



# RH Summit 2022:

análise e tendências do RH do futuro



# ÍNDICE:

1. Introdução
2. Será que o seu employer branding representa de verdade a sua cultura?
3. Como as tecnologias disruptivas estão transformando o trabalho
4. Como atrair profissionais de tecnologia em uma corrida constante
5. Liderança, gestão de pessoas e transformação de empresas
6. Power Skills do RH: competências e habilidades que todo profissional de RH deve ter
7. Do onboarding ao offboarding: como garantir a cultura em toda a experiência do colaborador?
8. Engajamento e Cultura: RH como alavanca de inovação
9. O papel do RH na Era da flexibilidade
10. Times de alta performance: uma jornada de desenvolvimento
11. O que o RH pode (e deve) aprender com a área de vendas
12. Como trabalhar o desenvolvimento de equipes de alta performance no RH pensando na otimização do tempo e em uma gestão estratégica
13. Turnover: pessoas deixam líderes, não empresas!
14. Sustentabilidade emocional como estratégia de gestão
15. Como a PagueVeloz engajou mais de 70% da equipe com educação financeira

# 1. Introdução

O RH Summit 2022 trouxe nesta edição alguns dos maiores especialistas em gestão de recursos humanos do mercado, que puderam trazer suas análises e dicas para os principais desafios do RH atualmente: como atratividade, analytics e performance, bem-estar do colaborador, gestão, entre outros temas.

Para você ficar por dentro dos principais conteúdos apresentados, a Creditas preparou este e-book exclusivo, em que você poderá ter acesso a alguns importantes *insights* trazidos pelos participantes e consultar sempre que quiser.

E não deixe de acompanhar o nosso [blog](#), pois teremos novos materiais relacionados aos temas do evento e outros conteúdos essenciais sobre o universo do RH.

**Boa leitura!**



## 2. Será que o seu employer branding representa de verdade a sua cultura?

O RH Summit começou reunindo um grupo de peso para falar sobre como criar uma marca empregadora sólida e que represente, de fato, a cultura da empresa.

Com condução de Leo Kaufmann, Head do RH Summit, e participação de Cristiane Moeda Cara, Head de RH da SulAmérica, Beatriz Pimentel, Head de RH na Transformação Digital, e Suzie Clavery, Gerente de Employer Branding na UnitedHealth Group, o painel de conteúdo contou com insights e estratégias para desenvolver uma marca forte, superando os novos desafios do RH.

E neste sentido, as convidadas elencaram três pontos principais, que não podem faltar quando pensamos em realmente encantar colaboradores e candidatos em potencial.

1

### Antes de tudo, ouça as pessoas

Cada segmento do mercado e cada negócio, mais especificamente, tem suas necessidades e valores definidos é claro, pelas pessoas que formam esses cenários.

Neste sentido, os convidados traçam um paralelo muito claro entre os segmentos de varejo e tecnologia.

Do lado do varejo, temos uma indústria que ainda é vista como o pontapé inicial de muitas pessoas no mercado, o famoso - e tão desejado - primeiro emprego. É uma oportunidade inicial de carreira e de desenvolvimento, por isso, o varejo funciona muito a partir do investimento em treinamento e capacitação, justamente porque as pessoas estão buscando conhecimento, precisam entender como funciona o mercado.

E assim, com uma base sólida, muitas pessoas têm a oportunidade de crescer por ali, formando lideranças capacitadas que se tornam, em vários casos, referências varejistas.

Em tecnologia é diferente temos um segmento se formando, com infinitas possibilidades, e pessoas que chegam cheia de expectativas e, muitas vezes, conhecimento acumulado. Elas sabem o que esperam e o que buscam em termos de cultura, desenvolvimento e aprendizado.



Dessa forma, a marca empregadora a ser construída em cada segmento também deve acompanhar esse cenário geral, a fim de cumprir com o que é atrativo para profissionais que se encontram em cada um dos meios.

Neste sentido, as convidadas apontam: não há segredo, é preciso ouvir as pessoas e o meio no qual convivem. Precisamos ser independentes de ferramentas e realmente escutar as comunidades, como interagem, quais dores e desejos compartilham, e fazer isso o tempo todo. Afinal, os segmentos, sejam quais forem, e formados por gente, sendo organismos vivos e em movimento constante.

## 2

## 2. Priorize o bem-estar

Elas concordam sem hesitar: falar de bem-estar é, cada vez mais, uma prioridade em todos os negócios.

Por isso, é preciso questionar o quanto estamos propondo um ambiente que realmente olhe de forma genuína para os cuidados com a saúde, com o lazer, com a satisfação pessoal, ao pensar em processos de recrutamento e engajamento de talentos.

Hoje, as pessoas têm poder de escolha, então, é preciso ir muito além do discurso. Quando pensamos em sites de avaliações de empresas - como o Glassdoor - que são super acessados e relevantes, é preciso se perguntar: as pessoas da sua empresa vivenciam o que está lá?

Porque nesta nova Era do trabalho, tão importante quanto o salário são as vivências, as conexões, aquilo que você realmente constrói - e que vai além do próximo passo de carreira - enquanto faz parte de uma empresa.

O que você vende e o que você vive precisa ser um só produto, uma só experiência. Essa é a única forma de construir credibilidade e, conseqüentemente, uma marca empregadora confiável.

### 3. O onboarding tem que ser de todos

Se todas as pessoas passam pelo processo de entrar na empresa, com aquele frio na barriga, fazer os primeiros contatos, aprender o que é necessário e, idealmente, se desenvolver em sua função, significa que o onboarding é de todos para todos.

Os rituais e treinamentos de boas-vindas não podem estar centralizados em recursos humanos porque fazem parte da cultura e a cultura é coletiva. Precisamos trazer todo mundo para o jogo, para que juntos possamos construir um momento de acolhimento, recebendo as pessoas da melhor forma possível de acordo com os valores da empresa.

Um ponto de destaque no painel de conteúdo é: gestores precisam estar comprados com a ideia, porque colaboradores são aquilo que a empresa tem de mais precioso, então, é importante realmente estar aberto para participar deste momento de boas-vindas e incentivar o time a fazer o mesmo.

Se por um lado, Cristiane, Beatriz e Suzy apontam, com facilidade e sinergia, os principais pilares para o desenvolvimento de uma marca empregadora condizente com a cultura da empresa, por outro, elas fazem questão de esclarecer que existem desafios nesse processo e, claro, deixam dicas para lidar com eles.





