

REVISTA DIGITAL arhserrana

ARH

BUSINESS PARTNER

ALÉM DA GESTÃO
DE PESSOAS

PÁGINA 12

ENTREVISTA
**ALEXANDRE
GEWHER**

OS DESAFIOS DA INDÚSTRIA 4.0
PÁGINA 20

PODCAST

A MANIA QUE CHEGOU AO
MUNDO CORPORATIVO
PÁGINA 26



LEILA CEMIN
VICE-PRESIDENTE DE MARKETING

EDITORIAL

DE PORTAS ABERTAS PARA 2020

por **LEILA CEMIN** / VICE-PRESIDENTE DE MARKETING

Chegamos àquele momento do ano no qual somos convidados a olhar para trás, revisitar os desafios aceitos, as mudanças propostas e avaliar os resultados obtidos. Mas, também, é o momento de olhar para frente, fazer planos e prever a continuidade do todo. É com esse sentimento que nós, da ARH Serrana, concluímos 2019 e planejamos 2020, quando daremos continuidade a essa “pegada” de mudanças, consolidando-a como uma associação que desenvolve pessoas no sentido mais amplo da palavra.

Uma nova gestão iniciou-se junto com 2019 e ao longo do ano contemplamos mudanças significativas na associação e desafios que precisavam ser compreendidos. Por isso, nosso planejamento e a dedicação de nossa incansável equipe de voluntários e da equipe interna fizeram toda a diferença no contabilizar dos resultados. Entre tantos momentos importantes tivemos os lançamentos, em Caxias e em Bento Gonçalves, do Encontro Sul-Americano de Recursos Humanos (ESARH), a 11ª edição do Fórum de Gestão de Pessoas com

recorde de público, a entrega do Prêmio Destaques do Ano, com lotação máxima, e a estreia da parceria com o GPTW, além de outros encontros de formação, aperfeiçoamento e confraternizações. Entre tudo, o ESARH é digno de destaque no nosso planejamento de 2020. Um dos maiores eventos de recursos humanos na América Latina vai ocorrer pela primeira vez em Bento Gonçalves, entre 11 e 13 de maio, com palestrantes que abordam temas relevantes a profissionais de vários segmentos, não apenas de Gestão de Pessoas e Recursos Humanos. Esse, aliás, é um propósito que estamos desenvolvendo ativamente, a cada um de nossos eventos: as portas da ARH Serrana estão abertas a profissionais de todos os setores, a qualquer pessoa que busque adquirir e compartilhar conhecimento. O ano de 2020 bate à porta e, com ele, novos desafios. A ARH Serrana está preparada, na busca constante pela inovação e inspirada em ações de alto significado para o desenvolvimento de pessoas e organizações.

Um feliz 2020!

EXPEDIENTE REVISTA DIGITAL ARH

INFORMATIVO DIGITAL DA ASSOCIAÇÃO SERRANA DE RECURSOS HUMANOS

PRESIDENTE: Volmir André Paza | **GERENTE EXECUTIVA:** Simone Vigolo Paviani

EDIÇÃO: Dinâmica Comunicação - www.dinamicacomunicacao.com.br

DIRETOR EDITOR: Ricardo Tonet Dini | **EDITOR REDATOR:** Fabiano Finco

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO: Aeroplano

DEPTO. RELAÇÕES COM O MERCADO: Carlene Adami Vivan

FOTOS: Acervo e Divulgação ARH Serrana, Alencar Turella, Alice Pellizzoni, Diogo Sallaberry, Jonas Piccoli, Júlia Ferreira, Renato Grimm, Beatriz Gimenes, José Carlos de Andrade e Tatiana Cavagnoli

Empresas



Juntos, inovando por um futuro melhor.

ESTAMOS AINDA MAIS CONECTADOS

O SITE DAS EMPRESAS RANON MUDOU. E FOI PARA MELHOR.

Está muito mais fácil entrar em contato com a gente, conhecer as nossas unidades espalhadas pelo mundo e até saber mais sobre como trabalhar aqui. Tudo isso em um único lugar.

Acesse e confira:

randon.com.br



REMUNERAÇÃO

COMPETÊNCIAS

DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

RECURSOS HUMANOS

saiba mais em advanceconsultoria.com.br



Rua Luiz Michelon, 906, sala 65, Bairro Cruzeiro
CEP 95074-000 | Caxias do Sul/RS | Brasil

facebook.com/advanceconsultoria
(54) 3027.7884 | advance@advanceconsultoria.com.br

DÊ A DICA!

Os Encantos da Serra Gaúcha continuam pautando a seção Dê a Dica da nossa revista digital, e nesta edição destacamos a cidade de Caxias do Sul, porém com um olhar diferente daquele ao qual estamos acostumados a pensar quando o assunto é turismo. Caxias é conhecida como um dos principais pólos metalmeccânicos do Brasil, acolhendo pessoas de diversas regiões do país e do exterior. Está localizada a 131 quilômetros de Porto Alegre, capital gaúcha, e a apenas 40 quilômetros de Bento Gonçalves, onde a ARH Serrana realiza a próxima edição do Encontro Sul-Americano de Recursos Humanos - ESARH, de 11 a 13 de maio de 2020.

A população de Caxias do Sul supera a marca de 510 mil habitantes, segundo censo de 2019 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A cidade que originou-se do trabalho de imigrantes italianos que chegaram à região a partir de 1875 hoje abriga diversas etnias e culturas. A história da cidade contempla alguns locais importantes e reserva atrações turísticas como o Monumento ao Imigrante, o Museu Casa de Pedra e a Igreja de São Pelegrino.

Eventos e locais alternativos também tornaram-se referência na cidade, seja por seus atrativos naturais ou por seu contexto social. Vale a pena vivenciar essas experiências:

ENCANTOS DA SERRA CAXIAS DO SUL



CAXIAS DO SUL



MOINHO DA ESTAÇÃO

Localizado entre os bairros São Pelegrino e Centro, o Moinho da Estação é um complexo cultural que oferece desde academias de dança, lojas, moda, beleza e estúdio fotográfico até bares e restaurantes sempre muito frequentados. Próximo ao Moinho fica a antiga Estação Ferroviária (hoje sede da Secretaria Municipal da Cultura), um antigo

armazém de cargas (local de ensaio da Orquestra Municipal) e prédios que já foram oficinas das locomotivas, que hoje abrigam um museu virtual e a Biblioteca Parque Largo da Estação. Por ali também ocorre anualmente no mês de novembro o Mississippi Delta Blues Festival, considerado o maior festival de blues da América Latina.



RIO DO VENTO HIDROPONIA

Um complexo gastronômico e de lazer localizado em meio à mata, no interior da cidade, mais precisamente no Km 154 da Rota do Sol, conta com a Hospedaria Rio do Vento. Construída com base em um casarão de 1871 da região das Missões, possui um restaurante com refeições e lanches diferenciados além de um cultivo especial de morangos hidropônicos. Esses morangos são cultivados dentro de estufas com água pura da chuva, temperatura controlada e ao som de clássicos do rock and roll, reggae e música latina. Tudo isso sem o uso de agrotóxico. Ao lado das estufas fun-

ciona o Barlavento, um espaço aconchegante com capacidade para 50 pessoas, onde são comercializados produtos e podem ser saboreadas as opções de um cardápio original usando como base os ingredientes produzidos no local. Bastante agitado durante os finais de semana, o Barlavento de segunda a sexta-feira torna-se um ambiente tranquilo, ideal para encontros de trabalho, de amigos, happy hour, aniversários e outros eventos. É também uma interessante alternativa para quem recebe visitantes e quer algo diferente das opções tradicionais.



