWROOM OU SOLICITE UM ORÇAMENTO

(11) 3562-2605

corporativo@brokerdistribui.com.br

Av. Pedro Severino Junior, 57

Jabaquara - São Paulo/SP

www.brokercorporativo.com.br



ALEGRIA PARA TODA A FAMÍLIA



Broker se destaca no fornecimento de brinquedos ao mercado corporativo

Por **Adriano Garrett**

Fundada há 19 anos, a Broker é conhecida por ser a distribuidora exclusiva da Brinquedos Estrela no estado de São Paulo. Uma segunda faceta da companhia que vem crescendo ano a ano se dá através do trato com o mercado corporativo, tendo como clientes empresas que beneficiam seus funcionários com a compra de brinquedos para seus filhos em datas comemorativas, como Dia das Crianças e Natal. Esse segmento representava 5% do faturamento da companhia em 2010, e, hoje, esse número subiu para 15%.

“O atendimento corporativo vai muito além de simplesmente vender brinquedos. O processo se inicia nos contatos aos clientes da carteira, que podem agendar visitas ao nosso showroom ou visitar nosso site e encontrar uma linha de mais de 1.000 produtos que é renovada a cada ano, com variedades de preços de diversas marcas consagradas no mercado de brinquedo. A escolha dos fornecedores parceiros é de extrema importância para nós, pois optamos

Destaque para **NOMAD VILLAGE** que vai discutir o amanhã do trabalho e da moradia.

250 palestrantes
8.000 pessoas
300 patrocinadores

WTW19



Adquira seu ingresso com desconto especial para profissionais de RH.

Cupom de desconto: **RHWTW19**

wtwconference.com.br

Não fique de fora.

O evento que vai discutir o RH do amanhã

O espaço já não é mais limite. Na era anywhere office, qual será futuro do trabalho e o trabalho do futuro? Será que vamos continuar vendo empresas crescerem com grandes escritórios e contando colaborador por m²? Espaços dinâmicos, coworkings, flexibilidade de horários, cuidado com o trajeto casa-trabalho... Nasce um novo momento das relações no trabalho e devolver vida ao tempo dos colaboradores deve ser o propósito de quem quer ser protagonista do **RH do futuro**.

participação especial:



5-10/NOV SP-EXPO

welcome tomorrow
2019



O ATENDIMENTO CORPORATIVO VAI MUITO ALÉM DE SIMPLEMENTE VENDER BRINQUEDOS. O PROCESSO SE INICIA NOS CONTATOS COM OS CLIENTES DA CARTEIRA, QUE PODEM AGENDAR VISITAS AO NOSSO SHOWROOM OU VISITAR NOSSO SITE E ENCONTRAR UMA LINHA DE MAIS DE 1.000 PRODUTOS QUE É RENOVADA A CADA ANO, COM VARIEDADES DE PREÇOS DE DIVERSAS MARCAS CONSAGRADAS NO MERCADO DE BRINQUEDO



por aqueles que são comprometidos com nossa operação, para que assim não tenhamos problemas como falta de produtos, entre outros”, conta Jennifer F. Fantasia, gestora de Vendas Corporativas da Broker.

Entre os clientes atendidos, estão grandes empresas como CSN, Brasil Foods, Saint-Goban, International Paper, Ambev e John Deere, mas também companhias de médio e pequeno porte. Para todas elas, a Broker busca sempre a melhor experiência, algo que evoluiu ainda mais neste ano com a publicação do site da companhia, que possibilita que os clientes façam a pré-seleção dos produtos de seu interesse e solicitem o orçamento. Esse e outros temas foram tratados por Jennifer na entrevista a seguir, concedida à Gestão RH.

Gestão RH - Qual é a participação do departamento corporativo no negócio da Broker?

Jennifer Fantasia - A Broker, além de distribuidora exclusiva da Brinquedos Estrela no estado de São Paulo, possui uma vertente voltada ao mercado corporativo, atendendo às empresas que beneficiam seus funcionários com a compra de brinquedos para seus filhos em datas comemorativas, como Dia das Crianças e Natal. Esse segmento representava 5% do faturamento da companhia em 2010, e hoje esse número subiu para 15%.

Gestão RH - Quais são os principais clientes corporativos da Broker?

Jennifer Fantasia - Atendemos empresas de variados segmentos e tamanhos, desde aquelas que necessitam de 30 brinquedos como aquelas que compram mais de 40 mil unidades. Temos em nosso portfólio grandes empresas como CSN, Brasil Foods, Saint-Goban, International Paper, Ambev e John Deere, entre outras. Independentemente da quantidade de brinquedos que a empresa necessite, vale ressaltar que ela irá usufruir de toda a infraestrutura preparada para o atendimento das grandes contas, tendo uma melhor experiência de compra conosco.

Gestão RH - Quais são os principais diferenciais oferecidos pela Broker para eventos corporativos e festas de final de ano?

