

apresenta:

# Engage your Employees



Março de 2011

# O QUE PRENDE O COLABORADOR À EMPRESA?

## Emocional

Em que medida o colaborador acredita no seu trabalho e sente orgulho em pertencer à sua empresa.



## Racional

O que o colaborador percebe que vai beneficiar por continuar na organização.

Qual é a relação do  
Engagement  
com...

*a Satisfação?*

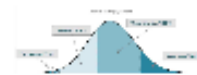
*a Motivação?*

*e a Expectativa de Saída?*

# MAIN FINDINGS

1  
Os estudantes portugueses apresentam níveis de Engagement bastante elevados.

Engagement: Realidade Portuguesa



2  
Oito Portugal o Engagement predominantemente Estrutural.



3  
Portugal não está preparado para responder às necessidades dos alunos para o sucesso.

Gráfico de barras com o eixo horizontal rotulado 'Necessidade' e o eixo vertical rotulado 'Preparação'. Há seis barras de diferentes alturas representando diferentes necessidades.

4  
O nível de Engagement dos alunos que se encontram em Portugal é superior ao de outros países.

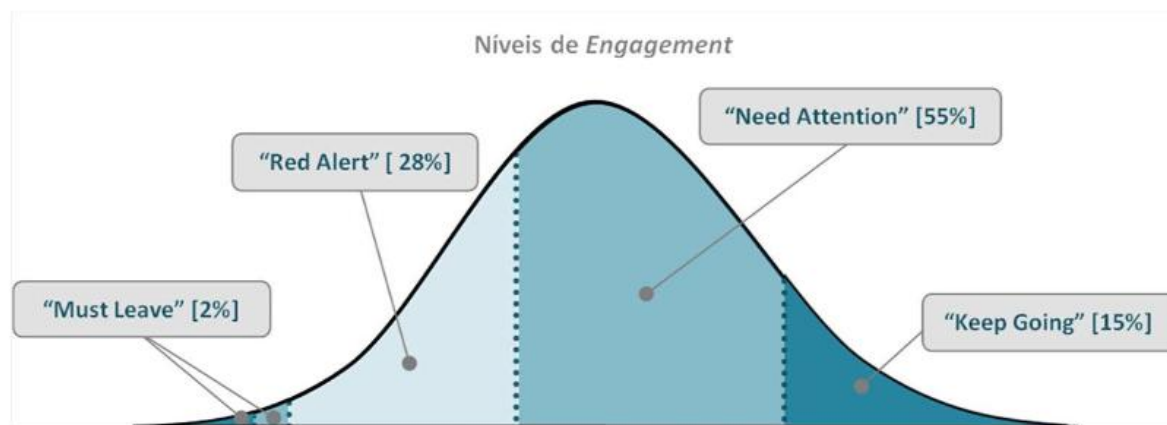
5  
O nível de Engagement dos alunos que se encontram em Portugal é superior ao de outros países.

Gráfico de barras com o eixo horizontal rotulado 'País' e o eixo vertical rotulado 'Engagement'. Há sete barras de diferentes alturas representando diferentes países.

6  
O nível de Engagement dos alunos que se encontram em Portugal é superior ao de outros países.

"Os executivos portugueses apresentam níveis de Engagement bastante elevados."

