



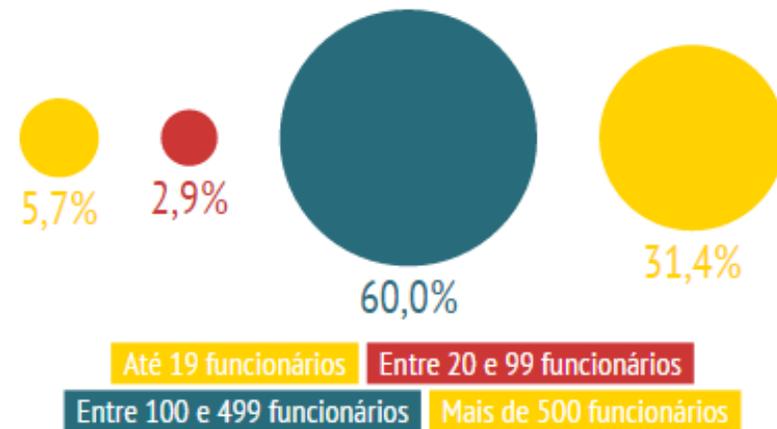
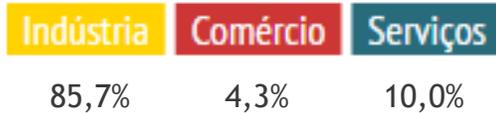
ENCONTROS FIESP SUSTENTABILIDADE
COLABORADORES ENGAJADOS: EMPRESA
SUSTENTÁVEL E COMPETITIVA

Marcelo Linguitte, junho, 2015

Começando nossa HISTÓRIA



88% de nível de média gestão e de coordenação.



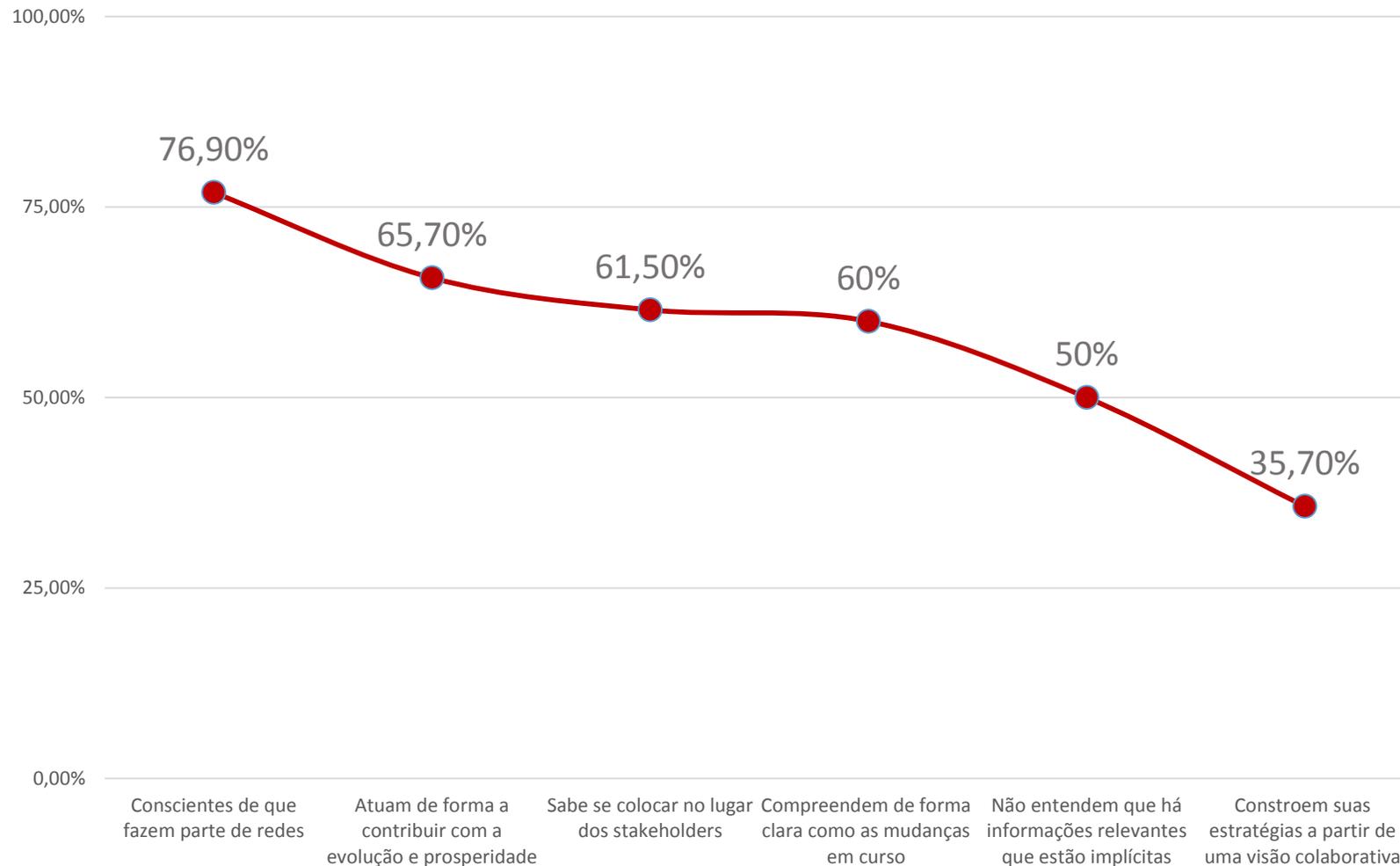
O tema central é cultura organizacional.