Jennifer Fantasia - O atendimento corporativo vai muito além de simplesmente vender brinquedos. O processo se inicia nos contatos com os clientes da carteira, que podem agendar visi-

tas ao nosso showroom ou visitar nosso site e encontrar uma linha de mais de 1.000 produtos que é renovada a cada ano, com variedades de preços de diversas marcas consagradas no mercado de brinquedo. A escolha dos fornecedores parceiros é de extrema importância para nós, pois optamos por aqueles que são comprometidos com nossa operação, para que assim não tenhamos problemas como falta de produtos, entre outros.

Em 2017, implementamos uma melhoria em nossa logística de separação, conferência e envio dos produtos aos clientes, reduzindo qualquer tipo de erro a praticamente zero, uma vez que o sistema controla a operação. Hoje em dia, cada pedido gerado no sistema é conferido via leitor e, no final da separação, o sistema emite um relatório em que consta quais produtos estão dentro de cada caixa, tudo para facilitar o recebimento e conferência por parte do cliente. Isso serviu para evitar eventuais trocas de produtos ou envio incorreto de quantidades, trazendo segurança e tranquilidade para quem opta fechar negócio conosco.

Para essas pessoas, oferecemos como cortesia o serviço de enviar os brinquedos já embrulhados e etiquetados, prontos para que sejam entregues aos colaboradores. Nesse segmento, nossa entrega se estende para todo o Brasil.

Em 2019, estamos colocando no ar nosso site, possibilitando que a própria empresa faça a pré-seleção dos produtos de seu interesse e nos solicite o orçamento. Estamos implementando também o acompanhamento em tempo real de todas as

etapas logísticas dos pedidos, desde a separação dos itens, passando pela conferência, expedição e rastreamento do transporte até sua entrega.

Gestão RH - Quais foram as principais transformações e desafios da Broker ao longo de seus 19 anos?

Jennifer Fantasia - A Broker sempre teve o objetivo de atender a todas as necessidades dos clientes. Ao longo dos anos, enxergamos que as empresas tinham alguns receios, como comprar determinado produto e receber algo diferente do acordado, ou então não receber na data combinada, entre outros possíveis problemas. Tudo isso acabou propiciando as melhorias, como os investimentos na área de Tecnologia, com a automação dos processos logísticos, instaurando, além da conferência do produto via leitor, a etiquetagem na caixa de embarque com a descrição dos itens e suas respectivas quantidades, o que facilita a conferência por parte do cliente. Também o investimento na criação do site

gera mais assertividade em nosso trabalho, permitindo ao cliente uma agilidade maior e facilidade na seleção de produtos, solicitação de orçamento, acompanhamento dos processos... Tudo para trazer mais comodidade e segurança a eles.

Gestão RH - Quais são as principais metas da empresa para o ano de 2019?

Jennifer Fantasia - Um dos objetivos da Broker é atuar no mercado corporativo não somente com a venda de brinquedos para as festas de final de ano das empresas, mas também com produtos específicos para outras ações comemorativas, como Dia das Mães, além de atuar na venda de material escolar para empresas que também têm esse benefício. Além disso, em nosso cenário atual, queremos levar às empresas a opção da compra de um vale-presente/cartões pré-pago, para que seus colaboradores entrem em nosso site e realizem a compra do brinquedo de maior agrado. 📍



EM NOSSO CENÁRIO ATUAL, QUEREMOS LEVAR ÀS EMPRESAS A OPÇÃO DA COMPRA DE UM VALE-PRESENTE/ CARTÕES PRÉ-PAGO, PARA QUE SEUS COLABORADORES ENTREM EM NOSSO SITE E REALIZEM A COMPRA DO BRINQUEDO DE MAIOR AGRADO



**INOVAÇÃO
PARA SAÚDE
E SEGURANÇA
NO TRABALHO**

A Solução Completa
para a Saúde dos
Seus Colaboradores



**SAÚDE
OCUPACIONAL**



Soluções completas para garantir a saúde de colaboradores, tal como bem-estar físico e emocional.

**SEGURANÇA
NO TRABALHO**



Mapeamento e identificação de riscos para um ambiente de trabalho seguro e qualificado. Inovando na segurança dos colaboradores.

**GESTÃO
OCUPACIONAL**



Relatórios e ações para promover a saúde e a segurança do trabalho, reduzindo custos para as empresas e contribuindo para o aumento da produtividade e lucro.



GETTY IMAGES/STOCKPHOTO

BUSINESS IMPERATIVE

Por **Maristella Iannuzzi**

Em um ambiente incerto e cada vez mais competitivo, esta é a pergunta que não sai da cabeça dos líderes e gestores: como podemos ser mais eficientes?

Não basta adotar uma dieta para eliminar os excessos. É preciso adotar novos hábitos e pensar diferente. Como diria Albert Einstein, “insanidade é continuar fazendo sempre a mesma coisa e esperar resultados diferentes”. Por isso, acredito que a inovação funciona como um tarja preta para períodos de

adversidade e para a sobrevivência. Uma inovação que não é fabricada em laboratórios, mas impulsionada pela diversidade.

