

TOP SER HUMANO CATEGORIA ORGANIZAÇÃO



PROJETO

Mandou Bem FSG

RESPONSÁVEIS

Silvia Regina Kinder Gobbi

Coordenadora de Gestão de Pessoas

Desenvolvimento Organizacional

Cristina Isabel Gnap

Analista de Desenvolvimento de Pessoas

Índice

SINOPSE.....	1
OBJETIVO DO PROGRAMA.....	2
INTRODUÇÃO	4
DESENVOLVIMENTO.....	6
MÉTODO	7
RESULTADOS.....	15
CONCLUSÃO:	26
BIBLIOGRAFIA:	27
INFORMAÇÕES DOS AUTORES	28

SINOPSE

O programa Mandou Bem teve sua origem na perspectiva de valorizar o ambiente de trabalho dos funcionários da FSG, por meio da disseminação das boas práticas entre colegas, a melhoria do ambiente e a propagação do sentimento de coleguismo entre os funcionários foram os fatores que motivaram a criação do programa.

Por meio da intranet institucional os funcionários foram convidados a registrar reconhecimentos de atitudes positivas que aconteceram dentro do contexto organizacional, simultaneamente o funcionário reconhecido recebia um e-mail com o agradecimento postado pelo colega. Ao final de um período de 3 meses, estipulado para a campanha, os funcionários que mais receberam reconhecimentos foram premiados com vales presente em livrarias e restaurantes e tiveram seus nomes divulgados pelos meios de comunicação da FSG.

O programa foi realizado nos anos de 2016 e 2017 nas unidades da FSG Caxias do Sul, Bento Gonçalves e na unidade Cesuca em Cachoeirinha abrangendo todos os 600 funcionários do grupo. Em sua primeira edição o programa contou com 281 reconhecimentos enviados, já em sua segunda edição o número de reconhecimentos teve um aumento de 127%, demonstrando a aceitação do programa e o engajamento dos funcionários. Para o ano de 2018, uma nova edição já está prevista para início em agosto.

OBJETIVO DO PROGRAMA

Para Brum (2010) um dos objetivos fundamentais de qualquer ação de endomarketing é criar uma consciência empresarial, disseminando sua missão, princípios e visão, dentro de um clima organizacional positivo, desta forma, o colaborador se transforma em um facilitador para consolidar a marca e a imagem da organização no mercado e perante o cliente.

A FSG possui a missão institucional de desenvolver pessoas autônomas e éticas para serem agentes de seus projetos de vida e da transformação social por meio de educação, cultura e conhecimento, visa ser reconhecida como a melhor opção em Educação Superior, oferecendo serviços de qualidade, com resultados sustentáveis, satisfazendo alunos, colaboradores e acionistas.

O objetivo do programa foi criar e manter um contexto positivo e saudável para fortalecer e disseminar os princípios da instituição e valorizar as pessoas no seu ambiente de trabalho, por meio do reconhecimento público de boas práticas.

Os dez princípios institucionais estiveram diretamente envolvidos com o programa Mandou Bem, visto que ao registrar um reconhecimento, o reconhecedor deveria obrigatoriamente escolher um deles: Aluno, como nosso maior patrimônio; Qualidade, como busca permanente; Ética, como postura; Cidadania, como compromisso social; Agilidade, como dinâmica de ação;



Trabalho em equipe, como prática constante; Sustentabilidade, como forma de crescimento; Liberdade, como expressão; Inclusão, como respeito à diversidade; Vida, como bem maior.

INTRODUÇÃO

O Grupo FSG surgiu em 16 de dezembro de 1999, na cidade de Caxias do Sul, autorizado somente para ofertar o curso de Administração de Empresas. Atualmente, a instituição oferece mais de 80 cursos de graduação e aproximadamente 40 cursos de pós-graduação, se somadas todas unidades da instituição, contabiliza 12 mil estudantes na Serra Gaúcha e região metropolitana de Porto Alegre. Possui 8 prédios divididos nas unidades de Caxias do Sul, Bento Gonçalves e Cachoeirinha, a matriz corporativa está situada em Caxias do Sul – Rio Grande do Sul, seu negócio é a Educação, Cultura e Conhecimento. O grupo soma aproximadamente 600 colaboradores entre professores, técnicos e administrativos, e todos estes foram contemplados pelo programa Mandou Bem.

Em uma sociedade altamente competitiva, é iminente que os ambientes de trabalho mais produtivos são formados por funcionários engajados e que se identificam com os princípios do negócio e com a empresa, que recebam motivação de fatores internos e externos e que compreendam a importância de trabalhar em equipe para alcançar maiores e melhores resultados. Frente a esse desafio de Gestão de Pessoas, como instigar este engajamento de todos os funcionários e criar um bom clima organizacional?

A FSG encontrou um caminho para possibilitar essas boas práticas no ambiente interno, por meio de programas de endomarketing, os quais buscam alinhar os objetivos dos funcionários com os objetivos da empresa. Entre outras



ações, surgiu o Programa Mandou Bem FSG, desenvolvido pelo Cooperativo da Instituição e implantado nas unidades de Caxias do Sul e Bento Gonçalves, em sua primeira edição no ano de 2016 e em sua segunda edição, no ano de 2017, a inclusão da unidade de Cachoeirinha, que foi adquirida pelo grupo FSG em dezembro de 2016.