## Convencendo a liderança

Sim, essa pode ser uma dor quando pensamos em employer branding, por isso, elas reforçam a importância de ouvir as necessidades de quem está dentro de casa, combinando a escuta ativa aos dados, para só depois levar até a liderança uma proposta clara, sem vieses, sobre o que é importante para que a essência da marca não se perca.

## Formando um time de especialistas

Employer Branding ainda é um assunto relativamente novo nas empresas brasileiras, por isso, você precisa de pessoas preparadas na equipe, que realmente consigam conectar a importância de uma marca empregadora às estratégias de negócio.

## Tenha coragem para enxergar a realidade da empresa

Quem a sua empresa é, o que ela pode entregar e como ela deseja realmente contribuir para a carreira dos talentos internos. É preciso encarar de forma radicalmente honesta, direta e sem preciosismos, o cenário no qual a empresa está inserida, suas limitações e o interesse em superá-las.

## Não acredite em imediatismo

Construir uma marca empregadora sólida é um processo que leva tempo, você não conseguirá chegar no seu grande objetivo em apenas uma semana. É preciso planejar ações para curto, médio e longo prazo, mensurando e ajustando conforme a jornada.

## 5. Construa o seu EVP

Entenda sua proposta de valor, o que é esperado dos colaboradores e, também, o que eles esperam da empresa. Assim, o diferencial da corporação ficará cada vez mais claro, dando vida a uma proposta de valor realmente alinhada aos objetivos do negócio.

Por fim, elas deixam dicas simples e valiosas para quem está caminhando em direção a uma marca empregadora forte.

“Seja de verdade, tudo em que colocamos alma e coração não tem como dar errado. Quebre barreiras, às vezes precisamos de pílulas difíceis de engolir para entendermos o que funciona na prática”, Cristiane Moeda Cara.

“Não tenha medo do employer branding, comece por algum lugar, pense em pessoas, experiências e vá ajustando sua estratégia com o tempo. É tudo sobre pessoas, é tudo sobre experiências.”, Suzie Clavery.

“Não desistam, é sempre desafiador, ser RH é buscar algo novo todos os dias e muitas vezes é difícil. Procurem mentores para ajudá-los nessa construção e não desistam das pessoas”, Beatriz Pimentel.



# 3. Como as tecnologias disruptivas estão transformando o trabalho

Marcelo Trevisani, CEO da IBM Brasil, compartilhou sua perspectiva sobre como a tecnologia vem impulsionando as empresas em um mundo totalmente conectado, humano e híbrido, como ele mesmo define.

Para começar, ele reforça que a reinvenção digital é contínua tanto para empresas quanto para pessoas, e que um estudo da própria IBM apontou que 50% das empresas que usam tecnologia para entender e otimizar fluxos de trabalho se mostram muito mais competitivas no mercado.

Nesse contexto, o RH precisa tomar a frente nas decisões que dizem respeito a uma gestão personalizada de colaboradores e candidatos já que, cada vez mais, as pessoas buscam ser tratadas de acordo com suas experiências e expectativas.

Em paralelo, Marcelo cita que não há outro caminho para manter a precisão quando pensamos em contratar os melhores talentos do mercado do que o uso da tecnologia aplicada à automação.

Na mesma pesquisa feita pela IBM, foi visto que líderes de alta performance, que tomam decisões baseadas em dados e inteligência artificial, conseguem entender que a tecnologia é uma aliada para garantir o bem-estar dos colaboradores e, ainda neste tópico, 40% dos CEOs brasileiros relatam preocupação em melhorar a gestão voltada à saúde mental e física da equipe, usando ferramentas tecnológicas neste sentido.

E para identificar as oportunidades, seja em bem-estar, em recrutamento ou em engajamento de colaboradores, por exemplo, o uso da tecnologia é a maneira mais eficiente para criar processos inteligentes e alcançar uma precisão aguçada que apenas o olhar humano não é capaz de atingir.

Por isso, para Marcelo, todas as áreas precisam priorizar a automatização de processos para melhorar estratégias, ter insights mais rápidos e garantir ações mais efetivas. Dessa forma, é possível atender desde os clientes internos (colaboradores) até quem está na ponta, abraçando diferentes perfis e reduzindo as burocracias, com mais velocidade e praticidade, o que também potencializa o trabalho de times multidisciplinares.

# 4. Como atrair profissionais de tecnologia em uma corrida constante

Especialmente durante os últimos dois anos, atrair profissionais de tecnologia se tornou um grande desafio para o RH. Álvaro Oliveira, EVP de Operações de Talentos na Andela, apresenta sua visão a respeito desse cenário e estratégias para tornar sua empresa mais atrativa a esses profissionais.

E para ele, tudo começa no propósito: é preciso pensar se o que o candidato está sendo convidado para fazer na empresa faz sentido com a sua missão e desejos particulares. E resumindo isso em uma pergunta simples, seria algo como “o código no qual o meu colaborador está trabalhando - ou sendo chamado para trabalhar - faz sentido para o seu perfil?”.

E quanto mais capacitados, mais esses profissionais tendem a pedir das empresas. Por isso, Álvaro é bastante prático e cita algumas dicas essenciais:

## 1 Entenda o motivo pelo qual as pessoas querem aquilo que querem

Há uma grande procura por flexibilidade? Então, você precisa entender os motivos pelos quais seus candidatos em potencial buscam por isso. Existem novas necessidades que, sim, surgiram de forma compulsória, mas vieram para ficar.

Se ao trabalhar em casa é possível estar perto da família, com mais conforto, economizando tempo e, ainda assim, entregando bons resultados, precisamos nos adaptar. E é um papel do RH apresentar esse cenário às lideranças, com base em dados e fatos, e tornar o ambiente mais atrativo aos colaboradores de tecnologia.



## 2 **Vá além do checklist de skills**

Tudo bem, você sabe que a vaga pede por uma pessoa que domine a linguagem Python, mas você sabe o que é essa linguagem e os motivos pelos quais ela é importante para que o candidato assuma o trabalho?

Ao recrutar profissionais de tecnologia, é preciso realmente estudar um pouco mais sobre a área para fazer a melhor seleção, pois enquanto temos muitos profissionais disponíveis no mercado, ainda temos poucos realmente capacitados.

## 3 **Busque por pessoas que vão além do tech**

No dia a dia dinâmico e intenso que vivenciamos hoje, precisamos de profissionais que façam mais do que dominar a tecnologia, mas de pessoas capazes de se comunicar com a liderança e com a equipe, de apresentar e defender projetos.

Então, vá além do tech, supere o checklist de skills e entenda quem, de fato, é a pessoa que a sua empresa busca e como se conectar com ela.