Esse assunto é sério e exige um nível de engajamento importante da liderança e de todos nós, mas isso só é possível através da conscientização de que o equilíbrio de gêneros, por exemplo, não é uma causa feminista, muito menos somente questão de direitos humanos.

No mundo competitivo em que vivemos, você acha que é possível

se dar ao luxo de não dar chance à metade do *pool* de talentos global? É uma oportunidade de negócio muito grande para ser ignorada. O mesmo acontece com todos os pilares que tratamos ao falar de Diversidade e Inclusão (D&I): etnia, PcD, LGBTI+, gerações diversas, refugiados, etc. Hoje, precisamos dessas alternativas para gerar a melhor experiência ao nosso cliente.

Os primeiros passos já foram dados por algumas organizações do mundo corporativo, mas precisa-

mos de muito mais. Temos que ter um compromisso claro e objetivo e as empresas precisam dar mais robustez às ações para buscar os resultados. E tudo isso precisa estar alinhado com o planejamento estratégico do business para fomentar a inovação e a eficiência de forma sustentável. Não existe receita mágica, nem fórmula secreta, mas, sim, passos a serem seguidos.

PEQUENOS PASSOS, GRANDES METAS

Todos – independentemente de gênero, etnia, credo, etc. – devem receber as mesmas oportunidades de desenvolvimento. O ideal é que as empresas criem um trabalho estruturado de D&I com meta e prazo. É possível começar com ações simples, de custo baixo ou zero. Por exemplo:

- Ser signatária WEP – 7 Princípios do Empoderamento das Mulheres da ONU Mulheres, comprometendo-se publicamente a fazer todos os esforços possíveis para oferecer as mesmas oportunidades a homens e mulheres.
- Seguir os 17 ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável do Pacto Global. Não precisamos inventar a roda em D&I. O *copy & paste* é sempre a melhor opção para minimizar os custos, tempo e erros.
- Incentivar os seus colaboradores a assinarem o compromisso do Movimento HeForShe, programa que incentiva homens e meninos a agir contra as desigualdades negativas enfrentadas por mulheres e meninas.
- Analisar sua demografia, identificar gaps e estabelecer importantes metas, como: aumentar a contratação de mulheres sobre o total anual; ter uma certa porcentagem de mulheres em cargos de liderança da empresa; e eliminar o *pay gap* (diferença salarial entre homens e mulheres em cargos idênticos).

Maristella Iannuzzi é executiva da área de Tecnologia. Atua no Business Transformation nas áreas de Digital Customer Experience e Diversidade e Inclusão. Em 2019, conquistou o Prêmio Exame Diversidade – Categoria Indústria de Eletrônicos e o Prêmio WIL Diversidade 2019 Brasil, do Valor Econômico. É membro da Diretoria do Movimento Mulheres 360 e do Aliados WEP ONU Mulheres Brasil



É importante salientar que todas as áreas da empresa têm que estar envolvidas no cumprimento de tais metas e os líderes assumem essas metas com prazo de forma genuína, atrelando-as ou não ao seu bônus, por exemplo. Tudo depende da maturidade do tema dentro da empresa.

Uma coisa é fato: uma organização que cria esse modelo gera um ambiente em que aqueles que ousam ignorar o assunto passam a enfrentar dificuldades em progredir.

O passo seguinte é colocar as ações em prática, com, por exemplo, a criação de um comitê de D&I e de grupos de Afinidade; a alta liderança na posição de sponsor do processo; e a área de D&I local, que pode ser dedicada ou não, assumindo a responsabilidade por todas as iniciativas, monitorando os

números (um trabalho constante, já que se trata de algo muito dinâmico) e gerando ações adicionais, conforme a necessidade.

Além disso, a comunicação interna e externa precisam trabalhar fortemente com o tema. Os talentos devem ser mapeados e, em seguida, a equipe de D&I define medidas relevantes tanto para o desenvolvimento profissional quanto para o bem-estar pessoal: mentoria, treinamentos externos, certificações, horário flexível.

Firmam-se, assim, uma agenda e um plano de ação. Parece difícil e complicado, não é? No entanto, basta começar que o sucesso vem.

Há um caminho longo a trilhar, mas temos que dar o primeiro passo. Eu já comecei, e você?

Afinal, se não agora, quando?



GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO

A IMPORTÂNCIA DO EVP PARA DEFINIR QUEM É VOCÊ COMO MARCA EMPREGADORA

Por *Suzie Clavery*

Não sou adepta do termo “guerra de talentos”, usado desde a década de 1990 para explicar que os melhores talentos do mercado são disputados por várias empresas. Acho que o termo trata gente como território, coloca o ser humano sem poder de decisão e em um cabo de guerra entre duas ou mais empresas. O termo impõe agressividade

ao processo de atração de talentos, colocando holofotes sobre as empresas que disputam o mesmo mercado e não sobre quem deveria ser o foco principal, o talento.

