

CATEGORIA **ESTRATÉGIA**



*Gestão de benefícios como estratégia na*

# ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE **TALENTOS**

**RH))** Pra Você



# RH)) Pra Você

Este eBook é propriedade exclusiva da Fênix Editora. Por isso, toda e qualquer medida legal pode ser tomada contra quem copiar, distribuir ou utilizar qualquer parte deste documento sem autorização expressa da proprietária.

O valor deste eBook é de R\$ 27. Esta cópia é oferecida gratuitamente apenas para usuários cadastrados.

## **Conteúdo**

Conexus

## **Design**

Mada2209

## **São Paulo**

2018

# INTRODUÇÃO

As empresas já entenderam que o salário, sozinho, não é capaz de atrair e reter talentos. Por isso, a oferta de benefícios, além dos previstos e garantidos por lei, deve ser pensada de forma estratégica na gestão de pessoas. Um elemento-chave no processo é compreender e atender as necessidades dos principais interessados no assunto: os colaboradores.

Apesar da vontade genuína em criar locais de trabalho melhores, o Estudo da MetLife sobre Tendências de Benefícios para Funcionários no Brasil (EBTS) identificou que os profissionais estão menos satisfeitos do que os empregadores pensam. O índice de satisfação nas grandes companhias caiu de 43% (2013) para 36% (2017), enquanto nas pequenas a queda foi ainda maior, de 41% (2013) para 21% (2017).

De acordo com Raphael de Carvalho, CEO da MetLife Brasil, ouvir as demandas e necessidades dos colaboradores é essencial. “É a melhor forma de inovar e entender o que os motiva individualmente e coletivamente. Suas preocupações com saúde, finanças e equilíbrio da vida pessoal e profissional são dados incrivelmente valiosos”, destaca.

Como exemplo, o estudo apontou que os benefícios considerados “clássicos” estão perdendo força. “Independentemente do momento de vida que estão (casados, solteiros, divorciados) existe um apetite maior por personalização e flexibilidade (mesmo com coparticipação)”, pontua Carvalho.

Segundo o levantamento, a flexibilidade e o equilíbrio entre vida profissional/pessoal se destacou dentre as principais demandas. O que, de acordo com a pesquisa, ainda é um desafio para as empresas brasileiras – ao contrário de países como Chile e México que possuem maior número de ofertas de vagas com essas características.

“Outro fator importante do cenário atual demonstra que 61% dos funcionários avaliam os benefícios flexíveis ao aceitar uma oportunidade e 58% dizem que a capacidade de personalizar os fariam mais leais aos seus empregos atuais”, completa Carvalho.

Nesse sentido, o CEO destaca ser necessário estabelecer uma comunicação que facilite a interação entre colaborador e empresa, desde que ele se sinta confortável e motivado para expressar e compartilhar seus pensamentos. Intranet, reunião individual e guia de benefícios são algumas das ferramentas que podem facilitar essa locução.

“Muitas vezes, ouvindo os funcionários, é possível reduzir os benefícios e oferecer itens mais desejados, aumentando o engajamento e a lealdade, impactando diretamente na produtividade e no clima da companhia. Cada vez mais, as pessoas consideram benefícios específicos como um fator importante para aceitar um emprego. Além disso, o estudo EBTS aponta ainda que retém talento e aumenta a satisfação”, completa o CEO.



*Jorge Tavares de Almeida,  
Grupo Protege*

## Case [Bem-estar]

Para 92% dos funcionários ouvidos no estudo da MetLife os programas de bem-estar nas companhias têm impacto positivo na saúde. Ainda sobre a questão, 63% das pessoas (pequenas empresas) e 60% (médias) estão preocupadas sobre como a própria saúde ou da família afetará a capacidade de trabalhar; o número sobe para 71% entre os colaboradores de grandes organizações.

Essa percepção esteve no radar das políticas do Grupo Protege. “Um fator diferencial é quando consideramos o alcance dos benefícios também às famílias dos colaboradores, direta ou indiretamente. Isso auxilia muito na adesão das pessoas”, destaca Jorge Tavares de Almeida, gerente corporativo de Recursos Humanos da companhia.

O programa Proativo, que busca melhorar a qualidade de vida e o engajamento na esfera pessoal e, conseqüentemente, na profissional, coloca em prática esse raciocínio. O ponto de partida da iniciativa surgiu durante o encontro anual de gestão da empresa, realizado em fevereiro de 2018, em um resort no interior de São Paulo e que teve como um dos temas a “mudança de atitude”, seja na rotina do trabalho ou no dia a dia fora desse ambiente.

Com esse mote, surgiu o Proativo. O programa, estendido aos familiares dos colaboradores (cônjuge e dependentes de até 21 anos), tem adesão voluntária que pode ser feita por uma plataforma desenvolvida para o Grupo. Por intermédio de um aplicativo para smartphone, os participantes têm acesso a mais de cinco mil treinos programados, diário nutricional, calendário de eventos e uma rede social para interação entre os profissionais.

De acordo com Almeida, a recepção foi surpreendente. “Acompanhamos semanalmente os indicadores e as adesões só aumentam, pois um colega inspira o outro quando os resultados são percebidos. É um programa que nos orgulhamos pelo fato de estarmos conseguindo ajudar as pessoas a melhorarem a sua qualidade de vida”.

