

gestão

RH

ANO XXVI • EDIÇÃO 137 • 2018
www.gestaerh.com.br



DIVERSIDADE

Startups saem na frente no debate com público interno

LONGEVIDADE

UM NOVO OLHAR PARA PROFISSIONAIS MADUROS

DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA



CEO EM FOCO

Suíço Rolf Hoenger fala dos desafios à frente da Roche Farma Brasil

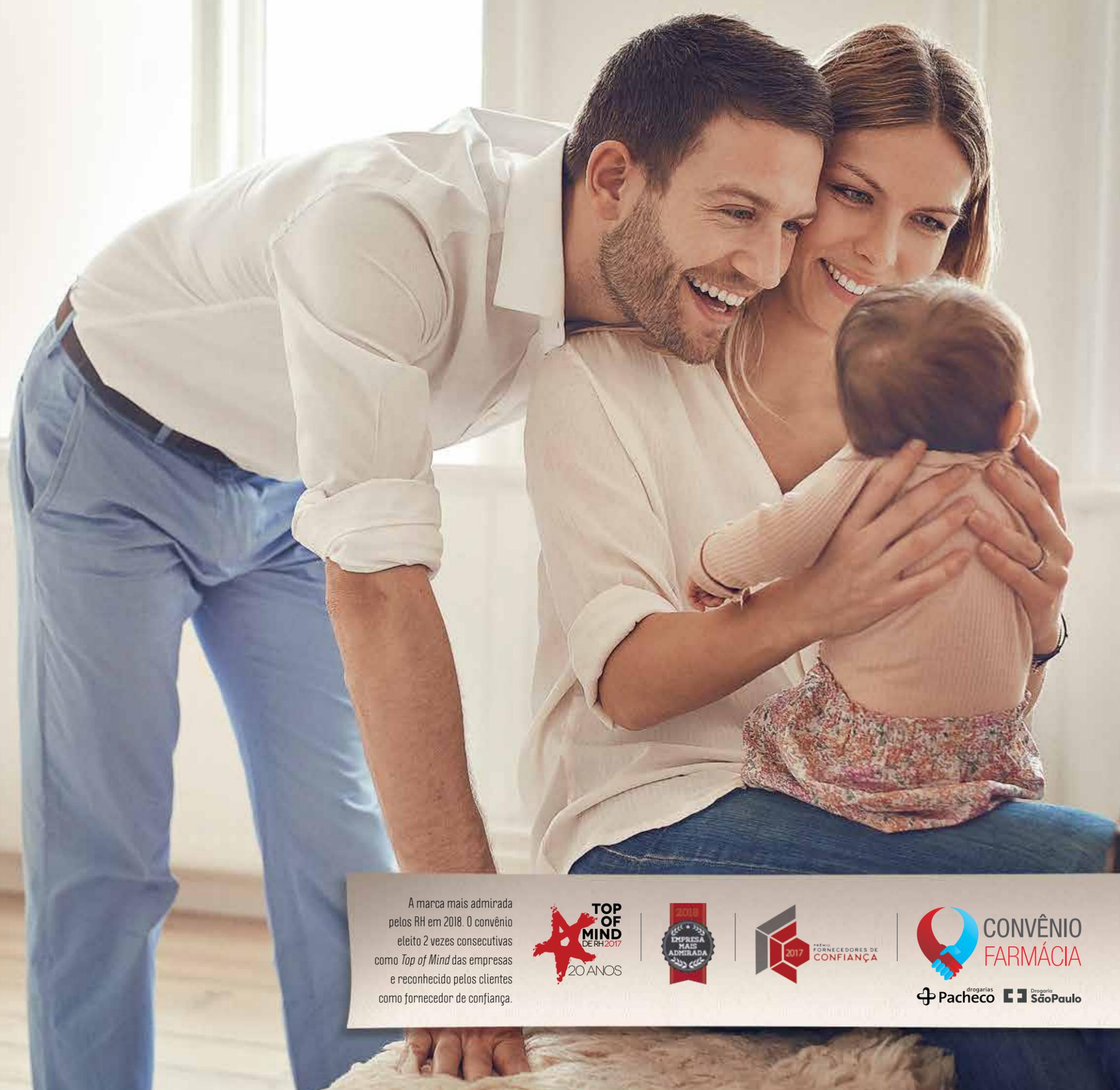


RHs EM FOCO

Profissionais de Panasonic e Positivo contam suas trajetórias

CONHEÇA OS BENEFÍCIOS DO CONVÊNIO MAIS ADMIRADO PELAS EMPRESAS. E O MAIS LEMBRADO PELOS FUNCIONÁRIOS.

- SEM TAXAS
CUSTO ZERO PARA IMPLANTAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DO BENEFÍCIO.
- SEM EMISSÃO DO CARTÃO
IDENTIFICAÇÃO POR CPF E SENHA.
- PORTAL EXCLUSIVO PARA A GESTÃO DO BENEFÍCIO
MAIS AGILIDADE PARA OS SEUS FUNCIONÁRIOS E O SEU RH.
- ECONOMIA DE VERDADE
DESCONTOS GARANTIDOS EM TODOS OS MEDICAMENTOS.
- RELATÓRIOS E DASHBOARDS GRÁTIS
PODEROSA FERRAMENTA PARA COMPLEMENTAR A GESTÃO DE SAÚDE DA SUA EMPRESA.
- INTEGRADO AO E-COMMERCE E TELEVENDAS
PERMITINDO COMPRAS DE QUALQUER LUGAR DO BRASIL SEM SAIR DE CASA.
- IDEAL PARA EMPRESAS COM MAIS DE 50 FUNCIONÁRIOS.
- MAIS DE 1.200 LOJAS PRÓPRIAS NO BRASIL.



A marca mais admirada pelos RH em 2018. O convênio eleito 2 vezes consecutivas como *Top of Mind* das empresas e reconhecido pelos clientes como fornecedor de confiança.



Em todas as nossas receitas, o ingrediente principal é a atitude das pessoas.

Se estamos sempre fazendo diferente,
é porque temos uma equipe que faz a diferença.
Esse é o resultado do trabalho e da dedicação
de mais de 15 mil pessoas que fazem parte dela.
O nosso muito obrigado aos profissionais de RH
que elegeram a Sapore e nos concederam
estes prêmios, e à Revista Gestão RH pelo
reconhecimento que nos enche de orgulho.

Sapore
Fazendo diferente,
fazendo a diferença.



14



CAPA
MATURIDADE PRODUTIVA



54
GESTÃO DE PESSOAS
CRESCIMENTO QUE NÃO PARA



58
TREINAMENTO
A EXPERIÊNCIA DO LÚDICO NO
AMBIENTE CORPORATIVO

10	DIVERSIDADE DIÁLOGO ABERTO
20	CONFERÊNCIA DIÁLOGO POSITIVO
24	RH EM FOCO DIVERSIFICAÇÃO BEM-SUCEDIDA
30	RH EM FOCO VISÃO DE LONGO PRAZO
34	CONARH NOVIDADES ANUNCIADAS
36	GENTE
40	CEO EM FOCO CUIDADO ESTRANGEIRO
46	EDUCAÇÃO EMOCIONAL CULTURA DE PAZ
62	TALENTOS RETIÇÃO E PRODUTIVIDADE EM ALTA
66	TECNOLOGIA PARA RH “É UM MITO DIZER QUE GAME É COISA DE JOVEM”
70	SAÚDE RHMED EXPANDE ATUAÇÃO EM SÃO PAULO
72	ARTIGO NÃO EXISTE CULTURA DE SUSTENTABILIDADE SEM O PROTAGONISMO DO RH
74	ARTIGO AMBIENTE CORPORATIVO TÓXICO: COMO EVITAR?
78	ARTIGO NEGOCIAÇÃO CONSCIENTE
82	ARTIGO GESTÃO DE FORNECEDORES RESPONSÁVEL REDUZ RISCOS PARA NEGÓCIOS
84	ARTIGO CARREIRA DE SUCESSO NA ERA DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
88	COMUNICAÇÃO MOTIVAÇÃO IMPULSIONA O CRESCIMENTO
90	LEITURA O CLIENTE NO CENTRO DAS ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS
94	ANUNCIANTES DESTA EDIÇÃO

The Future of Medicine.
THE SCIENTIST SHOW A NEW PATH FOR HEALTH.

DEDICAMOS AOS SEUS COLABORADORES TODO O CUIDADO DO MUNDO.

Garantir o bem-estar de seus colaboradores em qualquer parte do mundo é o que faz do Master International um plano de saúde realmente premium. Com acesso a hospitais e laboratórios referências e consultas com os melhores e mais renomados provedores em 190 países.

Consulte já o Master International e tenha o plano que oferece mais segurança e tranquilidade em qualquer lugar, a qualquer momento.

CENTRAL DE RELACIONAMENTO: 0800 13 2992 • masterinternational.com.br

Bupa

CAREPLUS

Para a Gestão RH, é tempo de iniciar novos levantamentos para nossas pesquisas anuais: Melhores Empresas em Cidadania Corporativa, Indicador de Desenvolvimento Humano e Organizacional (IDHO), Empresas Psicologicamente Saudáveis (EPS) e Práticas de Gestão de Pessoas (PGPs). A participação das empresas listadas no grupo das Maiores e Melhores da revista Exame e entre as Melhores Empresas para se Trabalhar (GPTW e FIA) é essencial, pois são estas empresas que estão com suas práticas de gestão de pessoas cada vez mais azeitadas.

O mercado voltou a aquecer e a economia brasileira já tem uma perspectiva de retomada. Evidentemente, ainda são poucos os sinais que apontam para essa realidade mais positiva, mas eles existem (como vemos na redução de juros e na volta do emprego e da produção). Em um ano de Copa do Mundo e de eleições, o fato de a economia andar já é um alento.

A questão institucional, especialmente da política nacional e da forte intervenção do Judiciário, ainda preocupa e deixa o cenário incerto. É provável que somente o passar dos meses dê uma clareza sobre o rumo do País. A grande rejeição do presidente Michel Temer, a prisão do ex-presidente Lula e os processos judiciais sucessivos contra deputados, senadores e ministros do Governo garantem este cenário nebuloso.

A saída de diversos ministros para tentar reeleição em seus Estados de origem e a fraqueza dos nomes escolhidos para os cargos vagos mostram que a velocidade da retomada será lenta e gradual, e dependerá, em

muito, do resultado das eleições de outubro. Se não surgirem nomes que tragam maior adesão popular e sinais de mudanças no modus operandi da política nacional, certamente o cenário econômico vai se complicar.

As boas notícias estão vindo lá de fora. O mercado internacional está mais otimista e a Europa, os EUA e a Ásia estão retomando suas economias e encontrando caminhos para inovação em seus produtos e serviços. Cabe ao Brasil buscar seu próprio caminho para retomar suas ações nas áreas econômica e política.

De nossa parte, aguardamos que as empresas do grupo das 1000 Maiores estejam fazendo boas lições de casa em matéria de compliance, governança corporativa, cidadania corporativa e em práticas de gestão de pessoas. Nos dois últimos anos as estruturas foram reduzidas e muitos programas cortados, notadamente os relacionados à geração de novos empregos, como os de aprendizes,

estágios e trainees. Se as empresas não investem na força de trabalho jovem é porque querem passar a impressão que não estão preocupadas nem com a renovação de seus times, muito menos com a entrada de novas ideias para inovação de seus produtos e serviços. Quiçá esta decisão seja revertida agora que o quadro econômico está mudando.

Precisamos que novos talentos possam desenvolver seus projetos para melhorar o rumo das empresas brasileiras. Muitos talentos deixaram o Brasil nos últimos anos; é hora de trazê-los de volta e reconquistar a confiança dos jovens para criar uma nação forte e de futuro.

Boa leitura.



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

gestão RH

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 137 - 2018

Jornalista Responsável
Alexandre Garrett - MTB 13.022/SP

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

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

Jornalista colaborador
Victor Triveloni

Publicidade
Renato Fiochi
renato@grupogr.com.br

Marketing
Roseli Salvador
marketing@grupogr.com.br

Comercial
Vânia Martins
comercial@grupogr.com.br

Internet e Assinaturas
Jeniffer Paula
assinatura@grupogr.com.br

Eventos
eventos@grupogr.com.br

Administração Geral
Renato Fiochi

Projeto Gráfico e Capa
José Roberto Saglietti

Impressão
Print Express

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

www.gestaoerh.com.br



RHevolution cloud

Software para folha de pagamento e RH. Completo. Na nuvem.

Com o modelo de rápida implantação do RHevolution Cloud sua empresa começa hoje o futuro na nuvem.

Venha para o novo, venha para o RHevolution Cloud.
CLOUD | BPO | ON PREMISES

 **Gold Partner** techware.com.br 11 3871 7485



Categoria Folha de Pagamento





DIÁLOGO ABERTO

Colaboradores de startups debatem sobre inclusão e equidade no ambiente corporativo

Por Adriano Garrett

Tidas como o que há de mais inovador no ambiente de negócios mundial nos últimos anos, é razoável esperar que as startups tenham uma postura de vanguarda também a respeito de pautas urgentes de nossa sociedade, como a inclusão cada vez maior de mulheres, negros e pesso-

as LGBTQs em postos importantes das organizações. Cientes desse desafio, GetNinjas, 99 e EduK criaram ações de incentivo à diversidade para conversar com seu público interno e prepará-lo para compreender melhor essas questões e estar pronto para lidar com a mudança de realidade no mercado.

De acordo com o Instituto Center for Talent Innovation, 61% dos LGBTQs brasileiros escondem seu gênero ou sexualidade no trabalho. Já em relação ao recorte por etnia, segundo o Instituto de Pesquisa Locomotiva, negros com curso superior ganham, em média, 29% a menos que brancos na



Eduardo L. Hotellier, CEO da GetNinjas

mesma posição. As desigualdades por gênero também se destacam: mulheres com o mesmo nível universitário que homens têm uma diferença de 47,4% no salário, conforme levantamento da Fundação Getúlio Vargas.

Diante de dados como esses, a startup para contratação de serviços GetNinjas iniciou em junho do ano passado o projeto Gente Ninja, que pretende abordar a diversidade sob vários âmbitos, sem a obrigação de fazer com que a equipe de funcionários chegue a um senso comum. “Em tempos em que temos percepções polarizadas sobre todos os assuntos, a troca de ideias nos ajuda a promover o respeito e a harmonia, mesmo diante de opiniões contrárias às nossas. Em relação à tolerância, entendo que a sua assimilação pela sociedade se dê por meio de um processo ativo de trabalho, e é aqui que entram os papéis de projetos como o Gente Ninja, no lugar de espaços educativos promotores de tolerância e convivência”, diz Ana Carolina Chuckman, coordenadora de Recursos Humanos da GetNinjas.

A primeira ação do Gente Ninja foi criar um censo para todos os colaboradores da companhia responderem, com o objetivo de coletar informações sobre a realidade dos funcionários e identificar a diversidade existente na empresa, no que diz respeito às religiões, raças, idades, crenças, graus

de escolaridade, orientações sexuais, classes sociais e gêneros. Depois disso, a área de RH propôs que a empresa discutisse periodicamente temas de diversidade, e a ideia recebeu várias adesões. Foi o caso de Luisa Saraiva, assistente de Categorias da GetNinjas.

“**EM TEMPOS EM QUE TEMOS PERCEPÇÕES POLARIZADAS SOBRE TODOS OS ASSUNTOS, A TROCA DE IDEIAS NOS AJUDA A PROMOVER O RESPEITO E A HARMONIA, MESMO DIANTE DE OPINIÕES CONTRÁRIAS ÀS NOSSAS**”

“Quis participar do projeto porque realmente acredito e vejo que as pautas sobre diversidade constantemente se manifestam no nosso meio corporativo, por mais sutil que seja. Numa roda de conversa na cozinha, durante o almoço, na forma de expor

opiniões e argumentos numa discussão ou reunião, nas decisões, na forma de atender profissionais, clientes, fornecedores e parceiros, etc. As nossas diferenças não se intimidam com roupas sociais ou bermuda e chinelo, elas dão um jeito de aparecer aqui dentro também, e por isso a importância de debatê-las”, diz Luisa.

Até o momento, os encontros do projeto Gente Ninja já discutiram as seguintes pautas: padrões estéticos, machismo, gênero e orientação sexual e acessibilidade e inclusão social. No próximo encontro o tema será intolerância racial e étnica. “O primeiro encontro, sobre padrão estético, foi o mais produtivo em questão de identificação e roda de debate rica, impactante e relevante! Porque a nossa concepção e expressão estética é das primeiras coisas que contam nas nossas interações sociais. Todo mundo se vê menos ou mais do que realmente é. A nossa aceitação e empatia própria é muitas vezes a mais difícil de se lidar, daí faz sentido começar por ela. A gente só consegue efetivamente entender, aceitar e respeitar as diferenças do outro quando estamos bem sintonizados com as nossas próprias”, opina a colaboradora do GetNinjas.

Na 99, empresa do ramo do transporte individual recém-adquirida pela chinesa Didi Chuxing, o foco do grupo de diversidade 99 Cores é o público LGBTQ. Criado no final de 2016, o objetivo principal do projeto é garantir uma experiência mais inclusiva e agradável entre passageiros, motoristas e colaboradores. Entre os métodos utilizados pelo grupo para reforçar essa discussão sobre gênero e orientação sexual está a criação da Cartilha 99 Cores, elaborada em conjunto com a organização Todxs, a fim de apresentar dados históricos e orientações de como lidar com a diversidade sem discriminação.

O 99cores surgiu em uma época de hiper crescimento da empresa, na qual o RH não tinha braço suficiente para tocar um projeto do gênero. Desse modo, o projeto foi levado adiante a partir da mobilização dos próprios

colaboradores, que receberam não só a aprovação da ideia, mas também os recursos e todo o apoio do RH para realizar as suas iniciativas. Hoje, depois de um ano de sua criação, o 99cores se reúne semanalmente para dar encaminhamento de novas ações, reunindo diferentes saberes e expertises, e estando aberto a todos os interessados.

Muitos temas já foram pautas nesses encontros, com a maioria girando em torno da conscientização de aliados, LGBTfobia e a importância de ser assumido (sobretudo no mercado de trabalho). Com base nessas discussões, foram realizadas ações como: a) confecção e distribuição de uma cartilha LGBT educativa; b) evento interno "LGBT: vamos falar sobre?"; com presença de convidados externos e 80% da empresa; c) promoção de semanas de visibilidade LGBT e Trans com distribuição de bottons, textos e cartazes pela empresa; e d) Bazar 99cores com renda 100% revertida para instituição de acolhimento LGBT.

Já na eduK, plataforma online de cursos profissionalizantes, desde setembro de 2016 existe o grupo Guardiões da Consciência, criado por iniciativa dos próprios funcionários engajados com a pauta da diversidade. Mayara Lopes, produtora que faz parte da organização do projeto, conta que a criação dele se deu após casos de machismo e racismo em cursos ao vivo.

Giovani Pilla, estagiário de Costumer Sucess da empresa, lembra que se juntou ao Guardiões da Consciência após outro episódio desagradável. "Quando entrei na EduK, me falaram sobre o grupo e me interessei, mas estava sem tempo para ir nas reuniões. Até que um dia presenciei um comentário bem problemático e preconceituoso de um funcionário, e fui atrás do grupo para poder discutir sobre o ocorrido. Depois disso, comecei a frequentar todas as reuniões", conta.

O principal propósito é garantir que tanto as relações entre os funcionários quanto os conteúdos produzidos pela eduK reflitam a valorização e o respeito pelas singularidades hu-



Grupo 99 Cores



Projeto Gente Ninja

manas, gerando conhecimento e educando de dentro para fora da empresa. O grupo já discutiu até o momento temas como respeito afirmativo à mulher e suas causas frente ao machismo/patriarcado; respeito afirmativo a negras e negros, sua história e cultura e minimização dos reflexos do racismo; respeito afirmativo à diversidade sexual e equiparação de direitos civis; respeito afirmativo à dignidade humana em geral.

"Geralmente já separamos algumas pautas antecipadamente para a reunião da semana, pois como temos apenas uma hora para os encontros, o

debate precisa ter mais foco. Lembro de uma reunião que tivemos sobre o caso da Salesforce [caso em que o presidente da filial brasileira foi demitido após tentar minimizar uma fantasia considerada racista utilizada por um funcionário na festa de final de ano da empresa] – ela abriu um debate bem legal pensando "e se fosse aqui na eduK? Como reagiríamos?". Essa reflexão foi muito importante para ver a importância de o grupo existir, pois acreditamos que trabalhar em um ambiente livre de preconceitos pode impactar positivamente no nosso produto", conclui Giovani.

OPORTUNIDADE ÚNICA, PELA 1ª VEZ NO BRASIL!
TREINAMENTO DE INSTRUTORES DE LIDERANÇA SITUACIONAL®II - EXPERIENCE
SOMENTE PARA CLIENTES CORPORATIVOS

15 MILHÕES DE LÍDERES TREINADOS EM MAIS DE 100 PAÍSES!



INTERCULTURAL®
Blanchard | Global Partner Network | Global Partner
FILIADA AO INSTITUTO BRASILEIRO DE CONSULTORES DE ORGANIZAÇÃO (IBCO).

INSCRIÇÕES E INFORMAÇÕES:
0800 026 2422
info@interculturalted.com.br





MATURIDADE PRODUTIVA

Fórum em São Paulo coloca em questão longevidade dos profissionais da terceira idade

Por **Adriano Garrett**

Quando um tema como a Reforma da Previdência ganha os holofotes, o que se coloca em questão, para além dos diferentes modos de realizar essa mudança, é um quadro de rápida transformação no perfil populacional brasileiro. Atualmente, o País já possui a quin-

ta maior população idosa (formada por pessoas com mais de 60 anos) do mundo em números absolutos, e a projeção é que essa faixa de idade passe de 14,3% do total, atualmente, para 20%, até 2030. Tendo isso em vista, foi realizado no último dia 10 de abril, em São Paulo, o I Fórum de

Talentos Grisalhos, que teve como principal objetivo colocar em pauta a longevidade dos profissionais da terceira idade (também chamados de “maduros” ou “grisalhos”) nas empresas sediadas no Brasil.

“A principal motivação para a criação do Fórum foi o entendimento de

que esta questão era essencial para a atualidade. Com o envelhecimento da população, percebemos que deveríamos discutir as alternativas para as pessoas que estavam envelhecendo dentro das organizações e analisar como as empresas estavam lidando com isso. Também queríamos examinar as diversas oportunidades para manter a pessoa que envelhece ativa, útil, contributiva, seja na empresa (com mentoria) ou seguindo uma nova carreira”, aponta Edgar Werblowsky, criador do Fórum de Talentos Grisalhos, que foi realizado em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Edgar é sócio da Aging Free Fair, plataforma de eventos relacionados ao envelhecimento saudável e à longevidade que pretende contribuir para uma ressignificação do envelhecimento em todos os seus aspectos. Engenheiro civil de formação, ele abandonou a antiga profissão aos 28 anos para se dedicar ao ramo em que atua nos dias de hoje. Desse modo, seu trabalho na empresa serviu como uma “grande preparação” para a criação do Fórum de Talentos Grisalhos,

que reuniu na capital paulista diversos profissionais renomados para tratarem de temas como o “Envelhecimento da força de trabalho” e o “Envelhecimento da mulher executiva”.

O debate sobre “Segunda Carreira, interesses e possibilidades para o profissional maduro” reuniu Mórris Litvak, fundador e CEO da MaturiJobs, e Karin Parodi, fundadora e CEO da Career Center. “O evento foi fundamental para trazer às empresas esta discussão sobre reinserção (e manutenção) das pessoas mais maduras no ambiente de trabalho. Hoje em dia, pouquíssimas empresas incluem o tema da diversidade etária em suas agendas”, afirma Mórris. Karin já trouxe uma visão mais otimista. “Conheço empresas nacionais e multinacionais que oferecem anualmente um programa que trata deste assunto de forma ampla e planejada, abordando temas como saúde física e emocional, planejamento financeiro e alimentação”, diz.

O I Fórum de Talentos Grisalhos também apresentou pesquisas relevantes sobre o universo do pré e pós aposentadoria. A primeira delas teve

como foco a primeira geração de mulheres executivas a envelhecer em posições de primeiro nível. A outra pesquisa discutiu o envelhecimento da força de trabalho nas empresas brasileiras e constatou que a maioria das companhias atuantes no País ainda prefere contratar jovens ao se depararem com profissionais com 50 anos ou mais de idade nas mesmas condições técnicas.

Em comparação à visão que tinham há cinco anos, porém, houve uma melhora na percepção positiva com relação a esses profissionais. Para essas empresas, os profissionais maduros contam com altos índices de comprometimento no trabalho, maior fidelidade à empresa e maior equilíbrio emocional para enfrentar as situações em comparação aos jovens. Em contrapartida, os mais velhos são vistos como pouco criativos e com baixa adaptabilidade às novas tecnologias, além de serem considerados onerosos nos itens assistência médica e odontológica.

“As empresas ainda não se deram conta que 25% dos brasileiros são pessoas acima dos 50 anos de idade.



Edgar Werblowsky, criador do Fórum de Talentos Grisalhos



Karin Parodi, fundadora e CEO da Career Center



Mórri Litvak, fundador e CEO da MaturiJobs



Katia Ikeda, superintendente de Pessoas e Processos da Brasilprev

Há uma miopia generalizada, causada por décadas de mantras como 'young is beautiful' ('o que é jovem é bonito'), 'o Brasil é um país jovem', 'os Millennials são tudo', etc. O trabalho começa com a revisão dos preconceitos que naturalmente contaminaram as empresas, mas são um reflexo de todos estes mantras. É preciso fazer um detox de tudo isto", opina Edgar Werblowsky.

À frente da MaturiJobs, plataforma em que pessoas acima de 50 anos encontram alternativas e oportunidades para se manterem ativas, trabalhando e compartilhando suas experiências, Mórri Litvak concorda com essa visão. "Muitas empresas se orgulham dos profissionais grisalhos que têm décadas de casa, mas poucas de fato contratam profissionais maduros para novas posições abertas. O que se vê normalmente ainda é o contrário disso, com gestores preferindo profissionais mais jovens, pois existe uma cultura no país de que o mais novo é mais barato e mais ágil, mitos que fazem com que o preconceito etário seja um fato em grande parte das empresas", diz o executivo.

Mórri conta que muitas empresas acham que os profissionais mais maduros são necessariamente mais caros e mais defasados tecnologicamente. Os mitos e preconceitos formam outra barreira, também apontada por Karin. "Há diversas resistências à contratação desses profissionais, como o questionamento em relação à capacidade de se adaptar às mudanças e a quanto o profissional está preparado para o mundo digital atual, que é volátil e extremamente inovador", aponta a CEO da Career Center.