# 5. Liderança, gestão de pessoas e transformação de empresas

O CEO da Espaçolaser, Paulo Morais, trouxe reflexões sobre a liderança de pessoas no evento e ressaltou a importância de formar gerentes que não apenas sejam capazes de aumentar as vendas, mas também de engajar sua equipe para seguir essa premissa de uma forma humanizada.

Paulo afirma que ainda que as tecnologias sejam fundamentais, o que possibilita de fato resultados extraordinários são, verdadeiramente, as pessoas empenhadas e acreditando no mesmo objetivo – e nesse sentido, o RH tem papel principal no desenvolvimento de pessoas, extraindo o melhor dos profissionais e os estimulando a buscar, de forma individual, o crescimento contínuo.

## Grandes empresas, grandes desafios

Quando a empresa tem um salto de crescimento, fica cada vez mais difícil manter a equipe alinhada ao mesmo objetivo. Por essa razão, de acordo com Paulo, é fundamental que toda operação esteja olhando na mesma direção – e o RH é o ponto focal dessa iniciativa, centralizando e otimizando os esforços para o resultado da companhia.

## Tecnologia a serviço do cliente

Paulo relata uma importante transição pela qual a Espaçolaser em 2017:

“Assumi um risco de fazer a virada do sistema das lojas da Espaçolaser por completo, em uma iniciativa que envolvia todas as áreas da empresa para um grande projeto de transformação digital”.

Segundo ele, o projeto envolvia as informações dos clientes e todo o seu ciclo de compra, de forma que toda a empresa pode participar do processo por meio de informações compartilhadas de forma unificada para todos. Assim, foi possível solucionar os problemas de forma mais assertiva e eficiente, levando em consideração que, na prática, o objetivo é um só: possibilitar a melhor experiência para o cliente.

“Somos uma empresa de ‘nós’, e não uma empresa de ‘eu’ “, afirma Paulo Morais.

## Cultura e performance: uma relação direta

Para Paulo, a cultura é a alma da empresa e deve estar bastante clara para todos os colaboradores, especialmente as lideranças. Os gestores devem entender que, ao entrar na companhia, devem se adaptar à essa cultura e construir uma relação humanizada com sua equipe, se preocupando com o ser humano da mesma forma que se preocupam com as entregas.

## Missão, visão e valores = bem-estar

Paulo afirma que a missão, visão e valores de sua empresa se resumem em bem-estar, tanto dos clientes quanto dos colaboradores. Este é o propósito que deve ser compreendido e buscado por todo o time da EspaçoLaser.

## Trabalho remoto não substitui olho no olho

Paulo Moraes contou um pouco sobre a experiência da EspaçoLaser durante a pandemia: “Foi um período difícil e o trabalho remoto foi o que possibilitou que a empresa continuasse o seu funcionamento em um momento tão delicado”, lembra.

Porém, mesmo que a prática ainda exista na companhia, o CEO ressalta a importância da convivência presencial e afirma que o contato humano no dia a dia do trabalho é insubstituível – especialmente para o contexto da EspaçoLaser, onde a conexão dos seus serviços com o cliente exige essa proximidade.



# 6 ■ Power Skills do RH: competências e habilidades que todo profissional de RH deve ter

Como se manter estratégico em um cenário cada vez mais desafiador? Sob essa perspectiva, Mônica Hauck, fundadora e CEO da Sólides Tecnologia, falou sobre as principais competências que o RH deve desenvolver para atuar em uma gestão estratégica de recursos humanos e garantir o crescimento da organização em um cenário econômico incerto.

## Power Skills?

De acordo com Mônica, os profissionais de RH devem estar atentos não apenas às habilidades de hard e soft skills, conceitos amplamente trabalhados no mundo do trabalho. Agora, é preciso ficar de olho também nas power skills, ou seja, as competências que efetivamente fazem a diferença nas carreiras de RH, possibilitando que ocupe um novo patamar em sua jornada.

Mônica ressalta que essas novas competências fogem da zona de conforto, ou seja, das habilidades clássicas de recursos humanos, e se encaminha para o entendimento do negócio em si e dos resultados da companhia para que efetivamente os profissionais dessa área estejam – como devem estar – no centro da estratégia.

Isso implica que as equipes de recursos humanos devem desenvolver habilidades que, em um passado não muito distante, estavam fora do seu escopo de atuação, como marketing, finanças, tecnologia, entre outras.

## Aprendizagem contínua

Cada vez mais, os profissionais de RH são impelidos a utilizar novas ferramentas para acompanhamento de resultados e, por esse motivo, devem estar preparados para se desenvolver constantemente de acordo com as novas demandas da companhia.

Ainda que o foco esteja em sua zona de especialização, Mônica traz a importância de conseguir estabelecer relações entre a teoria e a prática de todas as variáveis do negócio – especialmente em um novo contexto em que tudo se conecta – e reforça que é essencial ter um domínio macro das atividades.

## Gestão de pessoas como instrumento de negócio

Neste ponto, Mônica traz uma provocação para o profissional de RH: "comece a tentar entender daquilo que você não entende, pois isso fará a diferença". Afinal, em um cenário em que todas as decisões estratégicas, cada vez mais, são realizadas por meio dos dados disponíveis, o RH deverá ter a habilidade necessária para interpretar essa informação e transformá-la em resultados tangíveis para empresa, tornando-se peça fundamental para o crescimento.

Mônica ainda ressalta que o RH que não se adapta a esse contexto fica marginalizado do negócio e não se aprofunda na estratégia da companhia, o que pode impactar negativamente a gestão de pessoas.

## RH mais objetivo

As incertezas trazidas pela pandemia, em um contexto completamente novo e desafiador para todos, trouxeram algumas distrações para as equipes de RH. De acordo com Mônica, até mesmo por conta do ineditismo dessa situação, o período fez com que a gestão de pessoas muitas vezes perdesse o foco de suas atribuições. Porém, ela ressalta que agora a gestão retoma o caminho para um RH mais objetivo e focado nas metas do negócio – que não exclui, de forma alguma, uma relação humanizada com os colaboradores.



## Tecnologia como aliada do RH

Para a CEO da Sólides, os recursos tecnológicos disponíveis são fundamentais para facilitar a gestão de recursos humanos, automatizando processos e ressignificando o papel do profissional, levando, junto com a análise de dados, a um gerenciamento mais estratégico e menos operacional.