CRIÚVA

O distrito de Criúva teve origem na época do tropeirismo e foi inspirado no nome da árvore típica existente na região. A região é privilegiada por belezas naturais como rios, cascatas, matas nativas, rica flora e o maior recurso hídrico potável do município. Criúva é o berço da primeira dupla de acordeonistas do Brasil, os Irmãos Bertussi, homenageada com um Memorial, um dos pontos turísticos mais visitados. Nos últimos anos o turismo vem crescendo, com pousadas, restaurantes, trilhas ecológicas, cavalgadas, campings e práticas de esportes radicais em grandes paredões, rios e cascatas. Um dos principais pontos é o Monumento Natural Canion Palanquinho.

Só chegamos a algum lugar com pessoas ao nosso lado.

Tocar em frente é contar com pessoas que nos apoiem e nos fortaleçam. É com elas que oferecemos serviços de qualidade.

Tocamos em frente porque você vem com a gente.



www.rodOil.com.br



*Como está a **SUA** alimentação?
Com a Detella **VOCÊ** pode ter uma refeição saborosa
e, ao mesmo tempo, cuidar da **SUA** saúde!*

Foto: William Valerini / Edge Agência Digital



Conheça nossos diferenciais!
Há mais de 29 anos proporcionando
Qualidade de vida com sabor caseiro
(54) 3211.1166 | detella.com.br



detella
restaurantes empresariais

BUSINESS PARTNER

ALÉM DA GESTÃO DE PESSOAS

*A FIGURA DO **BUSINESS PARTNER** GANHA A ATENÇÃO DE EMPRESAS QUE APOSTAM NO ALINHAMENTO DE ESTRATÉGIAS ENTRE OS **RECURSOS HUMANOS** E OS **NEGÓCIOS***

Deter o conhecimento sobre os processos de gestão de pessoas e, ao mesmo tempo, dos negócios. Elaborar estratégias de alinhamento entre os dois focos e gerar resultados mais eficientes para a organização. Essas são definições que resumem muito o universo profissional de um Business Partner (BP), termo que a cada dia ganha mais atenção dos profissionais de Recursos Humanos e das organizações onde estão inseridos.

O dinamismo do mercado e a assertividade nas decisões e no desenvolvimento de estratégias estão cada vez mais requisitando a presença de uma figura-chave nas empresas e organizações, e é justamente essa a figura do Business Partner (BP). Esse conceito que surgiu há mais de duas décadas só agora entrou no foco dos administradores porque o momento exige novos voos.

Considerando sua atuação estratégica no ambiente corporativo, o BP tornou-se uma função promissora para o RH moderno e um desafio valoroso para as lideranças. Afinal, sua função se resume a desenvolver e empregar práticas inovadoras na gestão de pessoas associadas diretamente aos negócios de uma organização.

Mestre em Business Intelligence para Gestão de Pessoas, Ricardo Vignotto acredita que um dos maiores desafios de um BP é ter a capacidade de manter o equilíbrio nas relações entre especialistas de cada setor e executores dos processos para gerar a facilitação e o bom andamento da dinâmica empresarial. “Grande parcela do mercado segue com muitas dúvidas sobre qual é a real função de um Business Partner. Para termos essa resposta, é preciso retomar a relação entre pessoas e negócios para que





seja possível visualizar a grandeza e importância deste papel na gestão de pessoas”, ensina o especialista. É por isso que a análise de treinamentos que devem ser aplicados a cada equipe para mensurar sua real relevância para os negócios organizacionais é das principais atribuições de um BP. “Com esse mesmo foco, o perfil de um Business Partner deve ser flexível o suficiente para transitar entre as áreas da empresa e o RH, checando eventuais falhas na liderança e promovendo ações de capacitação, coaching e orientação aos envolvidos, tornando possível a manutenção, ou mesmo atualização, das políticas organizacionais”, observa Vignotto.

“O conceito do BP é o de ser um agente parceiro do negócio, ou seja, que atua em conjunto com a liderança nas questões de gestão de pessoas. Ter um BP transforma o RH numa área estratégica que auxilia o líder na busca de resultados organizacionais através das pessoas”, destaca Andréia Guarnieri de Lourenço, coordenadora de Desenvolvimento Organizacional da SIM Rede de Postos. “Ou seja, torna o RH um agente de mudança e de resultado. Ainda estamos no início e tenho certeza que só colheremos ainda mais frutos positivos deste projeto”, conclui.

Para Fernanda Pauletti Graeff, Gerente de Recursos Humanos da Kingghost (leia case abaixo), o modelo Business Partner na área de Recursos Humanos é abrangente a todo o time, não é apenas uma função. “O RH como parceiro do negócio integra um olhar de pessoas para a organização: as tomadas de decisões de

negócio por todos os olhares retorna como resultados positivos para a organização”, salienta.

CONCEITO DE ALINHAMENTO

A figura do Business Partner surge ainda nos anos 1980 para promover o alinhamento entre as necessidades da empresa e da gestão de pessoas da forma mais eficiente possível frente aos resultados esperados. Criado por David Ulrich, considerado um dos gurus da área de gestão de pessoas, teria uma função muito simples: aproximar o departamento de recursos humanos das áreas de negócios. No entanto, conceito de BP ainda causa confusão entre os profissionais de gestão de pessoas. Muitas empresas ainda não sabem exatamente qual o melhor perfil de profissional para executar a função e, muitas vezes, qual o papel exato que deve ser desempenhado por esse profissional.

Ainda assim, especialistas concordam que a função do BP evoluiu nas últimas décadas em resposta ao aumento da preocupação dos CEOs em relação ao capital humano como fator determinante para o negócio. A função passou de uma atuação mais operacional a um trabalho mais direto com o negócio por meio de generalistas de RH nos anos 1990 e à criação e avanço da função do BP. Quando bem executado, o modelo agregaria valor à companhia. Um levantamento feito no ano passado pela consulto-

ria global de benchmarking CEB indicou que organizações com parceiros de negócios eficientes reportam um aumento de até 10% na receita e um acréscimo médio de 9% no lucro.

O BP E SUAS FUNÇÕES

CAPACITAR: preparar a equipe para disseminar e aplicar as estratégias elaboradas é uma das ações que o Business Partner terá como papel essencial garantir o sucesso do projeto.

REALIZAR: é preciso ir além do que simplesmente desenvolver planos, mas sim colocá-los em prática, definindo cada ação necessária para que se concretizem.

GERAR SATISFAÇÃO: visar a promoção do equilíbrio empresarial e atender os diversos públicos de uma organização – investidores, consumidores e colaboradores – também é uma das funções do Business Partner.

PLANEJAR: o Business Partner também é o principal responsável por elaborar um planejamento integrado capaz de alinhar o trabalho do RH ao plano empresarial, tornando os resultados positivos para todos.

PREVER RISCOS: estar sempre alerta aos possíveis riscos de um projeto ou situação e analisar o impacto de ações isoladas na estratégia da empresa é mais uma das preocupações de um Business Partner.

CASES DE SUCESSO



SIM REDE DE POSTOS

Andréia Guarnieri de Lourenço participa ativamente das atividades da ARH Serrana e atualmente integra o comitê temático do Encontro Sul-Americano de Recursos Humanos (ESARH). Coordenadora de Desenvolvimento Organizacional da SIM Rede de Postos, ela diz que a figura do BP foi inserida na empresa há pouco mais de quatro meses, depois de muitos estudos, benchmarking e ações de formação, paralelo a um diagnóstico da realidade organizacional e entendimento do que seria importante para a empresa. “A SIM é uma empresa com capilaridade, o que muitas vezes torna a comunicação e a manutenção da cultura mais complexa do que em uma empresa onde todas as pessoas ficam no mesmo ambiente. Elegemos então uma região e contratamos uma profissional que acreditasse no nosso projeto”, comenta Andreia. Mesmo em pouco tempo, os resultados surgiram: gestores percebendo que o RH se torna cada vez mais presente e parceiro de negócio. “Entendo que qualquer organização pode ter um modelo de BP implementado, porém isso precisa ser adequado à realidade de cada negócio e estrutura da empresa, e respeitando a cultura organizacional”, finaliza.