Um dos mitos a serem vencidos é o de que profissionais jovens não podem ter uma convivência produtiva com funcionários maduros. A relação entre gerações foi um dos principais temas discutidos pelo I Fórum de Talentos Grisalhos, que também contou com a participação de Katia Ikeda, superintendente de Pessoas e Processos da Brasilprev, empresa de seguros e previdência. "Temos que ter o pensamento de que a experiência é sempre bem-vinda e que a troca de ideias entre as gerações é riquíssima para as corporações. Este é um meio para que diferentes pontos de vista sejam cap-

tados em prol de resultados diferenciados. Hoje, se fala muito na importância de haver times multifuncionais, e é fato que a troca de ideias e uma estrutura heterogênea, capacitada, talentosa e engajada ao negócio das companhias faz a diferença", diz Katia.

Na Brasilprev, cerca de 17% dos colaboradores estão acima dos 50 anos. Entre os colaboradores de faixa etária mais avançada, Katia aponta que as adaptações em relação às novas tecnologias, ao ambiente criativo e aos métodos de trabalho, além da questão de encarecimento dos benefícios ligados à saúde, são pontos observados com desconfiança pelos empregadores. Porém, pelo lado positivo, o grupo dos profissionais maduros é mais comprometido, fiel à empresa e também demonstra, em média, um melhor controle emocional do que as novas gerações.

"Acredito que os jovens e os profissionais maduros têm uma oportunidade ímpar de desenvolvimento mútuo. O jovem, que não viveu diferentes situações, como conflitos, crises econômicas e um mundo de mudanças mais lentas, poderá aprender

SUA EMPRESA PRECISA DE MAIS PRODUTIVIDADE?

Então está na hora de você implementar o PROGRAMA EMPRESA CONSCIENTE

Mente
Mindfulness

Corpo
Qualidade de Vida

Reconhecimento
Meritocracia e Feedback

Ganhe uma Vivência em Mindfulness
Saiba como



escaneie

www.5a.com.br

bit.ly/preencheuganhou



muito com a experiência conquistada pelos anos de carreira do profissional maduro. Já o Millennial vem com uma cabeça mais aberta, flexível, mais aberto às inovações, rápidas mudanças, enfim, um mundo digital. As empresas que já acordaram e estruturaram um programa de mentoria poderão ter um excelente resultado dessa troca de gerações e aprendizado mútuo”, complementa Karin Parodi.

Para além das habilidades individuais de cada colaborador, é também estratégico observar outros desdo-

bramentos vindos do envelhecimento da população. O principal deles talvez seja o crescimento do mercado consumidor acima dos 50 anos. Nos EUA, por exemplo, este grupo já é responsável por mais de 50% de tudo o que é consumido naquele país a cada ano. Por isso, ter dentro das empresas pessoas que representem este mercado, que o entendam, é importante na hora de criação de produtos e serviços para eles.

“Temos que estudar um pouco mais de História e beber nas águas

da Grécia e da Roma Antiga. A sabedoria está com os velhos, e olha que eles já falavam de conselhos de anciãos. Nossa imagem dos velhos vai ser completamente reformulada. Até porque veremos que existem mil tipos de pessoas mais velhas. A diversidade dentro deste segmento gerará um sem número de oportunidades. Saibamos enxergá-las”, arremata Edgar Werblowsky, entendendo que, assim como o Fórum de Talentos Grisalhos, as mudanças nesse sentido ainda estão apenas no estágio inicial.

VEJA FOTOS DO I FÓRUM DE TALENTOS GRISALHOS



SUA EMPRESA MAIS SAUDÁVEL. EM TODOS OS SENTIDOS.

Você acha missão impossível reduzir o gasto com o plano de saúde e, ao mesmo tempo, aumentar a produtividade da equipe?

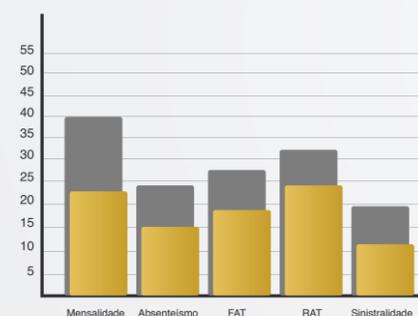
Não tem nada de impossível.
Pra ser honesto, nem é tão complicado.

A Marso desenvolveu um sistema que revela uma visão de 360° sobre toda a operação de saúde de sua empresa.

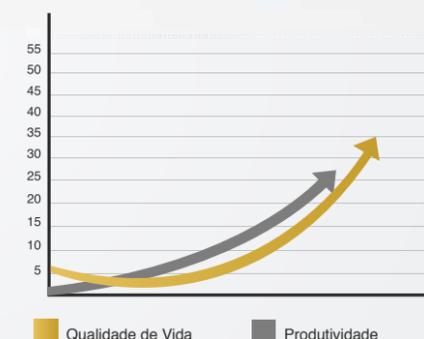


O Plano Inteligente de Saúde Marso:

Reduz Custos



Aumenta o retorno



Transforme o custo com o plano de saúde em Investimento.
E veja a satisfação de seus funcionários aumentar junto com o lucro da empresa.

Matriz: São Paulo / SP

Edifício Funchal
Rua Funchal, 411 – 4º andar
Bairro Vila Olímpia –
CEP 04551-060
Tel.: (11) 3192-3719

Filial Norte: Manaus / AM

Edifício Atlantic Tower
Av. Djalma Batista, 1719 - 6º andar - Sala 610
Bairro Chapada - Manaus - AM –
CEP 69053-070
Tel.: (92) 3321-2307 / 3342-6108

Filial Sudeste: São Paulo -

Interior - Campinas / SP
Regional de Operações e Vendas
Tel.: (19) 3329-3130

Filial Nordeste:

Recife / PE
Regional de Operações e Vendas
Tel.: (81) 98195-7750



Marso
Gestão de Saúde



DIÁLOGO POSITIVO

Evento capta maior interesse dos
brasileiros por Portugal

A Revista Gestão RH e o grupo italiano Gi Group realizaram, em março último, na cidade do Porto, em Portugal, a Conferência “Brasil e Portugal: Novo ciclo de crescimento – oportunidades e desafios”. O evento propiciou a troca de informações sobre o mercado brasileiro e sua recuperação econômica, bem como a respeito da chegada de investidores brasileiros em Portugal, utilizando

aquele país como porta de entrada para o Mercado Comum Europeu.

A conferência contou com o apoio institucional da Câmara Portuguesa de São Paulo, Urbiface, Seal Group, Hamilton Oliveira Advogados, Associação Empresarial de Portugal, Ordem dos Economistas de Portugal e ESCP Europe, e foi realizada no Auditório da Associação Empresarial de Portugal (AEP), localizada em Leça da

Palmeira.

Para Alexandre Garrett, editor da Revista Gestão RH, a troca de informações entre profissionais de RH dos dois países, junto com o diálogo com os diversos empreendedores presentes ao evento, facilitou a compreensão do novo ciclo de investimentos em Portugal não somente por parte dos brasileiros, mas de diversos investidores europeus.

Portugal é o país com a maior taxa de crescimento na comunidade econômica europeia hoje em dia, e as perspectivas são promissoras nos próximos anos. O representante da Associação Empresarial de Portugal (AEP), Miguel Matos, comentou que o papel da AEP é o de desenvolver o empreendedorismo entre os portugueses e fazer o intercâmbio com outras culturas de gestão de negócios. “O Brasil tem nos dado diversos bons exemplos de empreendedorismo. Os brasileiros são criativos e interessados em conviver com diferentes culturas”, afirma.

Na palestra “O Brasil e sua economia em plena retomada do crescimento”, Fernando Luis Dias, economista, consultor e professor, mostrou que os atuais números da economia brasileira são positivos: PIB em alta, inflação e juros em baixa. O economista destacou a volta do emprego no país, mesmo que lentamente, e a retomada dos negócios em diversos setores da indústria e do comércio, além da excelente performance do agronegócio no Brasil.

Já para o jornalista Cristiano Lagôas, CEO da Alta Gestão e moderador do painel sobre economia brasileira, mais do que a retomada se percebe o otimismo no empresariado nacional e a volta da contratação de pessoas, juntamente com a busca para aumentar a retenção dos talentos no País. Segundo Cristiano, o Brasil perdeu muitos talentos nos últimos três anos com a crise econômica e agora voltou a contratar profissionais que saíram para países como EUA e Canadá, além de localidades na Europa e em outros continentes. “Até a Austrália virou um polo de evasão de talentos brasileiros, e agora precisamos continuar o processo de formar novos talentos e trazer os que saíram de volta”, explica o executivo.

Em sua intervenção, Paulo Canoa, CEO da Gi Group e conselheiro da Câmara Portuguesa de São Paulo, disse que “o Brasil é um país em que tudo é difícil, mas nada é impossível”. Após oito anos ocupando cargos de direto-

ria em empresas multinacionais, Paulo percebeu que “é preciso separar a economia da política” e fazer negócios com “cabeça fria e muito otimismo”, pois o Brasil tem muitas oportunidades para novos negócios.

Sara Behmer, presidente da Voyeur Internacional no Brasil, comenta que a percepção do português Paulo Canoa é a mesma de diversos outros estrangeiros que atuam no Brasil: “eles passam a entender que temos dificuldades por conta das incertezas políticas, mas com criatividade e muito trabalho os negócios são promissores.”

Aspectos legais e motivacionais, porém, são um desafio para quem investe no Brasil. Foi sobre isso que Marcelo Nóbrega, diretor de Recursos Humanos do McDonald’s Brasil, comentou em sua apresentação com o tema “Desafios da liderança e gestão de equipe no Brasil”. Para ele, o McDonald’s Brasil foi capaz de se reinventar em diversos aspectos na gestão de pessoas, e seu sucesso vem muito do fato de a empresa ser inclusiva e trazer jovens talentos para seus negócios.

“Incentivos e desafios fiscais e trabalhistas no Brasil” foi o tema tratado pelo Dr. Fábio Gíngler de Oliveira, sócio do escritório Hamilton de Oliveira Advogados, que fez uma apresentação sobre a recente reforma trabalhista no Brasil. Para ele, o tempo deve valorizar estas mudanças recentes e facilitar o crescimento do emprego no Brasil.

A consultora Márcia Quiroga, por sua vez, partner da Abylos Fellipelli, lembrou que Portugal está recebendo de braços abertos diversos estrangeiros e que este processo vem ajudando o crescimento do país. “Os jovens já estão vendo uma melhor perspectiva para ficar no país e começar seus próprios negócios por aqui”, comentou. O mesmo fato foi lembrado pelo economista Antônio Cunha em seu painel com o tema “Perspectivas da economia portuguesa”. Para o presidente da Ordem dos Economistas de Portugal, o crescimento do país europeu é firme e garantido por diversos

“ O BRASIL TEM NOS DADO DIVERSOS BONS EXEMPLOS DE EMPREENDEDORISMO. OS BRASILEIROS SÃO CRIATIVOS E INTERESSADOS EM CONVIVER COM DIFERENTES CULTURAS
MIGUEL MATOS

“ ATÉ A AUSTRÁLIA VIROU UM POLO DE EVASÃO DE TALENTOS BRASILEIROS, E AGORA PRECISAMOS CONTINUAR O PROCESSO DE FORMAR NOVOS TALENTOS E TRAZER OS QUE SAÍRAM DE VOLTA
CRISTIANO LAGÔAS



“ELES (A NOVA GERAÇÃO) JÁ PENSAM DIFERENTES, AGEM DIFERENTES E SÃO GLOBAIS. A FELICIDADE PARA ELES É ALGO DIFERENTE DO QUE FOI PARA ANTIGAS GERAÇÕES. O DESEJO DELES É REALIZAÇÃO, E NÃO DINHEIRO”

MAJO MARTINEZ



investidores estrangeiros que estão impulsionando o crescimento econômico. Essa atividade deve permanecer nos próximos anos, e o cenário da Europa inteira também é positivo.

Na palestra “Negócios e desafios globais”, Sérgio Vasquez Bronfman, da ESCP Europa (França), lembrou que novos modelos educacionais, baseados na neurociência, estão modificando o jeito de ser e de fazer as coisas por gestores do mundo inteiro e mudando a educação dos jovens e adultos no velho continente. Ainda nesse tema, Majo Martinez, vice-presidente de RH da Atento Brasil, moderadora deste painel, lembrou que o jeito de aprender e conviver com as novas gerações está transformando o mundo organizacional, e as novas lideranças já estão com uma bagagem tecnológica transformadora. “Eles já pensam diferentes, agem diferentes e são globais. A felicidade para eles é algo diferente do que foi para antigas gerações. O desejo deles é realização, e não dinheiro”, explica Majo.

A felicidade no trabalho, aliás, foi o tema tratado no painel “As lideranças europeias” pelo consultor e neuro-

coaching Sérgio Almeida, fundador do Seal Group, de Portugal. Para ele, as novas gerações querem realizar coisas e trabalham muito mais pelo propósito do que por status quo ou dinheiro. “Claro que querem reconhecimento, mas precisam realizar seus sonhos primeiro”, destacou.

No painel de “Casos de sucesso”, o diretor executivo da MDS, Carlos Bianchi de Aguiar, comentou sobre os bons resultados da organização em nosso país através da MDS Brasil, que presta serviços de consultoria e de seguros. Para ele, o nosso país oferece muitas oportunidades de negócios e recebe muito bem os investidores estrangeiros, tendo uma excelente oferta de talentos. Neste sentido, o moderador deste painel, Antônio Pinto Bernardo, diretor geral da Urbiface Portugal, que também possui negócios no Ceará, o Brasil continua sendo um país de oportunidades, cuja cultura é complementar à de Portugal. “Os portugueses adoram o Brasil e os brasileiros também amam Portugal. Esta convivência é apaixonante e só vai gerar bons frutos para os dois países”, finaliza.



**MENOS CUSTOS,
MAIS BENEFÍCIOS!**



A RB Serviços é a empresa que proporciona a maior redução de custos do segmento.

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



Acesse: www.rbservicos.com.br

VENDAS
(11) 4962-0090
comercial@rbservicos.com.br

ATENDIMENTO
(11) 2441-0007
atendimento@rbservicos.com.br

DIVERSIFICAÇÃO BEM-SUCEDIDA



Hélcio Tessaro é diretor Administrativo, RH & TI da Positivo Tecnologia

Hélcio Tessaro fala sobre trabalho no RH da Positivo Tecnologia

Por Adriano Garrett

A Positivo Tecnologia surgiu em 1989 como Positivo Informática, com o objetivo inicial de fabricar e vender computadores para escolas clientes do Grupo Positivo em todo o Brasil. Por mais de duas décadas, o foco em informática se manteve, mas aos poucos a organização foi expandindo o seu foco. No início de 2017, como forma de consolidar sua evolução, a companhia recebeu seu nome atual, que abarca as marcas de produtos Positivo, Quantum, Vaio, Hi Technologies e Positivo BGH.

Atualmente, a Positivo Tecnologia está presente nos 25 maiores varejistas brasileiros, com a mais ampla e pulverizada rede de distribuição no País, e em mais de 10 mil pontos de venda no Brasil e três mil na Argentina. Computadores, tablets, smartphones, celulares e dispositivos de telemedicina, além de equipamentos para escolas de mais de 40 países fazem parte do seu portfólio.

Diretor Administrativo, RH & TI da companhia, Hélcio Tessaro acompanhou essa história. Trabalhando na Positivo há oito anos, ele ajudou a trazer um novo conceito para os Recursos Humanos da empresa. “Lançamos um programa forte de desenvolvimento de lideranças que culminou com a troca de muitos gestores que não se adaptaram a este novo modelo de gestão. Além disso, diversos fornecedores foram trocados, melhorando significativamente serviços como o de refeição e do plano de saúde”, comenta.

Nesta entrevista concedida à Gestão RH, Hélcio Tessaro relembrou sua trajetória profissional e falou sobre as melhores práticas do RH da Positivo Tecnologia.

Gestão RH - Como foi a sua trajetória até chegar à posição de diretor Administrativo, RH & TI da Positivo Tecnologia?

Hélcio Tessaro - Comecei minha carreira muito cedo, com apenas 15 anos de idade, e, por destino, meu primeiro dia de trabalho foi na área de Recursos Humanos. Dos meus 49 anos, 34 foram atuando em RH. Atuei três anos no RH do Banco Nacional, depois mais 18 anos em RHs de empresas de Telecomunicações (Telepar e Brasil Telecom), cinco anos no RH do HSBC Software Development (empresa de TI do Grupo HSBC), no qual fui responsável por fazer o startup dessa nova companhia no Brasil, e agora estou há oito anos na Positivo Tecnologia.

Gestão RH - O que mais te motivou a atuar profissionalmente no departamento de Recursos Humanos?

Hélcio Tessaro - Sempre gostei muito de trabalhar com pessoas. E, como tenho formação em Administração de Empresas, me adaptei bem ao atuar como RH estratégico, já que participo ativamente da gestão da empresa. Na Positivo Tecnologia faço parte do Comitê Executivo, que é responsável por direcionar as principais ações da companhia.



O FATO DE ESTARMOS NUMA EMPRESA DE TECNOLOGIA E TAMBÉM ESTARMOS DIVERSIFICANDO NOSSO PORTFÓLIO DE PRODUTOS TEM NOS AJUDADO MUITO NA ESTRATÉGIA DE GERAR OPORTUNIDADES INTERNAS COMO FATOR DE RETENÇÃO DE TALENTOS



Graças a esse meu perfil executivo, desde 2016 tenho assumido novas responsabilidades na empresa, sendo que, atualmente, além do RH, sou também responsável pelas áreas de Tecnologia da Informação, Compras Indiretas, Facilities, Segurança Empresarial e Gestão de Riscos Corporativos. Por último, neste ano, passei a responder também pela área de Sustentabilidade da empresa.

Gestão RH - Na área de atração e

retenção de talentos, quais são os maiores desafios para o setor de RH da Positivo Tecnologia neste momento de instabilidade política e incipiente recuperação econômica? Como a empresa vê as perspectivas socioeconômicas e políticas do País no médio prazo?

Hélcio Tessaro - Temos atuado fortemente na atração e retenção de talentos. Como a estratégia da companhia passa por diversificar os negócios, entrando em outros segmentos como iluminação pública, tecnologias em saúde e agrícolas, temos atraído muitos profissionais de diversas áreas, não somente aqueles com “skills” em Computadores e Smartphones. Neste momento já começamos a sentir um reaquecimento do mercado e estamos com uma expectativa muito grande para os próximos dois anos.

Como sempre, após uma crise vem um crescimento muito forte. Hoje já temos que estar preparados para reter nossos melhores profissionais, criando oportunidades reais de crescimento e novos desafios dentro da empresa. O fato de estarmos numa empresa de tecnologia e também estarmos diversificando nosso portfólio de produtos tem nos ajudado muito na estratégia de gerar oportunidades internas como fator de retenção de talentos.

Gestão RH - Quais foram as ações ou programas mais inovadores e eficientes implantados pelo RH da Positivo Tecnologia em sua gestão?

Hélcio Tessaro - Foram várias ações que tomamos desde a minha chegada na empresa em 2010. A Positivo Tecnologia teve um crescimento muito rápido, e com isso não tinha se estruturado adequadamente para suportar este grande quadro. Em 2010, estávamos com 7500 profissionais e precisávamos ter políticas de RH compatíveis. Assim, a primeira ação feita foi a de desenvolver um planejamento de RH que nos colocaria em um novo patamar

na gestão de pessoas. Dessa forma, revisamos muito do que estava sendo praticado na época, bem como implantamos várias políticas gerando uma transformação completa na forma de atuar do RH.

Dentro de um novo conceito, lançamos um programa forte de desenvolvimento de lideranças que culminou com a troca de muitos gestores que não se adaptaram a este novo modelo de gestão. Além disso, diversos fornecedores foram trocados, melhorando significativamente serviços como o de refeição e do plano de saúde. Passamos a ter um controle efetivo do quadro, com métricas para estabelecer o número necessário de colaboradores para atuar na área industrial, o que permitiu melhorar nossa eficiência operacional.

Uma aproximação com o sindicato também foi fundamental para conseguirmos fazer a transformação necessária. Se, em 2010, convivíamos com um alto turnover, risco de greves e paralisações, atualmente temos um bom relacionamento com os sindicatos, tanto em Curitiba (sede da empresa) quanto em Manaus (planta industrial), e nosso turnover caiu para índices inferiores aos da média do nosso segmento.

Gestão RH - Como o RH da Positivo Tecnologia 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?

Hélcio Tessaro - Tenho muito orgulho em dizer que a Positivo Tecnologia contrata pessoas baseadas apenas em competências, habilidades e perfil profissional. Hoje nós contamos com um quadro de colaboradores bastante equilibrado no que diz respeito a gênero. Até 2016, as mulheres eram maioria absoluta, mas atualmente temos um equilíbrio muito grande entre homens e mulheres (próximo a 50%), sendo que estas ocupam as mais diversas

posições, desde a vice-presidência da empresa até a operação de empilhadeiras, por exemplo.

A inclusão de pessoas com deficiência (PcDs), especialmente aqueles com déficit intelectual que são mais marginalizados, também é outro diferencial e motivo de orgulho. Tudo isso é resultado do estímulo à conduta de respeito ao próximo, livre de discriminação, e do tratamento ético e igualitário que garan-



SE, EM 2010, CONVIVÍAMOS COM UM ALTO TURNOVER, RISCO DE GREVES E PARALISAÇÕES, ATUALMENTE TEMOS UM BOM RELACIONAMENTO COM OS SINDICATOS, TANTO EM CURITIBA QUANTO EM MANAUS, E NOSSO TURNOVER CAIU PARA ÍNDICES INFERIORES AOS DA MÉDIA DO NOSSO SEGMENTO



timos a todos.

Quando avaliamos o nosso clima organizacional, em pesquisa realizada em março, ficou muito claro que estamos no caminho certo. Dos colaboradores respondentes, a imensa maioria considera que as pessoas são bem tratadas na empresa independentemente de sua cor ou etnia (91%), da sua orientação sexual (89%), do seu gênero (84%) e da sua idade (81%).

Gestão RH - De que modo a tecnologia é utilizada como parceira do departamento de Recursos Humanos da Positivo Tecnologia?

Hélcio Tessaro - "Tornar a vida das pessoas melhor é a mais inteligente tecnologia" é o nosso propósito e o direcionamento que adotamos em todas as ações, projetos e atividades da companhia. Acreditamos que a tecnologia existe para impulsionar vidas, inclusive no âmbito profissional, por isso nossas soluções estão presentes em diversas atividades do nosso cotidiano. Seja no uso diário de desktops, notebooks e smartphones, em programas internos específicos para colaboradores e até no atendimento em saúde que oferecemos na matriz em Curitiba.

Gestão RH - Qual é a importância da integração entre todos os departamentos de uma empresa para impulsionar as ações ligadas ao RH, e de que maneira isso se verifica na Positivo Tecnologia?

Hélcio Tessaro - Cada dia mais, o sucesso da empresa está diretamente ligado ao direcionamento que é dado pela alta gestão, e grande parte deste direcionamento passa pelo RH. Para conseguir engajar todo o time na busca de resultados, é fundamental a empresa deixar muito claro para onde quer ir e quais objetivos e metas pretende atingir. Assim, temos feito muitas ações de integração entre os departamentos, mas posso citar uma, em especial, que ajuda muito no alinhamento de todas as lideranças.

Trata-se do programa "Entre Líderes", encontro trimestral no qual todos os gestores participam de uma conversa franca com o Presidente, Vice-Presidentes e Diretores da companhia. Neste encontro são debatidos os resultados da empresa, alinhadas as diretrizes e compartilhadas informações sobre os negócios que estão sendo geridos, além de ser o momento em que analisamos juntos a conjuntura econômico-financeira do País.



RHMED São Paulo

O VALOR QUE DAMOS À SAÚDE DO TRABALHADOR ACABA DE SE EXPANDIR PARA SÃO PAULO

No movimento de expansão que realizamos para atender cada vez melhor o cliente, inauguramos nossa nova unidade em São Paulo, num prédio moderno, localizado em região estratégica para os negócios.

Assim, reforçamos nossa competitividade nesta relevante cidade com toda nossa expertise de gestão em saúde ocupacional e segurança do trabalho, desenvolvida ao longo de 21 anos de muita dedicação e cuja força se fundamenta em três pilares: tecnologia, gente e processo.

Venha nos visitar!

Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 1748 | 24º andar
Bairro Cidade Monções | São Paulo - SP | 11 3197-2080
comercial@rhmed.com.br

| www.rhmed.com.br |

RHMED
Inteligência em Saúde e Segurança do Trabalho





Soluções em Seguros

Vantagens e economia para a sua empresa.



SEGURO DE VIDA



PLANO DE SAÚDE EMPRESARIAL



PREVIDÊNCIA PRIVADA

SOLICITE A COTAÇÃO PARA SUA EMPRESA

contato@klp.com.br

klp.com.br

Tel: (11) 3115.3455

Av. Paulista, 91 • Salas 803 e 804 • CEP: 01311-000 • São Paulo - SP
Av. Conselheiro Nébias, 754 • Cj. 2309 • CEP: 11045-002 • Santos - SP



facebook.com/klpseguros



twitter.com/KLPSeguros

VISÃO DE LONGO PRAZO



Cesar Ueda é gerente geral administrativo da Panasonic

Há mais de uma década na Panasonic do Brasil, Cesar Ueda fala sobre desafios do RH

Por Adriano Garrett

Em 2018 a Panasonic completa 51 anos de atividades em território brasileiro e 100 anos da fundação de sua matriz, em Osaka, no Japão. A Panasonic do Brasil atua hoje em dia com uma ampla gama de produtos, como Pilhas e Baterias, Áudio e Vídeo, Telecomunicações, Broadcasting, Industrial e Acessórios. São três as fábricas da companhia no País: Extrema (MG), São José dos Campos (SP) e Manaus (AM). É nesta última em que fica locado o gerente geral administrativo Cesar Ueda.

CURRÍCULO ATUALIZADO:

20 ANOS DE EXPERIÊNCIA

O Grupo Gi completa, em 2018, vinte anos dedicados ao desenvolvimento do mercado de trabalho.

São duas décadas de crescimento, que levaram nossas soluções em RH para mais de 50 países. No Brasil, completamos 10 anos de atuação e estamos presentes em todas as regiões do país, para atender de forma personalizada a todas as necessidades de nossos clientes.

“A Panasonic é uma multinacional japonesa que manteve a tradição, valorizando a sua história mas, ao mesmo tempo, inovando e modernizando. Temos exposto mais a marca/empresa, valorizando a nossa equipe e suas conquistas, assim como as contribuições à sociedade, algo que tanto preparamos. Temos também investido no diferencial dos benefícios e na qualidade do ambiente de trabalho”, analisa Cesar, que atua há mais de 13 anos na Panasonic, tendo passado anteriormente por diversos departamentos.

Em um período de recuperação da economia brasileira, o executivo destaca a importância de uma sólida cultura organizacional, pois “se não houver uma integração de todos os departamentos, fica inviável implantar as ações de RH. Um necessita do outro para completar o processo e funcionar plenamente, pois no ambiente interno todos são fornecedores e clientes de todos”.