O que tem a ver **sustentabilidade**,
com **engajamento** de
colaboradores e **cultura**
organizacional?



**Cultura
organizacional?**

Como as empresas **engajam** seus públicos de relacionamento?



Como as empresas **percebem** seus públicos de relacionamento?



Visão **orbital**



Visão em **rede**

Perdendo **informações** relevantes

Sem empatia, baixa compreensão da realidade

Informações relevantes não acessáveis

Leituras parciais

Ações ineficazes

Gasta-se energia e recursos

Como as empresas **engajam** seu público interno?



Engajamento?

I AM THE
LEFT BRAIN

Decisive!
011001011 LOGIC

Accurate
ANALYTIC

REASON
1 2 3 4 5 6 7
2 4 5 8 9

PRACTICAL
Strategic

CONTROL

SCIENCE

Realistic
Blyan

WWW.CARTOONADAY.COM



Engajamento

I AM the
Right BRAIN!

Intuition
Love LOVE love
Love thou art
Poetry

FREE DOM

Passion
Vivid

creative

YEARNING

PEACE

Engajamento = **vínculos** emocionais



COMO?

Eu estou com **fome**



ou



Está **chovendo**



ou



Engajamos e somos relevantes através do **atendimento de necessidades**



Manfred Max-Neff

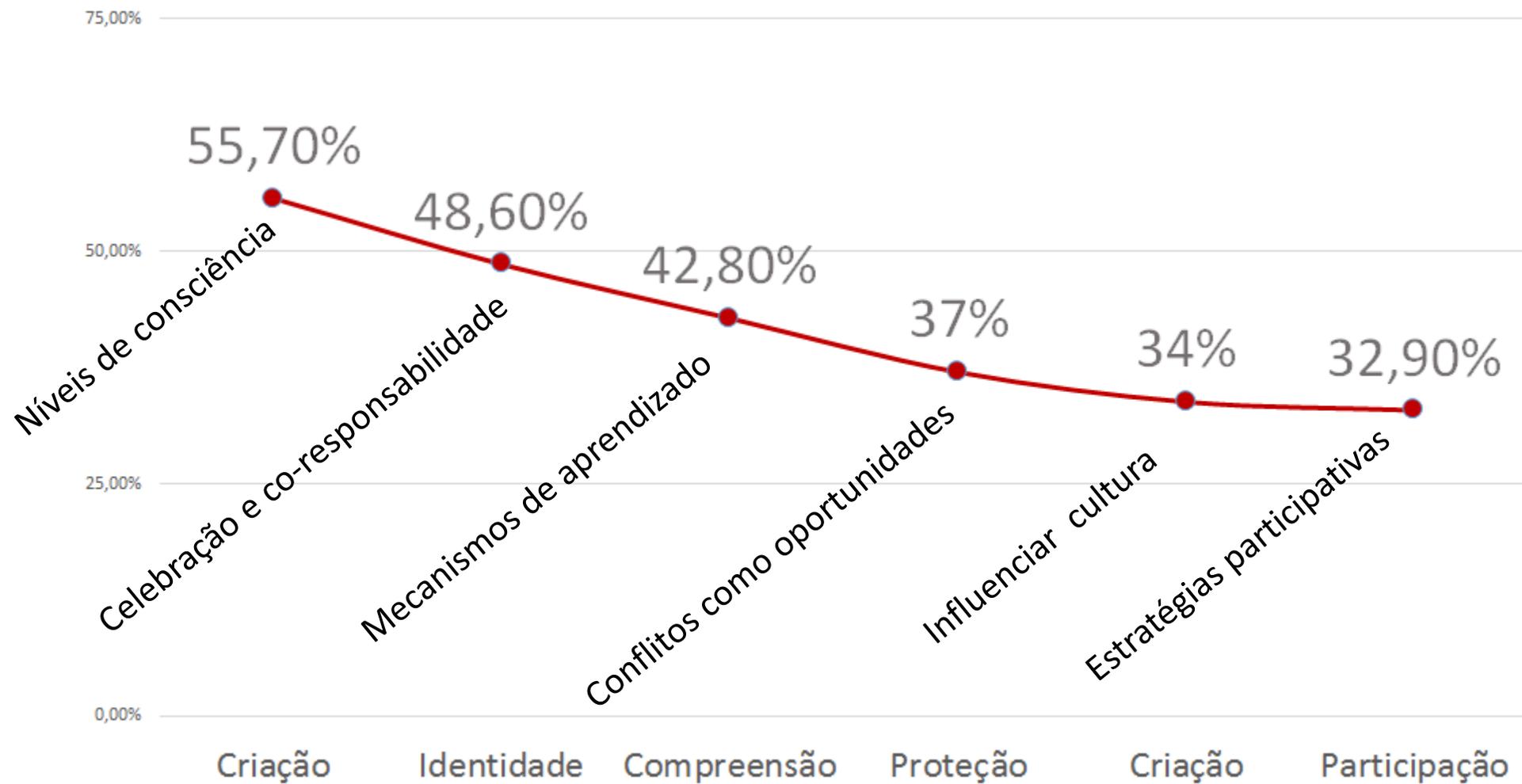
Engajamos e somos relevantes através do **atendimento de necessidades**

Necessidades Humanas Fundamentais

Matriz de Necessidades		ONTOLOGICAS			
		SER	TER	FAZER	INTERAGIR
		(qualidades)	(coisas)	(ações)	(Inserção em contextos)
AXIOLÓGICAS	Subsistência	FS - A1	FS - A2	FS - A3	FS - A4
	Proteção	FS - B2	FS - B3	FS - B4	FS - B5
	Afeto	FS - C1	FS - C2	FS - C3	FS - C4
	Compreensão	FS - D1	FS - D2	FS - D3	FS - D4
	Participação	FS - E2	FS - E3	FS - E4	FS - E5
	Lazer	FS - F3	FS - F4	FS - F5	FS - F6
	Criação	FS - G4	FS - G5	FS - G6	FS - G7
	Identidade	FS - H5	FS - H6	FS - H7	FS - H8
	Liberdade	FS - I6	FS - I7	FS - I8	FS - I9

FS = Fator de Satisfação

Como as empresas **engajam** seu público interno?





Qual a leitura que podemos fazer dessa capa?