## Engagement: Realidade Portuguesa



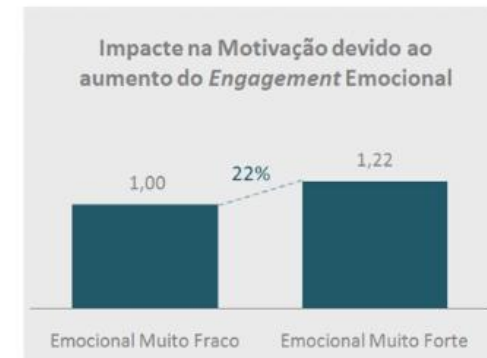
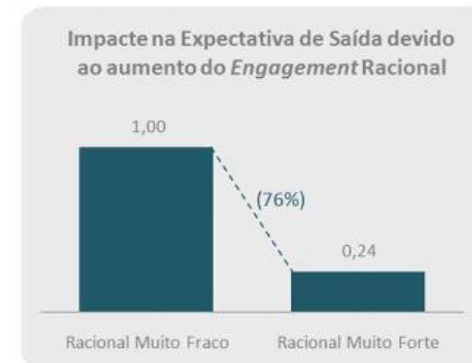
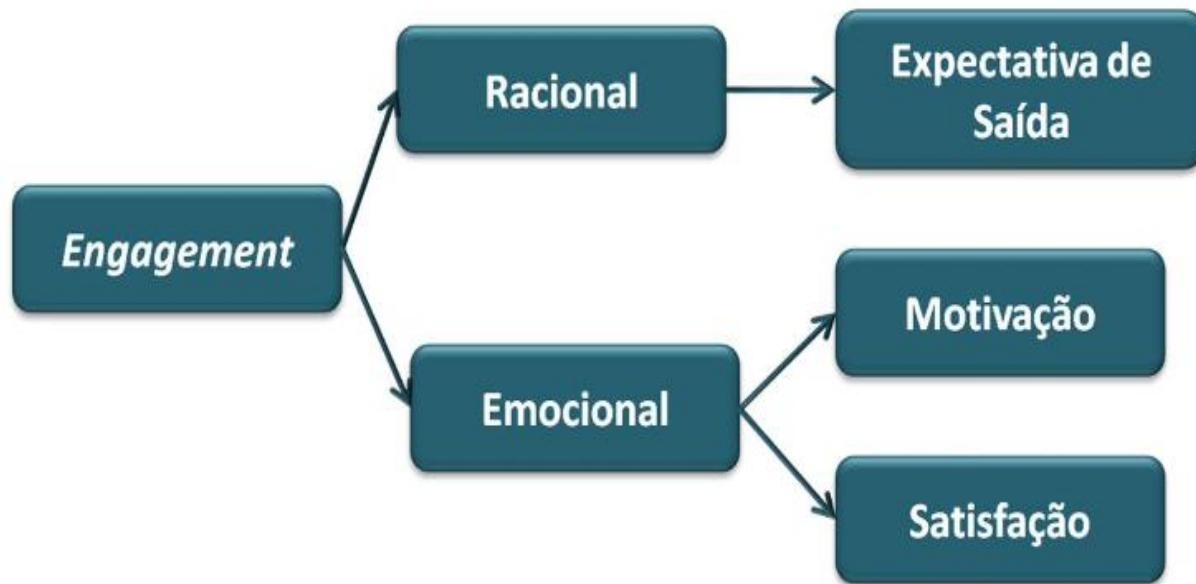


"Em Portugal o Engagement é predominantemente Emocional. "

3

"Primeiro reter pelo racional e só depois motivar pelo emocional."