KINGHOST

Presente no mercado desde 2006, a KingHost é uma das maiores empresas de Hospedagem de Sites do Brasil, com diversas soluções digitais para alavancar projetos na Internet. Entre seus produtos estão serviços de Hospedagem de Sites, E-mails, Cloud, Registro de Domínio, Email Marketing, Ferramenta de SEO, entre outros. A partir do segundo semestre de 2014, passou a implantar a “figura” do RH BP com o objetivo de aumentar as relações de confiança na empresa entre gestão e RH. Aos poucos, os resultados surgiram nas relações ganha-ganha, nas quais todos têm saldo positivo: cola-

boradores, gestores e sociedade. Fernanda Pauletti Graeff, gerente de Recursos Humanos da empresa, ministrou recentemente uma oficina na ARH Serrana sobre BP e sugere: “Ao planejar uma implantação de BP, todos os envolvidos devem estar confortáveis e acreditando no modelo. Muitas vezes podemos iniciar ações pré-implantação que tornará a aceitação no tempo de cada organização. A Kinghost inseriu esse conceito ao seu tempo, percebendo suas demandas com tempo, e isso contribui para o sucesso do modelo”, comenta Fernanda.



O trabalho da Emercor é de coração.



Emercor é atenção, carinho e cuidado 24 horas por dia. Atender cada chamado com eficiência, qualidade e agilidade é essencial para salvar vidas. Pense com o coração. Ofereça este benefício para sua equipe. Tenha um Plano Emercor em sua empresa.

Planos Corporativos e Familiares
Área Protegida
Eventos / Remoções



Atendimento Comercial - (54) 3535.3214
Faça sua cotação pelo site - emercor.com.br

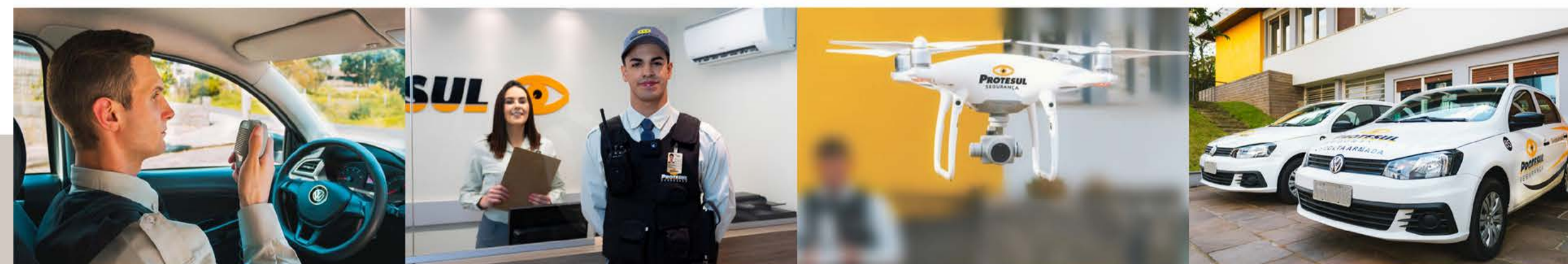
RESP. TÉCNICO: DR. ANTÔNIO BRITTO CASANOVA CRM-RS 12510



Porque
Valorizamos
a Vida



**ZELO, INOVAÇÃO E FOCO NO CLIENTE
FAZEM PARTE DESSA EMPRESA**



(54) 3228.3133 (54) 99267.5753
protesul@protesul.com.br | www.protesul.com.br

Rua Pinheiro Machado, 551 | Nossa Sra. de Lourdes | Caxias do Sul | RS

ALEXANDRE GEWHER



OS DESAFIOS DA INDÚSTRIA 4.0

Uma maior interação entre a comunidade acadêmica e o setor industrial será um passo fundamental para que a tecnologia chegue de fato às empresas e organizações de forma equilibrada, trazendo benefícios palpáveis a toda cadeia mercadológica. A ideia é defendida por Alexandre Gewher, gerente de TI e Business Partner da empresa AGCO. Graduado em Administração, Black Belt e com MBA em Engenharia de Produção, Gewher atua há 30 anos na indústria automotiva e compartilhou um pouco do seu conhecimento durante o 11º Fórum de Gestão de Pessoas da ARH Serrana, realiza-

do dia 11 de setembro, no UCS Teatro. Ele é responsável pelo desenvolvimento e execução das estratégias de TI voltadas para as áreas de manufatura e engenharia, com suportes locais e globais que envolvam tecnologia. Após palestrar no Fórum sobre o tema Indústria 4.0 – Desmistificando o assunto e preparando o seu negócio para esta nova onda, Gewher conversou com a Revista Digital ARH Serrana sobre o perfil das empresas mais próximas da revolução digital, o papel da educação nesse processo e a criação de novos perfis profissionais. Confira.

Revista Digital ARH: Qual é o perfil das empresas e organizações aonde a Indústria 4.0 já chegou ou chegará em breve?

Alexandre Gewher: Vou te dar um “choque” agora ao dizer que não é a indústria. Não será a indústria que receberá primeiro esse grau de automação que está se imaginando tão forte. Acho que é o setor de serviços. E aí você pergunta o que tem a ver serviço com excesso de automação? Por exemplo: no meu ponto de vista, em questão de dois ou três anos, empresas de fast food entenderão que têm muita gente para fazer atividades que os equipamentos podem fazer. Acho que aí é que vai acontecer a transformação mais rápido do que na indústria, porque o nível de investimento é muito menor em contrapartida com o gasto trabalhista que essas empresas têm hoje. A possibilidade de retorno financeiro em cima das empresas fast food trabalhando com nível de automação é muito mais alto. Quando a gente fala de indústria, é lógico, a indústria metalmecânica é o que está se buscando, mas tudo depende de qual elemento da Indústria 4.0 será determinante para definir a atuação do modelo da revolução. Se a gente entender que é manufatura aditiva, que são as impressoras 3D, com certeza todas as indústrias que trabalham hoje com projeto e engenharia, e entregam componentes processados e usinados, serão beneficiadas desse modelo.

Revista Digital ARH: Há ainda muita confusão e receio no equívrio modernização da indústria X dispensa de mão-de-obra. Como você entende essa questão?

Gewher: Vai acontecer essa migração. Essa é uma história que a gente ouve há muito tempo. Mas vou fazer uma pergunta/reflexão: a gente se preocupou com isso quando saímos do videocassete e fomos para a Netflix? Quantas indústrias e locadoras foram fechadas, quantos empregos foram fechados para que eu migrasse minha forma de usar a tecnologia? Entendo que esse tipo de discurso não pode ser aplicado a uma sociedade que está se desenvolvendo. A sociedade tem que achar meios de poder alocar as pessoas. A única forma de propiciar essa alocação de mão-de-obra é pensar mais na outra mão-de-obra que vai vir. Pesquisa recente feita pelo Sistema S revela que temos 8,5 milhões de pessoas trabalhando na indústria. Então não temos que treinar 8,5 milhões, mas 10,5 milhões, são 2 milhões a mais de pessoas que estarão trabalhando. Mas só há um fator determinante para garantir que a sociedade não sofra gravemente com a entrada contínua de tecnologia: educação. Educação e treinamento. É necessário promover políticas governamentais, políticas nos meios de ensino, nos meios catedráticos, que consigam jogar informação

e preparar pessoas, essa é a única maneira de garantir o balanço entre tecnologia e perda de empregos. Eu não vou te dizer que empregos não serão extintos. Sim, tipos de empregos serão extintos, mas novos serão criados.