Como eu costumo dizer “It’s all about people. It’s all about experience.” E, sendo assim, falando sobre pessoas e experiências, faz mais sentido, a meu ver, o talento ser

conquistado, para que ele venha por escolha própria, enamorado, atraído – e retido – por aquilo que sua empresa oferece de diferente e que deve ser mais do que um bom salário.

Segundo o Glassdoor, as seis considerações mais importantes para um profissional aceitar um emprego são:

RH MOOVE

MOVIMENTE SUA EMPRESA POR MEIO DO ESPORTE, DA ATIVIDADE FÍSICA E DO TEAM BUILDING.



O RH MOOVE é um conceito desenvolvido pela **Corporativo Sports** que visa o **desenvolvimento de pessoas**, a promoção da **saúde** e do **bem-estar corporativo** por meio de **programas e eventos**, que atendem a diversos públicos da pirâmide organizacional e ajudam a:

- Trabalhar a **diversidade** e a **inclusão** no ambiente de trabalho;
- Promover a **qualidade de vida** e o **bem-estar físico, mental e social** do colaborador;
- Contribuir no **resultado**, na **produtividade** e na **economia** das empresas por meio de **redução do sedentarismo** e consequentemente do **índice de sinistralidade**.

PROGRAMAS E EVENTOS:

MOOVE SPORTS



Idealizamos e **produzimos eventos** esportivos indoor e outdoor e **programas de qualidade de vida** para empresas.

MOOVE EXPERIENCE



Criamos **experiências esportivas**, de **Team de Building** e de **diversidade e inclusão** para empresas e seus colaboradores.

MOOVE GAMES



Conceituamos e formatamos uma "**Olimpíada Virtual Interativa**" para **integrar, motivar, engajar** e promover a **atividade física** no ambiente corporativo.

Nossos programas e eventos são customizados para atender às necessidades de cada empresa.

CorporativoSports.com.br | 11 5083-7228 | atendimento@corporativosports.com.br

CORPORATIVO
SPORTS

1. Salário
2. Oportunidades de promoção e de carreira
3. Qualidade de vida
4. Localização
5. Benefícios
6. Cultura e valores da empresa

Mas, se depois de contratado, perguntarmos ao mesmo talento o que o mantém trabalhando na empresa, a pirâmide se inverte e a reposta será “Cultura e valores” no topo.

O que isso significa? Que pessoas buscam experiências únicas. Dinheiro não compra tudo, bem sabemos. Se o salário e os benefícios podem ser bons atrativos no primeiro momento, eles passam a ser segundo plano quando a cultura, os valores e o EVP - Employer Value Proposition – as promessas de valor do empregador – são o que fazem a diferença no dia a dia dos profissionais.

#NãoSejaEssaEmpresa que promove seus “diferenciais” somente no pilar de remuneração e benefícios. Os melhores talentos esperam muito mais do que isso.

Também não tente ser a empresa que promove milhares de promessas e se põe no papel superior de melhor empresa para se trabalhar do mundo, dizendo que entrega mil promessas para encantar o candidato. Promessas essas que não cumpre. Provavelmente, você já deve ter ouvido a frase: “Quando você tenta ser tudo para todo mundo, acaba não sendo nada para ninguém”. Ela vale também para o Employer Branding.

Com a mentalidade de “guerra de talentos”, muitas empresas continuam investindo em glamourosas campanhas e ações de contratação, mas que, no fundo, não as representam. Você vê fotos bonitas, espaços coloridos, gente diversa, mas, faça um teste. Employer Branding não é isso!

Tire, apague o logotipo, a marca dessas empresas, das campanhas e depois pergunte aos candidatos se

eles reconhecem de qual empresa é a campanha. Provavelmente vão dizer dezenas de nomes que caberiam ali e não vão acertar de quem realmente é a campanha. Isso porque não há diferencial!


Pessoas são atraídas por aquilo que brilha os olhos, por aquilo que diferencia, por empresa que possam oferecer a elas experiências únicas. É aí que entra o EVP!

O EVP é um conjunto único e pessoal de ofertas, associações e valores, que identificam aquilo que as empresas entregam como diferencial e promovem positivamente as ações e as comunicações externas – que atraem os candidatos – e internas, que contribuem para o engajamento e a retenção.

É o EVP bem comunicado que vai tirar a sua empresa da tal “guerra de

talentos” e atrair profissionais alinhados com a sua cultura, apaixonados pelo seu jeito de ser, mesmo que esse jeito não seja perfeito, porque, no fundo, os talentos não querem perfeição, querem diferencial.

Segundo o LinkedIn, empresas que possuem forte posicionamento de marca empregadora têm até 3,5 vezes mais aplicações nas suas oportunidades de trabalho e o turnover dos colaboradores chega a ser 11% menor nas empresas que possuem boas propostas de valor (EVP).