Alienação: sigo políticas porque é o que se tem a fazer, não porque acredito nelas (52,3%)



Desconexão: a empresa tem contribuído para minha evolução pessoal (57,2%)



Descontinuidade: É um local onde eu posso desenvolver plenamente minha vocação profissional (40,0%)

**Mas e os
colaboradores?**



Falta de comprometimento consigo mesmo: Acredito que eu sou o maior responsável por minha evolução pessoal e profissional (61,5%)

Falta de responsabilização: Acredito que as atitudes das pessoas em relação a mim definem como eu vou reagir em relação a elas (68,6%)



Então, qual a **solução**?



Então, qual a **solução**?

Encontrar a **intersecção** entre atender às necessidades imediatas dos públicos de interesse e viabilizar objetivos de longo prazo da empresa

Implantar na organização uma **visão verdadeiramente sistêmica** na forma de elaborar os planos estratégicos, utilizando metodologias colaborativas

Capacitar as lideranças da organização para a condução de diálogos e engajamento de forma efetiva, ou seja, com uma **visão ganha-ganha**

Fomentar o avanço a **estágios mais elevados de consciência**, empoderamento e responsabilização dos colaboradores. Isto se pode fazer, contribuindo para que o colaborador entenda seu **propósito de vida e como este se vincula à sua atuação na empresa**



Prestar serviços de consultoria e educação que contribuam para que **peessoas e organizações desenvolvam seu pleno potencial, aprimorem seu desempenho e se tornem mais prósperas e sustentáveis.**

(de sustentabilidade nos negócios para negócios prósperos e sustentáveis)

Agronegócio

Radar (em contrato do Uniethos)
Ingenio Mayaguez (Colômbia)

Alimentos e Bebidas

Embotelladora Andina/Rio de Janeiro Refrescos
(Chile/Brasil)

Bens de Consumo

CINEX
FIAT Automóveis
O Boticário/Atman
Whirlpool (em contrato do GRES Ethos)

Comunicação

ADAG Publicidade
Rede Bahia

Entidades

Empresariais

ABIR	FIEP
AMCHAM Brasil	FIESC
AMCHAM Chile	FIRJAN
ANDI (Colômbia)	Forum Empresa (Chile)
CBIC	Instituto Ethos
FIEB	SESI - Departamento
FIEMG	Nacional

Entidades Públicas e Organismos de Cooperação

InWEnt - Cooperação Alemã
Prefeitura do Município de São José dos Campos
Unicef - Oficina Regional (Panamá)

Infraestrutura

Casa dos Ventos
Cementos Argos (Colômbia)
Cementos Panamá (Panamá)
CPFL (em contrato do GRES Ethos)
ContourGlobal
Duke Energy
Essencis Serviços Ambientais
Petrobras