Nesta entrevista concedida à Gestão RH, Cesar Ueda analisou os desafios presentes no dia a dia da Panasonic do Brasil e apontou as boas práticas que já são desenvolvidas pelo seu departamento.

Gestão RH - Como foi a sua trajetória até chegar à posição de gerente geral administrativo da Panasonic do Brasil? O que mais te motivou a atuar profissionalmente no departamento de Recursos Humanos?

Cesar Ueda - Sou formado em Administração de Empresas, com especialização em Relações Internacionais e MBA em Inovações em Negócios. Estou na Panasonic há mais de 13 anos. Iniciei como gerente de relações institucionais, depois fiscal, IMPEX, gerente administrativo sênior até chegar a gerente geral administrativo.

A relação com o departamento de RH surgiu com a agregação das atividades. Sempre gostei de assuntos relacionados ao RH, portanto foi

algo que veio naturalmente e, com certeza, para o meu crescimento profissional e pessoal. Portanto, o que me motiva a atuar no RH, é esta relação humana e como isso pode influenciar tanto positiva ou negativamente nos resultados de uma corporação.

Gestão RH - Na área de atração e retenção de talentos, quais



“O NOSSO MERCADO SEMPRE FOI MUITO DINÂMICO, ALGO QUE SE MULTIPLICOU NOS TEMPOS ATUAIS. POR ISSO OS GRANDES DESAFIOS SÃO A ATRAÇÃO E, PRINCIPALMENTE, A RETENÇÃO DE TALENTOS. DIGO QUE NÃO É UM DESAFIO SÓ DO RH, MAS DE TODOS OS GESTORES E DEPARTAMENTOS, OU SEJA, DA EMPRESA EM GERAL”



são os maiores desafios para o setor de RH da Panasonic neste momento de instabilidade política e incipiente recuperação econômica? Como a empresa vê as perspectivas socioeconômicas e políticas do País no médio prazo?

Cesar Ueda - O nosso mercado sempre foi muito dinâmico, algo que se multiplicou nos tempos atu-

ais. Por isso os grandes desafios são a atração e, principalmente, a retenção de talentos. Digo que não é um desafio só do RH, mas de todos os gestores e departamentos, ou seja, da empresa em geral.

A Panasonic é uma multinacional japonesa que manteve a tradição, valorizando a sua história mas, ao mesmo tempo, inovando e modernizando. Temos exposto mais a marca/empresa, valorizando a nossa equipe e suas conquistas, assim como as contribuições à sociedade, algo que tanto preparamos. Temos também investido no diferencial dos benefícios e na qualidade do ambiente de trabalho. Acreditamos que com os pontos mencionados acima atingiremos estes talentos.

Gestão RH - Quais foram as ações ou programas mais inovadores e eficientes implantados pelo RH da Panasonic em sua gestão?

Cesar Ueda - Na Panasonic temos sete princípios, sendo um deles o de “Contribuição à Sociedade”. Dentro dele, destaco dois programas importantes ocorridos: o Programa de Formação de Desenvolvedores de Software, em Iranduba (AM), e o Programa SEMEAR. Através do primeiro, contribuimos para a formação de 152 alunos do ensino médio de uma escola pública no interior do Amazonas. O outro é um programa sócio-ambiental, ligado à educação ambiental, para 1.000 crianças. Ele realizou o plantio de 1.000 mudas, feito pelos colaboradores da empresa (fábrica de Manaus), o que contribuiu para a arborização e o embelezamento da cidade.

Gestão RH - Que tipo de ações a companhia realiza nas áreas de mentoria, plano de carreira e linha sucessória transparente?

Cesar Ueda - Desenvolvimento de competências individuais, alinhado à Avaliação de Desempenho e a um Programa de Desenvolvimento de Lideranças.

Gestão RH - Como o RH da Panasonic 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?

Cesar Ueda - Sem preconceitos em suas contratações, respeitando a individualidade de cada um, criando um Programa recentemente de Diversidades para ajudar a integrar no âmbito profissional qualquer estilo de vida. Este Programa de Diversidades tem a participação do atleta paralímpico Daniel Dias.

Gestão RH - De que modo a tecnologia é utilizada como parceira do departamento de Recursos Humanos da Panasonic?

Cesar Ueda - Para facilitar o acesso às mídias, divulgação da marca, acompanhar as mudanças organi-



“SE NÃO HOVER UMA INTEGRAÇÃO DE TODOS OS DEPARTAMENTOS, FICA INVIÁVEL IMPLANTAR AS AÇÕES DE RH. UM NECESSITA DO OUTRO PARA COMPLETAR O PROCESSO E FUNCIONAR PLENAMENTE, POIS NO AMBIENTE INTERNO TODOS SÃO FORNECEDORES E CLIENTES DE TODOS”



zacionais e facilitar os processos de RH.

Gestão RH - Qual é a importância da integração entre todos os departamentos de uma empresa para impulsionar as ações ligadas ao RH, e de que maneira isso se verifica na Panasonic?

Cesar Ueda - Se não houver uma integração de todos os departamentos, fica inviável implantar as ações de RH. Um necessita do outro para completar o processo e funcionar plenamente, pois no ambiente interno todos são fornecedores e clientes de todos. A Panasonic alinha seus objetivos e estratégias, integrando sua equipe com reuniões semanais, lazer com a liderança, treinamentos em equipe... Ou seja, fortalecendo assim o comprometimento de todos em alcançar os resultados.

AG ALTA GESTÃO



HÁ MAIS DE 20 DE ANOS REALIZANDO PROGRAMAS DE RÁDIO, TV E INTERNET COM CEO'S E EXECUTIVOS DA ALTA GESTÃO

• [DESCUBRA EM ALTAGESTAO.COM](http://DESCUBRAEMALTAGESTAO.COM) •



NOVIDADES ANUNCIADAS

44º Congresso Nacional sobre Gestão de Pessoas já tem tema e palestrantes anunciados

A 44ª edição do Conarh (Congresso Nacional sobre Gestão de Pessoas), um dos maiores eventos sobre gestão de pessoas do mundo, está marcada para acontecer entre os dias 14 e 16 de agosto, no São Paulo Expo (Rodovia dos Imigrantes, s/n - Km 1,5 - Vila Água Funda).

Com o tema "Protagonista da Transformação", o congresso tem o objetivo de mostrar que todos são responsáveis por influenciar as pessoas de forma positiva, e que para ter um mundo mais justo, diverso e igualitário é necessário colocar em prática as ações, ser o protagonista

da verdade.

Os conteúdos serão divididos entre palestras Magnas e Simultâneas, todas ministradas por profissionais renomados do mercado brasileiro e internacional.

As inscrições estão abertas, e podem ser feitas no site <http://www.conarh.com.br>

conarh.com.br, pelo e-mail congressista@conarh.com.br ou pela central de atendimento (11) 3138-3420.

Com mais de 30 palestras e painéis, o Conarh 2018 já confirmou grandes

nomes em sua grade, contando com palestras de executivos de empresas como Gerdau, Santander e Dr. Consulta. Confira algumas das atrações já definidas.

"A grande revolução: seja uma marca"

Leo Chaves – cantor, palestrante, presidente fundador do Instituto Hortense e autor do livro "No colo dos Anjos"

Leo irá dividir experiências relacionadas a carreira profissional e pessoal, quedas, frustrações, dificuldade, obstáculos, tudo o que enfrentou e superou na vida. Com base em seus estudos sobre inteligência emocional e gestão da emoção, também utiliza um pouco de filosofia, modelo educacional escolar e familiar.

"Como desenvolver Líderes Exponenciais"

Gustavo Werneck – CEO da Gerdau

Gustavo é o primeiro CEO que não pertence à família Gerdau em 116 anos. Há 13 anos na companhia, é conhecido por um estilo enérgico e pela capacidade de bater metas. Irá compartilhar como o RH foi importante no desenvolvimento do seu potencial e como viveu o programa de sucessão.

"As 5 novas competências para desenvolver carreiras e empresas de sucesso"

Mauricio Benvenuti – sócio da StarSe e autor do livro "Incansáveis"

As novas tecnologias e como elas estão impulsionando a mudança nas pessoas, organizações e sociedade. Estamos mesmo promovendo a mudança ou ela está nos impulsionando a mudar? O que vem pela frente? Como me preparar?

"A startup que reinventou o sistema de saúde no Brasil"

Thomaz Srougi – fundador do Dr. Consulta

A história dos empreendedores que querem protagonizar uma das maiores ondas de impacto já vistas no mercado de saúde brasileiro. O Dr.Consulta realiza cerca de 55 mil atendimentos por mês, com uma rede de 600 médicos. Criada em 2011, só este ano, em plena crise financeira do País, abriu oito novas unidades, totalizando 20 na capital paulista e na região do ABC.

"A diversidade na perspectiva dos CEOs"

Cristina Palmaka – CEO da SAP Brasil e Sérgio Rial, Presidente Executivo do Santander Brasil

Moderador: Milton Jung, Jornalista, âncora do Jornal da CBN e do programa Mundo Corporativo, co-autor do livro "Comunicar para Liderar" e autor de "Jornalismo de Rádio"

Debate sobre como os CEOs veem a diversidade nas empresas. Seus respectivos programas funcionam? Quais as lições aprendidas? Que mensagem gostariam de passar para os RHs, para que efetivamente tragam a diversidade de mindset para as organizações?

44º Congresso Nacional sobre Gestão de Pessoas

Data: 14, 15 e 16 de agosto de 2018

Local: São Paulo Expo

Endereço: Rodovia dos Imigrantes, s/n - Km 1,5 - Vila Água Funda



Gustavo Werneck

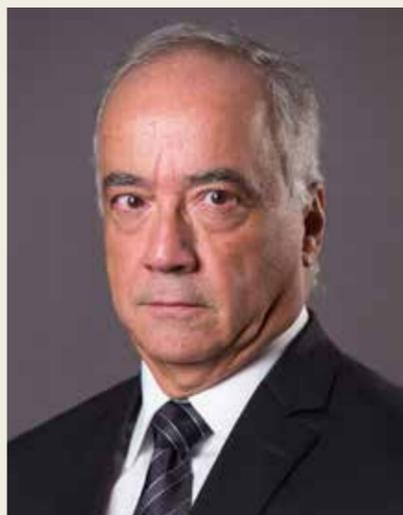


Thomaz Srougi



Cristina Palmaka

Com 35 anos de experiência em RH, sendo 30 dedicados à consultoria, **Cyro Magalhães** acaba de chegar à Korn Ferry para assumir o cargo de Client Partner de Advisory. Sua experiência abrange projetos integrados em Recursos Humanos, envolvendo soluções nas práticas de remuneração e gestão de talentos em planejamento estratégico de RH, clarificação e alinhamento de estrutura e processo organizacional, além de gestão de clima e engajamento. Administrador de empresas graduado pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP, Magalhães atuou em grandes empresas multinacionais e nacionais de diversos mercados e setores. Sua última experiência foi como diretor de uma grande consultoria global, na qual atuou como gestor de grandes contas em projetos ligados às práticas integradas em gestão de Recursos Humanos. Na década de 1990, Cyro trabalhou no Hay Group durante dez anos e foi responsável por projetos relacionados ao negócio de Capital Humano. De acordo com Carlos Martins, presidente de Advisory da Korn Ferry para a América do Sul, Cyro é um profissional reconhecido no mercado quando o tema se refere às pessoas e à estrutura organizacional no Brasil. “Ele tem um grande conhecimento do mercado brasileiro e dos problemas das empresas em relação às estratégias, pessoas e remuneração. Acreditamos que com essa expertise Cyro Magalhães seja um catalisador para o crescimento da empresa, principalmente para os nossos clientes”.



Após cinco anos, Flávio Jansen deixa o comando da Locaweb para reassumir sua cadeira de membro do Conselho Administrativo da companhia e participar de comitês estratégicos. Em seu lugar, assume **Fernando Cirne**. Com a chegada à presidência, o novo CEO tem como objetivo acelerar a estratégia de crescimento da companhia e a expansão para novos mercados, tornando a Locaweb líder no fornecimento de serviços digitais no Brasil. Um dos pilares do novo planejamento é acelerar a atuação da empresa no mercado de SaaS (Software como Serviço) e prosseguir na melhoria contínua das soluções de toda a empresa e suas cinco unidades de negócios: Locaweb Serviços de Internet, Locaweb Corp, AlliN, Tray e Yapay. “Temos uma grande missão pela frente, que é dar prosseguimento a todo o trabalho realizado pelo presidente anterior. Continuaremos prezando pela qualidade, inovação, crescimento e pela nossa paixão por desenvolver, fatores que consolidaram a Locaweb como referência no mercado de tecnologia ao longo desses 20 anos de existência”, explica Cirne. Desde o início de 2012 na empresa, o executivo iniciou sua jornada como diretor de marketing e, após nova estruturação da marca em fevereiro do ano passado, assumiu a diretoria-geral da Locaweb Serviços de Internet. Com a mudança, Higor Franco, até então diretor ao lado de Cirne, torna-se o novo diretor-geral da unidade voltada para o varejo.

A Scania, referência mundial em soluções de transporte sustentável, anunciou **Danilo Rolim Rocha** como o novo vice-presidente de Recursos Humanos da Scania Latin America. O executivo é ‘prata da casa’: ingressou na empresa em 1994 e passou por diferentes áreas ligadas a Produção, Engenharia, Logística, Qualidade, Sales and Marketing e Compras. Formado em Engenharia de Produção pelo Centro Universitário da FEI e especializado em Administração Industrial pela Fundação Vanzolini, em 2011, assumiu um desafio internacional ao ser expatriado para a Suécia, que além de ter sido uma excelente experiência profissional e pessoal, teve como objetivo a implementação de novos métodos de trabalho na Fábrica de Motores. Nesse período, também participou de programas de especialização, o Executive Program in Industrial Management e o International Business Program, na KTH - Executive School e na IFL - Stockholm School of Economics, respectivamente, duas das mais importantes universidades da Suécia. Ao retornar para o Brasil, três anos mais tarde, assumiu a responsabilidade pelo departamento de Compras de Powertrain da Scania Latin America, participando diretamente na integração com o grupo Volkswagen. Nos últimos dois anos, o executivo esteve à frente da Fábrica de Chassis no ABC Paulista, onde acontece a montagem final de caminhões e ônibus da marca.



A Henkel, detentora de marcas globais de tecnologias adesivas, cosméticos e produtos de limpeza, nomeou **Manuel Macedo** como presidente da companhia para a região da América Latina. O novo cargo do executivo português será adicional às funções atuais de presidente da Henkel no Brasil e vice-presidente da unidade de negócios de Adhesive Technologies para América do Sul. Macedo iniciou sua trajetória na Henkel em Portugal, no ano de 1994, na área de Laundry & Home Care. Em 2003, foi expatriado para o México, onde assumiu a unidade de Adesivos de Consumo. Nos anos seguintes, comandou a unidade de Adesivos no Chile, onde também atuou como CEO. Desde 2012, Manuel está no Brasil. No País, Manuel assumiu a vice-presidência de Adesivos de Consumo e desde outubro de 2015 é presidente da Henkel no Brasil. Formado em Administração de Negócios na Universidade Técnica de Lisboa, com MBA em Estratégia Industrial, Manuel é fluente em cinco idiomas e acumula vivência em nove países diferentes. “Estou muito honrado em assumir o desafio de liderança da Henkel na América Latina. A região é foco de crescimento da empresa e tem um potencial de expansão significativo”, declara.



A Sanofi anunciou a nomeação de **Rafael Gonçalves** como novo gerente de Marketing Global da categoria “Cough” (Tosse) da companhia em sua sede, em Paris. Por um período inicial de 11 meses, Rafael atuará no time global de marketing estratégico e liderará a expansão da subdivisão de consumo da farmacêutica por meio de lançamentos de novos produtos em países europeus. Com 27 anos, o executivo integra o time de 62% de jovens líderes, os conhecidos Millenials, na Sanofi. Rafael é formado em Comunicação Social pela Universidade Anhembi Morumbi, possui pós-graduação em gerenciamento de marketing pelo Insper e atua há mais de oito anos na Sanofi, tendo passagens pelas áreas de comunicação, digital, inovação e marketing de importantes marcas de Consumer Healthcare, como Dorflex, Cewin, Vitawin e Allegra. Com a migração do executivo para a França, a profissional que o substitui é Thais Olímpio, que foi designada como gerente de Produto para o anti-histamínico Allegra, que integra o portfólio de Consumer Healthcare da Sanofi Brasil. Ela dividirá a marca com a também gerente de produto Fabiane Soldera.

Com mais de 20 anos de experiência nas áreas de hotelaria e serviços, **Nilton Cambé** assume a gerência do recém-reformado Meliá Ibirapuera, empreendimento da Meliá Hotels International, em São Paulo. Em sua carreira profissional o executivo passou por grandes redes hoteleiras do País. Também atuou no Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, onde gerenciou um inventário de mais de 40 mil quartos. Cambé é bacharel em Administração pelo Centro Universitário de Brasília com MBA Executivo pelo Instituto COPPEAD da UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro, fala inglês, italiano e francês. “Como o Meliá Ibirapuera acabou de passar por um grande retrofit, pretendo desenvolver planos de comunicação e parcerias para divulgar o novo empreendimento no mercado no decorrer do ano de 2018. Além da gestão dos colaboradores do hotel com foco na excelência dos serviços, quero atrair mais clientes e eventos para conhecer nossa nova estrutura”, afirma Nilton.





Monica Pieratti é a nova líder de Marketing da área de processamento da Tetra Pak Américas. A executiva chega com o desafio de desenvolver produtos e serviços que tornem a indústria alimentícia mais competitiva, além de fomentar a inovação, alta performance e eficiência dos fabricantes de alimentos e bebidas. Na companhia desde 2001, Monica já atuou no escritório de Modena, na Itália, como gerente global de Marketing, e, em 2011, foi transferida para a filial da empresa em Lima, no Peru, no cargo de gerente de marketing e produto. Em 2014, voltou ao Brasil para assumir a posição de gerente de portfólio, na qual permaneceu até fevereiro deste ano. Formada em Marketing pela Universidade Luterana da Califórnia, Monica também acumula passagens por Colgate-Palmolive e Coca-Cola.



Orson Ledezma assumiu como novo vice-presidente e gerente geral das operações da Ecolab no Brasil. A companhia é líder mundial em tecnologias e serviços de água, higiene e energia. Ledezma começou sua carreira na Nalco Water, uma das empresas da Ecolab, em 1996, na Venezuela. No Brasil, inicialmente atuou como gerente sênior de produtos Nalco Water para a América Latina e, posteriormente, agregou as funções de Marketing e Vendas. Em 2016, aceitou o convite para liderar o mercado mexicano. A missão de Ledezma no Brasil é impulsionar os negócios da Ecolab, reforçando a venda conjunta entre as divisões e negócios da empresa. O executivo assume o cargo de Luis Gustavo Pereira, de mudança para os EUA, onde passará a exercer a função de vice-presidente sênior e gerente geral global do negócio Paper da divisão Nalco Water.



Pablo Luchetta assumiu a liderança da operação de lubrificantes da YPF no Brasil, substituindo Ramiro Ferrari, que retorna à matriz com a missão de desenvolver os negócios internacionais da empresa. A indicação do executivo prossegue o planejamento de crescimento da marca no país iniciado há cinco anos, com resultados relevantes que incluíram aquisição de planta própria em 2015, reposicionamento da marca e investimentos em marketing e comunicação que consolidaram o modelo de negócio e lançaram o alicerce para metas mais ambiciosas em 2018. Pablo é engenheiro industrial, especialista em economia do petróleo e gestão empresarial, e tem MBA em marketing. Sua gestão será de continuidade, implementando a segunda fase dos planos de expansão dos negócios da YPF Brasil com foco no aumento de volume e marketing share.



Rose Del Col assumiu o cargo de Country Manager da American Express no Brasil. Em sua nova posição, ela será responsável por liderar e desenvolver as estratégias de negócios no Brasil, gerenciando e expandindo as parcerias de sucesso com bancos e adquirentes, de modo a promover a emissão e aceitação dos cartões American Express no País. Anteriormente, Rose Del Col trabalhava na Mastercard como diretora de Produtos Pré-pagos e Inclusão Financeira para a América Latina Geo Sul. No entanto, ela não é nova na American Express, já que anteriormente foi vice-presidente e gerente geral da América Latina e Canadá de produtos pré-pagos, de 2008 a 2015. Ela também foi responsável pela implementação do Amex Gift Card no Reino Unido e no Japão. Rose possui experiência em Desenvolvimento de Negócios e Marketing por meio de atuação em empresas como GE Capital, AON Warranty Services e AIG Brasil. Ela tem MBA em Marketing pela FIA/USP e é graduada em Marketing pela ESPM.

BASICAMENTE
Tudo de bom
CBS, A MELHOR CESTA BÁSICA
PARA SUA EMPRESA
E SUA FAMÍLIA



A CBS OFERECE A MAIOR VARIEDADE DE CESTAS BÁSICAS COM AS MELHORES MARGAS, PARA QUALQUER OCASIÃO. ACESSE CBSCESTAS.COM.BR, CONHEÇA AS DIVERSAS OPÇÕES E ESCOLHA A QUE SE ENCAIXE MELHOR ÀS NECESSIDADES DA SUA EMPRESA. CESTAS FAMÍLIA, CESTAS ECONÔMICAS, CESTAS DE NATAL E MUITO MAIS.

CUIDADO ESTRANGEIRO



Rolf Hoenger é presidente da Roche Farma Brasil

Suíço Rolf Hoenger fala sobre período à frente da Roche Farma Brasil

Por Adriano Garrett

Depois de se graduar em Economia pela Universidade de St. Gallen, na Suíça – seu país natal –, Rolf Hoenger trilhou uma carreira internacional de sucesso. Atuando na multinacional farmacêutica Roche há mais de duas décadas, ele teve algumas passagens por filiais da companhia em países em desenvolvimento. Conhecedor da realidade de pacientes em três continentes diferentes, em lugares

como Cazaquistão, Peru, Colômbia e Equador, Rolf assumiu em 2014 a presidência da Roche Farma Brasil, que hoje em dia é responsável por mais de 40% de todo o faturamento da Roche Farma na América Latina e representa a sétima maior operação da companhia no mundo. “Quando assumi a presidência [da Roche Farma Brasil], um dos meus principais desafios era a ampliação do acesso aos nossos tra-

VIAGENS CORPORATIVAS

Autonomia de gestão, eficiência e redução de custos.

Sabe o que a maior agência de business travel da América Latina pode fazer por você e pelos seus negócios? Otimizar tempo e dinheiro com os melhores recursos, ferramentas e suporte.

Soluções para gerenciamento de viagens corporativas



QUALITY CONTROL

Gerenciamento de todos os processos e controle de qualidade, impedindo erros operacionais.



E-CORPORATE PLUS

Reservas online e total autonomia na realização de todas as etapas de uma viagem.



RELATÓRIOS GERENCIAIS

Business intelligence que permite a apresentação de relatórios com riqueza e detalhamento de informações.

Outras vantagens de contar conosco:



EVENTOS: produção e gerenciamento com todos os processos com SLA.



SERVICE PLUS: o melhor serviço de assistência em aeroportos.



CAMPANHAS DE PREMIAÇÃO: viagens de incentivo.



ATENDIMENTO EMERGENCIAL: funciona 24 horas por dia, 7 dias por semana.

Solicite uma proposta para a Flytour Paulista.

11 2159-3900

Flytour Paulista - SP
Rua Haddock Lobo, 403 | Cs. 1D | Cerqueira César
vermari@flytour.com.br

www.flytour.com.br/paulista



tamentos inovadores aos pacientes – ou seja, garantir que os nossos medicamentos chegassem às mãos de quem mais precisa deles, tanto no sistema público de saúde quanto no privado. Desde então, estamos trabalhando ativamente para identificar e agir em gargalos que dificultam o acesso à saúde em várias regiões do País, por meio de uma estratégia de regionalização que consiste em pensar de forma personalizada em relação às necessidades de acesso à saúde de cada estado”, explica o gestor, que fala fluentemente em português.

Em entrevista à Gestão RH, Rolf Hoenger falou sobre sua trajetória bem-sucedida no ramo farmacêutico, comentou os desafios enfrentados no turbulento cenário brasileiro e apontou os próximos passos que serão trilhados pela companhia.

Gestão RH - Qual foi a sua trajetória acadêmica e profissional anterior, e como ela impacta o seu dia a dia de trabalho na Roche?

Rolf Hoenger - Quando eu era estudante, tinha o sonho de me tornar médico, mas, por questões pessoais, cursei Economia. Formei-me pela University of St.Gallen, na Suíça. Assim que saí da faculdade, trabalhei por pouco tempo em outro segmento. Logo percebi que deveria me reconectar ao meu sonho, pois na indústria farmacêutica você pode ter impacto na vida de muitos pacientes. Começa assim a minha história de 25 anos na Roche, completados no último mês de março.

Antes de chegar ao Brasil, construí minha carreira em países e regiões em desenvolvimento (Cazaquistão, Ásia Central e região do Cáucaso, América Central & Caribe, Peru, Colômbia & Equador) - locais onde períodos de instabilidade e poucos recursos para a saúde não são novidade. Aprendi rapidamente que para enfrentar cenários desafiadores era preciso lançar mão da criatividade e inovar. Percebi que era importante romper a ideia de

que a inovação só acontece no laboratório da matriz, com o desenvolvimento de novas terapias, e passei a fomentá-la no dia a dia – sempre com foco no paciente.

Gestão RH - Quais foram os principais desafios da Roche Farma Brasil desde que você assumiu a presidência, em janeiro de 2014? Quais foram os reflexos específicos da crise econômica brasileira para a empresa, e quais são as principais metas da companhia no médio prazo?

Rolf Hoenger - Quando assumi a presidência, um dos meus principais

“
ACREDITO NA
LIDERANÇA
COMPARTILHADA.
QUERO INCENTIVAR
O PROTAGONISMO
DOS MEUS TIMES,
PARA TERMOS MAIS
AGILIDADE NO
PROCESSO DECISÓRIO
E MAIOR CAPACIDADE
DE INOVAR, EM TODOS
OS NÍVEIS
”

desafios era a ampliação do acesso aos nossos tratamentos inovadores aos pacientes – ou seja, garantir que os nossos medicamentos chegassem às mãos de quem mais precisa deles, tanto no sistema público de saúde quanto no privado. Desde então, estamos trabalhando ativamente para identificar e agir em gargalos que dificultam o acesso à saúde em várias regiões do País, por meio de uma estratégia de regionalização que consiste em pensar de forma personalizada em relação às necessidades de acesso à saúde de cada estado, ou seja, ter estratégias de atuação diferentes, le-

vando em conta características locais.

O Brasil é, hoje em dia, responsável por mais de 40% de todo o faturamento da Roche Farma na América Latina e representa a sétima maior operação da companhia no mundo. É claro que os períodos de instabilidade na economia trazem desafios para o negócio, mas a Roche se preparou para esse momento crítico com um plano estratégico de longo prazo.