Revista Digital ARH: A escola está preparada para lidar com essa transformação, será necessário pensar em um novo modelo de educação?

Gewher: Sim, a escola tem que mudar. Quando eu era pequeno, eu tinha uma mentalidade para a tecnologia, hoje meu filho tem outra. Meu filho já nasceu com conta de e-mail e usando tela touch. Eu tive que ensinar pessoas a trabalhar com mouse... Então as escolas têm

“NÃO SERÁ A INDÚSTRIA QUE RECEBERÁ PRIMEIRO ESSE GRAU DE AUTOMAÇÃO QUE ESTÁ SE IMAGINANDO TÃO FORTE COM A INDÚSTRIA 4.0. É O SETOR DE SERVIÇOS”

que entender esse viés e se adaptar. Mas mais do que isso, falando de um ensino mais avançado, uma mudança que precisa acontecer

muito rapidamente é uma parceria entre o meio acadêmico e o meio de business, uma parceria que possa trazer mais realidade nos conceitos estabelecidos pelo meio acadêmico. Eu não consigo ver separado, esse casamento precisa acontecer entre as universidades e as empresas, para que as universidades joguem conceitos e modelos dentro da empresa e as empresas avaliem e devolva para elas. Essa união entre esses dois mundos é muito importante.

Revista Digital ARH: E isso se aplica a todos os cursos?

Gewher: Falo mais em Tecnologia, Engenharia, Sistemas de Informação, mas acho que se aplica a todos, sim. Quando vou estudar RH ou Psicologia na universidade, acho que preciso entrar um pouco mais dentro das empresas. Meu filho faz Psicologia, e eu comento com ele que essa é uma função pivô que serve para tanta coisa, e não apenas para trabalhar num consultório. Você tem psicologia hoje no marketing, no RH, na indústria, psicologia comportamental dentro da empresa, ou seja, não se pode mais olhar uma profissão ou uma área da educação como sendo somente para um fim. Quando as possibilidades que se têm hoje para as áreas que são trabalhadas numa universidade vão para os meios de negócio, ganham uma multiplicação que não conseguimos explicar.

Revista Digital ARH: Como o RH está se adaptando às mudan-

ças de relação de trabalho, lidando com novos recursos como softwares de recrutamento, por exemplo?

Gewher: A verdade é que hoje quem está com o papel de preparar as pessoas não é mais tanto o RH, né...? Quem está preparando as pessoas são as áreas que vão recebê-las, e esse é um trabalho difícil porque essas áreas não são preparadas com o “skill” que o RH tem. Por exemplo, é arriscado um funcionário que chega para trabalhar na produção, na área de engenharia ou manufatura, ser preparado apenas por alguém dessas mesmas áreas. Ele vai olhar

“MAS SÓ HÁ UM FATOR DETERMINANTE PARA GARANTIR QUE A SOCIEDADE NÃO SOFRA GRAVEMENTE COM A ENTRADA CONTÍNUA DE TECNOLOGIA: EDUCAÇÃO”

o cara de forma cartesiana, ele não vai olhar a emoção, ele não vai olhar toda a inteligência emocional que esse colega tem para poder receber e trabalhar da forma mais produtiva. Haverá muito mais resultados se o RH entrando junto numa atuação tipo Business Partner, junto com esses processos. A gente perde muitas pessoas por achar que elas não têm



capacidade de fazer as coisas quando botamos uma tecnologia nova na frente delas. Isso é ruim para pessoa e ruim para o projeto. O projeto nasce morto porque a pessoa não está capacitada a usá-lo.

Revista Digital ARH: Somado a isso tem o fator de que muitos profissionais têm receio diante de novos projetos e tecnologias...

Gewher: O novo sempre assusta. Um trabalho que tenho feito é levar o entendimento sobre a Indústria 4.0 para que as pessoas não recebam essa informação apenas quando a Indústria 4.0 estiver batendo a sua porta. Porque não é uma área ou outra que faz a Indústria 4.0, é a indústria como um todo. Ninguém melhor para entender como eu posso aplicar a tecnologia do que a pessoa que está no posto de trabalho. Nosso trabalho é conversar e discutir com pessoas de todas as áreas, do chão de fábrica à engenharia de produto, engenharia de qualidade, finanças. Tem que ser aberto para que todos tenham o entendimento do que está por vir, do que está transformando a organização.

Revista Digital ARH: Muitas empresas estão se movimentando nesse sentido criando parcerias com star-

tups. Qual a sua opinião sobre esse modelo?

Gewher: Eu tive uma experiência com esse modelo que não foi a mais feliz, mas não foi por isso que desisti, estou fazendo de novo. A experiência que fiz foi apresentar problemas para levar oportunidades a incubadoras. Então tratei com várias incubadoras e elas me apresentaram opções de startups. Mas pensei: vou pagar o investimento do desenvolvimento do produto dele e da empresa dele, trago ele pra dentro da minha organização e ele resolve meu problema, na velocidade e na agilidade que ele tem. Inclusive a frase que eu mais dizia é “não te contamina comigo que eu sou lento, lerdo e pesado, e eu quero tua agilidade”. O problema é que identifiquei em todos os casos falta de maturidade de negócios quando eu planejava escalar minha produção. Me apresentavam soluções pontuais, não globais. Eu não quero comprar apenas uma solução, preciso comprar o suporte dela, e quando tu vai para o suporte eles não têm estrutura. Alguns deles não sabiam como calcular preço, então eu mesmo tinha que calcular um preço para entrar com a solução dele na Alemanha, na França e no Brasil. E me diziam: não sei como calcular. Então tive que fazer todo um coaching para ensinar a parte de gestão econômica e comercial

PODCAST

A MANIA QUE CHEGOU AO MUNDO CORPORATIVO

CADA VEZ MAIS EMPRESAS ESTÃO PRODUZINDO (OU REPRODUZINDO) CONTEÚDO NESSA PLATAFORMA DIGITAL

Não precisou o Fantástico, da Rede Globo, oferecer aos seus milhares de espectadores semanais a possibilidade de escutar reportagens via podcast para esse recurso virar mania nacional. Antes mesmo que um dos programas de maior audiência da TV consolidasse esse tipo de mídia como tendência, muitos brasileiros já estavam com seus fones de ouvido ligados nessa plataforma, que ultimamente ganhou o mundo corporativo como alternativa de comunicação.

Levantamento da Blubrry, comunidade e diretório de podcasts, mostra que em 2018 o Brasil foi o segundo país a baixar programas desse tipo. Isso que há ainda muito espaço para crescer: de acordo com uma pesquisa do Ibope, apenas 40% dos 120 milhões de internautas brasileiros já escutaram um podcast.

De experimentos universitários a programas amadores, os podcasts foram ganhando status até chegar a grandes empresas, que além de produzir conteúdos a seus clientes,

começam a criar programas dedicados ao público interno. E as vantagens do podcast no mundo corporativo são muitas, entre elas a excelente relação custo x benefício, a flexibilidade (é possível utilizar podcast para as mais diferentes finalidades), marketing B2B e B2C em uma só ferramenta, engajamento do ouvinte e ampliação da presença online.

Reportagem recente da Revista Exame traz cases como o da Nielsen Brasil, especializada em pesquisa de mercado, que decidiu criar os próprios podcasts: um aberto para o público e outro fechado para sua equipe interna. A empresa optou por essa plataforma porque gera uma quantidade muito grande de conteúdo sobre consumo online e offline no país, mas as pessoas não têm tempo para ler tudo o que é produzido.