Serviços

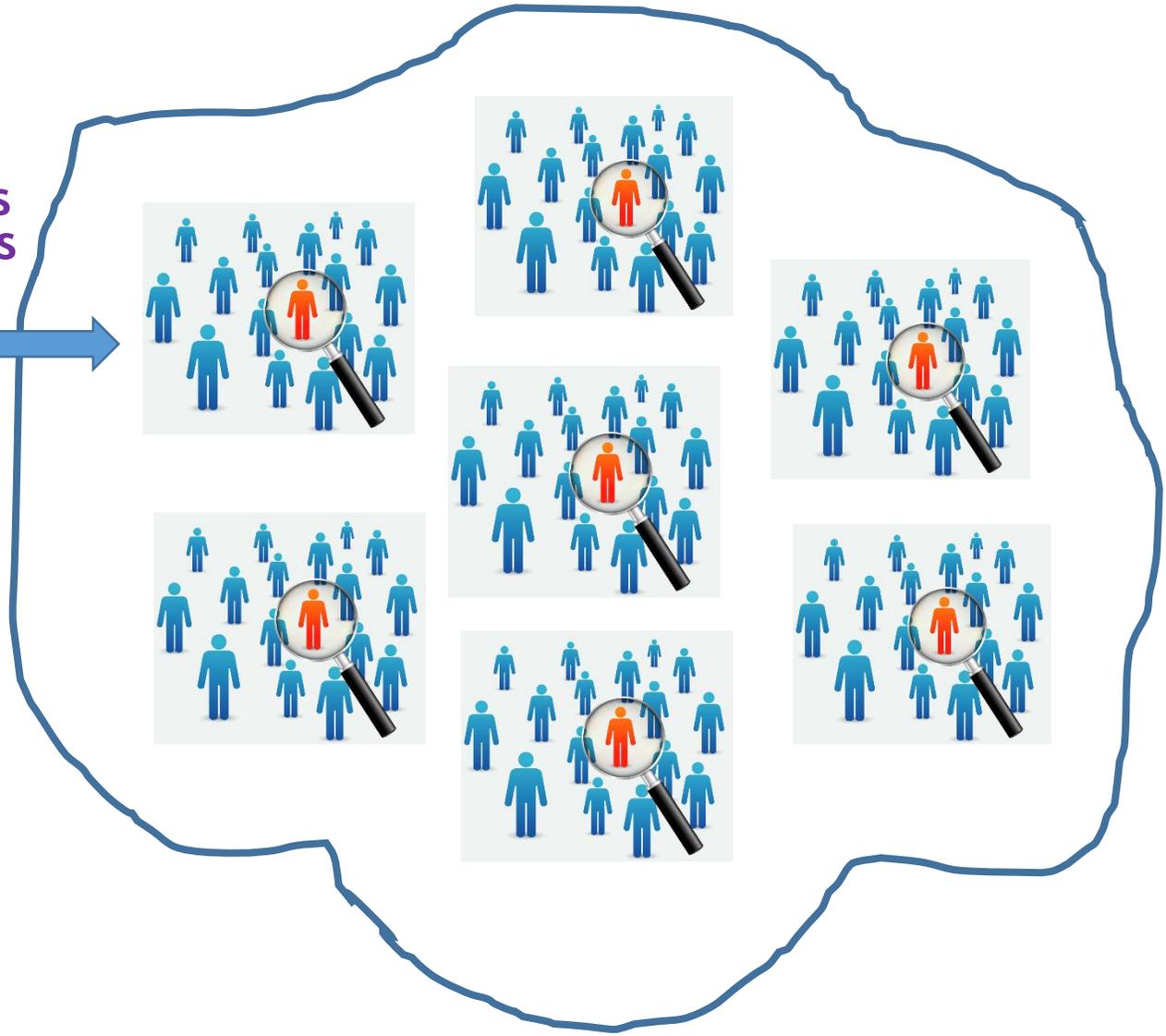
DCN
IETEC
Pieracciani Consultoria
SGS
Ticket Accor Services
Uniethos