No médio prazo, as nossas metas também são inovação e acesso: aprovar e tornar disponíveis os nossos novos medicamentos no Brasil para aqueles que precisam deles. Ou seja, trazer as nossas novas terapias em áreas como oncologia, hematologia, neurologia, sistema nervoso central, entre outras, e trabalhar para que todos tenham acesso a elas.

Como exemplo, cito que acabamos de obter aprovações importantes junto à Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) para tratamentos com abordagens inovadoras contra a esclerose múltipla, o carcinoma urotelial, o câncer de pulmão de não pequenas células e o câncer de mama HER2 positivo inicial.

Gestão RH - Como você define seu estilo de liderar? De que forma ele reflete na atuação dos colaboradores da Roche?

Rolf Hoenger - Acredito na liderança compartilhada. Quero incentivar o protagonismo dos meus times, para termos mais agilidade no processo decisório e maior capacidade de inovar, em todos os níveis. Com metas ambiciosas, ao desafiar o status quo estimulamos ideias com potencial de fazer a diferença. Afinal, é a partir da inovação que alcançaremos as mudanças capazes de transformar o nosso negócio para enfrentar cenários cada vez mais desafiadores, sempre com foco naquilo que é o mais importante: o nosso propósito.

Em suma, queremos ter o paciente no centro do nosso trabalho diário e desenvolver, agora, o que eles precisam hoje e no futuro. No fim do dia, todo colaborador da Roche entende

que tudo que fazemos tem um único objetivo: promover aos pacientes mais acesso às nossas terapias inovadoras, estejam eles onde estiverem. Ao instrumentalizar e empoderar as pessoas para inovarem em seu dia a dia, estamos construindo um caminho sustentável para a inovação acontecer em todos os níveis e setores da empresa.

Gestão RH - Com tantos colaboradores sob seu comando, qual é a sua receita para inspirar as lideranças a desenvolver suas equipes de trabalho?

Rolf Hoenger - Quando trabalhamos com saúde sabemos que nossas decisões de negócios vão além de resultados financeiros, pois elas têm um impacto relevante na vida de muitas pessoas: os pacientes, os familiares e a sociedade. Por isso, temos o senso de que estamos trabalhando contra o tempo, e isso exige agilidade na tomada de decisão e protagonismo

“
NADA MELHOR PARA
INSPIRAR MEUS TIMES
DO QUE REFORÇAR O
MOTIVO DE ESTARMOS
AQUI TODOS OS
DIAS: TER O PACIENTE
NO CENTRO DO
NOSSO TRABALHO.
CRIEI ASSIM O
PACIENTÔMETRO, UMA
FORMA DE MEDIR
NOSSO PROGRESSO
”

dos colaboradores. Nada melhor para inspirar meus times do que reforçar o motivo de estarmos aqui todos os dias: ter o paciente no centro do nosso trabalho. Criei assim o pacientômetro, uma forma de medir nosso progresso, mostrando o número de pacientes que tratamos ao longo do ano - ele torna visível a importância do nosso trabalho.

Gestão RH - Como são desenvolvidos na empresa temas como mentoria, plano de carreira e linha sucessória transparente?

Rolf Hoenger - Na Roche, nos preocupamos em oferecer excelentes oportunidades de desenvolvimento e carreira a todos os profissionais. Fomentamos a diversidade de pensamento e experiências como fonte para projetos inovadores, voltados a gerar valor à sociedade. Estimulamos o reconhecimento de nossa equipe, que trabalha de maneira integrada e engajada.

gestão **RH**

**ANUNCIE
— NA REVISTA MAIS INFLUENTE —
ENTRE OS RHs**

gestaoerh.com.br



renato@grupogr.com.br



(11) 99911-0480

(11) 3254-7509

Todos os funcionários e gestores têm um plano individual de desenvolvimento focado na evolução da posição atual, o que abrange a participação em uma série de programas, como mentoria e coaching, preparando-os para posições futuras. Além disso, nosso RH mapeia oportunidades para colaboradores de todos os níveis, divulgando com transparência as vagas entre todas as afiliadas. Visando a sustentabilidade da carreira dos nossos profissionais, temos programas que incluem atuação internacional ou transversal em outras divisões da Roche (exemplo: Farma, Diagnóstica, Genentech), job rotation para novas áreas e posições, entre outras.

No que diz respeito à linha sucessória, primeiramente valorizamos nossos talentos internos. Temos profissionais já identificados com alto potencial de liderança a fim de ocuparem posições estratégicas, considerando o curto, o médio e o longo prazo. Ao mesmo tempo, mapeamos profissionais no mercado de trabalho para, quando identificamos ser necessário, contarmos com uma visão externa. Tudo depende da posição e do momento da companhia.

Gestão RH - Como a Roche incentiva a diversidade (de gênero, orientação sexual, religião etc.)? Quais são as metas da companhia em relação à equidade de gênero?

Rolf Hoenger - A Roche é uma empresa que enxerga a diversidade como um diferencial competitivo importante para que tenhamos um ambiente aberto e inovador. Buscamos a diversidade, porém não de forma impositiva ou obrigatória. Nossa preocupação é garantir equidade de oportunidades para os candidatos, independentemente de gênero, orientação sexual, cor ou etnia. Valorizamos o talento em pessoas que compartilhem da nossa filosofia de paixão e coragem para gerar ideias e soluções inovadoras que impactem de maneira positiva a vida dos pacientes.

Sobre a equidade de gênero, é importante reforçar que a Roche conta

com um número expressivo de mulheres em posições de liderança sênior e sempre fomentou o importante papel da mulher na gestão. Na força de trabalho, os números são muito próximos entre homens e mulheres. De 1.736 colaboradores, 865 são mulheres, enquanto 871 são homens. Há dois anos, a proporção de mulheres nos cargos de gestão na empresa é de 52%, considerando os níveis estratégico e tático, juntos.

Gestão RH - Na prática, como você entende a importância do equí-

“
A EMPRESA NÃO É NADA SEM AS PESSOAS QUE FAZEM AS INOVAÇÕES CHEGAREM AOS PACIENTES. POR ISSO, NA ROCHE, A GESTÃO DE PESSOAS TEM O MESMO PESO QUE AS ÁREAS DE NEGÓCIOS

brío entre vida pessoal e profissional para o sucesso nos negócios?

Rolf Hoenger - O perfil dos colaboradores muda de forma constante e, cada vez mais, a qualidade de vida e o equilíbrio entre vida pessoal e profissional são fatores buscados pelos que desejam alcançar níveis altos de satisfação no mercado de trabalho. Acredito que quando cuidamos mais de nós mesmos, tomamos as melhores decisões e nos tornamos mais inovadores.

Tenho o privilégio de liderar uma empresa que globalmente investe nisso. Temos diversas iniciativas para

incentivar que todos os colaboradores busquem esse equilíbrio, desde academia completa à disposição dos funcionários, até a disponibilização de políticas que envolvem modelos flexíveis de trabalho – como a short friday e o home office.

Gestão RH - Como CEO, de que maneira você incentiva o RH como setor estratégico para os negócios e para o crescimento dos colaboradores da Roche no Brasil?

Rolf Hoenger - A empresa não é nada sem as pessoas que fazem as inovações chegarem aos pacientes. Por isso, na Roche, a gestão de pessoas tem o mesmo peso que as áreas de negócios. O desenvolvimento dos profissionais faz parte do Modelo Estratégico da empresa e é visto como um fator essencial para nosso sucesso. Acreditamos que “a Roche é um lugar onde aprendemos todos os dias”, construindo carreiras sólidas que perseguem objetivos com entusiasmo. Além disso, tenho grande satisfação de integrar um ambiente reconhecido como uma das melhores empresas para trabalhar.

Gestão RH - Você acredita que o investimento no aprendizado dos colaboradores é vital para que a companhia siga escrevendo novas páginas em sua história?

Rolf Hoenger - Sem dúvida. No último ano reformulamos o nosso modelo de desenvolvimento de pessoas para preparar os profissionais da Roche para a cultura da inovação. Trata-se de um formato mais colaborativo, prático e enxuto, focado na criação de um mindset de liderança competitivo e inovador, que estimula o protagonismo na carreira e no trabalho, em todos os níveis da companhia.

O resultado foi o RocheExperience, um programa dividido entre os níveis de liderança, colaboradores individuais (analistas, técnicos e assistentes) e estagiários. Cada um deles possui uma plataforma específica que ajuda o colaborador a se preparar para os fóruns de discussão presenciais, tornando-os mais objetivos.

VOCÊ CONHECE A SAÚDE DOS SEUS COLABORADORES?

A Sharecare é líder em gestão de saúde e redução de custos.



Nossas soluções:

- Plataforma Sharecare
- Envelhecimento Saudável
- Gestão em Ortopedia
- Gestão de Crônicos
- Coaching de Bem-Estar
- Alta Hospitalar
- Análise Preditiva
- Ligue Saúde

[Diabetes, insuficiência cardíaca congestiva, doença arterial coronária, asma, doença pulmonar obstrutiva crônica, hipertensão moderada e severa]

Entre em contato e saiba mais sobre como aumentar a sua rentabilidade ao investir em programas de gestão de saúde com máxima eficiência.



Baixe o aplicativo Sharecare

Saiba mais sobre nossas soluções em:

- www.sharecare.com.br
- [/sharecarebr](https://www.facebook.com/sharecarebr)
- [/company/sharecarebr](https://www.linkedin.com/company/sharecarebr)

contato@sharecare.com | 4440-0648



CULTURA DE PAZ



Andrea dos Santos Pereira Nunes é coordenadora do programa Cultura de Paz do Senac São Paulo

Programa do Senac São Paulo traz bons resultados para o clima organizacional

Por Adriano Garrett

A tolerância e o bom convívio são necessidades muitas vezes minadas pela velocidade do nosso dia a dia. Se nas discussões políticas a polarização faz com que pessoas que até outro dia eram amigas deixem de se falar, no ambiente de trabalho o estresse é um elemento costumeiramente presente que, aliado a comportamentos pouco amistosos, pode gerar um clima hostil nas organizações. Pensando em minimizar esses conflitos, o Senac São Paulo criou o programa Cultura de Paz, que desde 2013 realiza ações, projetos, treinamentos e a formação de grupos para dialogar e propor técnicas de abordagem da cultura de paz e não violência dentro e fora da instituição.

Coordenadora do programa, o papel de Andrea dos Santos Pereira Nunes é o de treinar pessoas para agirem de forma positiva mesmo em situações de conflito, e também formar grupos para dialogar e propor técnicas de aborda-

gem da cultura de paz e disseminá-la inclusive nas empresas e órgãos públicos.

“A abordagem da Comunicação Não Violenta (CNV), sistematizada pelo psicólogo norte-americano Marshall Rosenberg, foi inspirada pelo trabalho de Mahatma Gandhi, Martin Luther King e outros que enfrentaram pacificamente a diversos abusos e violências. Está embasada no princípio de que todas as ações humanas são tentativas de atender às suas necessidades, que são universais e nos unem como espécie”, explica Andrea.

De 2013 a 2017, mais de seis mil funcionários foram sensibilizados e quase três mil capacitados nessas metodologias. Como desdobramento desse investimento, foram realizados mais de 600 projetos pelas equipes das unidades, impactando mais de 30 mil alunos e comunidades com as quais o Senac atua. “Hoje, é possível perceber melhorias na convivência, com a percepção de salas de aulas mais inclusivas, menores índices de evasão e equipes mais integradas e produtivas”, comemora.

Na entrevista a seguir, concedida com exclusividade à Gestão RH, Andrea dos Santos Pereira Nunes explica detalhadamente os métodos utilizados pelo programa e os impactos que ele consegue atingir em grupos de trabalho de diferentes tipos.

Gestão RH - Qual foi a motivação para a criação do programa Cultura de Paz do Senac São Paulo? Quais foram os principais resultados alcançados até aqui?

Andrea dos Santos Pereira Nunes - Em 2009, o Senac São Paulo investiu na sistematização de uma cartilha para mapear iniciativas globais de transformação social por meio do protagonismo de coletivos e da resolução não-violenta dos conflitos. Este material compartilha saberes, experiências de convívio e, sobretudo, inspira a construção de uma cultura que respeita todos os direitos individuais e que se organiza autonomamente de forma colaborativa para lidar com os desafios da contemporaneidade. Qualquer pessoa pode ter acesso à cartilha pelo Portal Senac: www.sp.senac.br/culturadepaz.

Ao perceber a eficácia desta estratégia no relacionamento com as comunidades, e a partir do aumento no volume de atendimento para o público, em 2013, as ações de cultura de paz ganharam contornos de um programa institucional no Senac. Nesse momento, passamos a dedicar esforços, prioritariamente, para a sensibilização e formação das equipes pedagógicas e, em especial, dos docentes. Foram desenvolvidas ações educacionais internas, como cursos, exposições itinerantes e concursos culturais para estimular valores voltados à diversidade de visões

de mundo, além da aplicação de metodologias para a prevenção e enfrentamento da violência e para redução das vulnerabilidades.

Em 2017, o Programa Senac de Cultura de Paz foi incorporado ao Núcleo da Educação Corporativa da Gerência de Pessoal do Senac São Paulo. A partir de então, ampliamos as possibilidades de atuação e influência no desenvolvimento de competências dos funcionários da instituição e na própria cultura organizacional. A iniciativa favoreceu, em todas as esferas, a escuta atenta, o olhar sistêmico, a inteligência socioemocional, a empatia, o trabalho em equipe, a comunicação não-violenta, a resolução de problemas complexos e a tomada de decisão sustentável.

De 2013 a 2017, mais de seis mil funcionários foram sensibilizados e quase três mil capacitados nessas metodologias. Como desdobramento desse investimento, realizamos mais de 600 projetos pelas equipes das unidades, impactando mais de 30 mil alunos e comunidades com as quais o Senac atua. Hoje, é possível perceber melhorias na convivência, com a percepção de salas de aulas mais inclusivas, menores índices de evasão e equipes mais integradas e produtivas.

Gestão RH - No momento atual do Brasil, a intolerância se escancara em questões como as preferências



A INICIATIVA FAVORECEU, EM TODAS AS ESFERAS, O OLHAR SISTÊMICO, A INTELIGÊNCIA SOCIOEMOCIONAL, A EMPATIA, O TRABALHO EM EQUIPE, A COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA, A RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS COMPLEXOS E A TOMADA DE DECISÃO SUSTENTÁVEL. DE 2013 A 2017, MAIS DE SEIS MIL FUNCIONÁRIOS FORAM SENSIBILIZADOS E QUASE TRÊS MIL CAPACITADOS NESSAS METODOLOGIAS



“
DIVULGAR E
PRATICAR OS
VALORES E AS
COMPETÊNCIAS
QUE SUSTENTAM
UMA CULTURA
ORGANIZACIONAL
MAIS HORIZONTAL
E COLABORATIVA É
FUNDAMENTAL PARA
TORNAR CLAROS
OS CONTORNOS DE
UMA CONVIVÊNCIA
RESPEITOSA, QUE
FAÇA EMERGIR A
CRIATIVIDADE E A
INOVAÇÃO, COM A
AGILIDADE QUE O
MUNDO DEMANDA
E COM EQUIPES
INTERCONECTADAS
”

políticas. Você já presenciou casos em que tais diferenças acabaram levando colegas de trabalho a construir um ambiente tóxico?

Andrea dos Santos Pereira Nunes - As preferências políticas ou qualquer outro conflito, fruto da coexistência de diferentes crenças, somente se tornam violências e criam ambientes tóxicos quando as lideranças e as próprias equipes não estimulam e não são preparadas para cuidar da convivência cotidiana. Este tipo de cuidado, que começa no recrutamento e seleção dos funcionários a partir de um olhar para o alinhamento entre valores individuais e institucionais, deve ser permanente, com diálogos periódicos que aprofundem as reflexões sobre a identidade do grupo, talentos, e, sobretudo, sobre os comportamentos esperados e que catalisam o rendimento; e os comportamentos inadequados, que reduzem o engajamento e que devem ser desencorajados.

Essa prática favorece a consciência sobre os limites dos indivíduos ali agrupados por objetivos comuns, sempre embasados pelos valores da cultura organizacional. O investimento nessa preparação e acordo de convivência, enriquecido por conceitos que valorizam a diversidade como pré-requisito da inovação, vai prevenir conflitos e dissonâncias futuras, seja de qual for a natureza, a partir de uma corresponsabilidade coletiva de regulação, sobretudo quando praticada e estimulada pela liderança.

Ao longo de toda a jornada de uma equipe, as decisões precisam ser tomadas coletivamente, tendo sempre o diálogo e a negociação como forma de compreensão das diversas perspectivas e da resolução pacífica dos conflitos. Uma equipe é como uma comunidade e os mesmos princípios podem embasar esse relacionamento.

Gestão RH - Quais são os principais fatores que provocam desentendimentos no ambiente de trabalho? Qual deve ser o papel do departamento de RH e dos líderes de cada departamento para reverter um am-

biente de trabalho nocivo ao bem-estar de todos?

Andrea dos Santos Pereira Nunes - Mais do que opiniões pessoais, muitos dos desentendimentos no ambiente de trabalho surgem da inabilidade ou da falta de intencionalidade em enxergar as dimensões individuais e coletivas do ser humano e dos processos de trabalho de forma integrada, tanto pelas equipes quanto pelas lideranças, que ignoram os propósitos pessoais dos seus funcionários e não criam espaços para olhar sistemicamente os fluxos e para desenvolver competências essenciais para a resolução de problemas complexos, em equipe, com generosidade, empatia, abertura ao erro e à melhoria contínua.

Divulgar e praticar os valores e as competências que sustentam uma cultura organizacional mais horizontal e colaborativa é fundamental para tornar claros os contornos de uma convivência respeitosa, que faça emergir a criatividade e a inovação, com a agilidade que o mundo demanda e com equipes cada vez mais interconectadas. Com isso, tem-se uma base clara de referência para identificar se há alinhamento entre os valores institucionais e os individuais no cotidiano de trabalho, mas, em especial, durante os processos seletivos e de avaliação e feedback dos funcionários.

Para além dos cursos e ações formais de desenvolvimento, as áreas de RH podem criar oportunidade para encontros, integrações e imersões com o objetivo de fortalecer os laços, vínculos e a confiança na equipe. Assim, devem agir reconhecendo a diversidade dos talentos, respeitando as ambições individuais e viabilizando a inteligência coletiva por meio de diálogos e projetos com outros setores com foco na visão do todo, reacendendo propósitos, pertencimento e o engajamento na missão organizacional e em novos desafios.

Essa área tem ainda papel estratégico na criação e implementação das políticas internas de cargos, funções e salários, cuidando para que permanentemente sejam distribuídas de forma

ética, igualitária entre os funcionários, com critérios únicos e transparentes de direcionamento, reconhecimento e bonificação. Dessa forma, deve-se partir de políticas que consideram as desigualdades e buscam eliminar todas as formas de discriminação, sobretudo aquelas baseadas em etnia, gênero, orientação sexual, religião, deficiência, opinião política ou condição social.

Outra responsabilidade imprescindível diz respeito às políticas de benefícios e cuidados com a saúde integral e com a qualidade de vida de seus funcionários, a partir de políticas que estimulem o bem-estar biopsicossocial e, essencialmente, a autopercepção, o autocuidado e a autodeterminação para que estejam sempre conscientes e empoderados de sua condição e, com liberdade, autonomia e protagonismo, possam decidir sobre os caminhos e sua trajetória de vida.

Avaliar o crescimento pessoal inclui discussões sobre integração do trabalho-vida, família e tempo para recreação e reflexão. Os executivos que são líderes de sucesso trabalham diretamente com seus funcionários para ajudá-los a conquistar objetivos pessoais e profissionais. Hoje, o cuidado com a saúde emocional e mental ganha prioridade em função do aumento de afastamentos do trabalho por transtornos como depressão e síndrome do pânico.

Gestão RH - Na prática, como é possível transformar conflitos em oportunidades de aprendizagem?

Andrea dos Santos Pereira Nunes - Criando espaços seguros, individuais e coletivos, de feedback e diálogo, com confiança de expressar os incômodos causadores dos conflitos com foco na negociação e na produção coletiva de um acordo em que todos os envolvidos sintam que a convivência será melhor no futuro e que estão evoluindo juntos. Para tanto, é preciso uma abordagem que foque nos danos que estão sendo causados por certos comportamentos, revelando os impactos nas pessoas, independentemente de quem são os autores, e como elas podem, em um senso de corresponsabilidade, chegar às

soluções para seus próprios problemas, seja de convivência, seja de fluxo de trabalho, evitando que eles se repitam.

Líderes em locais de trabalho com alta confiança pedem ajuda de colegas em vez de apenas dizer-lhes o que fazer. Isso aumenta a confiança, o empoderamento coletivo e a cooperação. Pedir ajuda é um sinal de um líder seguro – aquele que envolve todos para atingir metas.

Gestão RH - Qual é o público-alvo do programa Cultura de Paz? Como ele pode ser contratado por empresas interessadas?

Andrea dos Santos Pereira Nunes - As competências que o Programa Senac de Cultura de Paz busca viabilizar são inerentes a qualquer ocupação profissional: escuta ativa, olhar sistêmico, resolução de problemas complexos, comunicação não-violenta, pensamento crítico, facilidade para se relacionar, abertura para mudanças, protagonismo, resiliência, tomada de decisão ética e responsável, e habilidade para trabalhar com diferentes culturas.

Independentemente de quem são as pessoas, nossas equipes têm o papel de mapear as necessidades de nossos clientes para estruturar uma solução corporativa que envolva temas, abordagens e metodologias fomentadas pela cultura de paz. Esse serviço é oferecido, por meio do Atendimento Corporativo do Senac São Paulo, para organizações públicas, privadas e do terceiro setor interessadas em colocar em prática a cultura de paz em seus ambientes de trabalho.

Gestão RH - O que é a Comunicação Não-Violenta (CNV), e por que ela se mostra como um recurso importante a ser utilizado no dia a dia das empresas?

Andrea dos Santos Pereira Nunes - A abordagem da Comunicação Não-Violenta (CNV), sistematizada pelo psicólogo norte-americano Marshall Rosenberg, foi inspirada pelo trabalho de Mahatma Gandhi, Martin Luther King e outros que enfrentaram pacificamente a diversos abusos e violências. Está

“
OS EXECUTIVOS QUE
SÃO LÍDERES DE
SUCESSO TRABALHAM
DIRETAMENTE COM
SEUS FUNCIONÁRIOS
PARA AJUDÁ-LOS
A CONQUISTAR
OBJETIVOS PESSOAIS
E PROFISSIONAIS.
HOJE, O CUIDADO
COM A SAÚDE
EMOCIONAL E
MENTAL GANHA
PRIORIDADE
EM FUNÇÃO DO
AUMENTO DE
AFASTAMENTOS
DO TRABALHO POR
TRANSTORNOS
COMO DEPRESSÃO
E SÍNDROME DO
PÂNICO
”



PARA CRIAR UMA CULTURA QUE PERMITA À EMPRESA SE ADAPTAR A UM MUNDO CADA VEZ MAIS DINÂMICO, QUE DEMANDA RAPIDEZ NA TOMADA DE DECISÕES E NA IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES, É PRECISO ANTES DESENVOLVER UM AMBIENTE CALOROSO, QUE INCENTIVE AS BOAS IDEIAS, A INOVAÇÃO E UMA CONEXÃO GENUÍNA ENTRE AS PESSOAS



embasada no princípio de que todas as ações humanas são tentativas de atender às suas necessidades, que são universais e nos unem como espécie.

Diante de um conflito, acessar as necessidades universais é o elo que torna possível a reconexão dos vínculos e a possibilidade de um diálogo em que ambas as partes sintam que ‘ganham’. Isso porque puderam expressar emoções e indicar fatos que estão causando incômodo, e porque planejaram um futuro novo, com esperança de melhoria. Para comunicar esse incômodo sem ofender, Marshall sugere separar os fatos dos julgamentos; os indicadores concretos, dos devaneios; identificar claramente os fatos que estão despertando as emoções desconfortáveis, freando o impulso do nosso cérebro de querer completar as histórias. A mesma estratégia pode refletir diferentes necessidades. Não entregar um relatório ou um projeto no prazo, por exemplo, pode estar atendendo a uma necessidade de liberdade, de tempo ou de sentido, por desconhecer o combinado.

São as emoções as mensageiras da satisfação ou não das necessidades. Nomeá-las torna mais fácil identificar suas manifestações, estopins e efeitos. Assim fica mais fácil manejá-las para prevenir situações que as despertem no futuro. Todo esse processo requer muita força, daí a importância do autocuidado com o bem-estar, inclusive para não dizer “sim”, quando a real necessidade pede um “não”.

Ao receber uma crítica, Marshall também nos ensina a ajudar o outro a traduzir: “você sempre faz tudo complicado, não é?” para “você está nervoso porque gostaria que os relatórios fossem mais simples, é isso?”, “vamos sentar juntos para ver o que dá para melhorar?”.

É preciso abertura, empatia e intencionalidade em cooperar. Numa escuta empática, ouvimos sem intenção de interrogar, de competir, de aconselhar ou de julgar. O apoio está em ajudar o outro a se fortalecer, se reconectando consigo mesmo, com suas necessidades mais vivas para que encontre as

respostas que necessita. É preciso enxergar que o conflito oferece a oportunidade para fazer uma melhoria.

Gestão RH - Além da CNV, quais são os principais tópicos explorados nos treinamentos, e como eles impactam o cotidiano das organizações?

Andrea dos Santos Pereira Nunes - O mundo corporativo atual exige profissionais capazes de se relacionar com facilidade, adaptar-se às constantes mudanças, resolver problemas de forma transparente e por meio de diálogos construtivos, empatia e acolhimento. Para criar uma cultura que permita à empresa se adaptar a um mundo cada vez mais dinâmico, que demanda rapidez na tomada de decisões e na identificação de oportunidades, é preciso antes desenvolver um ambiente caloroso, que incentive as boas ideias, a inovação e uma conexão genuína entre as pessoas. A implementação desse tipo de cultura requer a participação de toda a organização, e cada indivíduo torna-se responsável pelos resultados do todo.