O podcast aberto da Nielsen Brasil foi lançado em agosto e traz tendências de consumo. Com duração de 15 a 25 minutos, os episódios vão dar referências de materiais complementares para leitura, que ficam disponíveis no site. A Nielsen também pretende fazer podcasts mais curtos para compartilhar notícias sobre eventos ou novidades de outras áreas. Além de ser voltado para os clientes, esse conteúdo deverá ser útil para a comunicação interna, pois ajudará as equipes a ficarem informadas sobre o que acontece dentro da Nielsen.

SAIBA+

Fontes: Exame Brasil e tecmundo.com.br



O podcast é uma forma de transmissão de arquivos multimídia na Internet criados pelos próprios usuários. Nestes arquivos, as pessoas disponibilizam listas e seleções de músicas ou simplesmente falam e expõem suas opiniões sobre os mais diversos assuntos, de política ao capítulo da novela.



Há três principais meios de ouvir um podcast: acessando o site onde o arquivo está disponível; fazer download do podcast para o computador ou smartphone, podendo assim ouvir o seu conteúdo mesmo offline; ou através da instalação de um agregador de podcasts, um software que organiza e comunica quando houver atualizações nos podcasts que a pessoa acompanha.



O grande atrativo dessa forma de comunicação que, na essência, lembra um programa de rádio, é o fato de ela poder ser consumida de qualquer lugar: com um smartphone a postos, as pessoas ouvem podcasts no carro, no metrô ou na academia.



Para as organizações, essa flexibilidade pode ser uma oportunidade para estimular os profissionais a se atualizarem sobre as melhores práticas do mercado e sobre as novidades da própria companhia. O podcast também auxilia no processo de integração de novos funcionários, pois eles podem baixar os episódios.



Um dos pontos positivos dessa mídia é seu baixo custo de produção, principalmente em comparação aos vídeos. Isso ajuda a convencer a alta liderança a colocar programas desse tipo no ar.



Outra vantagem é suprir a necessidade por informação rápida, principalmente diante da grande maioria do público mais jovem e tecnológico, que está perdendo o hábito da leitura.

PEQUENAS EMPRESAS GRANDES PLANOS

CONTRATOS A PARTIR DE **3** VIDAS



VANTAGENS ESPECIAIS:

- ❖ Compra de carências de outras operadoras
- ❖ Sem carência para consultas e exames simples
- ❖ Desconto especial nas primeiras faturas

ASSOCIADOS DA ARH SERRANA POSSUEM OUTRAS
CONDIÇÕES EXCLUSIVAS. **LIGUE 3013.9777 E SAIBA MAIS.**



 circulosaude.com.br

   [circulosaude](https://www.instagram.com/ciculosaude)

Veja o que o
SIMECS
disponibiliza
para as suas
empresas.

- O SIMECS tem parcerias em prol da educação profissional.
- O SIMECS oferece assessoria jurídica gratuita para as empresas com contribuição atualizada.
- O SIMECS possui Comissões para discutir assuntos pertinentes a todas as empresas do segmento.
- O SIMECS proporciona Assessoria em Segurança do Trabalho.
- O Guia de Produtos e Serviços do SIMECS é uma ferramenta para a divulgação nacional e internacional das empresas.
- O aplicativo do SIMECS leva para o mercado as empresas representadas, com seus produtos e serviços.



Sua empresa contribui, o SIMECS reverte em benefícios.

SIMECS

Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas
e de Material Elétrico de Caxias do Sul

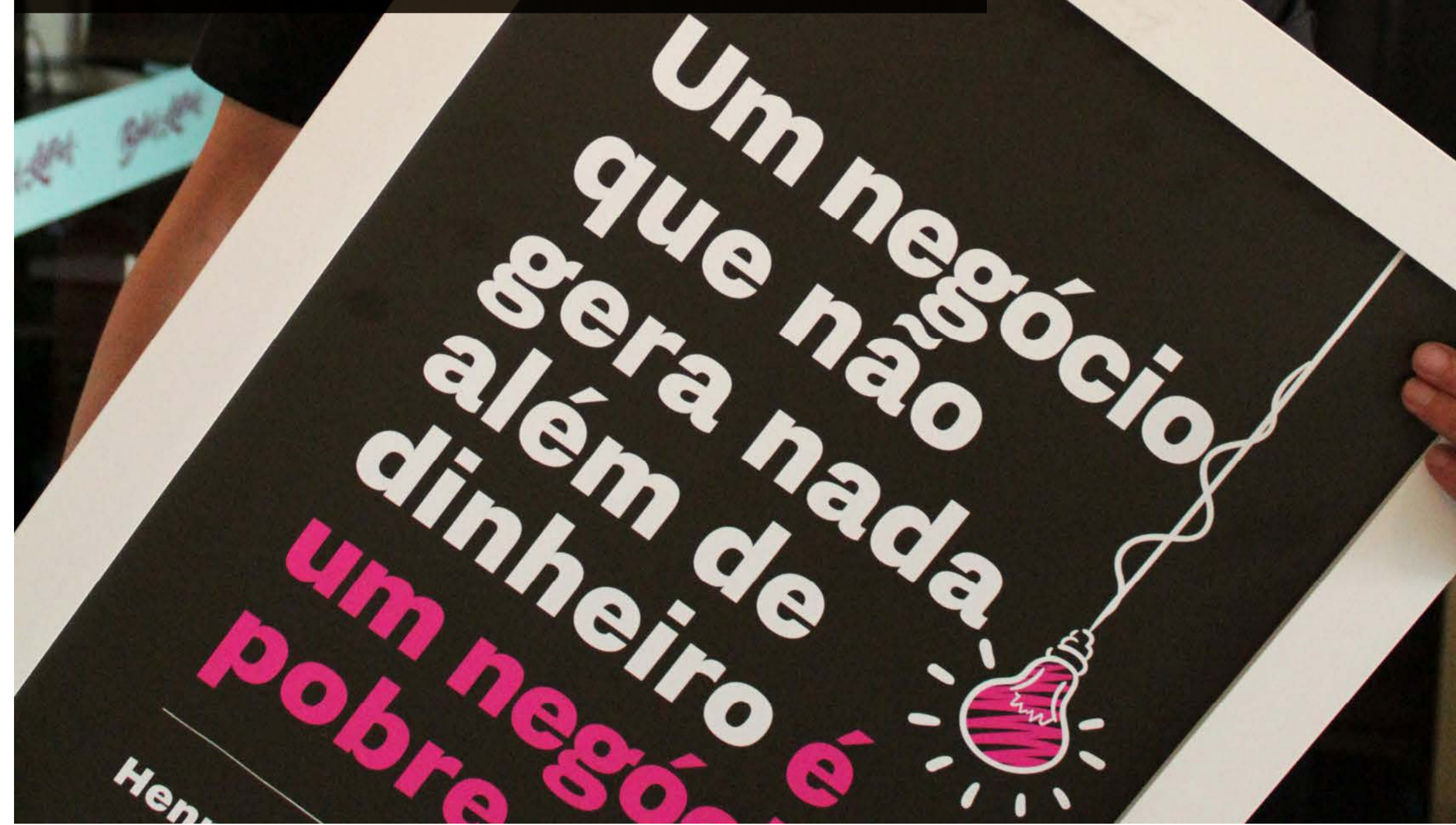
(54) 3228-1855
www.simecs.com.br

Este é o SIMECS, trabalhando intensamente para as empresas que representa.

O QUE TE CONECTA?