Você já pensou quem é a sua empresa como marca empregadora? O que faz um candidato ou um colaborador escolher a sua empresa e não o seu concorrente? Se você ainda não pensou a sério sobre EVP, está mais do que na hora de pensar. 



Suzie Clavery é gerente de Employer Branding do UnitedHealth Group Brasil, cofundadora do Employer Branding Brasil e uma das primeiras profissionais a atuar com Employer Branding no país. Possui certificação internacional pela Employer Branding Academy

REGISTRE SEU LEGADO

Você sabia que um livro muda tudo?

Empresas e profissionais que registram seu legado são inspiração para futuros empreendedores! Essa é a missão da Editora Leader: transformar experiências em livros.

A Leader é autoridade na criação de projetos editoriais, muitos deles pioneiros. Já são mais de 1.000 executivos e empreendedores biografados, mais de 3.000 profissionais de diversas áreas em livros de coautoria. É reconhecida também no meio editorial como referência na elaboração de coletâneas Educacionais e Corporativas.

Somos recordistas pelo RankBrasil com várias obras premiadas através da idealização dos projetos gráficos personalizados exclusivamente para cada obra, com profissionais que possuem mais de 25 anos de experiência no mercado editorial.

A Editora Leader é referência no Brasil e no exterior com o registro biográfico de uma série de obras publicadas em vários segmentos, em Inglês e Português.

Contamos em nossa equipe com um grupo seletivo de profissionais reconhecidos, autoridades em diversas áreas que são responsáveis pelas críticas editoriais sobre o conteúdo a ser publicado. Assim, garantimos a qualidade de nossas obras!

Saiba mais sobre nossos projetos e registre você também sua história ou da sua empresa em livro.



Empodere-se

11 3991-6136

contato@editoraleader.com.br

[@editoraleader](#)



www.editoraleader.com.br



RAWPIXEL/123RF

TRANSFORMAÇÃO CULTURAL E O ATIVISMO DOS COLABORADORES

Por **Rodolfo Araújo**

Entre tantas incertezas, talvez uma das verdades mais cristalinas no mercado seja a transição que vivemos em direção a negócios pautados no dia a dia por um propósito claro e socialmente relevante. Entender as empresas como forças de transformação positiva começa a substituir uma visão de mundo – e de investidores – acostumada apenas a julgar os números no fim do trimestre, sem considerar variáveis essenciais para a sustentabilidade desses resultados, como é, inquestionavelmente, o fator humano.

Propósito, crenças, visão de futuro e valores são guias para uma organização entender seu papel no mundo e determinar a forma de fazer negócios, além

de dialogar com a rede de pessoas com as quais se relaciona. Em uma sociedade que expandiu nossas escolhas em nível exponencial, o desafio de uma empresa é ganhar o direito de participar das nossas vidas – e não mais se impor pela força no meio do nosso caminho.

Empresas, ao serem grupos sociais, não são sistemas fechados e alheios ao que acontece no entorno, tanto local quanto globalmente. A todo momento, influenciam e são influenciadas pelo meio e devem atualizar o valor que geram, bem como a relevância para com as pessoas.

Marcas fortes resolvem problemas objetivos e sociais; por isso, ganham nossa admiração e estima. Tomemos

como exemplo a grife Patagonia, que, pela voz de seu fundador Yvon Chouinard, manifesta o objetivo de “salvar o planeta”. Belo discurso que ganha autenticidade ao se observar a quantidade de ações conduzidas pela companhia para materializar esse propósito. E a conexão com o negócio é inegável: uma marca de roupas para praticantes de esportes na natureza não poderia pensar em outra coisa senão cuidar do ambiente em que esse uso se dá. O recorte também é contemporâneo e faz sentido – olhar para as mudanças climáticas.

As atitudes da Patagonia envolvem economia circular, articulação de organizações ambientais, doação de recur-

sos e introduz, a seu favor, um conceito que veremos com visibilidade crescente: o ativismo dos empregados.

A marca incentiva os colaboradores a praticarem o propósito por meio de apoio a instituições e participação em outras iniciativas vinculadas à ambiciosa inspiração da empresa. Quando não se sabe mais a fronteira do que é negócio e o que é benefício público, vemos um sinal positivo e que pode ser replicado em tantos outros setores.

Para conhecer melhor esse fenômeno, a United Minds, consultoria de transformação cultural da agência global Weber Shandwick, conduziu com a KRC Research o estudo *O ativismo dos empregados na era do propósito*, baseado em entrevistas com 1.000 profissionais norte-americanos de empresas com mais de 500 funcionários em diferentes setores e níveis. Aprendemos que se trata de uma tendência que se solidifica e não deve demorar a virar regra pelo mundo, sobretudo pela influência geracional.

Praticamente em todas as questões da pesquisa, há um grande destaque dos millennials, que se mostram mais atentos a temas de interesse público e, por isso, predispostos a se manifestarem junto a seus empregadores e perante a sociedade, para que assumam posições claras acerca de diversidade, sustentabilidade, equidade e educação, entre outros tópicos de grande debate não apenas em solo norte-americano.