## People Analytics

De acordo com Mônica, o recurso do People Analytics pode ser especialmente importante para pequenas e médias empresas, que são as que mais sofrem por não conseguirem ter uma visão clara dos dados do negócio – e do impacto gigantesco que podem ter sobre elas, já que possuem uma margem mais curta para errar e mudar a rota. Isso significa que, na prática, uma gestão inteligente da informação pode ser o diferencial entre uma empresa fechar ou continuar no mercado, tornando o uso de dados essencial para entendimento do turnover ou custo de folha de pagamento, por exemplo.

## Tendências do RH em destaque

Perguntada sobre as tendências do RH para os próximos anos, Mônica cita que o cuidado com o colaborador e sua qualidade de vida, ainda que sigam tendo bastante relevância na gestão de pessoas, agora dividirá espaço com outra variável: o custo da pandemia e suas consequências, como inflação, menor liquidez do mercado e a diminuição do PIB.

Portanto, na prática, as empresas agora têm o desafio de otimizar suas operações – e o RH precisa focar em produtividade e em todas as possibilidades de se fazer mais com menos recursos.

Além disso, o contexto do trabalho híbrido e remoto ainda é complexo para a maioria das empresas, o que tornou o mercado de trabalho ainda mais confuso sob essa perspectiva.

Nesse sentido, o principal desafio do RH será equalizar este cenário econômico ainda mais incerto, as novas modalidades de trabalho e a melhoria da produtividade e dos resultados da organização.



# 7. Do onboarding ao offboarding: como garantir a cultura em toda a experiência do colaborador?

Marcela Ziliotto, diretora de People na Pipo Saúde, compartilha sua visão sobre processo de onboarding e, também, a respeito do momento de desligamento de colaboradores, mostrando que é possível manter uma tratativa acolhedora e humana em todas as etapas. Para isso, ela destaca 4 passos primordiais para que a jornada ocorra de forma fluida, de acordo com a cultura da empresa:

## 1 Pré-onboarding

Começa no momento em que a pessoa candidata aceita a proposta, assim, passa a ser impactada com e-mails que tratam sobre a cultura da empresa, gerando curiosidade. O kit de boas-vindas também faz parte dessa etapa, com alguns mimos personalizados, incluindo um livro escolhido pelo líder especialmente para aquele indivíduo, com base nos desafios que terá e, até mesmo, no perfil observado durante a entrevista.

Para diminuir a ansiedade de início, a pessoa em questão também recebe um guia com tudo o que acontecerá nos primeiros dias, fomentando previsibilidade e transparência.

## 2 O onboarding

Aqui, a pessoa é convidada a se apaixonar pela cultura, ela começa a ser engajada por meio de trilhas de conteúdo e rituais de introdução aos times, conhecendo pessoas e se aprofundando no propósito da empresa.

É o momento de deixar claro qual é o ambiente em que está sendo inserida e o que se espera das pessoas ali dentro.





## 3 Engajamento contínuo

A todo momento, a coerência entre a prática e a teoria deve estar muito presente, isso vale desde as primeiras vivências até o dia a dia, como um todo, dentro da empresa.

Para tangibilizar, Marcela comenta que, no caso da empresa na qual atua, existem algumas reuniões periódicas em que estratégias e experiências são compartilhadas, como o “Cafézinho com a CEO”, e os “Talkinhos” nos quais são convidadas referências do mercado para falar sobre assuntos em alta. E, ainda, um offsite no qual todo o time é levado para um hotel para realizar dinâmicas e conexões durante uma semana.

## 4 Mais um ciclo se fecha

De forma natural, colaboradores podem encontrar novas oportunidades e deixar a empresa e, neste momento, o acolhimento é muito importante. As pessoas precisam estar confortáveis, dentro do possível, por encerrar mais um ciclo e caminhar para uma nova mudança. Neste sentido, o RH deve incentivar uma despedida amigável, comunicando a saída de forma clara e agradecendo por toda a contribuição.

Em todos os casos, independente de se tratar de um pedido de demissão ou de uma decisão da empresa, Marcela conta que há o encaminhamento de um material específico que conta todos os próximos passos, o que precisa ser feito, contando com ligações da responsável por Business Partner - que faz uma entrevista de desligamento, incentivando feedbacks - e uma ligação para tratar sobre burocracias, garantindo amparo.

Ainda neste painel de conteúdo, os benefícios corporativos são destacados como um fator que é importantíssimo na cultura empresarial.

Marcela destaca a importância de entender o público interno, antes de qualquer coisa, para saber quais são os benefícios que realmente atendem a essa população. Ela recomenda que a equipe de People acompanhe pesquisas externas mas, mais do que isso, realize pesquisas internas.

Além disso, ela destaca que disponibilizar os mesmos benefícios para todos - independente de cargos - é uma boa prática, essencial para garantir um ambiente igualitário. Outro exemplo que favorece a equidade é a entrega de licenças parentais para mulheres e homens, que acontece, inclusive, durante o mesmo período de tempo.

Em geral, é fundamental que os valores da empresa estejam muito presentes na forma como colaborador é tratado no dia a dia, assim, de dentro para fora, a cultura estará presente em toda a experiência, inclusive, quando é hora de dar tchau.

# 8. Engajamento e Cultura: RH como alavanca de inovação

Aline Gomes, Head de Negócio na Conquer in Company, conta como o RH pode impulsionar engajamento e cultura, trazendo dados que deixam claro qual é o cenário e as oportunidades.

Logo de início, ela comenta que, em uma pesquisa feita pelo LinkedIn (2020), foi descoberto que 42% dos RHs não conseguem criar uma cultura de aprendizado, e questiona: quando você olha para a sua organização, o aprendizado acontece ao desenhar projetos e metas?

Em seguida, Aline conta que investir em cultura é uma ação que pode duplicar seus resultados em satisfação e engajamento da equipe, pois, dessa forma, os valores da empresa e os colaboradores estão no centro do negócio. Por isso é tão importante que o RH desenvolva o chamado “Human Centricity”, adotando uma visão sistêmica do ser humano nas organizações.

Neste sentido, percebemos o momento do RH, considerando a exponencialidade do contexto em que vivemos, de duas formas:

## 1. Mentalidade incremental

Aqui, o RH estipula objetivos realistas, segue o plano, busca minimizar os riscos, centraliza a tomada de decisões e aumenta a autoridade, o que costuma gerar um crescimento de até 10%.