O jornalista e empresário **Gustavo Guertler** tem entre suas paixões tornar a vida das pessoas mais criativa, sensível e humana por meio de uma “estranha tecnologia” chamada livro. CEO da Belas Letras, empresa caxiense campeã do Prêmio Nacional de Inovação 2019 pelo Sebrae/CNI - Categoria Marketing, Gustavo fez MBA em Book Publishing pelo Instituto Singularidades, em São Paulo, e o Yale Publishing Course, pela Escola de Negócios da Universidade Yale, nos Estados Unidos. Foi responsável pela criação de projetos de publicações que venderam juntos mais de 1 milhão de exemplares, entre eles O Papai é Pop, de Marcos Piangers, e Vai Lá e Faz, de Tiago Mattos. Em outubro deste ano, uma campanha criada pela Belas Letras, a Compre 1 Doe 1 – em que para cada produto vendido outro é doado, mas por meio dos próprios clientes – foi considerada uma das seis melhores do mundo em 2019, tornando-se finalista do Future Book Awards, cujo anúncio aconteceu na Feira do Livro de Frankfurt, na Alemanha. Gustavo também é organizador do TEDx em Caxias do Sul, junto com a Fernanda Cardoso Setti.

GUSTAVO GUERTLER



COM A INOVAÇÃO?

NÃO ACHAR QUE EU SOU INOVADOR PORQUE EU TENHO UM IPHONE, UM MAC ÚLTIMA GERAÇÃO OU FALO COISAS COMO “PIVOTAR”, “MONETIZAR” OU TODOS OS OUTROS “AR” DO DICIONÁRIO STARTUPEIRO. É, SIM, USAR CONTEXTO, NÃO CONTROLAR, COMO DIZ A MÍRIAN SOUZA. É NÃO TER MEDO DE SE EXPOR E EXPLORAR O DESCONHECIDO. É NÃO JULGAR IDEIAS; É TESTAR AO INVÉS DE DAR OPINIÃO. NÃO É CRIAR BARREIRAS, É TIRAR AS BARREIRAS DA FRENTE DAS PESSOAS PARA QUE ELAS DESENVOLVAM SEU POTENCIAL. PRA QUE ELAS APRENDAM E TE ENSINEM.

COM NOVAS PRÁTICAS DE GESTÃO?

PERMITIR QUE AS PESSOAS SEJAM QUEM ELAS SÃO, NÃO O QUE AS EMPRESAS QUEREM QUE ELAS SEJAM.

COM AS REDES SOCIAIS?

FICAR OFFLINE É O NOVO LUXO.

COM O FUTURO?

OUVIR MINHA FILHA CONTAR COMO FOI O DIA DELA.

COM O PRESENTE?

ESTOU SEMPRE NELE, NÃO TEM PASSADO, NÃO TEM FUTURO. HOJE É O DIA 1 DA MINHA VIDA

COM A NATUREZA?

VER BELEZA NO CLIMA DA NOSSA CIDADE (PODE RIR).

COM HÁBITOS SAUDÁVEIS?

COMER SORVETE DEPOIS DA CORRIDA.

COM A FAMÍLIA?

TER ESCOLHIDO SER FELIZ; NÃO TER RAZÃO.

COM OS LIVROS?

CONVERSAR COM SERES MAIS INTELIGENTES DO QUE NÓS.

COM O PÚBLICO LEITOR?

NÃO TRATAR PESSOAS COMO PÚBLICO LEITOR. NEM COMO CLIENTE. TRATAR PESSOAS COMO PESSOAS. ESSA COISA FORA DE MODA CHAMADA GENTE.

COM O PASSADO?

FITA CASSETE E LÁPIS, ANTENA DE TV E BOMBRILO, VHS E DUREX, IOIÔ E FANTA, CIGARRO E CHOCOLATE.



FOCO NO DESENVOLVIMENTO HUMANO

A seção CONTEÚDO ARH desta edição destaca a importância dos Grupos de Estudo, uma atividade anual oferecida pela ARH Serrana para que seus associados aprimorem o conhecimento e se desenvolvam pessoal e profissionalmente por meio da troca de experiências. A cada ano, diferentes temas são abordados e os resultados das pesquisas são publicados no site da ARH Serrana e divulgados no mailing da Associação e em suas redes sociais.

Neste ano, os projetos foram inspirados no tema Desenvolvimento Humano. Destacamos aqui a apresentação resumida dos quatro trabalhos desenvolvidos entre março e novembro, abordando assuntos extremamente importantes dentro do rico universo dos recursos humanos. A entrega dos trabalhos ocorreu dia 8 de outubro, em um evento de confraternização entre os integrantes dos grupos e seus coordenadores.

Grupo: Juliana Tedesco, Mario Augusto Boeno Thompson, Monique dos Reis Esteves Homem, Rosiane Santos, Sandro Wegner, Valéria Nascimento

RECRUTADOR E SEU NOVO PAPEL DIANTE DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL PARA AQUISIÇÃO DE TALENTOS

O cenário de transformação digital vem se apresentando atualmente como uma constante que instiga adaptação para diversos segmentos, áreas, processos e profissões. Para recrutadores não é diferente, pois tem a função de fazer a ligação entre as necessidades da organização, com os objetivos dos profissionais, suas vivências e competências. (DEVECHI, 2016)

O subsistema de Aquisição de Talentos tem sido diretamente impactado em seu cotidiano pelo advento da transformação digital. O próprio conceito de aquisição de talentos vem sendo percebido de maneira diferente dentro da organização, pois se configura em uma área que mensura e avalia resultados

de maneira estratégica de acordo com a necessidade da organização. (FOURSALES, 2018)

Diante disso, o site RH Portal (2015), traz em artigo que a modernização influenciou o processo seletivo das organizações, trazendo agilidade e customizando conforme as características culturais. Assim torna-se imperativo o reposicionamento do Recrutador em seu papel, pois segundo o site Foursales (2018), em um levantamento realizado pela Harvard Business Review com líderes globais aponta que 94% dos participantes afirmam que a habilidade de adquirir talentos que se adaptem rapidamente às mudanças do mercado será crucial para que suas empresas se mantenham competitivas no futuro.

Através deste estudo pretende-se compreender a perspectiva que recrutadores atualmente possuem sobre seu fazer, considerando principalmente os impactos do uso massivo de ferramentas digitais em seus processos. Entende-se que este novo cenário poderá trazer a possibilidade de uma atuação mais estratégica e assertiva para sua organização.



Grupo: Aline Andreia de Gasperi, Aline Luiza Haas, Cristiane de Oliveira Motta, Eveline Vidor dos Passos Fucks, Fabieli Priscila Barasuol, Graziela Casara, Karine de Oliveira Conrado e Vanessa da Silva Sousa

ANÁLISE DO CASE SOPRANO

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NO ENGAJAMENTO DOS PÚBLICOS COM O PROPÓSITO

Posicionamento de marca já é utilizado pelo marketing há muito tempo, mas ele começou a ser inserido no contexto interno das organizações a partir da entrada do endomarketing e da comunicação interna.

Voltada ao público interno das organizações, a comunicação para dentro tem a função de transformar o comportamento desse público a favor da empresa em que trabalham. O posicionamento de marca recebe mais força quando alinhado ao propósito da empresa. Sua razão de existir, aquilo que dá sentido a um trabalho, se torna um diferencial de marca, posicionando a empresa perante o mercado.

Este trabalho tem como base de estudo de caso das estratégias de comunicação da empresa Soprano na divulgação do propósito e posicionamento de marca, que aconteceu em 2018 e se mantém constante até hoje. O objetivo principal deste trabalho é entender o papel da comunicação no engajamento dos colaboradores com o propósito.