Para se ter uma ideia, a crença de que funcionários podem fazer a diferença sobre a maneira como as empresas lidam com temas sociais é positiva entre 77% dos millennials, enquanto os boomers estão 65% de acordo com a afirmação.

O ativismo pode ser tanto a favor quanto contra a postura do empregador, sendo que, de acordo com o estudo, o objeto das manifestações envolve primordialmente questões sociais ou relativas ao ambiente de trabalho. E os canais para comunicar suas mensagens multiplicam-se: mídias sociais, protestos internos, demonstrações externas, petições digitais e reuniões de equipe são alguns dos recursos usados para chamar a atenção.




Rodolfo Araújo é vice-presidente para a América Latina da United Minds, mestre em Comunicação e especialista em Branding, Estratégia e Gestão do Conhecimento

Porém, o alvo principal dos ativistas é mobilizar a organização de dentro para fora. Entre eles, 46% buscam sensibilizar ou despertar novos membros para as movimentações e 43% têm a expectativa de tornar suas questões visíveis junto às lideranças, sobretudo para mudar políticas, processos e pontos de vista. No entanto, as respostas têm vindo mais dos gestores diretos ou supervisores que da alta gestão – com 64% e 32%, respectivamente. Mas, de maneira geral, a satisfação com os retornos é grande: 72% consideram que suas organizações deram ouvidos e suporte aos pleitos do grupo ativista.

A transformação nas organizações é um processo, não um projeto. E, por sua natureza contínua, apenas se perpetuam as empresas cuja liderança é ativa e visível, com a média gerência devidamente engajada e, claro, a rede

de colaboradores incluída desde sempre e bem informada sobre o processo constante de construção organizacional. Estamos longe do êxito pleno, uma vez que 75% das mudanças falham no longo prazo justamente por negligenciarem esses fatores.

Se a onda digital atrai nossos olhos, não podemos deixar de lado a experiência dos colaboradores com a materialização do propósito. Em outro estudo que a United Minds realizou em 19 países, 81% dos empregados afirmaram que o discurso externo de suas empresas e a atenção dada aos consumidores são melhores que o cuidado com a dimensão interna. Há, portanto, um grande caminho a ser percorrido, e o cenário tende a ser ainda mais desafiador, com organizações mais inspiradoras, horizontais e, agora, ativistas. 



GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA SAÚDE CORPORATIVA

Por **Vera Bejatto**

A cada dia, torna-se mais evidente o quanto a tecnologia vem impactando as áreas de Recursos Humanos e de Saúde com o surgimento de novas soluções pensadas para levar às empresas uma gestão ágil e financeiramente sustentável, principalmente nas questões relacionadas ao plano de saúde contratado para os funcionários e seus dependentes.

É incrível como 2019 se tornou um ano de grandes oportunidades no mundo das corretoras e consul-

torias de benefícios. Cada vez mais, as empresas estão cientes de que o uso de tecnologia é indispensável para garantir economia e reduzir custos com planos de saúde.

Noto que, ano a ano, aumenta o número de empresas que buscam soluções integradas, com indicadores únicos – saúde assistencial + saúde ocupacional + programas de saúde + PBM + App de saúde digital –, que demonstrem claramente quais ações deverão ser implantadas pelo RH e pela liderança para reverter

riscos e blindar a população para ter mais saúde e longevidade.

O maior desafio nesse quesito é a agilidade. Para tanto, já existe, por exemplo, o Scrum, uma metodologia ágil para gestão e planejamento de projetos de software, na qual os projetos são divididos em ciclos, chamados de Sprints. O Sprint representa um *time box* dentro do qual um conjunto de atividades deve ser executado.

Verificamos que as principais mudanças que têm influenciado



GRUPO
BISUTTI

GRUPO
BISUTTI

A SOLUÇÃO COMPLETA EM TODOS OS DETALHES PARA O SEU EVENTO

O Grupo Bisutti oferece 10 Espaços exclusivos em São Paulo para o seu Evento Corporativo com Infraestrutura completa, Gastronomia, Decoração e Atendimento personalizado para os mais diferentes layouts e tipos de Evento, como Palestras, Treinamentos e Confraternizações de final de ano.

Entre em contato e agende a sua visita!

corporativo.grupobisutti.com.br 3044.1090 @grupobisutti.corporativo

o mercado de saúde são pautadas por tecnologia inovadora, de responsabilidade das consultorias de benefícios, que devem alterar o mindset de seus times para uma intensa mudança na avaliação dos riscos epidemiológicos, saúde e bem-estar através da transformação digital.