## 2. Mentalidade exponencial

Por outro lado, quando pensamos em um modelo exponencial, focamos em digitalização e aceleração de negócio, com objetivos muito mais ambiciosos, sem necessariamente seguir um plano (mas seguindo uma visão clara de metas e resultados a serem alcançados), personalizando as jornadas e empoderando não apenas os líderes, mas os colaboradores na tomada de decisões. A influência aumenta, a rede se expande e o ecossistema também, é assim que os negócios crescem 10 vezes mais do que ao manter uma mentalidade incremental.

E daí surge mais uma provocação: o quanto o seu RH tem mantido uma mentalidade exponencial ao pensar nos objetivos a serem alcançados?

Ao falar sobre esse desafio, Aline busca traçar toda a jornada de uma equipe de Recursos Humanos a caminho de uma mentalidade exponencial e, é claro, da inovação.



Aqui, ela traça alguns passos essenciais:

1

## Tenha um propósito massivo transformador

Isso significa que o DNA da empresa, os valores, os famosos do's e dont's comportamentais devem estar muito claros na coluna dorsal da liderança, para que isso transpareça também em toda a equipe de colaboradores.

A dica é que você tenha, de fato, um propósito transformador e que ele esteja presente em todas as jornadas do colaborador dentro da empresa, com estímulos que se destaquem desde o momento do onboarding até o auge de performance dentro da corporação.

2

## Abra espaço para a vulnerabilidade

Compartilhe erros e desafios e fomente falhas como aprendizado, essa é uma visão necessária para realmente alcançar a inovação.

3

## Incentive uma cultura de experimentação

Enxergue a educação como um benefício e crie uma cultura de experimentação através de jornadas de capacitação e repertório, assim, você saberá quais habilidades são importantes para sua corporação hoje e no futuro, e quais habilidades você já possui e pode aprimorar.

Por fim, Aline mostra um framework desenvolvido na Conquer que exemplifica como fomentar uma cultura que considere o colaborador como centro do negócio.

Neste framework, a empresa considera 7 passos como primordiais:



- Priorize o bem-estar do colaborador;
- Enxergue seus colaboradores como clientes;
- Trabalhe na experiência digital da equipe;
- Peça feedbacks e aja de acordo com eles;
- Crie espaços psicologicamente seguros;
- Melhore suas estratégias de benefícios;
- Empodere o crescimento dos seus colaboradores.

Uma construção diária, contínua e desafiante, mas que pode transformar a forma como a cultura e o engajamento nascem e são potencializados dentro da sua companhia.



# 9. O papel do RH na Era da flexibilidade

Em uma roda de conversa conduzida por Leo Kaufmann, convidados comentam sobre o protagonismo da flexibilidade no atual momento do mercado e o papel do RH neste movimento.

Desde o início, é falado que estamos vivendo um momento de adequações e crescimento, o mercado está mudando e amadurecendo - especialmente quando falamos em startups - e lidar com as transformações, ainda que seja desafiador, é necessário para quem deseja permanecer competitivo.

Os desafios de atração e engajamento de pessoas, por exemplo, estão mais acelerados do que nunca, e esse é um aprendizado conjunto, dividido por lideranças, colaboradores e até pelo próprio Estado, e que não volta mais ao seu estágio inicial. As empresas enxergaram o valor de uma cultura mais flexível, os colaboradores perceberam os benefícios nessa mudança e, assim, o espaço da reinvenção é, cada vez mais, evidente e ilimitado.

É importante enxergar que o movimento de flexibilização dos modelos de trabalho já vinha acontecendo mesmo antes da pandemia, especialmente em empresas multinacionais, o que ocorreu foi uma intensificação dessa prática, de forma compulsória.

A maior parte das empresas entrou em um modo extremo de home office, e cada pessoa tem expectativas de flexibilidade particulares. Esse é um pensamento que todo RH deve levar como premissa para planejar ações e definir modelos.

Em uma pesquisa realizada pela FGV com participação da PWC e da PageGroup, foi percebida a existência crescente de gaps de expectativas nas empresas, como por exemplo: a maioria dos colaboradores se sentiu muito mais produtivo no trabalho remoto, enquanto a alta liderança (C-level) não viu essa diferença em termos de produtividade.



Quando olhamos para as preferências, tanto colaboradores quanto líderes escolheriam um modelo híbrido de trabalho, neste ponto, podemos dizer que a flexibilidade é um caminho sem volta. Em paralelo, nota-se que os colaboradores querem uma maior frequência de trabalho remoto, enquanto, do lado da liderança, a escolha é contrária (querem mais dias trabalhando no escritório).

Em termos de gênero também há diferença: mulheres sentem-se mais produtivas no trabalho remoto em relação aos homens, e preferem atuar neste modelo. E falando em faixas etárias, pessoas mais jovens também buscam por uma recorrência maior do teletrabalho, enquanto gerações mais sêniores não compartilham dessa opinião.

**Ou seja: há um grande desafio quando pensamos em satisfazer a todos os gostos, já que isso nos mostra que não é possível olhar pela perspectiva de um só recorte.**





A discussão sobre retornar ou não ao escritório deve estar cada vez mais presente nas conversas de RH e, por isso, é tão importante realmente ouvir as pessoas. Uma forma de fazer isso é realizando pesquisas para entender qual é a opinião da equipe e quais são as realidades que formam a população da sua empresa, compreendendo, por exemplo, se existem pessoas que levariam muito tempo para se deslocar até o trabalho, ou outras que têm filhos e conseguem lidar melhor com o dia a dia estando em casa.

Apenas com uma escuta aberta, ativa e empática é possível criar uma política que abrace a todos os colaboradores e que esteja de acordo com o perfil da empresa, que é formado, antes de tudo, por gente e suas necessidades.

Esse caminho flexível, no qual também cabem normas e limites gerais, é uma escolha favorável não só em termos de atratividade e engajamento de talentos mas, também, para garantir uma equipe mais diversa, formada por pessoas de todos os lugares, com rotinas e desejos diferentes.

**Uma dica importante é fazer com que todos tenham oportunidade de ser vistos e, com isso, lembrados. É primordial que as pessoas que escolhem trabalhar remotamente tenham as mesmas chances de desenvolvimento do que aquelas que estarão no escritório, mais expostas e, conseqüentemente, em destaque no dia a dia. Assim, não basta flexibilizar, é preciso acompanhar e ajustar o processo continuamente.**

Antes de fechar a conversa, é comentado, também, que as pessoas têm trabalhado mais quando estão atuando de forma remota, o que afeta a saúde mental de forma negativa e nos leva a pensar: o quão sustentáveis são os novos modelos de trabalho e o que precisamos fazer para torná-los mais saudáveis?

