Companhias usam criatividade para manter engajamento remoto

Menos 'happy hour' virtual e 'live', mais viagens on-line e sextas-feiras sem reuniões

Por Barbara Bigarelli — De São Paulo
12/04/2021 05h01 · Atualizado há 2 horas

A guia Adriana Veneza caminha pela praça San Marco contando sobre a história de Veneza, em videoconferência com funcionários brasileiros no home office — Foto: Divulgação Viajar de Casa

Um ano após o início da pandemia, com o agravamento da crise e a manutenção do "home office", três diretores de recursos humanos de grandes organizações foram categóricos: "A maioria das pessoas não aguenta mais 'happy hour' on-line ou confraternização virtual". Há avaliação de executivos da área de RH de que é preciso repensar como cultivar o engajamento remoto dos funcionários, mas sem adicionar na agenda reuniões extra jornada ou "mais uma live só para as pessoas se verem".

Nas palavras da gerente de pessoas e comunicação da Votorantim Energia, Michelle Lourenço, é hora de "criar ações virtuais com maior valor agregado". Iniciativas mais criativas de olho no engajamento vêm surgindo: viagens internacionais para funcionários on-line, sexta-feira sem reuniões, criação de clubes de afinidades para discutir livros e séries durante o expediente e adaptação de programas de voluntariado.

> "É preciso criar ações virtuais com maior valor agregado", diz Michelle Lourenço, da Votorantim Energia

Com o intuito de manter os funcionários conectados, passar uma mensagem de estímulo a "pensar fora da caixa com clientes" e fornecer uma experiência diferente na rotina, a consultoria KPMG contratou a startup Viajar de Casa para promover uma viagem on-line a Veneza. De forma surpresa, liderança e funcionários, de diferentes áreas, receberam um "cartão de embarque" adaptado e um kit com mimos e cartão postal. E, ao iniciarem uma reunião de um dia comum, foram recebidos por uma guia local, Adriana Veneza, que os guiou "ao vivo" pelas ruas da cidade italiana.

Da tela, recebiam informações da arquitetura e cultura, ouviam o diálogo de transeuntes e perguntavam o que tinham curiosidade. "As pessoas começaram a trocar experiência no 'chat', reconhecendo locais onde já tiveram presencialmente, compartilhando o que mais gostavam e chamaram até a família para participar", disse Camilla Pádua, sócia-diretora líder de consultoria de pessoas da KPMG no Brasil.

Fundada em 2020, a startup Viajar de Casa diz que empresas têm contratado as viagens com diversas finalidades: promover engajamento ou reconhecimento de times, treinamentos específicos, integração de novos funcionários e "ambientar uma narrativa de alguma mensagem que queiram passar internamente".

Japão, Estônia, Moscou, Itália e Tailândia foram alguns dos destinos escolhidos pelas organizações. "E é também uma ação democrática, que pode unir a base da organização com o CEO, em uma mesma experiência e aprendizado", diz Alexandre Disaro, CEO da startup.

Até agora, 2700 mil pessoas (incluindo pessoas físicas e funcionários) já viajaram sem sair de casa, somando 60 turmas em 50 roteiros. Camilla, da KPMG, diz que fornecer esse tipo de experiência de lazer no meio do expediente é importante porque faz um ano (início da pandemia) que as pessoas perderam os "momentos fora de casa" nos quais quebravam a monotonia. É também importante para o clima organizacional e para estímulo a inovação, defende, lembrando que "nenhum momento de descompressão" substitui o apoio do gestor no dia a dia.

A companhia para soluções de folha de pagamento ADP avalia que, neste um ano de trabalho remoto de seus funcionários, testou de "tudo um pouco" para o engajamento: aulas de ioga, mindfulness e ginástica laboral on-line, aulas de zumba, palestras, lives e treinamentos. Mas também viu que "muitos fatores extra trabalho" influenciam a experiência e motivação das pessoas, principalmente com o agravamento da covid-19.

Em 2021, diz manter a premissa de que ações criativas on-line para motivação, saúde mental e engajamento não podem ser obrigatórias, mas que as empresas precisam oferecer momentos e meios das pessoas "relaxarem" na rotina. Entre as ações novas mais recentes, a empresa criou um clube de afinidades, no qual funcionários podem se reunir por tema e conversar, durante o expediente, sobre séries ou livros, por exemplo.

Também criou uma playlist colaborativa "para as pessoas inserirem as músicas que têm mais ouvido em casa". "São atividades que demandam pouco investimento de tempo, mas movimentam as pessoas, tira a cabeça delas desse dia massivo de todo dia ser sempre igual, igual, igual", diz Mariane Guerra, vice-presidente de RH da ADP na América Latina.

Mas o que fez maior diferença em sua opinião para o engajamento em 2020 foi fomentar a escuta ativa e proximidade da liderança com suas equipes. "Vimos que gestores que dedicaram mais tempo ouvindo as pessoas individualmente e perguntando quais problemas elas enfrentavam no dia a dia, na jornada dupla e até tripla, fizeram maior diferença".

Uma pesquisa recém-concluída pela empresa, em 25 países (incluindo o Brasil) com 27 mil trabalhadores, indicou que aqueles que disseram confiar em seu gestores são 12 vezes mais engajados do que aqueles que reportaram não confiar.