Grupo: Débora Brandalise Bueno, Mariele Rodrigues da Costa, Ângela Cristina Brescovit, Cíntia Dosciatti Longhi, Fabiana Bigolin, Carine Ferraz Taborda, Leidiane Aguiar da Silva Bittencourt Carneiro, Luciano Amaral Rosa, Maicon Luiz Andreis, Renata Mantovani, Simone Straliootto

CULTURA PREVENCIÓNISTA: DOS DESAFIOS DA IMPLANTAÇÃO AOS RESULTADOS PARA A VIDA

Na busca por um negócio sustentável é fundamental que as questões relativas à Segurança e Saúde no Trabalho – SST, façam parte do planejamento estratégico das organizações. Atualmente o cenário econômico está mais competitivo e globalizado, sendo cada vez mais importante investir no capital humano e, segundo Pontes:

“É de extrema importância que as empresas ou qualquer estabelecimento que admita um trabalhador entendam a necessidade de gerenciar os riscos que envolvem a atividade desenvolvida e cumpram com seu papel de promover a segurança e saúde nas atividades laborais informando os riscos, bem como dos procedimentos e obrigações do trabalhador, promovendo a educação profissional e desenvolvendo a cultura Prevençãoista. Pois, a prática da prevenção será um investimento pela redução de acidentes ou quaisquer incidentes potenciais de acidentes no trabalho” (PONTES, 2018).

Segundo Gardinalli et al Pontes (2018), micro e pequenas empresas são afeta-

das quando ocorre a falta de adoção de medidas preventivas, a partir de acidentes e doenças relacionadas ao trabalho. Os acidentes possuem custo total dado pela soma de duas parcelas: custo direto, relacionado a situações que envolvem a Previdência Social, e a outra, custo indireto, que são aqueles custos não segurados e não programados. Além desses, existem também os custos resultantes da sociedade, que afetam diretamente o crescimento do país, como por exemplo benefícios previdenciários, redução da população economicamente ativa, aumento da taxa securitária, aumento de impostos e taxas. Sendo assim, diante de tantas mudanças que o mundo do trabalho está passando, as organizações que não reconhecem esse Saúde e Segurança do Trabalho e a Cultura Prevençãoista como valores, podem não ser capazes de interpretar as transformações como oportunidades.

Para diminuir esses custos e perdas advindo de uma cultura organizacional não pautada na SST e prevenção, é preciso realizar um trabalho de educação ao funcionário a partir de palestras, treinamentos, conscientização, educação e sensibilização para a vida. Assim, a tendência é que ele se sinta seguro a partir das vivências proporcionadas pela empresa, não tratando a segurança como um incômodo.

Grupo: Ana Maria Bortolon, Ariadne Corcini, Edson Gomes Lorenzetti, Eloísa Teresinha Misturini, Jaime Paulo Homem, Janaína Sartori, Juliana Brambatti da Silva, Luciana Rodrigues Barro, Nara Camargo Leite da Silva, Rochele Pagnoncelli, Rosiméri Bertin, Sônia Adriana Rech e Tainá Cahupezinski



PROTAGONISMO DE CARREIRA:

O PAPEL DO RH NA TRANSFORMAÇÃO CULTURAL E SUAS CARACTERÍSTICAS

A economia, o mercado e as gerações mudaram e em virtude disso, as empresas modificaram a forma de conduzir seus negócios. Na era da tecnologia e da inovação, as pessoas vivem um momento ímpar de acesso às informações e de maior consciência sobre seus direitos e deveres. Neste contexto, as empresas precisaram transformar a cultura paternalista para uma cultura de accountability - expressão que significa protagonismo, auto-

nomia e coragem, exigindo competências que vão além das tradicionais, onde ser protagonista de sua própria carreira é uma das principais características dos profissionais bem-sucedidos e requeridos nas empresas.

A palavra protagonismo, amplamente utilizada na dramaturgia, remete ao personagem principal no qual a trama se constrói, aquele que conhece e entende quais são os seus valores, sabe quais atividades se sai melhor, que consegue adaptar sua carreira ao contexto de mercado e ao seu propósito. Para Marques (2019) "os protagonistas estão sempre à frente, adotam medidas práticas para atingir seus objetivos tanto na carreira profissional quanto na vida pessoal". Savickas (1997) define como protagonismo de carreira "a com-

petência de construir sua trajetória e lidar com as transformações do mercado".

"A essência da adaptabilidade de carreira está no protagonismo que o indivíduo deve ter sobre sua vida profissional" (SOUTO, 2016). Assim, as empresas preocupadas em virar a chave têm procurado alternativas para estimular o protagonismo através do desenvolvimento de pessoas, considerando que elas são o principal ativo de uma companhia. O presente artigo pretende através de pesquisa de práticas entre empresas, mostrar quem são esses profissionais dentro da organização, quais as estratégias, programas ou ações utilizadas para fomentar o protagonismo de carreira e, principalmente, qual o papel do RH na transformação da cultura de protagonismo.

PARTICIPE EM 2020!

Os Grupos de Estudo são direcionados para todos os sócios físicos ou jurídicos (todos os funcionários de empresas associadas) e sócios estudantes da ARH Serrana. Em 2020, serão abordadas as seguintes temáticas:

CULTURA E PROPÓSITO

INOVAÇÃO E MÉTODOS ÁGEIS

DESENVOLVIMENTO HUMANO

NOVAS FORMAS DE TRABALHO E RECONHECIMENTO/REMUNERAÇÃO

SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO

SAIBA +

- Os grupos terão duração de sete meses, com início em março e conclusão em setembro.
- Os encontros serão quinzenais, com duração de duas horas, no período da noite, e ocorrem em locais e dias definidos pelo grupo.
- Um coordenador e um mentor conduzem o grupo seguindo as etapas definidas pelo Departamento de Desenvolvimento da ARH Serrana.
- O Grupo de Estudo será composto inicialmente por breves pesquisas e apresentações de temas de interesse que gerem discussões e explicações, visitas técnicas e par-

ticipações de convidados.

- A produção final de cada grupo será a elaboração de um artigo para a Revista da ARH Serrana.

BENEFÍCIOS PARA OS PARTICIPANTES

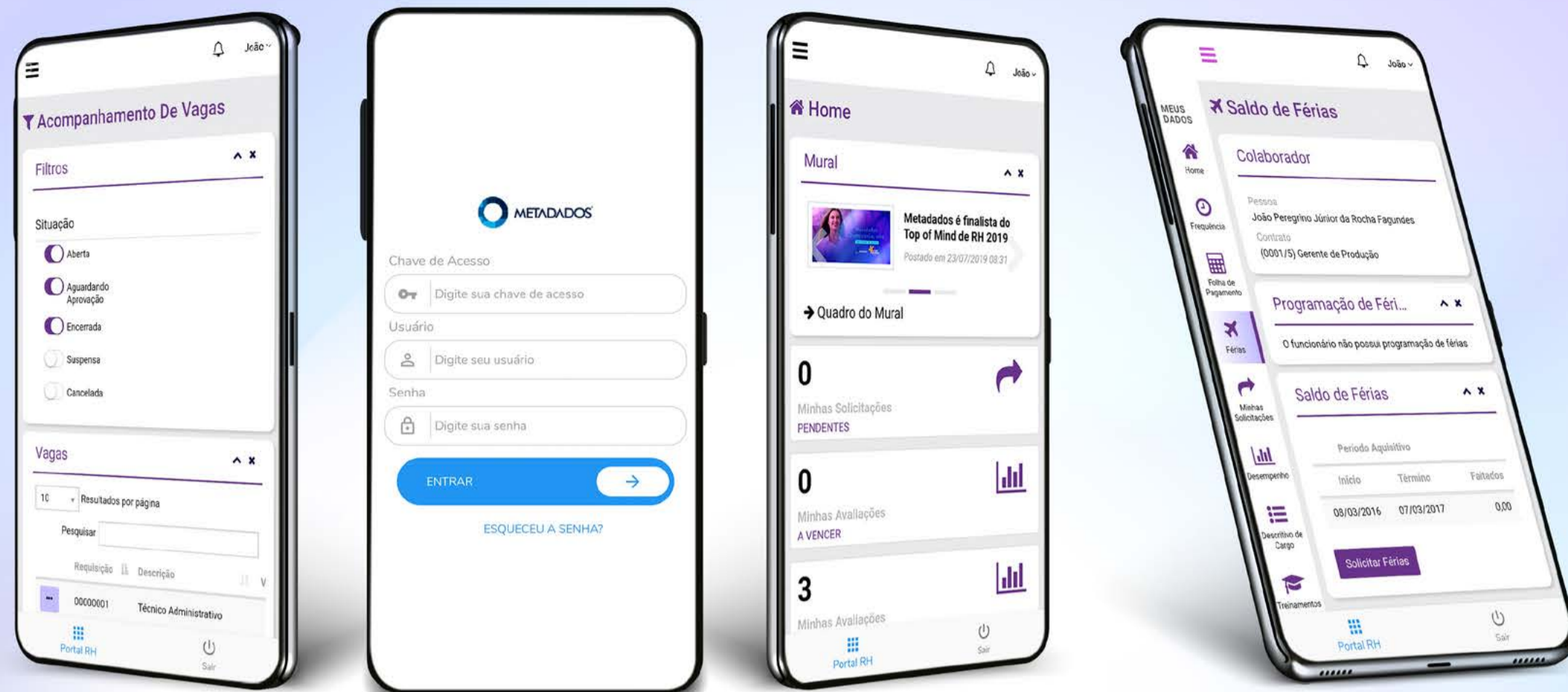
- Divulgação das produções no site da ARH Serrana.
- Certificado de participação para aqueles que obtiverem 75% de presença e entregarem o material de pesquisa.
- Sorteio de cinco inscrições (uma

