

"O público interno é o maior drive de reputação de uma empresa. O funcionário que se sente bem, recebe bem os clientes, atende com boa vontade e trabalha com prazer", afirma consultora

Em agosto foi divulgada a edição 2017 do ranking Great Place to Work (GPTW), que certifica empresas que desenvolvem e implementam estratégias de valorização do ambiente de trabalho e dos colaboradores. Essa é a 21ª edição em que as companhias são reconhecidas por boas práticas e que beneficia sua reputação como empregadora.

Mas quais os benefícios da empresa em investir em um ambiente de trabalho agradável? É comum que alguns empresários e líderes se questionem a respeito do retorno sobre o gasto com um ambiente agradável e, ao mesmo tempo, desafiador - ainda que inúmeras pesquisas científicas demonstrem a importância desse fator para a criatividade e produtividade, como os trabalhos da psicóloga Teresa Amabile. Afinal, os profissionais precisam valer mais do que o próprio salário e os impostos da folha de pagamento?

A resposta é óbvia e o motivo é bastante claro: as empresas não estão colocando dinheiro numa causa filantrópica. Elas obtêm resultados perceptíveis.

"O público interno é o maior drive de reputação de uma empresa. O funcionário que se sente bem, recebe bem os clientes, atende com boa vontade e trabalha com prazer. Ele fala bem da empresa aos amigos e para a sua rede de contatos", explica Tatiana Maia Lins, consultora de reputação organizacional e diretora da Makemake. "Um local onde as pessoas se sentem bem tem menos fofoca, menos ruído de comunicação, menos silêncio organizacional, tem mais confiança e melhor produtividade", completa.

A consultora destaca ainda que as faíscas que estouram as grandes crises de imagem no varejo e em organizações de outros setores têm origem no ambiente de trabalho. "São os funcionários que se sentem oprimidos, desvalorizados e trabalhando em condições desfavoráveis que colocam a boca no trombone, expondo os problemas", diz.

Para os funcionários, trabalhar em uma empresa que valoriza o ambiente de trabalho agrega benefícios diretos não apenas para o cotidiano, mas também para a carreira no longo prazo. Torna-se uma relação onde os dois lados ganham.

Já sabemos que investir nas pessoas é vantajoso e que não investir pode ser desastroso. Mas para onde devem ser direcionados esses investimentos e como saber se eles estão trazendo os resultados esperados? Como desenvolver e gerir uma estratégia de valorização do ambiente de trabalho?

Para responder a essas questões, falamos com os representantes de algumas empresas premiadas em edições locais e nacionais do GPTW. Dentre todos os fatores, estratégias e programas citados, destacamos as cinco principais.

Formação de novos líderes

Universidades corporativas, programas de trainee e treinamentos junto aos colaboradores são medidas fundamentais para preparar as gerações que irão assumir o comando da empresa. A Schmersal, empresa de segurança para máquinas industriais e a 4ª melhor empresa para se trabalhar no Brasil na categoria médio porte/multinacionais, trabalha em parceria com instituições de ensino.

"Este ano contratamos a Fundação Dom Cabral para um treinamento com todas as lideranças da empresa. A Schmersal também fornece bolsa de estudos de formação e línguas e a cada vaga que surge buscamos candidatos internamente", afirma Cláudio José Rosa, gerente de recursos humanos da companhia.

Uma universidade corporativa é diferente de programas de treinamentos: sua função é direcionar o aprendizado em direção a objetivos estratégicos específicos da empresa. Apesar de os cursos terem nível de pós-graduação, o Ministério da Educação (MEC) deixou de reconhecer os programas de Universidades Corporativas em 2011. Desde então, tais cursos são classificados como "cursos livres" -- à época, existiam cerca de 400 instituições não-educacionais credenciadas e outras 134 esperando autorização.

Mesmo sem reconhecimento oficial, os cursos de universidades corporativas oferecem um ganho significativo de conhecimento para o colaborador e um ativo estratégico para a companhia.

Qualidade de vida como engajamento e satisfação

A 3M foi também uma das 150 melhores empresas também no ranking da GPTW, sendo destaque nos quesitos Ambiente e Qualidade de Vida. A companhia traz a inovação em seu DNA e é de lá que trazemos um exemplo muito interessante sobre esse aspecto. Mais precisamente de sua fábrica em Sumaré/SP, onde, em abril de 2016 foi, inaugurada a Alameda Saber Viver.

Trata-se de um espaço de serviços diversos dentro do complexo industrial que pode ser utilizado pelos funcionários a qualquer momento. Funcionam lá salão de beleza e barbearia, hortifrúti de produtos orgânicos, van com opções de açougue e outros alimentos congelados, pastelaria, lava rápido, produtos de papelaria entre outras ações frequentes, como os food trucks.