A emergência dessa liderança humana é também considerada por Michelle, da Votorantim Energia, como o principal fator capaz de manter o engajamento diante do cenário de incertezas que a covid-19 impôs. "A liderança precisou se desenvolver rapidamente para tratar de assuntos não somente da especialidade técnica para acolher pessoas com crise de ansiedade ou quem não conseguiu se adaptar ao remoto", disse.

Por essa razão, além de receber treinamento, umas das "ações criativas" que ela destaca que a empresa está realizando é o envio de um "kit de jardim zen" para cada um dos gestores. Um símbolo, diz, para eles também terem momentos de descompressão, e lembrarem que precisam olhar para o lado humano de suas equipes.

Outra ação que Michelle destaca para este ano, com base no aprendizado do RH em 2020, envolve o programa de voluntariado da empresa. "No ano passado, adaptamos tudo para o virtual e percebemos que os profissionais envolvidos com voluntariado em média são 16% mais engajados que os não envolvidos. Sentem-se com voz mais ativa e orgulhosos do trabalho da empresa em projetos sociais". Neste ano, a empresa dará a possibilidade de a família participar do programa.

Essa correlação entre participação em voluntariado e engajamento, principalmente na pandemia, também foi vista na Johnson & Johnson. O projeto Maratona de Aceleração Social, trabalho de suporte a ONGs com ajuda de funcionários, foi adaptado para ocorrer 100% on-line em 2020. Atraiu 78 voluntários, que atuam pela empresa em sete Estados brasileiros, e gerou 63 entregas para ONGs. Noventa e sete por cento dos participantes disseram que ficaram mais motivados e satisfeitos com a empresa após participação no projeto. "Foi um impacto tremendo no engajamento e as pessoas se sentiram bem ajudando outras nesse momento", afirma Betina Lackner, Head de RH da Johnson & Johnson no Brasil.

Esse é um dos programas que faz sentido concentrar esforços, afirma a executiva, citando que a própria liderança da Johnson & Johnson está realizando um balanço sobre quais ações têm funcionado no on-line para manter a conexão das pessoas e a cultura da empresa. A empresa investiu em convenções virtuais para vendedores, que foram bem-sucedidas, "lives" e reuniões para trabalhar a saúde mental, programas de performance e, neste ano, está expandindo a toda sua força de trabalho uma ferramenta que usa inteligência artificial para medir resiliência.

"Mas o que também aprendemos é que não adianta só oferecer um monte de recursos novos. É preciso garantir que as pessoas priorizem seu tempo e possam usá-los no dia a dia, durante o expediente". Desde outubro, por exemplo, há uma sexta-feira por mês onde é recomendado não realizar reuniões internas. E há áreas nas quais essa recomendação é feita até de forma semanal. "Isso também ajuda a evitar o excesso de vídeos. Tinha gente reclamando de fadiga mental por estarmos, todos, muito expostos às telas."

Na Serasa Experian houve também o entendimento mais recente de que garantir mais pausas entre reuniões e encontros virtuais mais curtos ajudava na motivação e engajamento dos funcionários. "Nós estamos até desestimulando happy hour após às 19h", diz Flávio Balestrin, vice-presidente de recursos humanos da Serasa Experian.

Após realizar diversas ações em 2020 que foram bem-sucedidas e recebidas, envolvendo da melhoria da ergonomia para funcionários a treinamentos gamificados, Balestrin diz que agora é hora de "olhar com mais pragmatismo". "O que funciona é ouvir o que as pessoas querem de fato agora e ser disciplinado com relação ao respeito do tempo delas no trabalho e na vida pessoal", diz Balestrin.

Conteúdo Publicitário

VALOR INVESTE
Ações da Braskem disparam no ano

VALOR INVESTE
Fim do reinado do Onix? Veja a lista de carros novos mais vendidos em março

VALOR INVESTE
Eletrobras deverá estar capitalizada até o fim do ano ou começo do próximo, diz Guedes

Mais de Carreira

O mercado de coaching
São 75 mil coaches no mundo, com renda média de US$ 473 mil

- **33%** é o quanto cresceu o número de coaches em 2020 em relação a 2015
- **52%** de pública que contratou coaches são gerentes e líderes
- **85%** dos coaches buscam a formação em instituições profissionais
- **95%** mencionam ter tido horas ou mais de treinamento
- **61%** são da geração X
- **70%** dos coaches são mulheres

Carreira
Há correlação entre estar engajado e ser resiliente
Pesquisa da ADP Research Institute com 27 mil funcionários, de 25 países incluindo o Brasil, investigou o impacto da covid-19 na motivação
12/04/2021 05:01 — Em Carreira

Regalias no escritório
As principais demandas no pós-pandemia

- Flexibilidade de horário
- Espaço pessoal de trabalho
- Cobertura de gastos de deslocamento

Carreira
Radar
12/04/2021 05:01 — Em Carreira

13 DE ABRIL | 14:00H
COMO INCLUIR GAMES NA GESTÃO DE PESSOAS
VALOR CARREIRA EM DESTAQUE
RH 4.0
NHAR: PASSO A PASSO R A INVESTIR EM AÇÕES
É SÓ ABRIR A CONTA NA ÓRAMA®
*por meio de formulário no site do Valor Investe
ABRA SUA CON

Carreira
RH 4.0: como incluir games na gestão de pessoas
Rodrigo Pádua, VP Global de Gente e Cultura do Grupo Stefanini, é o novo convidado da série de lives que