para cada grupo) para o Fórum de Gestão de Pessoas, para aqueles que obtiverem 100% de presença no primeiro semestre (ano vigente).

- Cinco inscrições (uma para cada grupo) em cursos abertos, de até 8 horas de duração, da grade anual de treinamentos da entidade, para os participantes que tiverem 100% de presença nos encontros do seu grupo (fechamento do ano).

INSCREVA-SE:

arhserrana.com.br/via-de-acesso/



A UCS oferece diversas opções para potencializar talentos.

Conheça alguns serviços:

- Extensão
- Graduação (*mais de 70 cursos disponíveis*)
- Laboratórios
- Mestrados e Doutorados
- Pós-Graduação
- UCS Carreiras
- UCSTec (*mais de 16 cursos disponíveis*)
- Vila Poliesportiva

A UCS possui diversos convênios com empresas e instituições, com descontos e parcerias. Venha você também fazer um convênio com a UCS.

Sílvio Stenzel - Analista de Relacionamento com o Mercado
(54) 3218.2210 | (54) 99905.1530

O RH em todas as áreas da empresa [e no smartphone também]

CONHEÇA ALGUNS DOS BENEFÍCIOS DO APLICATIVO **PORTAL RH METADADOS**



PARA O RH

Permite a descentralização das informações, ao gerenciar a elaboração, aprovação e execução de solicitações através da criação de formulários personalizados, integrados a um workflow em todas as áreas.



PARA OS COLABORADORES

Acesso ao recibo de pagamento, comprovantes de rendimentos, cadastro, avaliações de desempenho, treinamentos realizados, espelho do ponto, solicitações e consulta de férias, horas extras e banco de horas.



PARA OS GESTORES

Acesso às suas informações e a todos os dados de sua equipe, como saldo de férias, históricos de avaliações, recibos de pagamentos, cadastros, consulta e ajustes do espelho do ponto, afastamentos e muito mais!

SAIBA MAIS SOBRE ESTA NOVIDADE EM WWW.METADADOS.COM.BR/PORTAL-RH

ACONTECEU NA ARH



ARH COM VOCÊ

No dia 24 de novembro, na CIC Caxias, foi realizado o ARH com Você, evento em conjunto com o Trocando Ideias Especial. A temática do encontro, que contou com a palestra Jornada Lean com Felipe Mandelli; Metodologias Lean com Eduardo Vieira Ferreira; Case RH: CSC Randon com Daniela Mazon Do Valle e Mônica Teixeira e Dinamica para alinhamento de demandas – Eduardo Vieira e Gustavo Cerilo Prezzi.



FORMATURA PENSANDO NO FUTURO

No dia 10 de outubro, no UCS Teatro, foi realizada a formatura de mais uma turma do Pensando no Futuro, projeto realizado junto a alunos do EJA em escolas públicas de Caxias com aulas sobre várias disciplinas como preparo para o mercado de trabalho. Nesta edição, 16 alunos da Escola Rosário de São Francisco receberam certificados.



DESTAQUES DO ANO EM RH + RANKING GPTW ESPECIAL SERRA GAÚCHA

Realizados no dia 31 de outubro, no Espaço Nobre Eventos, o evento considerado o Oscar da ARH Serrana contou com a participação de 440 convidados. A ARH premiou 14 empresas, um projeto acadêmico e reconheceu como personalidade do ano a senhora Nilva Theresinha Randon. O GPTW premiou 10 empresas nas categorias Pequeno, Médio e Grande Porte da Serra Gaúcha.



FÓRUM DE GESTÃO DE PESSOAS



Realizado em 11 de setembro, no Teatro da UCS, a 11ª edição do Fórum de Gestão de Pessoas bateu recorde de público, com mais de 500 pessoas. O evento contou com oito palestrantes que são referência em Gestão de Pessoas, Inovação, Indústria 4.0, Liderança e Transformação Digital.



Realização: arhserrana

12º FÓRUM DE GESTÃO DE PESSOAS

RE
CO
NHE
ÇA-TE
E BUSQUE
A EXCELÊNCIA

15.09.2020



BRANCA BARÃO



NELSON BITTENCOURT



PEDRO SALOMÃO

(RE) CRIAR a humanização na era digital, é possível?

VENHA PARA O ESARH E ENCONTRE AS MELHORES RESPOSTAS.

Vivencie grandes experiências no maior encontro de Gestão de Pessoas da América Latina. São mais de 40 atividades, entre palestras, talk shows, workshops, oficinas vivenciais e cases de sucesso.

11, 12 e 13 de maio de 2020

Bento Gonçalves - RS

INSCREVA-SE NO EVENTO

Lote	Associados	Parceiros	Não Sócios	Período
	Valor	Valor	Valor	
Lançamento	R\$ 800,00	R\$ 900,00	R\$ 990,00	Encerrado
1º	R\$ 900,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.100,00	Até 11/12/2019
2º	R\$ 1.100,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.350,00	Até 11/02/2020
3º	R\$ 1.300,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.600,00	Até 11/04/2020
4º	R\$ 1.500,00	R\$ 1.700,00	R\$ 1.850,00	Até data ESARH

A Experiência da Transformação para a sociedade 5.0

Em busca do equilíbrio resgatando a essência para as relações saudáveis

Novos modelos de gestão de pessoas e movimentos disruptivos

E outros grandes nomes do cenário para discutir, analisar e aprofundar os assuntos inerentes ao Encontro.

Seja patrocinador e expositor:
comercial@esarh.com.br | (54) 99126.1804



Realização:



Inscrição em www.esarh.com.br
ou aproxime seu celular aqui:



De pessoas para pessoas.



*Todas as
gerações
pelo mundo.*

Feita de pessoas para pessoas, a Marcopolo busca todos os dias atuar com ética e integridade para faz acontecer com excelência e ser protagonista em soluções de mobilidade de forma sustentável, buscando sempre a satisfação dos clientes. Um trabalho baseado em equipe que valoriza, respeita e aproxima as pessoas.