No Senac São Paulo, as ações educacionais relacionadas ao desenvolvimento de competências que sustentam a cultura de paz são trabalhadas a partir de seis fundamentos que englobam diversos temas, como:

- Diálogo, Empatia e Complexidade:
- a escuta necessária para a ampliação da compreensão;
 - percebendo a estrutura do pensamento;
 - a origem dos preconceitos, discriminações e pré-julgamentos;

- Educação Emocional:
- o autoconhecimento e a inteligência intrapessoal;
 - melhorando a autoestima e fortalecendo vínculos;
 - o equilíbrio emocional (satisfações/fatores de proteção x frustrações/fatores de risco);
 - a raiva, o estresse, a ansiedade, o medo e a violência;

- A condição humana:
- nascemos violentos ou nos torna-

- mos violentos?;
- diferenciação entre violência e ações agressivas positivas;
- diferenciação entre as conquistas evolutivas da biologia humana e o que é construído;

- Comunicação Não Violenta:
- os prejuízos de uma comunicação ofensiva;
 - a importância de se expressar com clareza e assertividade;
 - conceito do Princípio da Não Violência;
 - a reação diante do feedback negativo: abertura e encorajamento da mudança;
 - a importância do tom de voz, do momento e do ambiente para se expressar;
 - diálogo e comunicação para uma relação “ganha-ganha”;
 - negociação: encontrando o caminho do meio;

- disposição, flexibilidade e criatividade na construção de acordos;
- consenso x acordos: um olhar para o futuro;

Práticas Restaurativas para resolução de conflitos:

- diferenças entre conflito e violência;
- a oportunidade do conflito;

O Princípio da Não Violência:

- a diferenciação entre conflito e violência;
- o conflito como necessário ao progresso;
- tipos de violência: conceitos;
- violência estrutural e a violação de direitos;
- Declaração Universal dos Direitos Humanos: o que não deve ser tolerado;
- o Princípio da Não Violência, de Jean-Marie Muller: uma força mais poderosa.

Gastronomia

- ✓ Café da manhã, almoço e jantar todos os dias
- ✓ Feijoada aos sábados
- ✓ Convênios com RH

Maestro
RESTAURANTE

Maestro Restaurante (Hotel Meliã)
Av. Ibirapuera, 2.534 - Moema - SP/SP
Informações: (11) 2164-6060
reservas@restaurantemaestro.com.br
www.restaurantemaestro.com.br

GASTRONOMIA E EVENTOS - CONFORTO E MODERNIDADE EM MOEMA

Eventos

- ✓ Reuniões
- ✓ Convenções
- ✓ Treinamentos
- ✓ Várias opções de salas

MELIÃ
IBIRAPUERA
BRAZIL

Av. Ibirapuera, 2.534 - Moema - SP/SP
CEP 04028 002 - São Paulo, Brasil
Tel: +55 11 2164-6070



Previdência Complementar: menos custos e mais retenção de talentos

A abordagem da reforma previdenciária tem preocupado algumas pessoas que, ao passar dos anos, pensaram em como manteriam seu patrimônio e, inclusive, como se sustentariam após pararem de exercer sua profissão.

Paralelamente a isso, as empresas têm exercido um importante papel na complementação da aposentadoria de seus funcionários e, conseqüentemente, utilizado desse benefício para reter seus talentos.

Com essa atitude, as organizações

proporcionam uma tranquilidade maior a seus funcionários, que tendem a permanecer na companhia, trabalham mais felizes e motivados e, ainda, reduzem custos anuais no momento da Declaração do Imposto de Renda.

Lei 9532/97

Apesar de não ser uma lei nova (tem mais de 20 anos), as empresas

ainda não se apropriam ou conhecem as vantagens de incluírem a previdên-

cia complementar como forma de benefício aos seus profissionais.

O que diz a Lei? Ela permite que as contribuições feitas pelas empresas ao Plano Previdenciário Empresarial possam ser deduzidas como despesa operacional para fins de apuração do Imposto de Renda que a empresa tem que recolher, além da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, até

o limite de 20% da folha salarial total dos participantes do plano de aposentadoria.

Isso significa que, na maioria dos casos, ao aderir ao plano, funcionários e empresa ganham. Por exemplo: os funcionários podem optar por investir de 2 a 4% de seu salário em

um plano. Desse percentual, sugere-se que a empresa contribua com, pelo menos, mais metade do percentual acordado entre funcionário e empresa previdenciária. Ou seja, se um profissional decidiu por investir 2%, a empresa incluirá + 1% do valor acordado.

Como escolher a melhor 'empresa previdenciária'?

Na maioria das vezes, as empresas procuram pelas instituições financeiras das quais fazem parte para obter os planos de previdência de seus colaboradores. Essa, porém, nem sempre é a melhor opção para o colaborador e, inclusive, para a empresa.

Qual a vantagem de se escolher uma empresa de investimento e não um banco? A empresa de investimento

estudará, junto à empresa contratante, quais são as melhores opções de bancos, empresas privadas independentes e, inclusive, níveis de funcionários a serem beneficiados.

Com essas informações, a empresa poderá proporcionar até três opções à empresa contratante, não causando nenhum ônus em relação ao uso da Lei 9532/97, e, adicionalmente, não obri-

gando a empresa a ter um plano de previdência complementar padrão a todos os seus funcionários, o que normalmente ocorre nas instituições bancárias.

Além disso, há mais uma vantagem: o funcionário e a empresa não precisam obrigatoriamente ter conta na instituição financeira – caso essa seja a opção – da qual está adquirindo um plano de previdência.

Quais são os tipos de Planos de Previdência que poderei oferecer ao meu colaborador?

Existem apenas dois tipos de planos de previdência – PGBL e VGBL; mas, o que são essas “sopas de letrinhas”?

O PGBL é o Plano Gerador de Benefício Livre. Ele é mais indicado aos profissionais que optam pela declaração do imposto de renda no modelo completo, por conta da base de cálculo dedutível que é de até 12% da renda bruta. Já o VGBL, ou Vida Gerador de Benefício Livre, é indicado para os declarantes do modelo simples e deduz 20% do imposto de renda.

A diferença dos dois planos, além da dedução do imposto de renda, dá-se também no momento do resgate do plano de acordo com a forma de tributação de resgate escolhida pelo funcionário: Tabela Progressiva Compensável ou Tabela Regressiva Definitiva.

Tabela Progressiva Compensável – é chamada progressiva porque tem alíquotas maiores conforme o valor resgatado. Além disso, as despesas com os dependentes – saúde e educação, por exemplo – podem reduzir

o imposto a pagar. Essa tabela é revista anualmente pela Receita Federal e as pessoas com mais de 65 anos têm a vantagem de ter os valores dobrados, se deixarem para resgatar após essa idade.

Tabela Regressiva Definitiva – é chamada assim por ter alíquotas menores quanto maior o tempo que o recurso fica aplicado, e é definitiva, pois não são compensáveis na declaração anual de ajuste. Essa tabela pode também alcançar uma alíquota de 10%, desde que o recurso fique 10 anos aplicado.

Vale lembrar que todas essas ações, mesmo parecendo assustadoras e complicadas num primeiro momento, foram criadas para dar maior tranquilidade aos adquirentes do plano de previdência.

Uma última vantagem que todos os seus colaboradores têm com o plano de previdência é que, em caso de falecimento, seus beneficiários não precisarão pagar o imposto de transmissão de causa mortis e doação (ITCMD).

Aprovada ou não a reforma previdenciária, o importante é que os profissionais tenham ciência da oportunidade e do ganho que esse tipo de investimento pode trazer para o seu futuro e de sua família.

Enquanto isso, sua empresa manterá seus funcionários mais motivados e focados nos projetos e desafios que vocês impuserem a eles na busca por melhores produtos e serviços, além do aumento da sua receita.



Mylena Avelino Diegues
Diretora Comercial - Tesouro Investimentos



CRESCIMENTO QUE NÃO PARA

Há 20 anos atuando em soluções para o desenvolvimento do mercado de trabalho, Gi Group opera em mais de 40 países

Por **Victor Triveloni**

A evolução do mercado de trabalho só é possível com parcerias sólidas. Segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), em janeiro deste ano o Brasil criou mais de 77 mil novas vagas formais de trabalho, o que significa que

1,3 milhão de pessoas foram admitidas e 1,2 milhão, desligadas.

Para que o crescimento do mercado de trabalho continue, é necessário que as empresas contratantes reconheçam e motivem a força e a confiança depositadas em seus líderes e funcionários,

já que o trabalho é um meio de realização para as pessoas, que o transformam em um objetivo para a construção das gerações futuras.

“Gosto de funcionários que sejam transparentes, compartilhem seus motivos, o que pensam, tracem estra-



Stefano Colli-Lanzi, fundador e CEO da Gi Group.

tégias e queiram trabalhar juntos, não que apenas sejam obrigados a fazerem o seu serviço. Pois, unidos, poderemos ter uma proposta forte que irá convencer e suprir o mercado de trabalho”, explica o fundador e CEO da Gi Group, Stefano Colli-Lanzi, que faz desse recurso algo fundamental para inspirar suas equipes.

DESTAQUE NO MERCADO MUNDIAL

Líder global em soluções dedicadas ao mercado de trabalho, a multinacional italiana Gi Group tem trabalhado fortemente nas atividades de recrutamento e seleção, administração de temporários, projetos de terceirização (outsourcing), trade marketing, treinamento e consultoria em desenvolvimento organizacional, tornando-se uma das maiores empresas de Recursos Humanos do mundo.

Orientada para a criação de oportunidades, a Gi Group estabelece uma relação eficaz entre chefe e funcionário, com o intuito de compartilhar ideias para melhorar as relações e promover uma atmosfera que se torne adequada para todos os indivíduos. O sucesso do grupo ao longo desses 20 anos só foi possível devido à colaboração de seus funcionários, que têm participação ativa na fundamentação dos planos de negócios da empresa.

Em 2007, a Gi Group começou o seu programa de internacionalização, que levou o grupo a operar em mais de 40 países na Europa, América do Sul, Ásia e África, com a capacidade de empregar diretamente cerca de 2.400 pessoas em suas filiais ao redor do mundo todos os anos. Hoje, a Gi Group já passa a marca de 100 mil trabalhadores contratados em regime de tempo integral e temporário.

No Brasil para participar da VI Convenção Nacional da Gi Group Brasil, o fundador e CEO da Gi Group, Stefano Colli-Lanzi, comentou sobre os desafios de gerenciar uma companhia presente em diversos países, com diferentes realidades socioeconômicas e culturais. “O crucial, para o sucesso do Grupo, é combinar propostas com a realidade local como caminho para ajudar a superar a instabilidade econômica. Temos que explorar ao máximo nosso tamanho e ampla capilaridade nos países em que operamos para criarmos propostas com valores em comum. Precisamos ainda ter competência, pessoas capacitadas e tecnologias que auxiliem a desenvolver o nosso trabalho onde quer que estejamos. E também ter a capacidade de entender as particularidades de cada país, as diferentes culturas e legislações para contratação de pessoas. É preciso ter modelos e soluções flexíveis, com processos adequados, que sejam capazes de se adaptar às diferenças dessas localidades.”

Em 2010, a companhia teve seu reconhecimento como Membro Corporativo Global na CIETT (Confederação Internacional das Agências de Emprego), que atua com agências de emprego de organizações públicas e privadas. “Acredito que nós temos um futuro brilhante, pois para as companhias em todo o mundo atingir as metas é muito mais importante, urgente e complexo diante das mudanças que estão acontecendo em todos os aspectos do que resolver os problemas de RH do dia a dia. Então, cada vez mais as companhias precisam de ajuda para solucionar as necessidades e as complexidades trabalhistas, para que possam focar os esforços nos negócios

“CADA VEZ MAIS AS COMPANHIAS PRECISAM DE AJUDA PARA SOLUCIONAR AS NECESSIDADES E AS COMPLEXIDADES TRABALHISTAS, PARA QUE POSSAM FOCAR OS ESFORÇOS NOS NEGÓCIOS E NA ESTRATÉGIA DE MERCADO. VEJO UM GRANDE MERCADO E DE ALTO VALOR AGREGADO SE ABRINDO E A SER EXPLORADO”
STEFANO COLLI-LANZI



“NÓS TEMOS UM CONJUNTO DE EXPERTISES E MODELOS FOCADOS NAS NECESSIDADES DAS EMPRESAS, QUE NOS PERMITE DESENVOLVER SOLUÇÕES PADRONIZADAS E SOB MEDIDA. ALÉM DISSO, TEMOS UM CUIDADO EXTREMO COM OS NOSSOS FUNCIONÁRIOS, QUE ESTÃO TRABALHANDO ATIVAMENTE COM OS NOSSOS CLIENTES CORPORATIVOS

STEFANO COLLI-LANZI

e na estratégia de mercado. Vejo um grande mercado e de alto valor agregado se abrindo e a ser explorado, com oportunidades de negócios e prospecções para prover soluções de maior complexidade”, ressalta Colli-Lanzi.

Devido à parceria de seus mais de 20 mil clientes corporativos, a Gi Group registrou um faturamento global de 2 bilhões de euros em volume de negócios, o que significa um crescimento de 20% em relação ao período anterior, e Ebitda (Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization, que em português significa “Lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização”) de 60 milhões de euros.

“Nós temos um conjunto de expertises e modelos focados nas necessidades das empresas, que nos permite desenvolver soluções padronizadas e sob medida. Além disso, temos um cuidado extremo com os nossos funcionários, que estão trabalhando ativamente com os nossos clientes corporativos. Esses são dois pilares muito relevantes nas operações da Gi Group, especialmente no Brasil, onde encaramos o desafio da grande extensão geográfica e as diferenças culturais dentro do país”, explica Colli-Lanzi.

A GI GROUP NO BRASIL

Comemorando 10 anos de ativi-

dade no Brasil, a filial brasileira da Gi Group tem se destacado na contratação de empregados nos segmentos de varejo, telecomunicações, hotelaria, serviços, agronegócio, bancos e tecnologia da informação, com a expectativa de crescer 20% em relação ao ano passado.

De acordo com Paulo Canoa, CEO nacional da Gi Group, o principal diferencial do grupo é a gestão da motivação dos colaboradores, para que os mesmos desempenhem sempre um bom trabalho, com qualquer cliente. “Dada esta especial atenção no tratamento dos nossos colaboradores, temos, inclusive, casos de candidatos que preferem trabalhar com a Gi Group durante alguns anos, tendo a possibilidade de ganhar experiência em vários clientes e setores de atividade onde prestamos serviços”, ressalta.

Canoa ainda lembra que um dos pontos mais importantes para o sucesso da multinacional no mercado brasileiro foi o desenvolvimento de um approach consultivo a um setor de RH de especial complexidade, em um ambiente corporativo bem particular. “Sendo o Brasil um dos países mais complexos e burocráticos do mundo, com uma das mais altas taxas de ações trabalhistas e com um dos maiores índices de rotatividade de pessoal, foca-



Paulo Canoa, CEO nacional da Gi Group.

mos nossos esforços não só na grande capacidade de atrair e recrutar talentos, mas também de gerenciá-los da forma mais eficiente e eficaz”.

Em especial nas áreas de BPO Outsourcing, Trabalho Temporário e Trade Marketing, o trabalho da empresa não acaba com o recrutamento dos melhores candidatos. Para ela, é apenas o início do período mais desafiador, que envolve toda a gestão administrativa e burocrática dos colaboradores. Já nas áreas de Recrutamento e Seleção, a Gi Group tem inovado perante aos grandes desafios do mercado brasileiro, em especial com a dimensão geográfica do país e a escassez de mão-de-obra qualificada, que eleva o nível de exigência nesses setores.

“Por isso que a Gi Group possui a maior cobertura geográfica no Brasil, com áreas especializadas de recrutamento, como a Wyser, uma search de profissionais de média e alta gerência e diretoria, e a divisão de Hotéis, com profissionais especializados no setor hoteleiro”, aponta o executivo.

DESENVOLVIMENTO QUE NÃO PARA

Olhando com especial cuidado às particularidades do mercado brasileiro, a Gi Group desenvolveu um modelo de prestação de serviço com atenção especial às principais dificuldades que

as empresas sentem na área de RH. O crescimento da companhia se baseia em uma atividade comercial intensa, através da qual os mais de 40 elementos da força de vendas visitam mais de 300 empresas por semana em todo o território nacional.

Com uma sólida ação comercial, que tem como pilares uma atitude consultiva e divulgação das vantagens competitivas, como cobertura geográfica, modelo de governança, ferramentas de TI, gestão da motivação de seus colaboradores a serviço dos clientes, o esperado é que as demandas aumentem devido, principalmente, à recuperação econômica do País.

“A forte atividade comercial desenvolvida nos últimos dois anos, apesar dos desafios da economia brasileira, permitiu-nos alargar a nossa base de clientes, e agora, em tempos de recuperação econômica do Brasil, vai permitir que cresçamos de forma mais acelerada”, diz Canoa.

Em um futuro próximo, a intenção da companhia é continuar a apostar no crescimento orgânico, não descartando a análise de possíveis aquisições que demonstrem que trarão valor agregado ao portfólio de serviços e sinergias do grupo de empresas.

Canoa também destaca a função do departamento de Recursos Humanos nas empresas como gerador e estimulador de resultados, e diz que passou a ter um olhar diferente para a área administrativa, deixando de ser um setor que faz apenas o trabalho burocrático das companhias.

“Atrair, reter, motivar, engajar e alinhar os colaboradores com o propósito das empresas é fundamental para o sucesso das corporações de hoje. No entanto, com as novas gerações entrando no mercado com necessidades, estilos e atitudes totalmente diferentes das gerações anteriores, e em um mercado global cada vez mais competitivo, os desafios para a área de RH estão se tornando cada vez maiores e com mais exigência. A atuação do recurso humano é fundamental para o sucesso das empresas. Falhar no RH não é opção”, conclui o executivo.

“**ATRAIR, RETER, MOTIVAR, ENGAJAR E ALINHAR OS COLABORADORES COM O PROPÓSITO DAS EMPRESAS É FUNDAMENTAL PARA O SUCESSO DAS CORPORACIONES DE HOJE. NO ENTANTO, COM AS NOVAS GERAÇÕES ENTRANDO NO MERCADO COM NECESSIDADES, ESTILOS E ATITUDES TOTALMENTE DIFERENTES DAS GERAÇÕES ANTERIORES, E EM UM MERCADO GLOBAL CADA VEZ MAIS COMPETITIVO, OS DESAFIOS PARA A ÁREA DE RH ESTÃO SE TORNANDO CADA VEZ MAIORES E COM MAIS EXIGÊNCIA**

PAULO CANOA



A EXPERIÊNCIA DO LÚDICO NO AMBIENTE CORPORATIVO

Marcia Godoy Consulting aposta em ações inovadoras para o desenvolvimento de pessoas e organizações

“O que eu ouço, eu esqueço. O que eu vejo, eu lembro. O que eu faço, eu aprendo”. A frase do pensador e filósofo chinês Confúcio expressa bem a experiência do lúdico nas relações em-

presariais. No ambiente corporativo, ele é trazido como uma forma de abertura maior para a imaginação e para a criatividade.

O problema é que muitas vezes o brincar e o jogar tem uma car-

ga não permissiva na fase adulta. De maneira geral, ressignificamos o lúdico, guardando-o para os momentos de lazer, e deixamos para o trabalho apenas a seriedade, o que causa ainda mais sobrecarga física e mental. Tal fato não deveria existir, já que as brincadeiras são uma forma de aliviar a tensão e lidar com dificuldades. Sendo assim, por que não utilizar este caminho com o objetivo de aumentar a performance e os resultados nas empresas?

Essa é a proposta da Marcia Godoy Consulting (www.marciagodoyconsulting.com.br), empresa de desenvolvimento humano fundada em 2011 que já desenvolveu diversas experiências em corporações como 3M, Nestlé, Natura, CPqD, Invivo, Perfetti Van Melle, entre outras, com o propósito de criar ações para o desenvolvimento de pessoas e organizações.

Por meio de uma plataforma de soluções, seus métodos e ferramentas são capazes de gerar e manter um ambiente produtivo. Bons parceiros e estratégias específicas de integração e desenvolvimento auxiliam para o êxito dessa tarefa. O foco da consultoria na Marcia Godoy Consulting está na ótica dos seus clientes, na análise do ambiente organizacional e no compartilhamento de resultados.

“Os jogos corporativos têm como objetivo auxiliar no desenvolvimento de competências e fazer o apontamento de oportunidade de melhorias; aflorar a criatividade; mostrar soluções e respostas aos problemas de desenvolvimento e adequação; intensificar as relações de aprendizado, de forma leve e divertida, promovendo a troca de experiências; entre outros”, afirma Marcia Godoy, especialista em Desenvolvimento Organizacional com atuação em projetos de treinamento e desenvolvimento, avaliação e desenvolvimento do potencial humano.

TRABALHO

Segundo a especialista, o resultado disso é uma melhora na eficácia



Marcia Godoy, sócia-proprietária da Marcia Godoy Consulting

do trabalho, a experimentação e assimilação de conceitos, um maior engajamento e envolvimento interpessoal, a análise sob novas perspectivas, a aprendizagem pela experimentação, seja pelo acerto ou pelo erro, além do caráter inclusivo, seja pela eliminação das diferenças hierárquicas, seja pelo “pensar fora da caixa” das perspectivas. A realidade é que, diferente de outras maneiras de se lidar com o lado corporativo das pessoas - onde há o bom e o mau, o certo e o errado, o vencedor e o perdedor -, no lúdico todos ganham com a experiência do jogo.

“Mesmo com tantos aprendizados, a experiência se dá de forma segura e sem riscos gerenciáveis, além de trazer às falhas, muitas vezes, soluções inovadoras e de forma ágil. No entanto, para que a aplicação seja efetiva, é imprescindível o conhecimento das situações-problema que envolvem os indivíduos. Quando se entende os propósitos específicos, a equipe, o ambiente e a cultura onde será aplicada, as intervenções neces-

“
NÃO PODEMOS
E NÃO DEVEMOS
QUERER SER ÚNICOS
NO MUNDO. SOMOS
UMA SOCIEDADE
EM CONSTANTE
EVOLUÇÃO.
PODEMOS, SIM,
DESENVOLVER
NOSSOS POTENCIAIS E
NOSSAS FORTALEZAS,
QUE SEMPRE
SERÃO NOSSOS
DIFERENCIAIS. POR
ISSO, REFORÇAMOS
NA MAIORIA DOS
TREINAMENTOS DA
MARCIA GODOY
CONSULTING O
TRABALHO EM EQUIPE

sárias atingem resultados melhores e mais duradouros”, ressalta Marcia.

Outro ponto a ser levado em conta é a ponte entre a experiência lúdica e a realidade. A amarração deste conceito deve ser feita de forma bem intrincada, para que as analogias entre vivências lúdicas e o universo empresarial tenham significado e sejam utilizadas posteriormente. A especialista revela que já participou de inúmeros projetos de integração de processos e capital humano em momentos de fusões de empresas, especialmente com treinamento e desenvolvimento, e entende que as possibilidades para o aproveitamento nas organizações com os jogos de negócios, treinamentos comportamentais e vivências são infinitas.

“Mas precisamos esclarecer também que não são todas as pessoas que têm a habilidade de extrair os melhores ‘insights’ durante uma aplicação dessas metodologias. É um trabalho para um determinado perfil, como outros. Não podemos e não devemos querer ser únicos no mundo. Somos uma sociedade em constante evolução. Podemos, sim, desenvolver nossos potenciais e nossas fortalezas, que sempre serão nossos diferenciais. Por isso, reforçamos na maioria dos treinamentos da Marcia Godoy Consulting o trabalho em equipe”, explica a especialista, que é apaixonada pela área de gestão de pessoas.

PROGRAMAS

Essa tendência de sair da zona de conforto dos escritórios e linhas de produção para se jogar no mundo do “faz de conta” empresarial parece ter aflorado na última década, como pode ser observado em diversos estudos e teses. E o Brasil é um dos mercados em ascensão. Uma pesquisa realizada há quatro anos, intitulada “Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais”, realizada pela Universidade de São Paulo (USP), apontou que 48% dos games desenvolvidos no País podem (e devem) ser utilizados como jogos

corporativos. A movimentação deste mercado é tão expressiva que já está programado para este ano um censo para acompanhar esse crescimento.

Outro estudo, realizado pela Trade Marketing Solution (TMS), afirmou que a utilização desses jogos ajudou a aumentar o engajamento dos colaboradores e, conseqüentemente, as vendas: a alta foi de 20%. Isto porque o lúdico se apoia no desenvolvimento de aspectos como trabalho em equipe, relacionamento entre áreas, tomada de decisão, visão sistêmica, protagonismo, bem como aspectos cognitivos de cunho técnico.

Na Marcia Godoy Consulting cada programa oferecido tem foco na melhoria de certas habilidades. Um exemplo é o programa Em Busca do Tesouro da Liderança, aplicado no Workshop “Liderança – Jogo de Imersão Clockwork”, que foi realizado pela Gestão RH no último dia 17 de abril, em São Paulo (Av. Eng. Luis Carlos Berrini, 550 – 15º andar). Nesse encontro, a consultora convidou os participantes a analisarem e identificarem diferentes perfis para trabalhar a importância do autoconhecimento e da flexibilidade para alcançar melhores resultados em suas interações com o outro.

“Já aplicamos este treinamento para toda a liderança da Prefeitura de São José dos Campos, onde o objetivo foi integrar as áreas para melhores resultados. Aplicamos também a uma empresa de energia, cujo objetivo foi valorizar os diferentes papéis da equipe”, comenta a especialista.

Mas se o gestor quer aplicar uma experiência outdoor, o Golf Team Practice é uma boa ferramenta por ser uma atividade diferenciada, na qual cada jogador depende exclusivamente da sua própria habilidade, o que, em muitas ocasiões, reflete os acontecimentos nas organizações.

“Um golfista, assim como um executivo, tem interações diversas com outros profissionais durante seu percurso. Neste treinamento trabalhamos o desenvolvimento de habilida-

des como foco e execução”, exemplifica, comentando que o treinamento pode ser utilizado tanto para uma equipe de gestores comerciais, como para grupos de Alta Liderança.

Já quando a corporação necessita desenvolver habilidades como concentração, foco, precisão, priorização, planejamento, paciência, autoconfiança, autocontrole e agilidade, a Marcia Godoy Consulting oferece o programa Esgrima, que busca propiciar aos participantes a experiência de aplicar as habilidades exigidas no seu dia a dia de trabalho num ambiente desconhecido.

Na milenar esgrima, o objetivo é tocar o adversário e não se deixar tocar, empunhando espada, florete ou sabre. “No esporte, assim como no mundo corporativo, se exige a observação do seu adversário, identificação das suas habilidades, previsão de suas estratégias, para, só então, definir seu movimento. Tudo isso num curto espaço de tempo. Por isso, esse esporte requer do atleta o controle físico, mental e emocional, tal qual os estrategistas e tomadores de decisão nas organizações. Quando o atleta está atrás da sua ‘máscara’, além da sua capacidade física, são testadas habilidades mentais, muitas delas exigidas dos profissionais em seus ambientes de trabalho”, explica Marcia.

DANÇANDO

Outro treinamento corporativo da Marcia Godoy Consulting é o Dançando com Competência. Nele, o foco é a descoberta dos participantes de que desenvolver pessoas é uma arte. “Essa atividade tem como objetivo a reflexão sobre a importância de as equipes terem o mesmo critério para que o resultado do todo seja harmonioso. Trabalhando juntos com o mesmo propósito podemos realizar um grande show”, argumenta.