Nesse sentido, temos que considerar:

- A utilização de big data e inteligência artificial, que impactam diretamente na gestão financeira dos contratos de saúde, gerando oportunidades jamais vistas de economia para as empresas.
- A adoção das diferentes modalidades de Telemedicina, que trazem novos modelos de atuação em ambulatórios médicos (Atenção Primária à Saúde – APS), com atendimento ágil e custo-efetividade em cada etapa, empoderando o beneficiário a ter acesso aos melhores recursos.
- Aplicativos de saúde digital com o engajamento dos funcionários nos programas de saúde e bem-estar. O usuário responde, através do app, questionários de saúde física e mental, com chatbot (*risk assessment*). É, assim, incentivado aos próprios cuidados, com a introdução da meritocracia da saúde, conquistando maior longevidade e evitando maus hábitos e estilo de vida não saudável.
- Um time de cientista de dados para exponencializar resultados na avaliação de oportunidades de identificação preditiva de desfechos clínicos, através de machine learning e algoritmos, com a utilização de modelagem matemática e conceitual para realizar projeções futura de sinistros, desenho de copay, validação de prestadores (hospitais, clínicas e consultórios), comparando até cinco anos de utilização de serviços médicos, com 99% de taxa de acerto nas predições.

Vera Bejatto é CEO da Victory Health Tech, consultoria em benefícios que tem conquistado queda acentuada na sinistralidade de diversos clientes de sua carteira



- Inteligência artificial aplicada em app de saúde digital e BI com geração de dashboards para uma melhor avaliação médica por parte da consultoria e do médico das empresas-clientes, a fim de propor uma auditoria de contas médicas com robôs que automatizam as não conformidades e geram indicadores de prestadores de serviços, com oportunidades de *gatekeepers* e queda nas reinternações.
- Uso de Wearables Technology, que resume o conceito das chamadas "tecnologias vestíveis". São dispositivos tecnológicos que podem ser utilizados como peças do vestuário, para registro de atividades físicas, sono, contagem de passos, entre outros, com aferições diárias diretamem-

te ao app de saúde digital.

- Por fim, a adoção de soluções de segurança da informação e de proteção de dados, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Com toda essa tecnologia, a empresa que ainda só utiliza a avaliação pela sinistralidade avalia apenas pelo retrovisor, está fadada a não atingir suas metas financeiras e, ainda, a patinar na gestão de saúde corporativa, fazendo mais do mesmo, sem o retorno financeiro desejado.

A transformação digital na área da Saúde é um caminho sem volta e está mais do que na hora de ser utilizada pelo RH, que merece toda essa tecnologia a favor da saúde corporativa. **G**



JUNTOS FAZEMOS A DIFERENÇA

Sozinho você chega mais rápido, mas acompanhado chega mais longe. Contrariando o ditado popular, a Hyundai Motor Brasil se consolidou e fez história em pouco menos de sete anos desde sua chegada em solo brasileiro graças à união e competência de seus colaboradores.

Um dos valores essenciais do grupo Hyundai no mundo todo é a Colaboração. Ao longo dos anos, são visíveis as conquistas que só foram possíveis graças ao espírito de um só time: a entrada no Big 4 em 2016, quebrando 40 anos de hegemonia na indústria automotiva brasileira; a mudança causada no mercado graças ao lançamento da família HMB, certificações de pesquisa de clima e de trabalho decente, entre outras.

Para chegar nestes resultados, o segredo foi olhar para a base: as pessoas. A instalação da fábrica em Piracicaba (SP) gerou milhares de empregos diretos e indiretos. O departamento de Recursos Hu-

manos promoveu diversos treinamentos e programas para preparar e desenvolver os colaboradores. Desde 2012, foram mais de 5500 pessoas treinadas, algumas delas inclusive em outras plantas da Hyundai no mundo, como Coreia do Sul e Estados Unidos.

Cerca de 370 colaboradores já foram reconhecidos como Funcionários do Ano e tiveram a oportunidade de viajar para a Coreia do Sul, visitar outras empresas do grupo e conhecer a cultura coreana. A iniciativa é inédita dentre outras montadoras no Brasil.

Em 2019, um novo projeto foi iniciado. Baseado na pluralidade de experiências e ideias, o PGT (Project Generation Team) surgiu como uma iniciativa para unir forças dentro do RH e também fora dele: diversas gerações, gêneros e experiências com um único objetivo - fazer diferente e inovar por meio de um propósito na empresa e na sua vida. Um dos primeiros

frutos do projeto é o “Geração Inovação”, programa que mobilizou diversos colaboradores de diversas áreas da fábrica de Piracicaba e escritório de São Paulo, 156 pessoas divididos em 21 grupos, que precisavam criar projetos visualizando inovação ou até mesmo novos negócios para a companhia. Esta foi a forma para desenvolver as pessoas com projetos que não eram de sua área, podendo conhecer e engajar com colegas de outros departamentos e a liderança podendo ter a experiência de lidar com times multifuncionais.

O mercado automotivo esta mudando muito com novos conceitos, car sharing, carro elétrico, autônomo etc., e é preciso estar preparados para o futuro com uma mentalidade mais ágil.

A Hyundai Motor Brasil agradece seus colaboradores por todo o esforço e dedicação ao longo dos anos e acredita fielmente no mote “juntos, fazemos a diferença”.