# Relação com Expectativa de Saída, Motivação e Satisfação

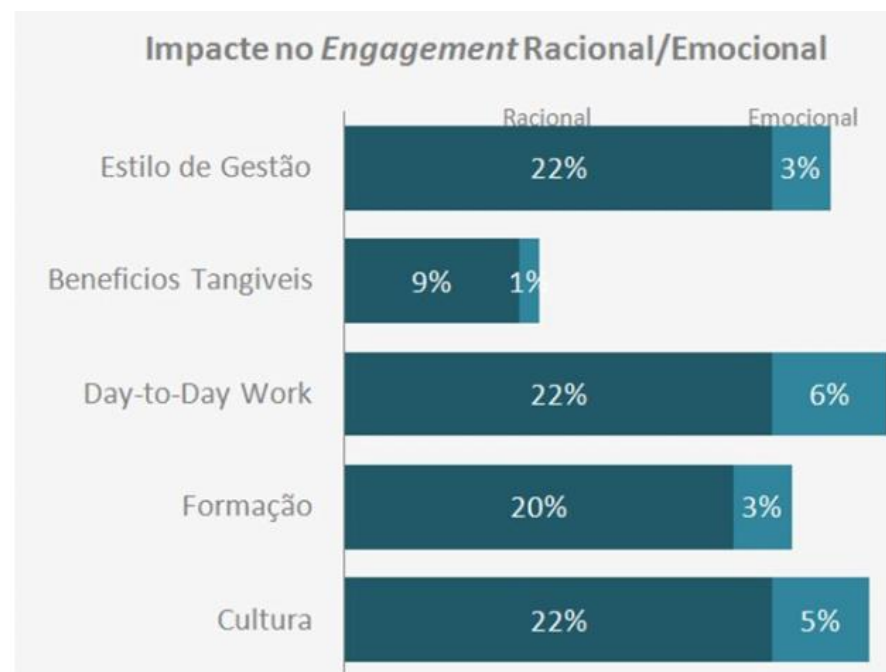


A large, stylized white number '4' is positioned on the left side of a teal rounded rectangular box. The number is composed of three thick, white strokes: a vertical line on the left, a horizontal line across the middle, and a diagonal line from the top-left to the bottom-right.

"O nível de Engagement não depende das características das pessoas, nem do sector de actividade."

# 5

"O Engagement Racional é 6 vezes mais influenciado pelas 5 principais dimensões da GRH do que o Emocional."

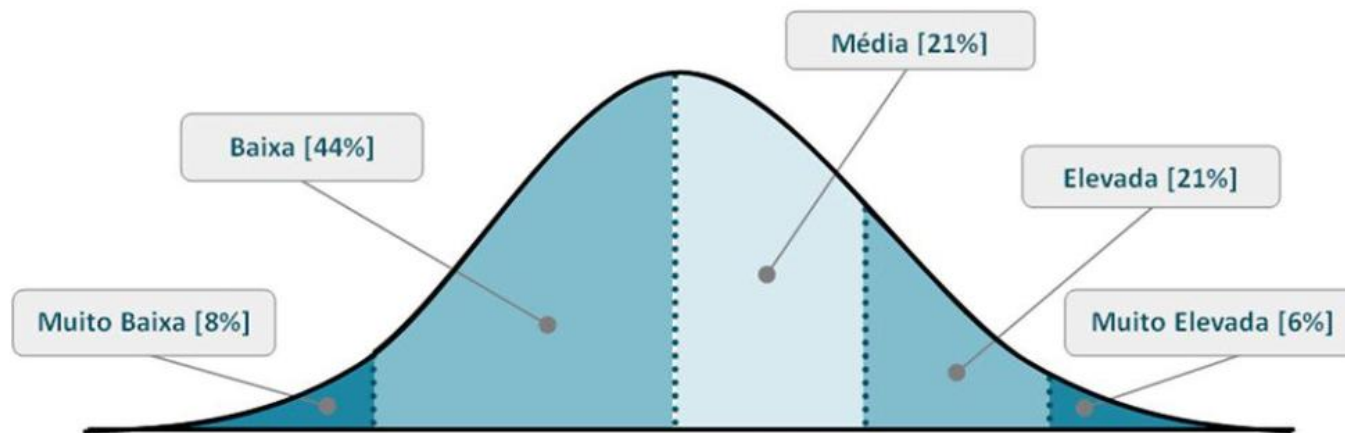


A large, white, stylized number '6' is positioned on the left side of a blue gradient rectangular box. The box has a light blue top and a darker blue bottom. The background of the slide features a teal curved shape at the top and a white curved shape below it.

"O Engagemnt Emocional é o driver  
mais poderoso e o que menos as empresas  
conseguem controlar."

"O investimento das empresas portuguesas em Políticas Motivacionais está abaixo do que seria esperado."