No entanto, se o objetivo é estratégia, a atividade Caminhando com Desafios consegue cumprir seu papel, como revelou Maximilian Furley,

gestor de uma grande empresa de Automação. “O nosso propósito para o evento foi de encontrarmos uma maneira de divulgarmos a estratégia da empresa de forma única e direta e que pudesse ser compreendida por todos. Entendo que atualmente as empresas vêm elaborando estratégias que precisam ser rapidamente seguidas, para se ter tempo de implementá-las de maneira rápida. Os objetivos da empresa perduram por um longo tempo, mas a estratégia para alcançá-los pode mudar em pouco tempo, pois o mercado é quem nos guia”, declarou.

Furley salienta que por conta disso surgiu a ideia de, antes de mergulhar na estratégia, realizar um exercício prático sobre estratégia. “No treinamento os participantes teriam que definir rapidamente um caminho a seguir e, caso encontrassem novas alternativas para alcançar os objetivos, mudá-lo ao longo da atividade, visando o tempo e o trabalho em equipe. Logo, a Caminhada com Desafios foi perfeita para ilustrar o que acontece na alma de uma empresa, alinhada ao sentimento das pessoas. Esse exercício foi um ótimo start-up para o dia seguinte, no qual todos puderam conciliar aquilo que sentiram na prática com aquilo que a empresa exerce no dia a dia”, finaliza.

Outra corporação que conta com a aplicação de treinamentos da Marcia Godoy Consulting é a Xerium, como explica a coordenadora de RH, Beatriz Mota. “Tive a oportunidade de contratar a empresa Márcia Godoy Consulting para alguns projetos, e a experiência foi excelente. A Márcia é carismática e conta com profissionais em sua equipe extremamente competentes. Os treinamentos são dinâmicos e muito interativos”.

Além dos já citados, a Marcia Godoy Consulting possui outros programas e treinamentos prontos. No entanto, a empresa também cria atividades particulares, a partir do briefing, dinâmica e competência a ser desenvolvida em cada corporação.

“
NO ESPORTE, ASSIM
COMO NO MUNDO
CORPORATIVO, SE
EXIGE A OBSERVAÇÃO
DO SEU ADVERSÁRIO,
IDENTIFICAÇÃO DAS
SUAS HABILIDADES,
PREVISÃO DE SUAS
ESTRATÉGIAS, PARA,
SÓ ENTÃO, DEFINIR SEU
MOVIMENTO. TUDO ISSO
NUM CURTO ESPAÇO DE
TEMPO. POR ISSO, ESSE
ESPORTE REQUER DO
ATLETA O CONTROLE
FÍSICO, MENTAL E
EMOCIONAL, TAL QUAL
OS ESTRATEGISTAS
E TOMADORES
DE DECISÃO NAS
ORGANIZAÇÕES



RETENÇÃO E PRODUTIVIDADE EM ALTA

AeC investe em produtos inovadores para o setor

No setor de serviços de relacionamento com clientes e outsourcing de processos de negócio (BPO), a AeC é uma das principais empresas brasileiras, com uma bem-sucedida trajetória de mais de 25 anos de mercado. A companhia conta com cerca de 22 mil colaboradores, em 12 unidades distribuídas em nove cidades brasileiras: Arapiraca (AL), Juazeiro do Norte (BA), Belo Horizonte,

Governador Valadares e Montes Claros (MG), Campina Grande (PB), Mossoró (Rio Grande do Norte), São Paulo e Rio de Janeiro.

A AeC oferece serviços de contact center, atendendo empresas de diversos segmentos, como telecomunicações, financeiro, varejo, governo e serviços de saúde, entre outros. A empresa também atua na área de Consultoria e Gestão, oferecendo serviços,

soluções e produtos, consultoria e gerenciamento de projetos, outsourcing e desenvolvimento de sistemas sob medida, criando soluções inovadoras que buscam facilitar o dia a dia de milhões de consumidores. Conheça melhor dois programas que a empresa utiliza no seu processo de gestão.

ESCOLHA CERTA

Há seis meses, a AeC colocou em funcionamento a plataforma de recrutamento e seleção Escolha Certa. Com ela, é possível fazer todo o processo seletivo online, sem que o candidato tenha que se deslocar à empresa antes de ser efetivamente contratado. Essa facilidade fez com que a companhia já tenha recebido mais de 55 mil inscritos. A plataforma é acessada por meio do próprio site da AeC.

Para a definição do perfil dos candidatos, a empresa promoveu uma pesquisa amostral interna, envolvendo profissionais como psicólogos e antropólogos. A AeC possui indicadores de produtividade que variam de abaixo de 80% da meta a acima de 120% da meta. Para a pesquisa, foram escolhidos os colaboradores situados na faixa de 100 a 120% da meta.

O conjunto de atributos detectado foi inserido na ferramenta, que, por meio de tecnologias de machine learning e inteligência artificial, estabeleceu o perfil desejado, aprimorado constantemente, o que faz com que a taxa de assertividade seja ampliada. "Partimos de uma taxa de assertividade entre 50 a 60% antes da implantação da ferramenta para 60 a 80%. O objetivo é chegar a 90% de assertividade até o final deste ano", explica Warney Araújo, diretor de RH e Qualidade da AeC. Graduado em psicologia, com pós-graduação em gestão estratégica de empresas, Warney verifica bons dados na retenção de seus colaboradores e no perfil dos colaboradores contratados.

Além do recrutamento e seleção, a ferramenta Escolha Certa permite que todo o treinamento inicial seja efetuado online. Somente depois de passar por todas as avaliações, o candidato,

Warney Araújo, diretor de RH e Qualidade da AeC



se contratado, comparece ao seu posto de trabalho.

ROBBYSON

O Robbyson é uma ferramenta de people management que utiliza recursos de gamificação e inteligência computacional para gerir, engajar e reconhecer pessoas. A gestão de pessoas é um dos mais importantes pilares e desafios para o sucesso dos negócios na atualidade e no futuro. Reter e potencializar talentos, ampliar a identidade, a motivação e a produtividade dos colaboradores com suas respectivas organizações, criar times coesos e focados em resultados individuais e coletivos – esses objetivos podem se tornar realidade com o uso de ferramentas poderosas capazes de envolver, engajar e alinhar os profissionais.

A plataforma foi desenvolvida a partir da necessidade da AeC de adotar um modelo de autogestão, meritocracia e fluidez na comunicação. "Nossos atendentes pertencem a uma geração (a maioria entre 18 e

“
NOSSOS ATENDENTES
PERTENCEM A UMA
GERAÇÃO (A MAIORIA
ENTRE 18 E 24 ANOS)
EM QUE AS ANTIGAS
REGRAS DE TRABALHO
NÃO MAIS SE APLICAM.
ELES VALORIZAM A
INDEPENDÊNCIA, O
RESPEITO E, SOBRETUDO,
CLAMAM POR UM
MODELO NO QUAL
SÃO RECONHECIDOS
POR AQUILO QUE
DESEMPENHAM.
O ROBBYSON NOS
DEU TUDO ISSO, E
HOJE CONSEGUIMOS
EQUILIBRAR AS
EXPECTATIVAS DOS
NOSSOS MILLENNIALS
COM AS EXIGÊNCIAS DO
NEGÓCIO

24 anos) em que as antigas regras de trabalho não mais se aplicam. Eles valorizam a independência, o respeito e, sobretudo, clamam por um modelo no qual são reconhecidos por aquilo que desempenham. O Robbyson nos deu tudo isso, e hoje conseguimos equilibrar as expectativas dos nossos Millennials com as exigências do negócio”, aponta Warney. Apesar de ser uma ferramenta de uso voluntário, o Robbyson é hoje utilizado por quase 100% dos funcionários (99,9%).

Inspirado em cinco pilares, o Robbyson abrange alguns aspectos da gestão de um negócio, tais como:

- Meritocracia: tão importante quanto saber quem é bom, é reconhecer quem merece. A plataforma é orientada por critérios de reconhecimento que garantem a todos os colaboradores a oportunidade de ganhar de acordo com o seu desempenho.
- Colaboração: a ferramenta incentiva a colaboração entre os usuários - quem está com bom resultado pode compartilhar suas experiências e apoiar quem tem dificuldade. Quem é bom envia dicas para as pessoas que precisam melhorar e é recompensado por essa ajuda.
- Processo: dentro do Robbyson, os gestores conseguem controlar ambientes sensíveis e agir com a maior eficiência possível, antecipando cenários, otimizando custos operacionais e tomando decisões com maior velocidade.
- Comunicação: a ferramenta apresenta recursos de mensageria, espaços para campanhas e comunicados que permitem a redução de dispersão, aumento da assertividade e compartilhamento de informações de forma lúdica. A ferramenta oferece também estatística de leitura e satisfação.

Com a implantação do Robbyson, grandes operações tiveram melhorias tangíveis na produtividade, com aumento de 69%. Em alguns indicadores importantes, como na retenção de ta-

mentos e no indicador de rechamadas, houve melhora de 58%, e nos indicadores da nota de qualidade foi verificada uma melhora de performance das avaliações positivas em 10%.

“O Robbyson é hoje o nosso grande aliado, nosso guia na tomada de decisões, pois facilita a visão geral e detalhada de dados, indicadores, gargalos etc., além de possibilitar decisões mais ágeis e assertivas. A ferramenta, de fato, revolucionou a forma como trabalhamos. Como todos podem ganhar pontos de acordo com o seu desempenho, a ferramenta incentiva o compartilhamento de informações e experiências”, comenta o diretor de RH e Qualidade.

Em termos técnicos, o Robbyson utiliza conceitos inovadores como big data, Machine Learning, redes neurais e inteligência computacional. A utilização da inovação permite a criação de funcionalidades tais como: algoritmos inteligentes, chatbot, mensageria, dashboards lúdicos e rotinas de ciência de dados.

A união de todos estes recursos tecnológicos resulta em uma plataforma inteligente, intuitiva, amigável, de fácil manutenção e evolução nas funcionalidades, não causando impactos nos sistemas legados.

A plataforma também permite a experiência do usuário com uma interface arrojada e ao mesmo tempo familiar. “O Robbyson é, de fato, um personagem. Um avatar que interage com os usuários em um sistema de mensageria ágil e de fácil entendimento”, explica Warney.

O gestor lembra que a ferramenta também disponibiliza uma interface: uma árvore que funciona como um dashboard lúdico e que possibilita a avaliação da performance dos colaboradores em tempo real, trazendo mais agilidade na tomada de decisões.

Hoje, o Robbyson é um spin off da AeC e está sendo lançado no mercado como uma ferramenta de gestão em ambientes de produtividade em segmentos como varejo, bancos, saúde, relacionamento com clientes, entre outros.

9 ANOS DE HISTÓRIA E MUITOS MOTIVOS PARA SE ORGULHAR

Conheça nossos serviços:

FISCAL

DEPTO.
PESSOAL

SOCIETÁRIO

CONTÁBIL

Acesse
nosso
site:



Rua Dois de Abril, 73, 1 Andar - Centro, Cotia-SP

Telefone: (11) 4243-9077

www.contabilidadevieiraesouza.com

“É UM MITO DIZER QUE GAME É COISA DE JOVEM”



Marcelo Eira é sócio da Expansão

Empresa utiliza Realidade Virtual para treinamentos corporativos

Por Adriano Garrett

“Games são ferramentas que estimulam o aprendizado, e isso independe da faixa etária quando eles são corretamente utilizados”. Dita por Marcelo Eira, sócio da Expansão – empresa de treinamentos empresariais –, essa frase retrata o crescimento cada vez maior do mercado dos jogos voltados para o setor corporativo. Junto com Leila Martins, Marcelo administra a companhia, que oferece experiências de aprendizagem aplicadas a educação corporativa, eventos e convenções ou projetos com tecnologias.

Marcelo é formado em Publicidade e Propaganda e foi professor da cadeira de Jogos de Negócios do Ceinter e da Faap. Consultor desenvolvedor com quase vinte anos de atuação no mercado de Educação Corporativa, Eventos e Convenções, ele foi pioneiro na utilização de Serious Games e Teoria dos Jogos no Brasil.

A Expansão atua com Games, Jogos Corporativos ou Jogos de Negócios, Simuladores e Metodologias de ensino interativo e vivencial nos seus treinamentos empresariais por meio de Realidade Virtual, Realidade Aumentada e Gamificação.

A integração da Realidade Virtual (VR, na sigla traduzida do inglês) permitiu criar o primeiro “Serious Games” para eventos e treinamentos do Brasil. Outra novidade é que a técnica da VR, normalmente voltada para experiências individuais, foi utilizada permitindo o uso multiplayer, ideal para o desenvolvimento de equipes.

Na entrevista a seguir, concedida à Gestão RH, Marcelo Eira falou a respeito das novidades trazidas pela Realidade Virtual para o mercado de treinamentos empresariais.

Gestão RH - Por que o departamento de Recursos Humanos de empresas de todos os portes deveria se interessar por incluir a Realidade Virtual em seus treinamentos?

Marcelo Eira - Por que Realidade Virtual é uma tecnologia que permite muitas possibilidades de avanço em ações principalmente de treinamento, incluindo simulações e até desenvolvimento de competências. Ela torna o processo de aprendizagem mais imersivo, impactante e engajador, maximizando a relação de custo X benefício.

Cada vez menos as pessoas conseguem e aceitam perder horas e horas em conteúdos teóricos e pouco interativos. Portanto, qualquer nova tecnologia que leve outras dimensões ao processo de ensino/aprendizagem é bem-vinda.

Isso não invalida modelos tradicionais, apenas os torna menos eficazes. Além disso, não é uma simples troca: “deixo de fazer de forma tradicional e faço com Realidade Virtual”. Cada tecnologia ou metodologia terá mais ou menos aderência em determinados públicos, conteúdos ou objetivos.

Gestão RH - Qual é a sua visão sobre o atual cenário de treinamento no mercado brasileiro? É possível dizer que

algumas práticas muito utilizadas estão ficando ultrapassadas?

Marcelo Eira - Tudo evolui. Inclusive metodologias e técnicas de treinamento. Contudo, em última instância, uma pessoa transmitir conhecimento de forma expositiva para outra sempre será uma forma válida. Da mesma forma que o advento dos tablets e smartphones não invalida o papel. No outro lado, contudo, há uma diferença entre ser passivo - e “escutar” um treinamento expositivo - ou interagir, colaborar, atuar, passar por experiências, etc.

Gestão RH - De acordo com a expectativa da DigiCapital, o mercado de realidade virtual e aumentada no mundo inteiro deve alcançar 150 bilhões de dólares até 2020. Como o Brasil se insere nesse contexto? É possível prever um rápido crescimento deste recurso no cenário brasileiro?

Marcelo Eira - No mundo globalizado, toda nova tecnologia que gera ganhos passa a ser adotada mais rapidamente. Acredito que os segmentos de entretenimento apresentam maiores índices de aplicabilidade. Como Realidade Virtual, contudo, exige a adoção de recursos de hardware, normalmente o Brasil tem um cenário que sofre com o custo

“CADA VEZ MENOS AS PESSOAS CONSEGUEM E ACEITAM PERDER HORAS E HORAS EM CONTEÚDOS TEÓRICOS E POUCO INTERATIVOS. PORTANTO, QUALQUER NOVA TECNOLOGIA QUE LEVE OUTRAS DIMENSÕES AO PROCESSO DE ENSINO/APRENDIZAGEM É BEM-VINDA. ISSO NÃO INVALIDA MODELOS TRADICIONAIS, APENAS OS TORNA MENOS EFICAZES”



JÁ VI UM CASO EM QUE A EMPRESA DIZIA TER UM TREINAMENTO COM REALIDADE VIRTUAL INOVADOR PARA LÍDERES. QUANDO CONHECI NO DETALHE, ELES SIMPLEMENTE USAVAM UM VÍDEO 360 DE UMA MONTANHA RUSSA PARA DIZER QUE O LÍDER TERIA QUE TER CORAGEM. ENTÃO O PROBLEMA NÃO É A VR, SE ELA FUNCIONA OU NÃO, MAS A METODOLOGIA, A ESTRATÉGIA E A QUALIDADE DO TREINAMENTO COMO UM TODO



de recursos importados, o que pode representar um certo freio se comparado a outros mercados.

Gestão RH - Quais são os principais atributos profissionais que podem ser trabalhados a partir dos treinamentos com Realidade Virtual?

Marcelo Eira - A VR é uma ferramenta, um meio, então ela por si só não vai garantir resultado ou adequação a essa ou aquela realidade; tudo depende da estratégia e da construção correta da ação de treinamento. Já vi um caso em que a empresa dizia ter um treinamento com Realidade Virtual inovador para líderes. Quando conheci no detalhe, eles simplesmente usavam um vídeo 360 de uma montanha russa para dizer que o líder teria que ter coragem. Então o problema não é a VR, se ela funciona ou não, mas a metodologia, a estratégia e a qualidade do treinamento como um todo.

Por outro lado, como VR está muito ligado a elementos 3D, espaciais, físicos, ela tem um apelo imediato para conhecimento técnico, como arquitetura, aviação, automobilístico, etc., mas nós acreditamos muito em aplicações comportamentais, por isso lançamos recentemente o Serious Game Valentes ao Mar, que usa efetivamente Realidade Virtual para desenvolvimento corporativo e competências comportamentais, inclusive para equipes, e não só individualmente. É muito bacana poder integrar uma experiência de VR em um treinamento de equipes, pois é quase que padrão desenvolver ações básicas de VR individuais.

Gestão RH - Como funciona o game Valentes ao Mar, desenvolvido pela Expansão? Já há empresas que aprovaram os resultados trazidos por ele?

Marcelo Eira - Ele é um Serious Game que usa a Realidade Virtual para levar equipes para um cenário desafiador que jamais eles teriam contato com meios normais. Com uma exclusiva tecnologia, controlamos até 50 equipes simultâneas que irão enfrentar esses desafios e encontrar a melhor forma de superá-los.

A Realidade Virtual é um dos principais elementos deste Game, mas é integrada com várias outras ferramen-

tas e metodologias para gerar uma experiência de aprendizagem realmente impactante e eficaz. É o primeiro game corporativo do Brasil a usar VR em equipes e para desenvolvimento comportamental. Já temos o reconhecimento de empresas como Carlson-Wagonlit and Travel (CWT), Siemens, SulAmérica Seguros, Tupperware, entre outras.

É possível saber um pouco mais (incluindo um vídeo) sobre como funciona o game em nossa página <http://expansao.com.br/valentes-ao-mar/>.

Gestão RH - Como funciona o treinamento 'prevenção e combate ao incêndio', desenvolvido pela Expansão? Já há empresas que aprovaram os resultados trazidos por ele?

Este treinamento usa a Realidade Virtual mais no conceito de simulação, de trazer elementos reais (uma réplica de um escritório ou planta fabril do cliente) e usá-los para que as pessoas entrem em contato com situações de risco, como um incêndio, que seria bastante complexo de simular no ambiente real. Através da VR, o usuário se vê em um ponto específico deste ambiente simulado quando o alarme de incêndio toca, e ele precisa chegar em um tempo determinado à saída de emergência, aprendendo a seguir as orientações das sinalizações.

Além disso, conseguimos introduzir situações que poderiam acontecer em uma evacuação real, como o acúmulo de pessoas e a necessidade de encontrar um colega em dificuldades, vários elementos que em um treinamento teórico do assunto jamais poderiam ser experimentados. O VR nos dá também a possibilidade de repetir e verificar erros e acertos, simulando mais de uma vez para obter a melhora com a prática.

Gestão RH - Os treinamentos que utilizam jogos são mais indicados para um faixa etária mais jovem, ou ele gera impacto semelhantes em profissionais sêniores?

Marcelo Eira - É um mito dizer que game é coisa de jovem. Games são ferramentas que estimulam o aprendizado, e isso independe da faixa etária quando eles são corretamente utilizados.

SIPAT A CUSTO ZERO!

EQUIPE COM SAÚDE

= EQUIPE MOTIVADA!

AGENDE JÁ NOSSA PALESTRA.



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

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



Para maiores informações, ligue:

11 4126 2506 | 4126 2505

empresa@saudevida.com.br | www.gruposaudevida.com.br

GRUPO
SAÚDE E VIDA
20
anos



RHMED EXPANDE ATUAÇÃO EM SÃO PAULO

Referência em Saúde Ocupacional e Segurança do Trabalho no País, empresa consolida presença na capital brasileira dos negócios

Especializada em inteligência em Saúde e Segurança do Trabalho, a RHMED está dando um passo importante no sentido de con-

solidar sua atuação em São Paulo. No último dia 26 de abril, a empresa se reuniu com clientes, parceiros e representantes da ABRH para celebrar



a inauguração do seu novo escritório, localizado na Avenida Engenheiro Luís Carlos Berrini.

“Fortalecer a atuação no mercado paulista era uma das metas da RHMED, e materializá-la significa deixar claro que queremos crescer ainda mais. Cuidamos de mais de meio milhão de vidas e atendemos a cerca de duas mil organizações em todo o País. São Paulo, que já responde por um terço da nossa receita, não é uma aposta; é um ponto-chave na consolidação da nossa trajetória de crescimento”, destacou o diretor presidente da RHMED, Antonio Martin.

Ao longo de sua história, a RHMED se especializou no atendimento a operações complexas, sejam elas por alto grau de risco, alto volume e turnover ou grande dispersão geográfica. Em seus 22 anos de operação, a empresa vem consistentemente atuando de forma completa nos programas de Saúde e Seguran-

ça do Trabalho, orientando e direcionando as empresas na execução das normas regulamentadoras e demais legislações em vigor.

Para isso, atua em um leque amplo de escopos que abrange: atendimento às normas básicas (NRs), com elaboração de programas como os PPRAs e PCMSOs; execução de exames; operação ambulatorial; gestão médica dentro das empresas; gestão de programas de qualidade de vida; realização de ações concretas que podem auxiliar empresas no controle de sinistralidade dos planos de saúde.

O evento do dia 26 contou com uma palestra do celebrado neurocientista Pedro Calabrez, que ressaltou a importância de um olhar mais abrangente e preventivo sobre a saúde: “É fundamental que as empresas percebam que a saúde é parte integrante do seu negócio. Afinal, o que é uma empresa senão uma estrutura feita de pessoas? Entender o ser humano e cuidar dele é crucial!”

“ FORTALECER A ATUAÇÃO NO MERCADO PAULISTA ERA UMA DAS METAS DA RHMED, E MATERIALIZÁ-LA SIGNIFICA DEIXAR CLARO QUE QUEREMOS CRESCER AINDA MAIS. SÃO PAULO, QUE JÁ RESPONDE POR UM TERÇO DA NOSSA RECEITA, NÃO É UMA APOSTA; É UM PONTO-CHAVE NA CONSOLIDAÇÃO DA NOSSA TRAJETÓRIA DE CRESCIMENTO ”



NÃO EXISTE CULTURA DE SUSTENTABILIDADE SEM O PROTAGONISMO DO RH

Por **Ricardo Voltolini**

Minha experiência com a implantação de sustentabilidade em empresas brasileiras mostra que, na condução desse tema, o profissional de RH segue sendo coadjuvante, mero observador ou executor de ações pontuais. E isso ocorre, em grande medida, ou porque a sustentabilidade está compartimentalizada numa caixa sem interface com RH ou porque nem a sustentabilidade

e nem a área de Recursos Humanos têm sido tratadas como elementos estratégicos, ou ainda por absoluta inércia. Mas é uma situação que, pouco a pouco, começa a mudar, com sinal mais claro nas chamadas empresas líderes.

E a mudança, ainda que lenta, deve-se à migração dos temas de sustentabilidade de uma agenda acessória repleta de boas intenções

para outra mais central na gestão dos negócios, orientada ou por uma visão de gestão de riscos ou por uma oportunidade para melhoria de processos, serviços, produtos e modelos de negócio. Cresce, por tabela, uma nova consciência de que equiparar em importância as dimensões social e ambiental com a econômica exigirá, sobretudo, uma revolução de modelo mental de indivíduos e organi-

zações. E de que não se operará nenhuma mudança na construção de um modelo mais sustentável de negócios sem colaboradores seguros, felizes e participativos, sem respeito à diversidade e sem um ambiente propício à circulação de ideias e à valorização dos talentos humanos.

Se sustentabilidade é, como se defende mais modernamente, um jeito novo de pensar e fazer negócios, com ética, transparência, responsabilidade, respeito ao outro, cuidado com o meio ambiente e geração de valor compartilhado para todos os stakeholders, sua inserção na gestão dos negócios excede (1) o domínio de uma única área de negócio; o que, sem dúvida, limita a sua esfera de abrangência; e (2) o âmbito dos projetos esporádicos, demandando transformações mais profundas em valores e cultura. Como operá-las, portanto, sem gente engajada, sem o envolvimento estratégico da área responsável por gente numa organização?

Um RH empoderado será especialmente útil na solução de alguns desafios essenciais, a começar pelo mais importante deles: inserir o conceito e seus temas na estratégia, influenciando visão, missão e as metas de cada colaborador, e, por consequência, o modelo de negócio. Isso só ocorrerá se os temas socioambientais se transformarem em pauta no processo de planejamento estratégico; se o RH, nem sempre visto como estratégico, for capaz de estabelecer com a alta direção pontos de convergência e alinhamento, argumentando em favor dos benefícios concretos da sustentabilidade—redução de riscos operacionais, diminuição de custos de financiamento, ganhos de eficiência, atração e manutenção de talentos, melhoria do nível de satisfação dos stakeholders, criação de valor reputacional e aumento do valor econômico do negócio.

Nesse esforço, a área deve se orientar por quatro questões: (1) como os valores de sustentabilidade

podem inspirar futuros líderes? (2) o que a empresa ganha ao incentivar o desempenho associado com sustentabilidade? (3) quais as medidas e indicadores mais adequados para endereçar o sucesso de indivíduos e equipes que contribuem com sustentabilidade? e (4) como encorajar os gestores a incorporarem desafios socioambientais em seus scorecards?