Atualmente, o programa já conta com mais de seis mil inscritos, incluindo as mais de vinte modalidades esportivas praticadas - das mais tradicionais, como corrida e caminhada, até as menos, como rugby. Um dos benefícios da ação é o convênio com a rede Gympass. No fim de 2018, o Grupo também sorteou vinte colaboradores de todos os lugares do Brasil para participarem da tradicional Corrida da São Silvestre.

“Assim como os nossos Vigilantes têm muito orgulho da farda, é muito gratificante ver nas sextas-feiras, dia do casual day nas áreas administrativas, vários colaboradores vestidos espontaneamente com a

camiseta do PROATIVO. A participação das pessoas nas redes sociais também tem trazido destaque para o projeto”, afirma Almeida.

Sob a gestão da área de Recursos Humanos, o diretor ressalta que, além do papel de oferecer e controlar toda a estrutura e monitorar os indicadores, há a missão de inovar a cada dia para que o programa cresça e siga aquecido. “Temos consciência de que devemos seguir investindo na qualidade de vida dos nossos colaboradores e isso exige uma gestão de pessoas cada vez mais estratégica”, pontua.

Segundo Almeida, não é difícil entender o retorno desse investimento: as pessoas se sentem mais valorizadas quando constatam que a organização se preocupa com a sua qualidade de vida e com o seu bem-estar. “É fundamental ter consciência de que a satisfação tem se tornado cada vez mais importante para a obtenção do diferencial competitivo e do crescimento da empresa. Isso também passa por uma política estruturada de benefícios”.



## “Tendências de Benefícios para Funcionários - Brasil/2018 da MetLife

A MetLife realizou o Estudo sobre Tendências de Benefícios para Funcionários no Brasil (EBTS, na sigla em inglês). Em sua terceira publicação no país, o levantamento aponta que existe um grande ‘apetite’ entre os empregadores para construir melhores ambientes de trabalho, o que envolve uma sólida estratégia de benefícios.

Realizada de 20 de julho a 17 de agosto de 2017, foram realizadas pesquisas quantitativas online entre mais de 300 empregadores, informando o que oferecem de benefícios aos funcionários, e 500 colaboradores detalhando suas atitudes, opções e práticas atuais. Todos eram trabalhadores em tempo integral do setor privado recebendo benefícios em organizações com mais de 50 profissionais. Confira algumas descobertas da pesquisa:

**99%** dos empregadores sentem a necessidade de aumentar a satisfação de seus funcionários, número que há cinco anos atingia 89%.

**35%** dos colaboradores no Brasil dizem que seus empregadores possibilitam o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal.

O maior desejo dos colaboradores é por horários mais flexíveis, o que é realidade em **42%** das companhias brasileiras.

A opção de trabalho remoto é extremamente importante para **58%** dos profissionais ao considerarem uma nova vaga.



O quão importante são as opções a seguir ao decidir aceitar ou não um emprego? Capacidade de personalizar os benefícios para atender às necessidades (61%); capacidade de mudar o horário de trabalho conforme necessário (58%); capacidade de trabalhar de casa ou remotamente (58%).

**61%** dos colaboradores citam benefícios personalizáveis como um fator importante para aceitar uma oportunidade.

**54%** dos funcionários estão interessados em ferramentas financeiras com acesso fornecido pelo empregador para tomar melhores decisões em relação às suas necessidades financeiras. Este percentual sobe para 62% nas organizações maiores.

**23%** concordam que seus empregadores fornecem informações ou ferramentas suficientes sobre planejamento financeiro, economias e aposentadoria. Isto cai para 13% nas pequenas empresas.

Quão importante são os programas de planejamento financeiro para aumentar a lealdade a seu empregador atual? 47% (18-30 anos); 51% (31-50 anos); 52% (50+ anos).

- Os funcionários querem mais bem-estar (independentemente da idade)

Espero que meu empregador possa fornecer mais programas de saúde: 65% (18-30 anos); 65% (31-50 anos); 68% (50 anos ou mais).

A sua empresa oferece informações e programas para ajudar os funcionários a serem mais saudáveis e reduzirem as visitas ao médico? Não (36%); sim, mas principalmente só informação (48%); sim, oferta de programas e informações (15%).



Raphael de Carvalho,  
MetLife Brasil

## *Passo a passo de uma gestão estratégica*

Incluir flexibilidade na gestão dos benefícios, oferecendo opções diferentes aos funcionários e criando oportunidade que possam escolher os benefícios e coberturas que melhor os atendem, inclusive contribuindo com o pagamento parcial ou integral do serviço.

Com as transformações do mundo, os funcionários buscam por benefícios que contribuam para o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional. OS RHs precisam observar as tendências em horário flexível, home office e ações de qualidade de vida – que ajudam no alívio do estresse e previne doenças

Controle de custos é um grande desafio para os empregadores. Nossa pesquisa aponta que desenhar os benefícios por faixa etária ou por perfil de funcionários ajuda a reduzir os volumes de investimento, assim como e rever o que é oferecido e disponibilizar apenas o que é importante para o colaborador, segundo análise deles.

Há um gap entre o que é oferecido pelas empresas e o que os funcionários reconhecem como valor. Neste cenário, melhorar a comunicação é fundamental para alavancar o engajamento. Rever os canais de comunicação e investir em reuniões presenciais atraem a atenção e geram maior adesão aos benefícios e campanhas.

*Fonte: Raphael de Carvalho, CEO da MetLife Brasil*



**RH))** Pra Você