Essa deve ser uma prioridade do negócio, pensando no que é possível suavizar durante a rotina (quantidade de reuniões, por exemplo) para que as pessoas possam trabalhar de casa - ou de qualquer outro lugar - de forma confortável e mentalmente segura.

# 10. Times de alta performance: uma jornada de desenvolvimento



Luiz Meisler, vice-presidente executivo da Oracle América Latina, comenta como construir times de alta performance, especialmente tratando do ponto de vista de equipes de tecnologia.

Diante de mudanças tão contínuas no mercado e no cenário socioeconômico mundial, Luiz comenta que aprendemos a viver de uma forma radicalmente diferente e, principalmente, a lidar com gestão de pessoas de maneira inovadora. Para ele, o que realmente importa é o plano de vida, muito mais do que um plano de carreira, pois o organograma e o planejamento da empresa muda o tempo todo, mas a capacidade das pessoas de aprender e crescer é exponencial.

Procurar por colaboradores que tenham as soft skills necessárias, que entreguem empatia, autenticidade, comunicação com excelência, hoje, é tão importante - ou mais - do que um bom currículo. São essas habilidades que formam o tal plano de vida e que capacitam as pessoas a continuarem se autodesenvolvendo e, mais do que isso, a aproveitarem as oportunidades que a empresa proporciona.

Em aspectos comportamentais, são destacados três pontos importantíssimos que precisam ser priorizados na procura por talentos no mercado:

1

## A humildade

Somos todos pessoas normais, conhecemos apenas uma gota no oceano e nunca seremos completos se não trabalharmos em equipe, compartilhando e descobrindo através do todo.

2

## A generosidade

Integrar a sociedade, dentro do seu contexto, estar disposto a observar sem cair em vieses e a contribuir por inteiro faz toda a diferença, também, dentro da corporação.

3

## A gratidão

É fundamental olhar para o que já temos, o que já aprendemos e comemorar as pequenas vitórias.

O período que vivemos nos últimos 2 anos nos mostrou as nossas fortalezas e fraquezas como mercado de trabalho, especialmente falando em cultura. Olhar para aspectos positivos, ter uma liderança capaz de reconhecer, estimular, de forma generosa e com humildade, torna os times mais unidos por meio da inspiração, e gera, de fato, uma reunião de pessoas apaixonadas pelo propósito.

E todas essas características, é claro, levam para a construção de um lugar no qual o aprendizado acontece de forma aberta, contínua e compartilhada.

Pensando nisso, Luiz propõe uma reflexão: se você, profissional de RH, não buscar por conhecimento, quanto tempo você consegue se manter ativo no mercado de trabalho?

Com essa pergunta, ele reforça a importância de considerar o aprendizado como parte da sua jornada de trabalho, e mais do que isso, de descobrir o que você gosta de aprender.

# 11. O que o RH pode (e deve) aprender com a área de vendas

Você já parou para pensar que existem muitas competências em comum entre as áreas de RH e de vendas? Pois é, ambas compartilham o grande objetivo de vender a empresa, de diferentes formas, mostrando valores e diferenciais no que a corporação faz.

Para contar quais são as principais semelhanças entre as áreas e como pessoas que atuam com Recursos Humanos podem aprender com os colegas do comercial, Carol Manciola, sócio-diretora e CEO da Crescimentum, foi a convidada da vez.

Ao iniciar a conversa, ela compartilha a importância em retirar os estigmas de ambas as frentes, para isso, é essencial que a cultura da empresa fomente uma aproximação entre esses profissionais, deixando claro que ambos são estratégicos e têm igual importância para atingir os objetivos dos negócios.

Se durante a pandemia o RH foi essencial para cuidar e direcionar as pessoas, a área de vendas foi fundamental para garantir que o motor continuasse funcionando na ponta e, mais do que isso, para acelerar os resultados. Portanto, há uma alta relevância dos dois lados.

Ao falar sobre essa aproximação, Carol deixa claro que vender não é apenas ter bons argumentos mas, acima de tudo, é ser capaz de conectar. O vendedor é um mestre em criar conexões, em desenvolver e fortalecer relações, ou seja, também é um especialista em pessoas.

O profissional da área comercial precisa ter um olhar sensível para relacionar as dores e necessidades do cliente ao produto e o mesmo acontece no RH, especialmente com o grande crescimento da área de People Analytics fazendo com que, cada vez mais, os profissionais de gente e gestão sejam estimulados a encontrar oportunidades e identificar pontos de melhoria por meio dos dados.

Ainda, Carol Manciola cita o fenômeno da Grande Renúncia - caracterizado por um alto número de demissões voluntárias que foram observadas nos Estados Unidos e já se espalham para outros cantos do mundo, incluindo o Brasil - como forma de exemplificar que a importância de engajar e reter pessoas dentro do RH é a mesma que a equipe de vendas enfrenta, porém, com um público diferente (os clientes).

Assim, começa-se a perceber que todo o funil de vendas também existe, com as suas próprias características, dentro do RH. Estamos sempre buscando por atração, por encantamento, para fazer com que o colaborador ou o cliente se torne um promotor, colaborando para os objetivos da corporação.

E pensando nos dois times, ela dá um conselho valioso: enxergue vendas, em todos os sentidos, como algo positivo, inclusive, na hora de “se vender”. Ou seja, esteja pronto para desenvolver a sua marca, valorizar as suas melhores características expor o seu talento e, claro, faça isso não apenas através de palavras, mas nas atitudes do dia a dia.

Neste ponto, os profissionais de vendas e de RH também têm algo em comum: cada vez mais, eles devem ser ótimos comunicadores. E essa comunicação, eventualmente, estará voltada também para o famoso marketing pessoal.

Para finalizar a conversa, Carol deixa um exemplo claro sobre como o RH pode trabalhar junto ao time de vendas. Cada vez mais, os profissionais de recursos humanos são cobrados por estratégia e, assim, antes de desenvolver qualquer projeto, é necessário realizar mapeamentos de cenário, dores e oportunidades. E esse é um aprendizado que a equipe de Recursos Humanos pode absorver com o time de vendas, afinal, não basta apresentar a solução, é preciso se preparar para tal.

Do lado de vendas, esse preparo envolve um estudo sobre o lead, a empresa e suas necessidades. Que pode acontecer, por exemplo, por meio de uma pesquisa em redes sociais - como o LinkedIn - e pesquisa em portais de avaliação de empresas.