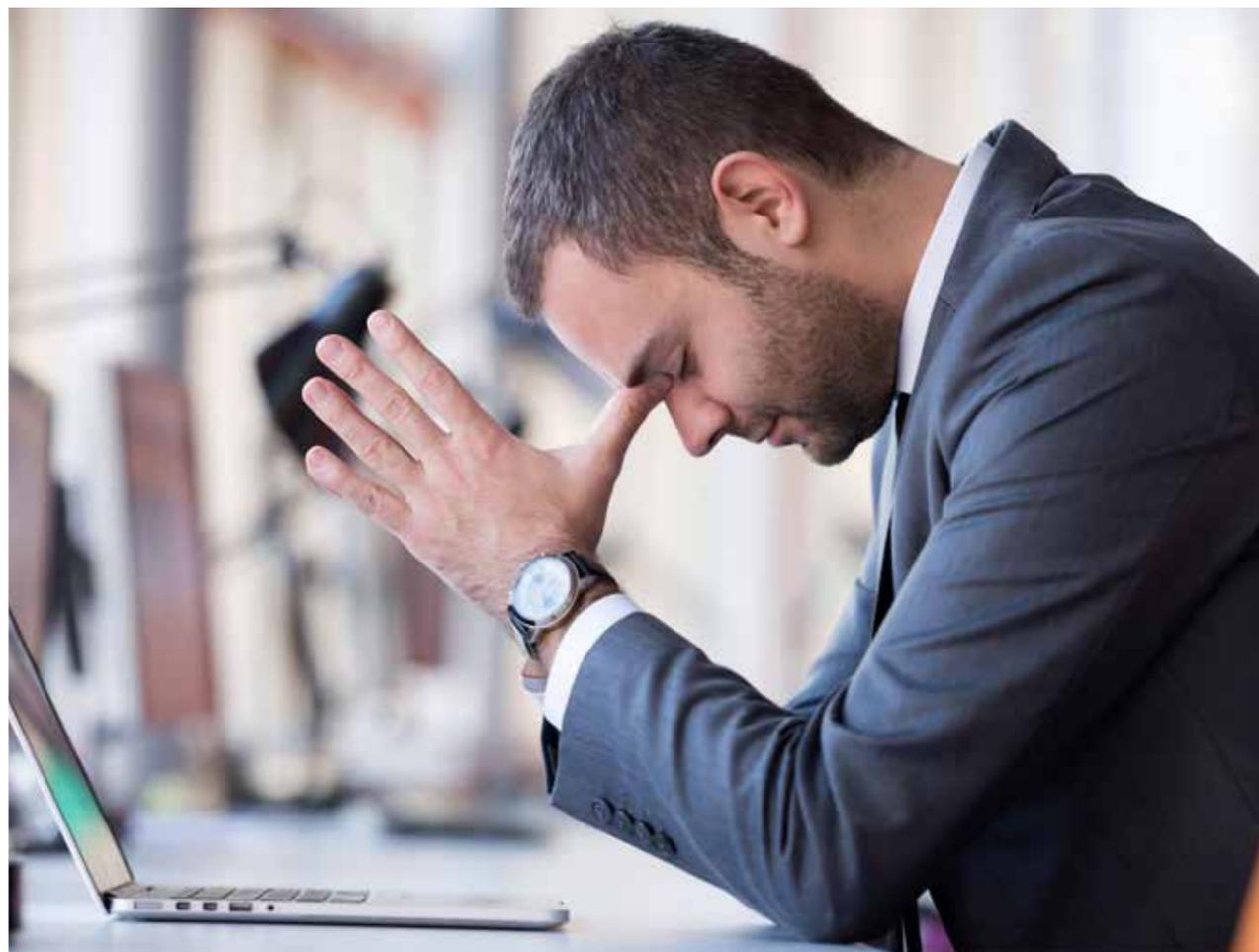
Para criar um ambiente organizacional receptivo à sustentabilidade, o RH deve integrar o conceito a um plano de incentivos, identificar/valorizar os intraempreendedores do tema e recompensar os colaboradores por meio de remuneração variável baseada em resultados focados no triple bottom line, e não mais apenas no bottom line.

É seu papel igualmente assegurar

o necessário desenvolvimento de competências (conhecimento, habilidades e atitudes) para a sustentabilidade, lançando mão de programas de educação corporativa, ações on the job, iniciativas estruturadas de desenvolvimento de valores e de autodesenvolvimento e ainda instâncias de governança do tema, como comitês interdepartamentais. Assim como também lhe cabe atrair e contratar jovens profissionais identificados com os valores da companhia e interessados nas chamadas “carreiras de impacto”, à procura de oportunidades de fazer contribuições positivas para o mundo por meio do seu trabalho. É possível implantar uma cultura de sustentabilidade sem a participação ativa do RH? Não. Certamente, não em toda a sua plenitude.



Ricardo Voltolini é diretor de Sustentabilidade da ABRH-Brasil



AMBIENTE CORPORATIVO TÓXICO: COMO EVITAR?

Por **Ivone Boldrini**

Cobranças, pressão por resultados, incertezas e mercado competitivo são alguns dos principais geradores de instabilidade emocional no mundo corporativo e surtem efeitos negativos no clima organizacional de toda a estrutura do negócio, culminando em perda de produtividade e, lá na ponta, queda no faturamento.

Ambientes tóxicos são construídos principalmente pela liderança. Preocupados em mostrar resultados definidos pela estratégia operacional, criam um ambiente de insegurança e desrespeito com os colaboradores que se manifesta no tom de voz inadequado, em palavras duras e postura invasiva, como se os fins justificassem os meios.

A equipe, eternamente assombrada pelo fantasma da demissão, recolhe-se e evita se posicionar. O trabalho é visto como um fardo e o líder não como companheiro, mas como um déspota que só acredita em si mesmo. E, infelizmente, este modelo de gestão “quem pode mais, fala mais alto” costuma ser reprodu-

Apoiar a transição de carreira é uma prática de gestão de pessoas que fortalece a reputação da sua empresa.



Programa Personalizado de Outplacement Lens & Minarelli. O melhor benefício que você pode colocar no pacote de saída de seus executivos.

zido em toda a cadeia hierárquica, da presidência ao operacional. Quem consegue ser produtivo em um ambiente assim?

CIÊNCIA E PRODUTIVIDADE

Há anos a neurociência tem estudado como as condições do ambiente de trabalho e os estímulos externos influenciam a produtividade. Ficar exposto a cenários de incertezas, especialmente os que se prolongam, provoca muito stress, que quando aliado a agitação em excesso, ausência de objetivos bem definidos, falta de foco e atenção – características comuns dos profissionais de hoje em dia –, resulta em um desempenho profissional seriamente comprometido.

O que as organizações de hoje precisam são líderes do tipo que não está no seu cargo para comandar, mas para direcionar a estratégia da empresa, levar a cultura e valores da organização para os processos diários, mediar conflitos e, claro, tomar decisões. Porém, sempre em conjunto com a equipe. Várias cabeças sempre pensarão melhor do que uma.

O Grupo 5A sempre se pautou pela premissa de que as empresas precisam contar com o colaborador certo no lugar certo como chave para ganhar produtividade. Em relação aos líderes, isso não é diferente. Com a evolução da ciência dos Recursos Humanos, hoje é possível identificar o profissional com o melhor perfil para encabeçar uma equipe e utilizar ferramentas que potencializem as suas habilidades e o transformem, de fato, em um profissional de liderança. Mas como isso é feito? O que é preciso, afinal, para ser um líder?

COMO CHEGAR AO PERFIL IDEAL?

Hoje em dia, o grande desafio das organizações é encontrar (ou formar) o líder que combine, na medida do possível, o melhor conjunto de qualidades - com a razão se sobressaindo. É preciso, enfim, equilibrar valores e inteligência emocional. Chegar a este resultado é um dos objetivos

do Programa Empresa Consciente, idealizado pelo Grupo 5A a partir de técnicas como a análise transacional, que possibilita a verificação de comportamentos negativos e auxilia no processo de mudança. O profissional, quando tem acesso a essa teoria, passa a entender sua estrutura funcional e identifica quais são os gatilhos que provocam o desequilíbrio emocional.

O programa também trabalha com programação neurolinguística, que mostra as crenças limitantes do profissional e as modifica para atitudes transformadoras. Pelo lado da psicologia positiva, o líder recebe coaching para reflexão e identificação de alternativas para resolução de problemas, além de receber auxílio para aprender a estabelecer objetivos e se atentar às metas. Aliada a

Ivone Boldrini é coordenadora do RH Corporativo do Grupo 5A. Psicóloga com especialização em Análise Transacional, Programação Neurolinguística e Neurociência. Realiza trabalhos de desenvolvimento de lideranças e gestão de pessoas, e já desenvolveu atividades em empresas como Sadia, Amil, Nestlé e Avon



isso ainda está a técnica de “Mindfulness”, que utiliza a respiração para tranquilizar a mente e diminuir o stress e a ansiedade.

O enfoque da implementação desse programa na camada de liderança cria um ambiente de saúde física, mental e de bem-estar entre todos os colaboradores. Por meio de um sistema sólido de gestão de metas, meritocracia e pesquisas de clima organizacional é possível ainda mensurar a resposta dos profissionais aos treinamentos e o consequente aumento da produtividade em todos os níveis da empresa.

Bons líderes, via de regra, não nascem espontaneamente. É preciso cultivá-los, dar a eles instrumentos que os motivem a evoluir, transformando em definitivo a sua organização para o futuro.



tesouro

Corretora de Produtos Financeiros

MELHOR QUE SEU BANCO.

Oferecemos tudo o que seu banco oferece, só que melhor!

+ OPÇÕES

+ ISENÇÃO

+ TRANSPARÊNCIA

A Tesouro Investimentos é uma corretora de produtos financeiros, One-Stop-Shop. Oferecemos soluções financeiras em um só lugar, para pessoas físicas e jurídicas. Assessoramos na melhor escolha em:

◆ Investimentos ◆ Consórcios ◆ Câmbio ◆ Crédito ◆ Plano de saúde ◆ Seguros e Previdência

Você opta entre várias instituições parceiras e contrata a solução mais adequada aos seus objetivos. Tudo isto com apoio de uma assessoria especializada ou de forma online, rápida e segura.

◆ Por que somos melhores? ◆

- Possuímos amplo leque de parceiros, dos melhores produtos financeiros do mercado.
- Equipe de analistas financeiros disponíveis para ajudar na melhor escolha
- Contratação dos produtos online, rápido e seguro.
- Somos independentes e isentos.

www.tesouroinvestimentos.com.br



NEGOCIAÇÃO CONSCIENTE

Por **Alessandra Canuto**

A negociação é uma atividade tão corriqueira e entremeada em nossa forma de viver nos dias de hoje que não nos damos conta da complexidade do seu processo. Desde que nascemos, já negociamos com a nossa mãe a hora da mamadeira, e essa necessidade é constante em nossas vidas. Pode ser com cônjuges, filhos, chefes, prestadores de serviços... tudo é negociado a todo

momento. Por isso, a consciência acerca desse processo é fundamental para que um movimento de aprendizado e melhoria se inicie.

Como dizia Victor Frankl, um psiquiatra criador da Logoterapia, um dos movimentos mais importantes de nossos dias dentro da psicologia: "Entre o estímulo e a reação há um espaço. Nesse espaço está nosso poder de escolher nossa resposta.

Na nossa resposta está nosso crescimento e nossa liberdade." E hoje eu complementar: é nessa resposta que está a criação dos nossos resultados.

Resolvi começar este artigo sobre Negociação e Solução de Conflitos com esta frase para lembrar que uma negociação é realizada entre duas ou mais pessoas que estão impregnadas por seus repertórios

de vida, suas crenças, seus valores, suas personalidades e, principalmente, suas verdades.

Quando negociamos, utilizamos esta carga impregnada de informações para lidar com as situações que se apresentam. Assim, uma primeira consciência é a percepção de como a diferença se apresenta a partir da forma pela qual utilizamos este repertório. Será que elaboramos as respostas pensando em todos os fatores internos e externos, ou será que respondemos de maneira automática?

Organizar a nossa comunicação de maneira mais perspicaz aumenta a possibilidade de estabelecermos propostas para acordos mais satisfatórios, em que os interesses das duas partes estejam contemplados. Sendo assim, o que fazemos com nossas experiências está diretamente relacionado ao nosso perfil comportamental, algo que vou explicar melhor no decorrer deste artigo.

Para começar, vamos pensar no nosso perfil de negociação atual. De modo diferente que antigamente, quando era fato que dentro de uma negociação, para um ganhar, o outro tinha que perder (relação ganha x perde), a evolução humana e suas formas naturais de se lidar com as pessoas mostraram que quem "perde" se frustra e dificilmente volta a negociar de novo com quem "ganhou"; afinal, temos um universo de pessoas com quem podemos negociar, e as pessoas dessa negociação poderão eventualmente escolher outros pares para negociar de novo. Atualmente, porém, a maior tendência no cenário de negociação é a busca pelo ganha x ganha, em que as partes envolvidas buscam atender suas necessidades ao mesmo tempo que as necessidades da outra parte também são atendidas.

Num mundo cheio de concorrência, não há mais espaço para negócios incosequentes. Afinal, conquistar um novo cliente é muito desafiador, e por isso todo esforço deve ser feito para mantê-lo. Assim,

criar estratégias para conquistar relacionamentos duradouros é imprescindível. É isso que vai garantir a recorrência das vendas e das indicações.

Para efetivar este processo precisamos procurar compreender o que efetivamente desejamos obter da negociação e melhorar nossa percepção para reconhecer o que



ORGANIZAR A NOSSA COMUNICAÇÃO DE MANEIRA MAIS PERSPICAZ AUMENTA A POSSIBILIDADE DE ESTABELECERMO PROPOSTAS PARA ACORDOS MAIS SATISFATÓRIOS, EM QUE OS INTERESSES DAS DUAS PARTES ESTEJAM CONTEMPLADOS. O QUE FAZEMOS COM NOSSAS EXPERIÊNCIAS ESTÁ DIRETAMENTE RELACIONADO AO NOSSO PERFIL COMPORTAMENTAL



o outro deseja. Só dessa maneira poderemos abrir o processo de negociação com múltiplas opções, em vez de ir negociar apenas um preço ou um prazo, por exemplo. E isso serve tanto para a esfera profissional como para a pessoal.

No início do artigo citei a questão do impacto do perfil comportamental nas negociações e disse que se

conseguirmos mapear esse perfil adequadamente ficará mais fácil para identificarmos os interesses propulsores da negociação. Então, segue abaixo um pequeno resumo de cada um dos quatro principais perfis, seus sinais e suas motivações.

EXPRESSIVO

Tem comportamento criativo, intuitivo, e está sempre com o pensamento no futuro, o que pode torná-lo um pouco distraído. Este perfil é curioso. Normalmente suas roupas e ambiente de trabalho têm aparência mais informal ou casual, e eles não costumam criar resistência à necessidade de adequação.

Normalmente apresenta necessidade de buscar inovação, precisa enxergar o futuro e prefere situações nas quais consiga se expressar sem controles rígidos. Pode ser um pouco rebelde ou teimoso quando não se sente compreendido, e passar a querer o novo apenas por ser novo.

DIPLOMÁTICO

Tende a ser mais sensível, valoriza os relacionamentos e o desenvolvimento de soluções em conjunto. É mais tradicionalista que o Expressivo, está sempre em busca de harmonia e prefere delegar a autoridade. Seu ambiente de trabalho tende a ter fotos de momentos com os colegas de trabalho e com a família e objetos de valor afetivo.

Normalmente tem necessidade de diversão, participação e celebração. Para isso, mantém a comunicação sempre aberta e está sempre disponível para ajudar as pessoas. Por precisar de aceitação social, ter reconhecimento é algo muito importante para os Diplomáticos. Para conseguir isso, tende muitas vezes a manipular através dos sentimentos.

ANALÍTICO

As pessoas com este perfil normalmente são detalhistas, organizadas e adoram fazer planejamento.

São mais conservadoras, por isso seu ambiente de trabalho é sempre muito arrumado. Gostam de saber onde está cada informação, objeto ou documento.

Como são conservadores, tendem a seguir as regras, visam qualidade em tudo que fazem e têm a necessidade de conformidade e previsibilidade, ou seja, precisam saber o começo, o meio e o fim de tudo aquilo que se envolvem. Por conta dessa demanda, acabam tendo dificuldades para se adaptar às mudanças e podem impedir o processo, pois tem aversão a riscos.

PRAGMÁTICO

Senso de urgência é palavra-chave para as pessoas com este perfil. São sempre muito ativas, com muita iniciativa e praticidade. Podem ser impulsivos e centralizadores por acreditarem que só eles mesmos são capazes de fazer da melhor maneira. Costumam fazer as coisas acontecer, eliminam a burocracia e se auto-motivam como nenhum outro; afinal, fazem o que for necessário para conseguir o que pretendem.

O ambiente de trabalho do pragmático normalmente demonstra seus resultados, ostentando de maneira vistosa os prêmios, diplomas ou certificados adquiridos.

Como tem necessidade de ganhar sempre, pode se tornar difícil para se relacionar. Para negociar melhor com este perfil é importante que fique claro o que ele está ganhando no cenário que está sendo proposto.

A questão do perfil comportamental é apenas uma das ferramentas de melhoria do processo de negociação, de maneira que, se conseguirmos ampliar nossa percepção a respeito de como o perfil da pessoa com quem estamos negociando pode estar influenciando a maneira como a negociação está sendo conduzida, poderemos, a partir desta consciência, escolher utilizar os pontos fortes do nosso próprio per-

fil para lidar melhor com os desafios que se apresentarem. Assim ficará mais fácil abrirmos espaço para criar novas soluções, enxergar novas possibilidades e interagir com a outra parte, influenciando positivamente a partir da forma como nos colocamos.

Se conseguirmos mostrar que compreendemos o que importa para a outra parte e que estamos dispostos a atender as suas necessidades, ao mesmo tempo que estamos trabalhando para atender nossas próprias demandas, a tendência de que ela passe a agir da mesma maneira é bem considerável, pois todos temos um gatilho inconsciente de reciprocidade que atua em nosso comportamento recorrentemente.

Por isso minha conclusão é que

precisamos impreterivelmente nos atualizarmos para manter nosso repertório sempre vasto, seja através de cursos, terapias, experiências, leituras ou compartilhamento, ao mesmo tempo que nos propomos a ficar atentos ao impacto que nossas escolhas geram para nossa vida e para o nosso entorno.

Estarmos atentos a como o processo de negociação se dá nos fará refletir sobre nosso papel no processo de melhoria e na obtenção de resultados melhores. Desejo que através de estudos, experiências, práticas e resultados constantes possamos iluminar nossa consciência, melhorando nossos relacionamentos profissionais e pessoais ao mesmo tempo em que evoluímos como seres humanos. É uma experiência reveladora, eu garanto!



Alessandra Canuto é Facilitadora e Coach para Alta Performance e Solução de Conflitos

2018
CONARH
PROTAGONISTA DA TRANSFORMAÇÃO ABRH BRASIL

O CONARH está chegando e a próxima virada de lote também.

A oportunidade de ser protagonista de transformação está cada vez mais próxima de você.

APROVEITE OS ÚLTIMOS DIAS DO 3º LOTE E TRAGA A SUA MARCA PARA UM DOS MAIORES EVENTOS DE GESTÃO DE PESSOAS DO PAÍS.

www.conarh.org.br / (11) 3138-3420/ ABRHBrasil

CONARH 2018. De 14 a 16 de agosto no São Paulo Expo.

Rod. dos Imigrantes, km 1,5 - Vila Água Funda - São Paulo - SP (a 1,8km do Metrô Jabaquara)

Realização e Promoção: ABRH BRASIL

Copromoção Institucional: ABRH SP

Apoio: SÃO PAULO EXPO

Agência de Viagem Oficial: SELFECORP

Patrocinadores:

Bradesco Ticket COACHING ISO 9001 RB FEBRACIS VAGAS Senior LG Mackenzie UNIVERS brf CONARH sodexo

Sesc Mackenzie TOTVS senac nube Techware pagga Seara indeed TOTALPASS AQUILA aribri ATENTO

Apoioes: Fundação de Amparo à Pesquisa



GESTÃO DE FORNECEDORES RESPONSÁVEL REDUZ RISCOS PARA NEGÓCIOS

Por **Marcos Conde**

Recorrentes escândalos de escravidão têm vindo à tona nos últimos tempos, fomentando o debate sobre um dos mais descabidos problemas sociais que persistem em existir em pleno século XXI. As estimativas de organizações internacionais são alarmantes e não deixam dúvidas sobre a urgência dessa discussão: o Global Slavery Index, classificação anual publicada pela ONG Walk Free Foundation, contabiliza a existência de

aproximadamente 45,8 milhões de pessoas vivendo em condições de escravidão atualmente.

Denúncias recentes como o leilão de escravos na Líbia, divulgado pela CNN, revelam um lado apodrecido da economia, já que muitas dessas pessoas são encaminhadas para o trabalho em fazendas e outros tipos de sistemas de produção. Esse tipo de mão de obra, ilegal e sobretudo desumana, está infiltrada em diversos

ramos da indústria, comércio e serviços, acabando por corromper toda a cadeia de abastecimento.

A utilização de mão-de-obra escrava é um dos maiores riscos a serem avaliados na relação entre compradores e fornecedores; no entanto, não é o único elemento complicador desse sistema. Também enfraquecem a cadeia produtiva problemas de conformidade em relação à qualidade e segurança de materiais, processos e

práticas danosas ao meio ambiente, além de condutas inadequadas do ponto de vista da responsabilidade social.

A cadeia produtiva se enfraquece significativamente com essas falhas, que muitas vezes são decorrentes da falta de auditorias que demonstrem a ausência de adequação às normas vigentes. Ao comprar determinado produto, varejistas, fabricantes e distribuidores esperam que seus fornecedores atendam a critérios financeiros e técnicos, cumprindo as normas sociais e éticas que seus próprios clientes e demais stakeholders esperam. Quando esses requisitos não são cumpridos nas etapas primárias do sistema de abastecimento, as consequências negativas se abatem sobre as partes interessadas.

Por isso, mesmo adotando as boas práticas de fabricação e seguindo todos os processos legais e adequados em suas atividades internas, empresas podem sofrer prejuízos inestimáveis, financeiros e principalmente de imagem, se sua rede de fornecedores também não estiver em sintonia com esses pressupostos.

Considerando esses riscos, é altamente indicado às empresas a implementação de um sistema de gestão de fornecedores – inclusive os globais – para garantir a procedência de seus produtos e resguardar suas marcas, aumentando a competitividade do negócio e fortalecendo o posicionamento e reputação no mercado.

Através desse sistema, empresas como a Intertek, com experiência em soluções para a cadeia de suprimentos, maximizam a visibilidade para compradores e fornecedores. Para tanto, oferecem uma série de soluções de auditoria, avaliação e suporte para melhoria contínua.

O sistema de gestão de fornecedores envolve as seguintes etapas principais: registro e filtragem de informações do fornecedor; realização do perfil do negócio; análise e comunicações baseadas no risco; serviços de verificação no local da empresa fornecedora.



Marcos Conde é Gerente Geral para Certificação de Sistemas da Intertek Brasil

Cada processo é minuciosamente analisado por meio de verificação presencial e entrevistas sigilosas com os colaboradores, com o intuito de conhecer a fundo as práticas da empresa, identificando possíveis falhas ou fraudes. São considerados desde fatores como as condições de trabalho e a conformidade com a legislação trabalhista (cuidados com a saúde e segurança relacionados ao espaço físico, ao estado de conservação dos equipamentos e mobiliário utilizados pelos funcionários, à vistoria de laudos técnicos e de segurança) até a utilização dos recursos naturais (como descarte de resíduos, consumo de energia, reaproveitamento de água).

Como resultado, perfis de fornecedores verificados são criados, incluindo informações financeiras, perfil da

empresa, qualidade do produto e segurança, capacidade de produção, sustentabilidade e responsabilidade social, de modo a permitir às empresas avaliar e melhorar o desempenho do fornecedor nestas áreas. Isso proporciona a transparência da cadeia de abastecimento melhorado e a rastreabilidade necessária para tomar decisões de negócios locais e globais.

Por caracterizar uma vantagem competitiva indispensável no disputado mercado atual, seja qual for o ramo de atuação ou porte da empresa, há uma procura espontânea cada vez maior por procedimentos de gestão de fornecedores. Dessa forma as empresas passam a entender a importância de fortalecer, através de ferramentas aceitas internacionalmente, a cadeia de abastecimento em que está inserida.



CARREIRA DE SUCESSO NA ERA DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Por *Célia Campos*

Nunca antes na história da Humanidade se conviveu com tantas informações simultaneamente, tudo isso devido à evolução da tecnologia. Por exemplo, o ábaco foi a primeira calculadora, e durante vários séculos foi sendo desenvolvida e aperfeiçoada, tornando-se a principal ferramenta de cálculo por anos, e somente depois foi substituída pela régua de cálculo criada pelos intelectuais da época do Renascimento. E, para concluir este

flashback, em 1693 o padre inglês chamado William Oughtred criou uma tabela amplamente relevante para a realização de multiplicações muito grandes, e a base de sua invenção serviu de pesquisa para o escocês John Napier, que descobriu várias propriedades matemáticas interessantes e deu a elas o nome de logaritmos. Pensar nesse processo nos faz perceber claramente esta evolução.

De lá para cá a tecnologia mudou

fundamentalmente o ritmo das coisas. Mas foi a partir da computação moderna, ou seja, do uso de computadores digitais, que as mudanças em inovação se tornaram cada dia mais rápidas. Desde a criação da primeira geração, em 1946, até a quarta geração, iniciada em 1970 e que segue até hoje, conhecida pelo advento dos microprocessadores e computadores pessoais, as plataformas digitais não somente remodelaram a forma como os negó-

cios são conduzidos, como também a sua própria natureza.

Estamos convivendo com a transformação digital — software que pode prever nossos comportamentos e necessidades, cloud computing, redes sociais, mobilidade, Inteligência Artificial, Internet das Coisas e até o propósito do trabalho. A forma pela qual as pessoas vivem e trabalham está mudando e continuará a mudar. Uma pesquisa do MIT (Massachusetts Institute of Technology) com líderes de negócios nos níveis de C-Suite concluiu que as empresas de alta performance combinam estratégias digitais de negócios com diretrizes da liderança para melhorar a experiência do cliente, otimizar os processos operacionais e atualizar os modelos de negócios.

De outro lado, as empresas também estão tendo que lidar com questões como aquecimento global, sustentabilidade, diversidade, convivência entre gerações e o futuro do trabalho, ou seja, o tão conhecido VUCA – Vo-

latilidade, Incerteza, Complexidade e Ambiguidade, sigla em inglês que vem cada vez mais sendo discutida em ambientes corporativos sobre o processo de transformações do mundo atual. Nesse contexto, liderar também é um processo desconhecido e pode suscitar perguntas ainda difíceis de responder para muitos profissionais, como: quais as capacidades que preciso perseguir e desenvolver na organização? Como liderar pessoas com esses valores em evolução? Por quanto tempo meu modelo de gestão ainda vai funcionar?

Diante de tantas mudanças e inovações tecnológicas, o que o profissional - independentemente da geração a que pertence - precisa fazer é pensar na carreira como um processo de transformação, que permite evolução e adaptação a novos conceitos da era digital.

Os empregos são mais variáveis e as habilidades se tornam mais obsoletas que antes. As organizações estão con-

“
LIDERAR TAMBÉM É UM PROCESSO DESCONHECIDO E PODE SUSCITAR PERGUNTAS AINDA DIFÍCEIS DE RESPONDER PARA MUITOS PROFISSIONAIS, COMO: QUAIS AS CAPACIDADES QUE PRECISO PERSEGUIR E DESENVOLVER NA ORGANIZAÇÃO?
”

CLUBE GESTÃO RH

O Clube Gestão RH é voltado para o treinamento dos colaboradores das empresas associadas, abordando temas atuais e de fundamental importância na área de gestão de pessoas, além de compartilhar conteúdo e criar relacionamento entre o público que participa dos eventos e treinamentos.