Importância que as organizações atribuem às Políticas Motivacionais



# COMO ALAVANCAR NO ENGAGEMENT

## Estilo de Gestão

- Organizar equipes com capacidades bem desenvolvidas.
- Organizar equipes para trabalhar com eficiência e criatividade.
- Encorajar a liderança em colaboradores.

## Day-to-day Work

- Estabelecer processos e procedimentos de trabalho colaborativos.
- Adotar as práticas de trabalho.
- Adotar as práticas de trabalho que são mais produtivas e colaborativas.

## Cultura da Empresa

- Adotar as práticas de trabalho colaborativas e inovadoras.
- Criar uma cultura de trabalho colaborativa e inovadora.
- Encorajar a liderança em colaboradores.

## Formação e Oportunidades de Desenvolvimento

- Proporcionar a formação.
- Criar as oportunidades de desenvolvimento em todos os níveis.

## Benefícios Tangíveis

- Proporcionar a formação e o desenvolvimento.

# Estilo de Gestão

- Os gestores seniores como impulsionadores do engagement.
- Os gestores seniores têm que transmitir honestidade e integridade.
- Demonstrar lealdade com os colaboradores.

# *Day-to-day Work*

- Explicar claramente a importância do trabalho dos colaboradores.
- Adequar os perfis às funções.
- Adequar os planos de carreira aos objectivos pessoais dos colaboradores.

# *Cultura da Empresa*

- Assegurar um fluxo de informação claro e consistente.
- Construir uma cultura baseada na igualdade e na integridade dos colaboradores.
- Incentivar uma cultura de inovação e flexibilidade.

## *Formação e Oportunidades de Desenvolvimento*

- Personalização da formação.
- Criação de oportunidades de exposição aos gestores de topo.

# *Benefícios Tangíveis*

- Ligação clara entre compensação e performance.

# PARA REFLECTIR...

CONHECER O SEU NEGÓCIO E O SEU MERCADO É UM REQUISITO BÁSICO PARA O SUCESSO DE QUALQUER EMPRESA. NÃO SE DEIXE LEVAR PELO SEU INSTINTO.

SEMPRE CONSIDERE O SEU CLIENTE COMO O SEU PARCEIRO. NÃO SE DEIXE LEVAR PELO SEU INSTINTO.

- O SEU CLIENTE É O SEU PARCEIRO.
- O SEU CLIENTE É O SEU PARCEIRO.
- O SEU CLIENTE É O SEU PARCEIRO.

PARA O SEU NEGÓCIO, CONSIDERE O SEU CLIENTE COMO O SEU PARCEIRO.

A medida que a vantagem competitiva das empresas se torna cada vez mais facilmente imitável, para o Capital Humano, as parâmetros são forçados a mudar.

Manter o preço estável, reduzir os custos e melhorar a qualidade são os fatores que permitem a uma empresa manter a sua vantagem competitiva.

Conhecer o seu negócio e o seu mercado é um requisito básico para o sucesso de qualquer empresa. Não se deixe levar pelo seu instinto.

A indústria e a empresa do futuro serão aquelas que conseguirem manter a sua vantagem competitiva através do conhecimento e da inovação.

Os resultados deste estudo deixaram claro que o compromisso emocional vai para além das dimensões que a GRH tradicionalmente assume.

Estudos internacionais apontam como principais drivers factores como:

- a autonomia na tomada de decisão;
- o incentivo à excelência;
- propósito inspirador que justifica moralmente e existencialmente a actividade profissional.

À medida que a vantagem competitiva das empresas evolui dos recursos facilmente imitáveis, para o Capital Humano, os paradigmas são forçados a mudar.

Mas as empresas continuam focadas em políticas de compensação, como se a lealdade e o empenho dos colaboradores estivessem à venda.

O compromisso mútuo só é possível se as empresas começarem a olhar para os seus colaboradores como partners de negócio e não como empregados.

*A lealdade e o empenho dos colaboradores  
existem na medida da lealdade e do empenho que a  
empresa mostra para com eles.*