Ao recrutar, não deve ser diferente, é necessário pesquisar sobre as qualificações, as ambições dos profissionais que atuam naquela posição e o mercado como um todo. Ainda, é deixado um conselho final: seja no momento do recrutamento ou em qualquer outro projeto, depois de mapear, pesquisar e se dedicar ao seu trabalho, caso você escute um “não”, inspire-se nos profissionais de venda e vá além.

Esse é um processo de negociação, o seu desafio é entender quais arestas devem ser aparadas para conseguir emplacar o projeto.



Em um paralelo ainda mais claro com o universo de vendas, no comercial, temos a chamada “venda desafiadora” que se baseia em 3 pilares, sendo:

- **Ensinar algo novo ao cliente;**
- **Personalizar a abordagem;**
- **Assumir o controle da venda.**

E olhando para o RH, esse processo é super aplicável. Portanto, muitas soluções e insights voltados para gente e gestão podem estar mais perto do que a equipe imagina: dentro de casa, junto ao time de vendas.

Essa sinergia só tem a contribuir para o dia a dia das duas frentes, gerando uma maior diversificação de ações, mais inovação e uma cultura colaborativa.



# 12.

## Como trabalhar o desenvolvimento de equipes de alta performance no RH pensando na otimização do tempo e em uma gestão estratégica

Silvana Fernandes, gerente de Recursos Humanos da Pontomais, contou no evento sua experiência de gestão em meio a um crescimento significativo da empresa em número de colaboradores em um momento complexo como a pandemia, e quais foram as iniciativas para desenvolver uma cultura de alta performance.

Silvana começa sua fala explicando sua visão de uma equipe de alta performance, que deve ser comprometida com os resultados da empresa, trabalhando com sintonia e entusiasmo. O time é composto por pessoas com habilidades que se complementam, focada nas entregas e no resultado.

Nesse aspecto, a digitalização e automação dos processos torna-se uma ferramenta vital para as equipes, permitindo que o profissional se distancie um pouco da operação e invista sua capacidade intelectual e potencial humano na estratégia da companhia.

De acordo com Silvana, a Pontomais conta com uma cultura de colaboração, com práticas e indicadores que representam essa característica, além de lideranças fortes e capazes de acelerar os resultados e o crescimento da empresa. A profissional ainda destaca que o RH tem papel central na estratégia de negócio, atuando como ponto focal entre os times e liderando iniciativas para valorização e desenvolvimento dos colaboradores.

Silvana citou a experiência com a criação de squads para análise de resultados e melhorias dos processos na organização, o que trouxe bastante autonomia e visão de negócio para os times envolvidos.

Com o aumento da equipe, o desafio foi manter o alinhamento e comunicação eficiente de todas -- e nesse sentido, o RH foi figura central para acompanhar esses indicadores. Além disso, foram realizados treinamentos para as novas lideranças para comunicar de forma clara os direcionais com seus times.

Outra ação importante da Pontomais foi em relação ao clima organizacional. Segundo Silvana, a pesquisa de NPS é realizada mensalmente para identificar possíveis problemas e melhorias, além da pesquisa de clima propriamente dita feita semestralmente para entender a satisfação dos colaboradores, tanto com a empresa quanto em relação aos outros times.

Silvana aponta, também, que é fundamental que o RH esteja por dentro do negócio, focando nos objetivos e realizando uma gestão estratégica de pessoas, entendendo as necessidades, as possíveis mudanças e provocando melhorias.

# 13. Turnover: pessoas deixam líderes, não empresas!

Dan Porto, sócio-diretor e head de Coaching da Crescimentum, faz uma análise sobre a onda de demissões voluntárias que começou nos Estados Unidos e tem se espalhado por todo o mundo, a chamada The Great Resignation, ou A Grande Renúncia no Brasil. Ele explica que, após o período de pandemia e isolamento, os profissionais puderam reavaliar suas vidas e prioridades e sentiram que no trabalho remoto puderam ter mais controle sobre sua agenda e vida pessoal.

Nesse sentido, Dan aponta que aquelas pessoas que não se conectavam com o propósito e valores da empresa em que trabalhavam, ou que não se sentiam apoiadas em seu desenvolvimento, passaram a questionar se realmente valia a pena se manter dentro da organização.

## Responsabilidades da liderança

Dan Porto comenta uma pesquisa do Instituto Gallup, que aponta que 63% dos motivos de saída dos colaboradores não estavam relacionados com remuneração e benefícios, indicando que os pedidos de demissão são causados justamente pela falta de apoio da empresa e de suas lideranças – especialmente aquelas que não demonstram confiança no colaborador no trabalho remoto.

Mas, afinal, o que esperam os colaboradores de seus gestores? Dan explica que cada vez mais são valorizadas as human skills, que são as habilidades ligadas ao relacionamento humano, à empatia, e à capacidade de comunicação.

Além disso, é necessário que o líder assuma um papel de mentor, aliando, claro, a gestão em si e o acompanhamento de indicadores e resultados, à capacidade de desenvolver e empoderar seus liderados em três habilidades: autonomia, especialmente redescoberta na fase da pandemia em que ela foi extremamente necessária; maestria, onde os colaboradores são colocados em posições onde conseguem efetivamente exercer seus talentos; e o propósito, que leva as pessoas a se sentirem parte de uma missão maior, um objetivo comum.

Tudo isso impacta em uma missão em que as lideranças devem pensar no desenvolvimento de seus colaboradores do ponto de vista de suas carreiras, e não apenas como um recurso para os interesses da organização.

## Como o RH pode ajudar as lideranças?

Nesse cenário, o RH deve atuar como um facilitador, criando o contexto e trazendo ferramentas e oportunidades para que as lideranças utilizem em sua gestão, servindo como uma ponte entre a uma cultura de valorização proposta pela empresa e seus liderados.

Além disso, é fundamental estimular os líderes a deixarem um legado que faça a diferença na carreira dos colaboradores, assumindo um papel de confiança, inspiração e desenvolvimento. Dessa forma, a motivação dos liderados em continuar na empresa segue firme por conta de suas lideranças, independente dos caminhos seguidos pela organização.



# 14. Sustentabilidade emocional como estratégia de gestão

Especialmente durante os últimos dois anos, com o acontecimento da pandemia, saúde mental se tornou um tópico muito presente nas discussões de RH, aparecendo como uma prioridade crescente nas empresas.

Por conta da relevância do assunto no ambiente corporativo, a Doutora Daniela Kono, Head de Wellness e Safety na Creditas, participou do RH Summit para contar como a sustentabilidade emocional pode ser uma estratégia de gestão de pessoas.