280
Eventos
em 13 Anos

200
Empresas
Participantes

13 ANOS
Capacitando
Profissionais
e Empresas

2000
Profissionais
Capacitados

2500
Horas de
Treinamentos

390
Palestrantes
Nacionais e
Internacionais

Eventos
em Todo o
BRASIL

FAÇA PARTE DESTES CLUBE!

gestaoerh.com.br

renato@grupogr.com.br



(11) 99911-0480

(11) 3254-7509

tratando menos, pagando menos, e em alguns casos substituindo a força de trabalho humana por máquinas e terceirizando sempre que possível.

Os líderes, especialmente da geração Baby Boomer e X, devem usar a tecnologia a seu favor; as mídias sociais, por exemplo, passaram a ser uma necessidade humana básica, porque as pessoas querem estar conectadas, fazer a diferença e se entrosarem. Construir e desenvolver uma sólida rede de contatos é imprescindível para o profissional que almeja construir uma forte marca pessoal e se destacar no ambiente de trabalho.

Seguir as fontes certas e os especialistas do setor em que o profissional atua é importante para mantê-lo atualizado. As redes de contatos ajudam o profissional a permanecer ligado às pessoas que conhece, tornando mais fácil abrir portas para novas oportunidades, mas é importante criar perfis em redes sociais selecionadas. O ideal é que o profissional tenha o seu perfil nas quatro maiores plataformas: LinkedIn, Google+, Twitter e Facebook, mas, uma vez que é criado um perfil na mídia social, é importante gerenciá-lo ativamente; portanto, não se inscreva em um número maior de redes do que consegue gerenciar. E saiba quando ter um contato pessoal, pois existem ocasiões em que o tempo dedicado ao contato presencial é fundamental.

Outra forma de o profissional promover o know-how é usando o vídeo. Pense no YouTube como outra maneira de construir a sua marca, dizendo algo sobre um projeto bem-sucedido sem revelar informações confidenciais ou criando um vídeo sobre algum assunto que possa interessar o público que você pretende atingir, mas tenha cuidado para que o texto não ultrapasse 2 a 3 minutos de duração, que é o máximo que as pessoas assistirão.

NOVA ONDA DE TALENTOS

No relatório da AESC (Association of Executive Search Consultants) sobre a nova onda de talentos executivos, canalizando os líderes da geração X e Millenium para liderar a mudança e

prover inovação, foram entrevistados mais de 850 executivos de negócios em todo o mundo para obter informações sobre seus maiores desafios organizacionais até o momento e entender como eles estão preparando a próxima geração de líderes para conduzir o navio à medida que o talento da Baby Boomer se retira da força de trabalho. O que eles encontraram foi um grau de ansiedade nos executivos sêniores de como lidar com o ritmo do clima de incerteza e de rápida mudança econômica, social e tecnológica. Entretanto, o desconhecido traz sempre riscos e oportunidades.

Quanto a atrair, reter e desenvolver a nova geração de líderes executivos, o planejamento de sucessão é o primeiro ponto a ser trabalhado para garantir a longo prazo a continuidade do negócio. A próxima geração lidará com di-

ferentes tipos de organização, mais dinâmicas e descentralizadas, baseadas em soluções digitais e na habilidade de liderança, pensamento estratégico, comunicação, atitude positiva e relacionamentos interpessoais.

Tendo em vista essas realidades, a habilidade mais crucial que qualquer profissional pode ter, seus pontos fortes, são suas competências, como liderança, organização ou valores, porque embora o seu emprego possa mudar amanhã e a tecnologia esteja constantemente em mudança, os seus pontos fortes são a sua constante, que o acompanharão independentemente das mudanças tecnológicas. Por isso, é importante descobrir como usar os seus pontos fortes e os seus valores únicos na sua marca pessoal e se tornar indispensável — a marca pessoal é a chave para o sucesso.



Célia Campos é diretora executiva da Meta Executivos, divisão do Grupo Meta RH especializada em prover soluções em Executive Search para Média e Alta Gestão e Desenvolvimento Organizacional



PREPARE-SE
PARA O MAIOR
EVENTO DE GESTÃO
E INOVAÇÃO EM
QUALIDADE DE
VIDA NO TRABALHO

O EVENTO QUE
REÚNE OS MELHORES
PROFISSIONAIS
NA ÁREA DE SAÚDE
E BEM-ESTAR
DO BRASIL

Garanta sua inscrição

congresso.abqv.org.br

XVII
CONGRESSO BRASILEIRO
DE QUALIDADE DE VIDA
20, 21 e 22
MAIO/2018

ARTE E
CIÊNCIA NA
QUALIDADE
DE VIDA



Secretaria Executiva



FERNANDA PRESTES
EVENTOS

FPE Eventos

Tel.: (11) 5081-7028
congresso@abqv.org.br

Comercial



Nominal Representações
e Publicidade

Tel.: (11) 3063-5677
carlos@nominalrp.com.br

Realização



Patrocínio



HOSPITAL
SÍRIO-LIBANÊS

Mídia Parceira



Local

INSTITUTO DE PESQUISA
SÍRIO LIBANES
SÃO PAULO - SP



MOTIVAÇÃO IMPULSIONA O CRESCIMENTO

A importância dos vídeos motivacionais e de treinamento para RH

Uma equipe bem alinhada é capaz de mexer, positivamente, com toda a estrutura de uma empresa. E uma das ferramentas que tem contribuído para isso são os vídeos motivacionais e de treinamento, muito utilizados pelos departamentos de RH.

De acordo com o diretor da Bi-Filmes, Rodnei Vasconcelos, como o setor de Recursos Humanos precisa atuar de forma estratégica, engajando e melhorando a performance dos colaboradores, muitas empresas estão investindo na produção de vídeos.

Para se ter uma ideia de como a tendência está apenas começando a se fortalecer, um relatório da Cisco - empresa multinacional americana do setor de tecnologia da informação - aponta que até 2019 o consumo de vídeo corporativo deverá atingir a marca de 77%.

E os números não acabam aí: estima-se que 82% de todo o tráfego da internet será gerado por vídeos em 2020.

Rodnei comenta que alguns clientes da BiFilmes, já antenados com o mercado, estão investindo no setor e têm colhido bons frutos dessa iniciativa.

“Aqui na BiFilmes, realizamos diversos tipos de vídeo para empresas, como treinamento para colaboradores, vídeo de apresentação da empresa, integração, motivacional, segurança do trabalho, entre outros”, conta.

MOTIVAÇÃO IMPULSIONA O CRESCIMENTO

Diante das dificuldades do mercado, principalmente em tempos de crise, as empresas precisam ter em mente que este é o momento de investir na capacitação de seus colaboradores.

Em um passado nem tão distante assim, oferecer treinamentos e palestras motivacionais exigia uma logística enorme, fora o custo alto de realização. Agora, através dos vídeos, é possível treinar de forma assertiva, passar a mesma mensagem para todos, inclusive para os novos funcionários, tudo de forma clara e objetiva.

Uma empresa que se destaca por focar nesse tipo de estratégia, produzindo vídeos motivacionais e de treinamento para RH, é a Reed Exhi-

Rodnei Vasconcelos, diretor da BiFilmes



bitions Alcântara Machado.

“A diretora de Recursos Humanos da empresa, Alinne Rosa, nos procurou com essa necessidade e, agora, tem colhido bons frutos desde que tomou a iniciativa”, destaca Rodnei.

Com a experiência de atuar há anos nesse mercado de produção de vídeos, Rodnei tem observado que os vídeos motivacionais ajudam as empresas a potencializarem seus negócios.

Quem investe na capacitação dos colaboradores tem muito mais chances de aprimorar os resultados. Além disso, funcionários motivados trabalham mais engajados e focados no crescimento de todos.

Outro lado positivo dos vídeos motivacionais é que 94% dos empresários acreditam que os vídeos são uma forma de quebrar barreiras linguísticas e comunicativas.

Isso ocorre porque os vídeos têm esse poder mais dinâmico na hora de transmitir a mensagem, despertando a atenção e facilitando a comunicação de todos.

O CLIENTE NO CENTRO DAS ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS

Livro “Mude ou Morra” gera reflexão sobre as mudanças trazidas pela Nova Economia

Atuais sócios da Orgânica, empresa que lidera o crescimento acelerado de negócios, com o objetivo de auxiliar companhias em busca de avanço exponencial e sustentável, Renato Mendes e Roni Cunha Bueno também têm em comum passagens pela Netshoes – o primeiro como head de Marketing e Comunicação e o segundo como vice-presidente. A experiência em uma organização cada vez mais consolidada no mercado brasileiro ajudou ambos na escrita do livro “Mude ou Morra - Tudo o que você precisa saber para fazer crescer seu negócio e sua carreira na Nova Economia”, lançado pelo selo Planeta Estratégia, da Editora Planeta.

De maneira simples e objetiva, Renato e Roni destacam que o período de transição vivido atualmente deve ser considerado uma grande oportunidade para quem quer começar um negócio ou reinventar a carreira, e também para as empresas que precisam se adaptar a essa nova ordem. “É uma chance única para que pessoas comuns façam coisas extraordinárias”, ressalta Renato.

Com base na observação e no convívio dos autores com alguns dos maiores líderes da Nova Economia, “Mude ou Morra” apresenta os “7 Princípios da Evolução Exponencial”, que funcionam como um guia para aqueles que buscam o crescimento acelerado e a evolução como pessoa ou empresa. “Nunca foi tão perigoso se sentir seguro. Os conformados vão morrer”, afirma Roni.

O livro teve lançamento no final de março na capital paulista, e a seguir você pode ler o início da primeira parte.



PARTE 1 - A NOVA ECONOMIA: O QUE É, COMO FUNCIONA E TUDO QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA SE DAR BEM NELA

O MUNDO MUDOU

Faça este exercício: vá a uma escola de crianças entre 7 e 8 anos e pergunte a elas o que querem ser quando cres-

cer. Você deve ouvir coisas como “astronauta” ou “jogador de futebol”. Ok, pode até ser que você esteja diante de um novo Ronaldo ou de um futuro profissional da Nasa, mas o que esses meninos não sabem – nem você – é que, quando chegar a hora de escolher uma profissão, mais da metade dessa turminha vai seguir uma carreira que ainda nem existe. Sim, essa é a previsão do Fórum Econômico Mundial: 65% das crianças que entram na escola hoje trabalharão em áreas que ainda não foram criadas. Muitas carreiras nascerão e, claro, várias outras deixarão de existir.

O mundo está mudando. “Mas ele está permanentemente mudando”, você pode dizer. É verdade. Entretanto, agora as mudanças estão acontecendo em um ritmo nunca visto antes. Os ciclos de inovação estão cada vez mais curtos e isso causa impactos na economia global, na ascensão e queda de alguns países e empresas, na relação de marcas e seus consumidores, no mercado de trabalho e, claro, na forma como você vive a sua vida.

Nunca tivemos tanta informação disponível, e essa parece ser uma das causas da velocidade com que tudo isso está acontecendo. Segundo estimativa do pensador Buckminster Fuller, em seu “Knowledge Doubling Curve”, até 1900 o conhecimento humano dobrava aproximadamente a cada século. Dali ao fim da Segunda Guerra Mundial, passou a dobrar a cada 25 anos. Hoje, só para se ter uma ideia, o conhecimento humano dobra, em média, a cada treze meses. E, de acordo com a IBM, a construção da Internet das Coisas poderá levar à duplicação do conhecimento a períodos de doze horas. Estamos dizendo que algo que levava cem anos para acontecer agora poderá ocorrer na metade de um dia. E como é o conhecimento que alavanca a transformação, o mundo seguirá mudando em um ritmo cada vez mais alucinante.

Para perceber como isso ocorre na prática, basta olhar ao seu redor. Ou você não notou que cada vez menos pessoas vão às bancas de jornal do seu

bairro? O jornalista logo ganhará mais dinheiro vendendo balas e bebidas do que revistas e jornais – se já não ganha. Ele está perdendo negócios à medida que as pessoas passam a ler tudo em smartphones e tablets. E os agentes de viagem que ficam sentados atrás de uma mesa, esperando que alguém chegue para planejar suas férias, até quando vão durar? Com sites como Booking.com, Google Flights e Airbnb, qualquer um pode reservar hotel ou alugar um apartamento sozinho, falando com gente do mundo inteiro e escolhendo o lugar no planeta que mais tenha a ver com seu bolso ou seu estilo de viagem. Sem intermediários. Sem sair de casa. Quer falar sobre o impacto do WhatsApp e do Skype na forma de nos comunicarmos com nossos amigos, ou podemos parar por aqui? Todos os setores da economia sofrerão uma transformação disruptiva por conta do digital. É uma questão de tempo. Você está pronto para isso?

Um dos aspectos dessa transformação que mais nos interessa está relacionado à adaptação das empresas e dos profissionais a esse novo mundo. Uma grande seleção natural corporativa está acontecendo bem debaixo do seu nariz. Empresas novas estão fazendo as antigas comerem poeira. Seja sincero: se você fosse um investidor, apostaria seu dinheiro nas velhas cooperativas de táxi após o surgimento de empresas como Easy Taxi, 99 e Uber? Nós, não! Não é preciso ser especialista para saber quem está saindo na frente. Basta estar vivo e experimentar esses novos serviços e produtos da perspectiva do cliente para entender quem representa o futuro e quem ficou no passado.

Tome como exemplo o que a Netflix fez com a Blockbuster e está fazendo com a TV aberta. Vamos tornar isso um pouco mais lúdico e divertido. Imaginamos aqui como seria um diálogo entre os executivos de um canal de TV aberta e os da Netflix com alguns consumidores comuns. Na nossa visão, seriam mais ou menos assim. O primeiro com a TV aberta. O segundo com a Netflix. Vejam o que eles dizem e voltamos a seguir.

Diálogo 1

TV Aberta: Quer assistir a uma história legal?

Consumidor: Quero! O que é?

TV Aberta: O nome é novela e passa todos os dias às 21h.

Consumidor: Mas às 21h eu tenho aula na faculdade/natação/ que colocar meu filho para dormir/trabalho/que ficar com a minha namorada (escolha uma resposta).

TV Aberta: Quer assistir? É do meu jeito! Às 21h em ponto na sua TV!

Consumidor: Dá para ver do celular?

TV Aberta: Hummmm... não!

Consumidor: Ok, vou para casa e vejo. Às 21h, né?

// quando a tal da novela começa a esquentar, pinta um intervalo //

Consumidor: Ei, por que parou? Eu não quero ver esse sabão em pó!

TV Aberta: Minha novela, minhas regras. Meu modelo de negócio só funciona assim.

Consumidor: Grrrr...

// quando fica bom mesmo, acaba o capítulo //

Consumidor: Que incrível, quero mais!

TV Aberta: Amanhã, mesmo bat-horário, mesmo bat-canal.

Consumidor: Mas eu quero agora!

TV Aberta: Já disse: minha novela, minhas regras. Tenho que rentabilizar esse troço.

Consumidor: Grrrr...

Diálogo 2

Netflix: Quer assistir a uma história legal?

Consumidor: É a tal novela?

Netflix: O nome é série e...

Consumidor: Já sei, é tipo uma novela! Que horas passa?

Netflix: A hora que você quiser. Pode ver na TV, tablet, celular...

Consumidor: Mesmo? Qualquer hora, onde eu quiser? Sei não, tá estranho isso... Tem intervalo?

Netflix: Sem intervalo.

Consumidor: Mas esse modelo de negócio para de pé?

Netflix: Sim, você paga uma assinatura mensal. Ah, e eu lhe dou a série inteira, você pode assistir a tudo de uma vez se quiser.

Consumidor: S2

Voltamos para comentar. Antes de mais nada, sei que muitos de vocês jamais assistiram a uma série inteira em um fim de semana na Netflix, mas, acreditem, algumas pessoas fazem isso!

Mas vamos ao que importa: deu para perceber quem está ganhando esse jogo? Quem representa a velha economia e quem representa a nova? Deu para perceber quem coloca o cliente no centro da estratégia?

Será que esses dois aspectos têm algo em comum? Qual a relação de tudo isso com essa revolução – não tão – silenciosa que estamos vivendo?

Vamos começar entendendo quem são essas empresas vencedoras e o que elas têm em comum. São as chamadas startups: Google, Facebook, Skype, Airbnb, Uber, Netshoes, PayPal, Nubank. Você nos diz qual delas prefere e nós contamos qual é o segredo. Simplificando ao máximo, podemos dizer que elas são vencedoras porque entenderam antes das demais como funciona a Nova Economia. E a regra básica desse jogo é SEMPRE colocar o cliente no centro de suas estratégias de negócios.

Na prática, o que essas empresas fizeram foi criar uma metodologia de trabalho 100% direcionada ao cliente. Elas descobriram que é sempre possível aprimorar a qualidade dos serviços e produtos ofertados, adotando uma perspectiva da busca infinita pela melhoria a partir da coleta de feedback de clientes. Elas escutam o que os clientes querem e, de forma muito rápida, dão isso a eles. Essa é a forma mais rápida e fácil de acelerar esse processo, trabalhando em pequenos ciclos. E elas repetem isso sem parar. Insistentemente.

Sabemos que é muita coisa para explicar de uma vez só. Vamos abordar cada um desses raciocínios ao longo deste livro. Vamos começar, claro, pelo cliente. Ele sempre esteve acostumado a ser maltratado pelas marcas. Elas falavam e ele se calava. Acontece que com

a chegada das redes sociais, agora ele tem voz. E se a empresa não escutar, o cliente está pronto para gritar. A Nova Economia permitiu que esse grito fosse ouvido por centenas, milhares, milhões de pessoas. Se pararmos para pensar, a tecnologia e as redes sociais subverteram uma lógica que existiu até os dias atuais quando o assunto é a relação entre empresas e clientes. De novo, antes, a empresa falava e o cliente escutava.

VAMOS COMEÇAR, CLARO, PELO CLIENTE. ELE SEMPRE ESTEVE ACOSTUMADO A SER MALTRATADO PELAS MARCAS. ELAS FALAVAM E ELE SE CALAVA. ACONTECE QUE COM A CHEGADA DAS REDES SOCIAIS, AGORA ELE TEM VOZ. E SE A EMPRESA NÃO ESCUTAR, O CLIENTE ESTÁ PRONTO PARA GRITAR. A NOVA ECONOMIA PERMITIU QUE ESSE GRITO FOSSE OUVIDO POR CENTENAS, MILHARES, MILHÕES DE PESSOAS

Era a ditadura das empresas. Elas escolhiam o que queriam vender e o cliente escolhia entre as opções disponíveis para comprar. É o caso clássico do Ford preto. Você podia escolher qualquer cor para seu Ford desde que fosse a preta! A empresa empurrava e o cliente aceitava. E ficava quietinho.

Pois bem, como já apontamos diversas vezes, o jogo mudou. Como? Estamos falando de power to the people. Já ouviu esse termo? Numa tradução

livre, seria algo como “poder às pessoas”, o tal do empoderamento. É isso que essas empresas vencedoras entenderam antes das outras. Hoje os consumidores têm um poder nunca visto antes. É quase como uma ditadura do cliente! Com um telefone celular, o cliente faz muita coisa. É capaz de gerar dez novos clientes para uma marca de que gosta ou acabar com uma reputação que levou cinquenta anos para ser construída. Não acredita? Em poucos segundos, seu cliente pesquisa preços, descobre o que outros consumidores estão falando de você e pede opinião de amigos sobre seu serviço. Em menos de um minuto, você pode perder uma venda! É muito fácil perdê-lo para a concorrência.

Qual a solução para isso? Não, não se trata de um Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) bacana que manda cartas escritas à mão para consumidores insatisfeitos. Estamos falando de realmente repensar toda sua proposta de valor para servir a um cliente cada vez mais exigente, informado e ágil.

Essa Velha Economia na qual (ainda) vivemos nasceu com a Revolução Industrial e ditou a forma como o mundo se organizou até agora. Simplificando muito, pense em uma linha de montagem. As empresas investiram em processos para ganhar escala e produtividade. De carros a refrigerantes, a ideia era produzir o máximo possível e colocar tudo nas prateleiras, até que viesse um consumidor e levasse. Segundo esse modo de pensamento, se você quisesse comprar qualquer coisa, teria que se comportar como a empresa determinasse. Na escolha do produto, na cor, na forma, no horário de funcionamento da loja etc.

Quando sequencial e repetitivo, esse processo é nota 10. Volume. Escala. Produtividade. Mas e quando houver uma interrupção na linha de montagem? Quando algo tem que ser diferente do que foi planejado? Aí, vira uma grande dor de cabeça, pois o processo tem que ser alterado. Isso gera atrasos e perdas. Sai do convencional. Entendeu agora por que o funcionário do McDonald's olha feio quando você

pede seu Big Mac sem molho? Um sanduíche sem molho atrapalha a vida deles, você quebra a rotina e faz a produtividade cair. Porque aquele modelo foi feito para atender a necessidade da loja, não a sua! Cinco minutos mais tarde, quando seu lanche chega, vem com um adesivo “Especial para você” ou algo do tipo. Mas se a empresa realmente pudesse lhe dizer algo, não seria essa a frase, confie em mim.

A Nova Economia é baseada na internet e na tecnologia. Tecnologia que dá poder aos consumidores e que deixa tudo extremamente instável para as empresas. Pois o cliente pode mudar de ideia a qualquer momento, basta ele perceber que tem uma empresa fazendo melhor que a sua. Seus concorrentes, que antes estavam na sua cidade ou no seu estado, hoje estão no mundo todo. E, acredite, em algum lugar do planeta tem uma empresa fazendo exatamente o que você faz de forma mais rápida e barata. Dói, né?

Neste momento, as duas economias, a Nova e a Velha, convivem. Isso quer dizer que vivemos em um período único na história. Uma fase que aconteceu há mais de um século e que só Deus sabe quando acontecerá novamente. Temos o privilégio de viver essa ruptura que pode representar uma grande oportunidade para quem quer começar um negócio, reinventar sua carreira e sua empresa e se adaptar a essa nova ordem. É uma chance única para que pessoas comuns façam coisas extraordinárias.

Entretanto, essa convivência – entre o novo e o velho – também traz riscos. O primeiro deles, claro, é fazer parte de uma das empresas da Velha Economia, seja como dono ou funcionário. É ser parte do time que será deixado para trás. Porque, não se iluda, junto com a inovação, o surgimento de apps bacanas e a melhoria de serviços por meio da tecnologia, vem também uma quebradeira generalizada de empresas tradicionais. De companhias seculares com faturamento de milhões. De bilhões. Isso já está acontecendo. Você se lembra da Kodak? E da Blockbuster? Empresas como essas

tinham tudo para capitanear a transformação e permanecer como a referência número um de seus segmentos. Mas cometeram um erro grave: achar que ser a maior bastava. Pararam no tempo e pagaram caro por isso. O mesmo pode acontecer da perspectiva do profissional. Se você parar no tempo, será devorado pela molecada que está chegando com o garfo e a faca na mão.

E é exatamente esse o outro risco

TEMOS O PRIVILÉGIO DE VIVER ESSA RUPTURA QUE PODE REPRESENTAR UMA GRANDE OPORTUNIDADE PARA QUEM QUER COMEÇAR UM NEGÓCIO, REINVENTAR SUA CARREIRA E SUA EMPRESA E SE ADAPTAR A ESSA NOVA ORDEM. É UMA CHANCE ÚNICA PARA QUE PESSOAS COMUNS FAÇAM COISAS EXTRAORDINÁRIAS

de que estamos falando. Ficar parado, preso à antiga ordem, achando que está seguro, enquanto seus concorrentes, provavelmente aqueles que você nem sonhou que existiam, já nascem surfando na nova onda. Nunca foi tão perigoso sentir-se seguro. Portanto, mexa-se! Conformados vão morrer!

Para ajudá-lo nessa missão, criamos uma série de princípios que irão prepará-lo para a Nova Economia. São “Os 7 Princípios da Evolução Exponencial”;

sete conceitos que irão ajudá-lo a entender o funcionamento desse novo cenário e, ao mesmo tempo, poderão ser muito úteis para traçar estratégias vencedoras neste novo mundo. Eles representam a forma de pensar e agir da Nova Economia.

De onde tiramos isso? De nossa experiência em empresas da Nova Economia. Seja como funcionários, como parceiros e até como clientes. “Os 7 Princípios da Evolução Exponencial” são fruto de nossa observação e convívio com alguns dos maiores líderes da Nova Economia. Nosso trabalho consistiu em fazer a leitura desse cenário e agrupar as informações da melhor maneira possível. É possível resumir tudo que sabemos e vivemos em apenas sete conceitos? Claro que não. Mas eles são um guia para esta jornada. Uma bússola para quem busca o crescimento acelerado, a evolução como pessoa e como empresa. Quer conhecê-los? Apresentamos a você “Os 7 Princípios da Evolução Exponencial”:

1. Cultura do cliente;
2. Sim, é possível;
3. O novo sempre vem;
4. Vamos errar;
5. Postura de dono;
6. Viva bem no desconforto;
7. Foco e obsessão.

Agora vamos detalhar cada princípio. Nosso objetivo é que você compreenda o princípio norteador de cada um deles. Os exemplos e casos apresentados são a concretização dessa nova forma de pensar e agir.

Para aqueles que querem se aprofundar nos 7 Princípios, recomendamos uma visita ao site www.mudeoumorra.com.br.

Ficha Técnica

Livro: **“Mude ou Morra - Tudo o que você precisa saber para fazer crescer seu negócio e sua carreira na Nova Economia”**

Autores: **Renato Mendes e Roni Cunha Bueno**

160 páginas
Planeta Estratégia (Editora Planeta)

ANUNCIANTES DESTA EDIÇÃO

ADILIS _____	4ª CAPA
DPSP _____	2ª CAPA
APAE _____	3ª CAPA
SAPORE _____	4-5
CAREPLUS _____	7
TECHWARE _____	9
INTERCULTURAL _____	13
GRUPO 5A _____	17
MARSO _____	19
RB SERVIÇOS _____	23
RHMED _____	27
KLP _____	28-29
GI GROUP _____	31
ALTA GESTÃO _____	33
CBS _____	39
FLYTOUR _____	41
SHARECARE _____	45
MAESTRO _____	51
VIEIRA & SOUZA _____	65
GRUPO SAÚDE E VIDA _____	69
HIRING _____	61
INTERCULTURAL _____	67
GRUPO SAÚDE E VIDA _____	69
LENS & MINARELLI _____	75
TESOURO _____	77
ABRH _____	81
ABQV _____	87



SOMOS REFLEXO
DAS NOSSAS
ATITUDES. ELES
TAMBÉM SÃO.

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

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

www.apaesp.org.br



Inclusão Profissional
da Pessoa com
Deficiência Intelectual



Apoio:





domine
o PDV

 **adilis.**
trade Marketing

Ofereça a melhor experiência de compra
aos seus shoppers com a **Adilis**,
o **Trade Marketing** que dá
resultados há 20 anos.

0800 777 4126 | adilis.com.br

2018

SEGMENTO
SELEÇÃO E
TRADEMARKETING