"A ideia veio da necessidade de trazer mais facilidades para os funcionários, de modo a melhorar a qualidade de vida e fazer com que eles tenham mais tempo de qualidade com suas famílias. Isso traz maior satisfação, maior engajamento dos funcionários com a empresa e consequentemente maior retenção", explica Fernando Valle, diretor de Recursos Humanos da 3M Brasil.

Atenção à comunicação interna e transparência

Para evitar que a comunicação dentro da empresa fique ao sabor da espontaneidade e que os funcionários acabem irritados, mal informados, ineficientes e insatisfeitos, controlar o fluxo de informação é essencial. E esse controle deve ser fundamentado na transparência.

O plano adotado pela Cemara, empresa de loteamentos do interior de São Paulo que conta com 80 funcionários, foi a criação de comitês de trabalho sobre diversos assuntos. Marcos Dei Santi, vice-presidente de Novos Negócios e Operações da Cemara, explica que a ideia começou após a implantação do primeiro planejamento estratégico da empresa, em 2008.

"Decidimos criar comitês para dar mais transparência às informações, estratégias do rumo e negócios da empresa, delegar decisões e responsabilidades aos gestores. Essa é a espinha dorsal", explica.

"Criamos também um manual da comunicação. Todas essas comunicações têm regras, normas, espaços definidos, o que e quando informar, tudo para manter nossa transparência para todos. Então houve um equilíbrio, todo mundo sabe o que se passa na Cemara", conclui.

Atualmente, a empresa conta com 12 comitês de trabalho. O resultado foi um engajamento inédito dos colaboradores com os resultados da empresa, redução de turnover e maior produtividade. "Nos últimos dois anos, 18 funcionários pediram demissão ou foram desligados. Nossa produtividade e quantidade de clientes, os números continuam os mesmos com 20% a menos de colaboradores", diz Dei Santi.

A Monsanto, que conquistou o 15º lugar no GPTW, utiliza a abordagem 70/20/10 -- onde 70%

do aprendizado vem das experiências no local de trabalho; 20% da aprendizagem é adquirida por meio de treinamentos e feedbacks; e 10% vêm através de treinamentos formais.

Apoio irrestrito à diversidade

Incluir a diversidade na pauta corporativa vai muito além de apenas adotar um discurso politicamente correto. Em primeiro lugar, porque a diversidade promove a criatividade, melhora o processo de tomada de decisões, a resolução de problemas, a inovação e a flexibilidade. Não existe argumento lógico contra isso -- não por falta de tentativas.

Em segundo lugar, porque o convívio com pessoas oriundas de diversas realidades é um estímulo para o desenvolvimento de habilidades de inteligência emocional das pessoas que compartilham o ambiente de trabalho.

"Os ambientes de trabalho agradáveis são aqueles em que as pessoas se sintam acolhidas em suas diversidades, em que as não precisem vestir máscaras para trabalhar, em que elas se sintam respeitadas em suas opiniões e contribuições", defende Tatiana Lins, da MakeMake.

Um dos quesitos que ajudaram a destacar a Monsanto entre as melhores empresas para trabalhar foi o apoio estratégico à diversidade. O programa conta com cinco pilares: Aliança LGBT, PCDs Sem Fronteiras, Mulheres 360 e Raças e Gerações.

"Essa estratégia proporciona à Monsanto uma vantagem competitiva, pois acreditamos que é essencial ter diversidade de talentos e pontos de vista para se ter um ambiente mais inovador. É por isso que procuramos melhores talentos, independente da geografia, gênero, raça, crenças, orientação sexual, idade ou deficiência", ressalta Carlos Brito, líder de RH da Monsanto na América do Sul.

Gamificação

O nome virou um modismo, mas, quando aplicado com um objetivo estratégico, a gamificação aumenta o engajamento e reduz o turnover de maneira sensível. É a aposta que a Microcity, empresa brasileira de outsourcing e TI premiada como a melhor de Minas Gerais no GPTW 2017 na categoria até 999 funcionários, vem fazendo nos últimos dois anos e obtendo bons resultados.

"É uma excelente estratégia para despertar o interesse e engajamento dos colaboradores com as metas corporativas, políticas de pessoas e também melhorar a experiência dos nossos clientes com a nossa empresa", afirma Polianna Lopes, diretora de Gestão de Pessoas e de Marketing da Microcity.

A companhia criou um game de gestão chamado Liderix, que abrange indicadores estratégicos, programas de capacitação e desenvolvimento de equipes, políticas de pessoas e satisfação dos clientes. "O game traduz todos estes indicadores de forma clara, orientando-os muitas vezes no caminho que deve ser seguido", conta Lopes.

Segundo a diretora, o programa aumenta o engajamento dos colaboradores e a compreensão dos líderes sobre os desafios cotidianos da gestão, "resultando em maior produtividade e entendimento da estratégia da empresa de onde estamos para onde queremos ir".

Fonte: <http://www.administradores.com.br/noticias/carreira/as-3-licoes-das-melhores-empresas-para-trabalhar/121053/> - Acesso em 30/08/2017