ANUNCIANTES DESTA EDIÇÃO

PIRELLI	4ª CAPA
AMIL	2ª CAPA
ADILIS	3ª CAPA
TECHWARE	4-5
HINODE	6-7
HEINEKEN	9
RB	10-11
MOURA	13
IMERYS	15
PAGUE MENOS	18-19
SULAMÉRICA	21
MACKENZIE	23
NESTLÉ	27
PARKER	29
LG LUGAR DE GENTE	30-31
UNIVERS	34-35
UNIODONTO	37
PORMADE	39
LEROY MERLIN	43
RHODIA SOLVAY	45
VICTORY	47
AHGORA	48-49
MARSO	55
FGV IN COMPANY	57
DPSP	61
GI GROUP	65
META RH	67
NOVA SAÚDE	71
INTERCULTURAL	73
MEDNET	75
HOLOS	79
LEVORIN	81
QUALIREDE	85
UBLOX	87
ENERGY GROUP	91
SHARECARE	93
LUANDRE	94-95
INTERCULTURAL	97
HALLOS	99
TRAVEL PLUS	101
UNITED MINDS	103
TAUÁ RESORTS	105
MERCER	107
VIA APPIA	109
CABEDAL	113
EAGLE'S FLIGHT	115
CÉLEBRE	119
BROKER	121
WTW 2019	123
SEG ASSESSORIA	125
CORPORATIVO SPORTS	129
EDITORA LEADER	131
GRUPO BISUTTI	135



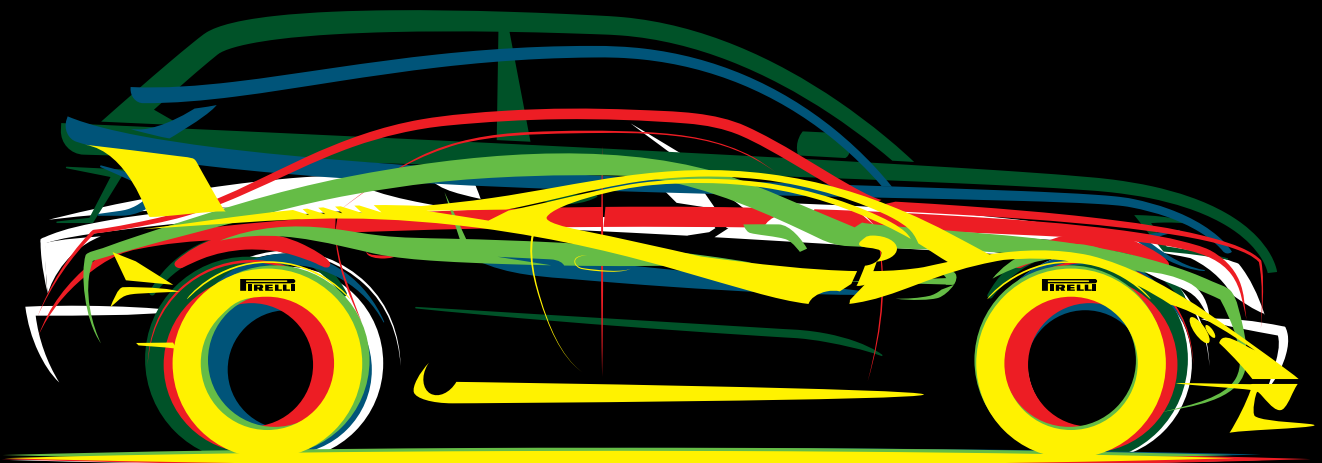
ESTAMOS PRONTOS PARA TRANSFORMAR SEUS RESULTADOS



Há mais de 20 anos, a Adilis domina diversas modalidades de prestação de serviços com altíssimo nível de especialização através de suas unidades de negócios: **Trade Marketing, Facilities e Serviços temporários.**



AS MAIS RENOMADAS MONTADORAS ESCOLHEM PIRELLI



E VOCÊ? OS PNEUS SÃO ESSENCIAIS PARA ASSEGURAR O DESEMPENHO DO SEU VEÍCULO. EM COLABORAÇÃO COM AS MELHORES FABRICANTES DE AUTOMÓVEIS DO MUNDO, A PIRELLI DESENVOLVE PNEUS ESPECÍFICO PARA CADA VEÍCULO. OS PNEUS PIRELLI PRODUZIDOS SOB MEDIDA SÃO A SUBSTITUIÇÃO NATURAL PARA O EQUIPAMENTO ORIGINAL, FACILMENTE RECONHECIDOS POR SUA MARCAÇÃO EXCLUSIVA CRIADA PARA CADA MONTADORA NA LATERAL DO PNEU. ESCOLHA PIRELLI QUANDO CHEGAR O MOMENTO DE TROCAS OS PNEUS DO SEU VEÍCULO.

PARA MAIS INFORMAÇÕES ACESSE PIRELLI.COM.BR



POTÊNCIA NÃO É NADA SEM CONTROLE