Setor Financeiro

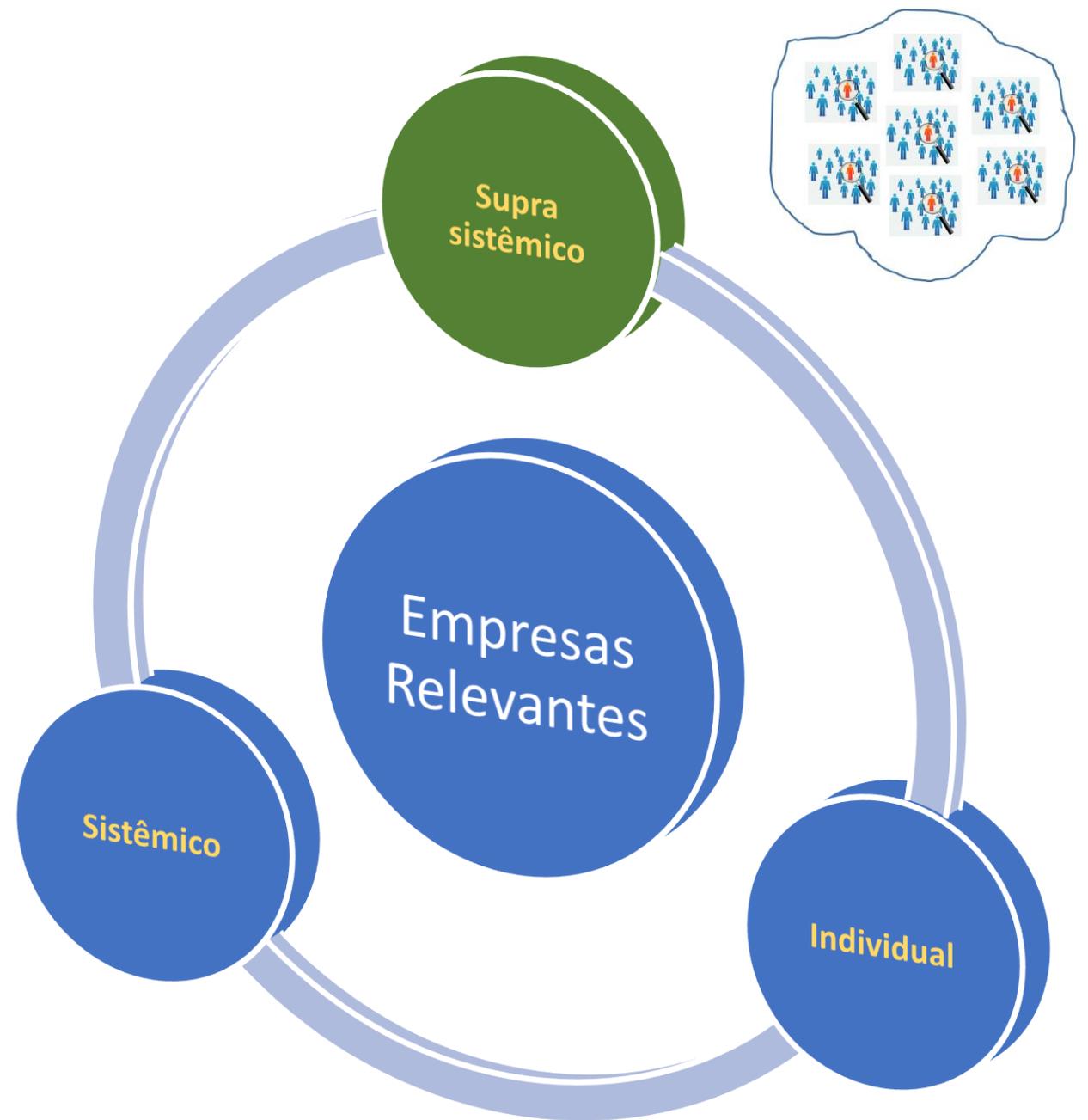
ABRAPP
AON
Banco Itaú-Unibanco
Bancolombia (Colômbia)
Cámara de Aseguradoras de Venezuela
CEF (em contrato do Uniethos)
IFC
PETROS
SICREDI (em contrato do Uniethos)
Suramericana Seguros (Colômbia)
Tóquio Marine Seguradora