Ao iniciar o painel de conteúdo, ela desmistificou o tema e contou que o conceito vai de encontro à sustentabilidade ambiental, como já conhecemos. Se ser sustentável, pensando no meio ambiente, é fazer um bom uso dos recursos naturais para que eles não se esgotem, do lado emocional, é cuidar do psicológico das pessoas não apenas em momentos pontuais ou de crise, mas o tempo todo, a fim de evitar este esgotamento também.

Assim, é diferente de falar apenas de saúde mental, de forma genérica, é sobre tornar o tema um pilar da organização, fazendo parte da cultura e do propósito, presente em todos os âmbitos, desde o recrutamento até o momento de offboarding.

Por isso, trazer a pauta para o centro da corporação deve ser uma ação encarada como decisão estratégica, já que as empresas são corresponsáveis pela saúde dos colaboradores e devem desempenhar papel ativo quando se trata de bem-estar. Esse pode ser, inclusive, um diferencial quando falamos em atratividade e satisfação, já que, segundo uma pesquisa feita pelo ZenKlub em parceria com a DataFolha, 64% dos brasileiros ainda não recebem nenhum benefício de saúde mental de suas empregadoras. Ou seja, há espaço para trabalhar essa oportunidade, oferecendo apoio e apresentando um diferencial.



Quando perguntada sobre quais são os primeiros passos para começar a trabalhar sustentabilidade emocional como um pilar da empresa, Daniela Kono é bastante clara:

**1**

Entenda que não se trata de uma vantagem para a reputação da empresa

---

Estamos falando de um cuidado que deve ser genuíno e realmente estar entre as prioridades da alta gestão, precisamos tratar o tema de forma educacional mostrando, principalmente, que começa nas atitudes individuais e tem um impacto coletivo.

**2**

Estimule o autoconhecimento

---

Ofereça ao time ferramentas que apoiem no cuidado de cada um consigo mesmo. Na Credits, por exemplo, existem agendas semanais de meditação, yoga e reiki, que fazem parte do programa Meditas e proporcionam a oportunidade de desacelerar.

**3**

Foque na sensibilização das lideranças

---

Preparar os líderes para que tenham uma escuta ativa, trabalhem a empatia como um valor inegociável e, assim, saibam identificar possíveis dificuldades da equipe, reparando nas nuances emocionais, e ajudando a retomar o controle.



Ainda, ela adiciona que é possível ter uma equipe altamente produtiva sem deixar o cuidado com a saúde mental de lado, para isso, precisamos reconhecer que ter pessoas se dedicando integralmente à empresa não é sustentável a longo prazo.

O conceito de alta performance não pode ser nocivo, e é papel do líder apresentar metas tangíveis, que levem em consideração o bem-estar, tendo clareza sobre o que é uma urgência ou não. Dentro disso, é importante lembrar que feedbacks constantes e honestos, nos quais exista espaço para o colaborador falar e ser realmente ouvido, são essenciais.

Para tangibilizar como a criação de todo esse processo pode ser feita nas empresas, Daniela encerra contando que, na Creditas, há uma equipe de Wellness & Safety responsável por cuidar de temas voltados para sustentabilidade emocional, garantindo que façam parte da agenda da empresa durante o ano inteiro, além do programa Meditas, também são promovidas rodas de conversa sobre o tema e há trilhas de conteúdo disponibilizadas para que os colaboradores aprendam mais sobre o assunto. Na lista de cuidados, estão também 4 sessões de terapia por mês para todos os tripulantes buscarem autoconhecimento.

Tudo isso, é claro, contando também com as soluções da Creditas Benefícios, que apoiam a população no cuidado com a saúde mental, física e financeira.

# 15. Como a PagueVeloz engajou mais de 70% da equipe com educação financeira

Quem atua na área de RH sabe: todos os dias, o engajamento dos colaboradores é um assunto presente durante as conversas na empresa.

## 70% dos colaboradores

E com ajuda da Creditas, a PagueVeloz conseguiu um grande feito neste sentido, engajando mais de 70% dos colaboradores com o benefício da educação financeira. Esse case de sucesso foi contado em detalhes durante o RH Summit como forma de auxiliar outras empresas interessadas em alcançar resultados expressivos como este.

Para conduzir esse assunto, os convidados foram Guilherme Casagrande, especialista em educação financeira da Creditas, e Karine Moraes, Coordenadora de Gente e Gestão na PagueVeloz!

Já no início do bate-papo, Guilherme comenta que a Creditas sempre teve o propósito de viabilizar conquistas dos brasileiros por meio de crédito saudável e isso, claramente, passa pela educação financeira, que hoje é um benefício que a empresa oferece gratuitamente.

Em uma pesquisa proprietária da Creditas, foi visto que 74% dos trabalhadores CLTs sentem que a saúde mental é afetada pela vida financeira e, entre os endividados, 81% sofrem com sintomas físicos decorrentes da preocupação e ansiedade sobre as contas em atraso.

Todos esses fatores afetam o clima organizacional e a produtividade, deixando reflexos nas taxas de absenteísmo e presenteísmo, bem como no próprio turnover. Por isso, investir em educação financeira é uma decisão estratégica para o negócio.

Karine, por sua vez, traz a perspectiva de uma empresa que acreditou no poder da orientação financeira aos seus colaboradores e trouxe esse benefício para o dia a dia da equipe. Ela conta que a PagueVeloz conversou com colaboradores para entender quais eram as novas necessidades e, atrelando-as à busca do RH por uma gestão facilitada, procurou um parceiro que pudesse solucionar esses desafios.

Os benefícios financeiros, entre os quais está a educação, surgiram neste cenário e, especialmente com os webinars realizados pela equipe de especialistas da Creditas, a PagueVeloZ alcançou um engajamento surpreendente!

Com conteúdos apresentados durante o horário de trabalho, foi alcançado um engajamento de mais de 70% da população da empresa, e não para por aí: choveram feedbacks positivos! Além dos webinars, os colaboradores também têm acesso à trilhas de conteúdo gravadas previamente, sempre direcionadas de acordo com o perfil financeiro do usuário em questão, às quais podem assistir no melhor momento de suas rotinas.

Para empresas interessadas em melhorar a saúde financeira dos colaboradores e, conseqüentemente, atingir resultados positivos na atratividade e engajamento, Guilherme Casagrande ressalta que o diagnóstico é primordial, ou seja, você precisa conhecer as dores dos seus colaboradores, em qual estágio da jornada de finanças estão, e oferecer conteúdos aderentes ao perfil de cada pessoa, o que fica muito mais fácil, é claro, com ajuda de um parceiro especializado.