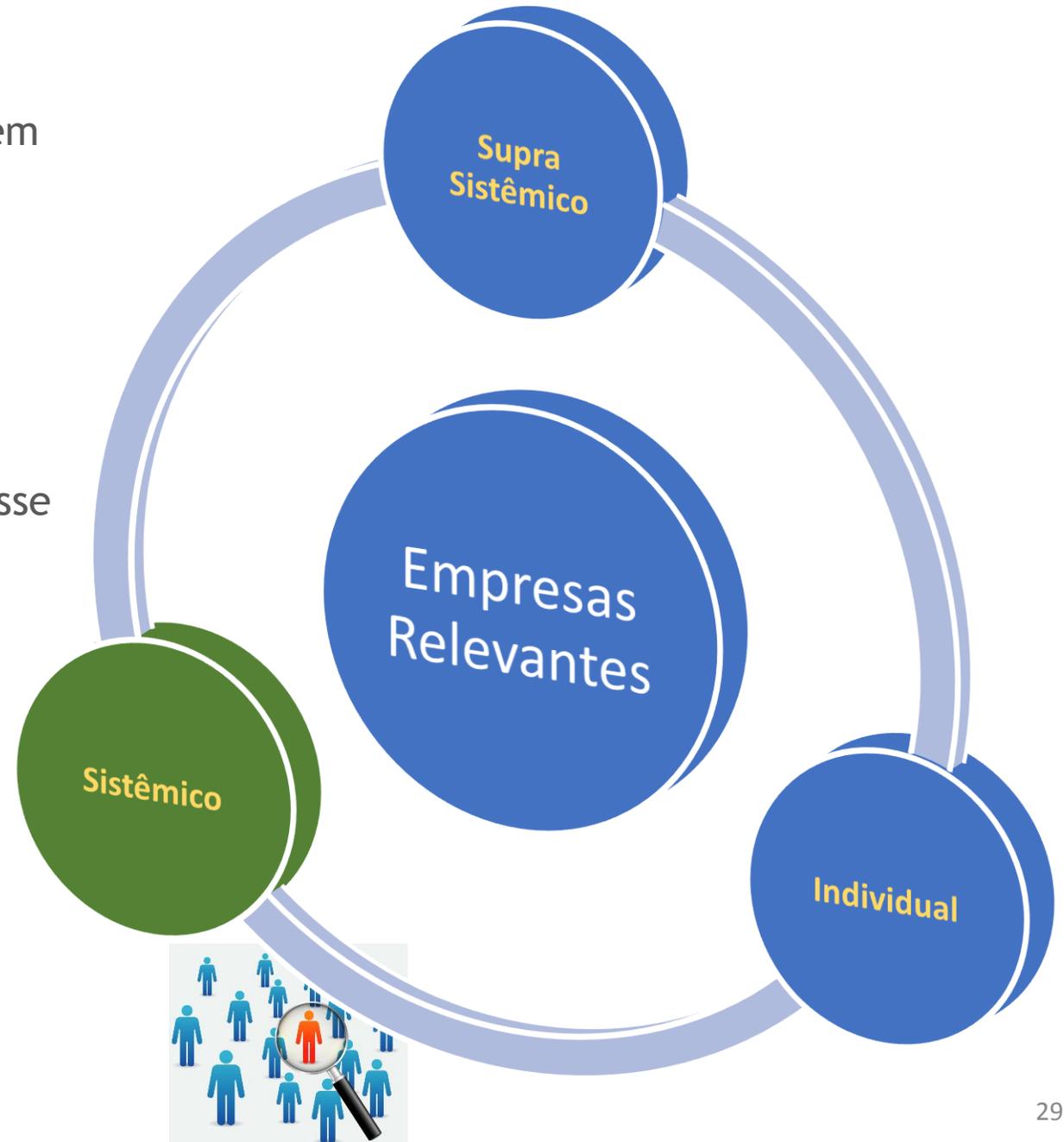
Sistemas Humanos



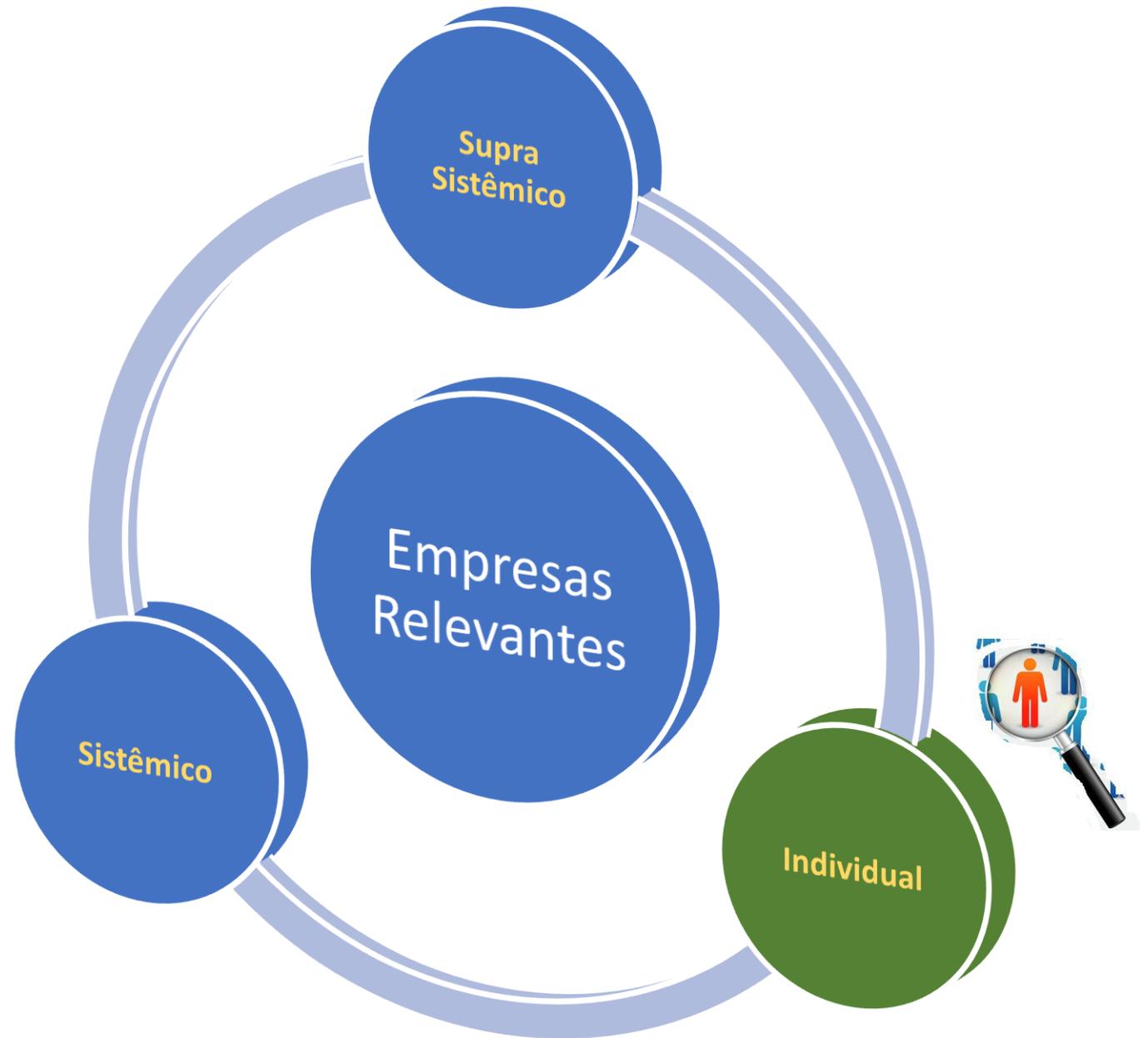
- ❑ Mapeamento e desenho de cenários futuros.
- ❑ Cenários prospectivos.



- ❑ Desenvolvimento de cultura e valores que gerem alto desempenho
- ❑ Sistemas de gestão da Ética
- ❑ Desenvolvimento e ajustes no planejamento estratégico
- ❑ Diálogo e engajamento com públicos de interesse
- ❑ Investimento social estratégico (RSPI)
- ❑ Aplicação de modelos colaborativos
- ❑ Articulação público-privada
- ❑ Relatórios de sustentabilidade
- ❑ Sustentabilidade na gestão de fornecedores
- ❑ Aprimoramento de compliance (riscos, transparência, governança, autorregulação)



- Desenvolvimento de lideranças
- Fortalecimento de equipes
- Coaching
- Palestras motivacionais
- Cursos e workshops



OBRIGADO

Marcelo Linguitte

marcelo.linguitte@tmater.com.br