O programa foi inspirado em outras práticas atuais de mercado e adaptado para o contexto da FSG, criado para fortalecer e disseminar os valores da instituição através de relacionamentos positivos entre os funcionários, por meio do reconhecimento público das boas práticas. A campanha visou gerar e fortalecer os princípios institucionais do grupo FSG, o desenvolvimento dos seres humanos no contexto da organização e a valorização das pessoas no seu ambiente de trabalho. Os vencedores da campanha, ou seja, aqueles que mais contabilizaram reconhecimentos no período específico, foram premiados com vales-presente que receberam diretamente das mãos do presidente.

O título do programa é uma caracterização sugestiva à proposta do mesmo, visto que em suas premissas o programa é uma forma de registrar reconhecimentos para colegas que ‘mandam bem’ em atitudes do cotidiano no trabalho.

Promover atitudes que estimulem o bem-estar dos funcionários, buscando fazer com que todos permaneçam engajados e alinhados com os princípios da instituição. Desde o início de sua trajetória, essas são as premissas adotadas como estratégia de negócio pelo Grupo FSG e trabalhadas internamente através das ações de endomarketing elaboradas pela instituição.

“Pessoas felizes produzem mais e melhor. Essa é a essência do endomarketing” (Brum 2010. P. 18)

Para Bekin (2012), Endomarketing se define por ações de marketing que são estabelecidas para o público interno das organizações, ou seja, seus funcionários, ele deve focar o alinhamento da estrutura organizacional e apoiar-se na comunicação interna.

Para Brambilla (2005), a tecnologia, presente em todos aspectos da vida moderna, e influenciando cada vez mais o estilo de vida das pessoas, inclusive na esfera das organizações, gera a necessidade de adaptação também destas para diferenciar seu capital humano. O marketing investe fortemente no que diz respeito ao cliente externo, entretanto, considerando as novas premissas do capital humano, se faz necessário abordar o marketing para os colaboradores das instituições, este endomarketing interage com o comportamento e com as práticas de RH.

O endomarketing faz crescer o funcionário como indivíduo e a empresa como organização. Nas escolas o indivíduo aprende a importância do trabalho em equipe e o valor de suas contribuições para o grupo e para a construção dos relacionamentos saudáveis, além de sociabilidade, porém quando lançado ao mercado de trabalho sente-se órfão dessas práticas devido ao padrão mais rígido dos resultados comerciais e empresariais. O indivíduo tem necessidade de criar, socializar, ser ouvido e respeitado em suas opiniões (INKOTTE, 2000).

O endomarketing tem por objetivo, facilitar trocas, construindo principalmente lealdade entre a empresa e o seu público interno. Fazer endomarketing nada mais é do que oferecer a educação, atenção e carinho aos colaboradores, afim de que o funcionário se torne uma pessoa criativa, que se sinta bem em seu ambiente de trabalho, que se mantenha informado sobre a empresa e que através desta atenção, torne-se capaz de surpreender o cliente externo (BRUM, 2010).

Para Alves (2002), é inegável que qualquer organização só pode alcançar diferenciais competitivos através da integração das pessoas que empenham esforços em fazer o negócio funcionar. Funcionários satisfeitos e envolvidos terão um desempenho melhor frente aos externos, atingindo melhores resultados no marketing de relacionamento com o mercado. Por meio destes fatores, a autora afirma que o endomarketing é uma ferramenta estratégica de elevado potencial competitivo ainda pouco utilizado pelas organizações.

MÉTODO

Com o intuito de fortalecer e organizar as práticas institucionais de endomarketing, no ano de 2015 a FSG criou o Feelings FSG, (imagem 1), uma marca própria que tem o propósito de referenciar todas as ações, materiais e projetos da área, a marca foi elaborada para criar um padrão de imagem para o endomarketing institucional.



Imagem 1: Logo Feelings FSG. Fonte: O autor

Diversos programas e projetos voltados ao público interno foram criados desde 2015 com a marca do Feelings FSG, entre outros programas, no ano de 2016 foi lançado o Mandou Bem FSG. Esse programa teve como objetivo criar e manter um contexto positivo e saudável para fortalecer e disseminar os princípios da instituição e valorizar as pessoas no seu ambiente de trabalho, por meio do reconhecimento público de boas práticas.

O período de implantação do programa no ano de 2016 foi de 01/08 a 31/10, e em 2017 de 07/08 a 06/11 durante os três meses da campanha, os

funcionários foram convidados a participar, reconhecendo os colegas, utilizando de um link disponível na intranet com os seguintes campos:

Nome do reconhecedor: _____
Nome do reconhecido: _____
Data do reconhecimento: __/__/____
Selecione um dos 10 princípios da FSG: =====Caixa de seleção=====
Descrição do reconhecimento: _____

Quadro 1: Formulário de reconhecimento. Fonte: O autor

Após o funcionário acessar o link e cadastrar seu reconhecimento, o registro era encaminhado para a Gestão de Pessoas que analisava e aprovava a demanda. A política, desenvolvida para regulamentar o programa, previa que seriam computados reconhecimentos que apresentassem, no seu contexto, correlação com um dos 10 princípios da FSG, já descritos anteriormente, e, desconsiderados aqueles que pudessem conter mensagens ofensivas ou contraditórias aos bons costumes ou aos princípios da instituição ou que o conteúdo desvirtuasse das finalidades do projeto. Todos os registros de reconhecimentos aprovados eram computados e arquivados.

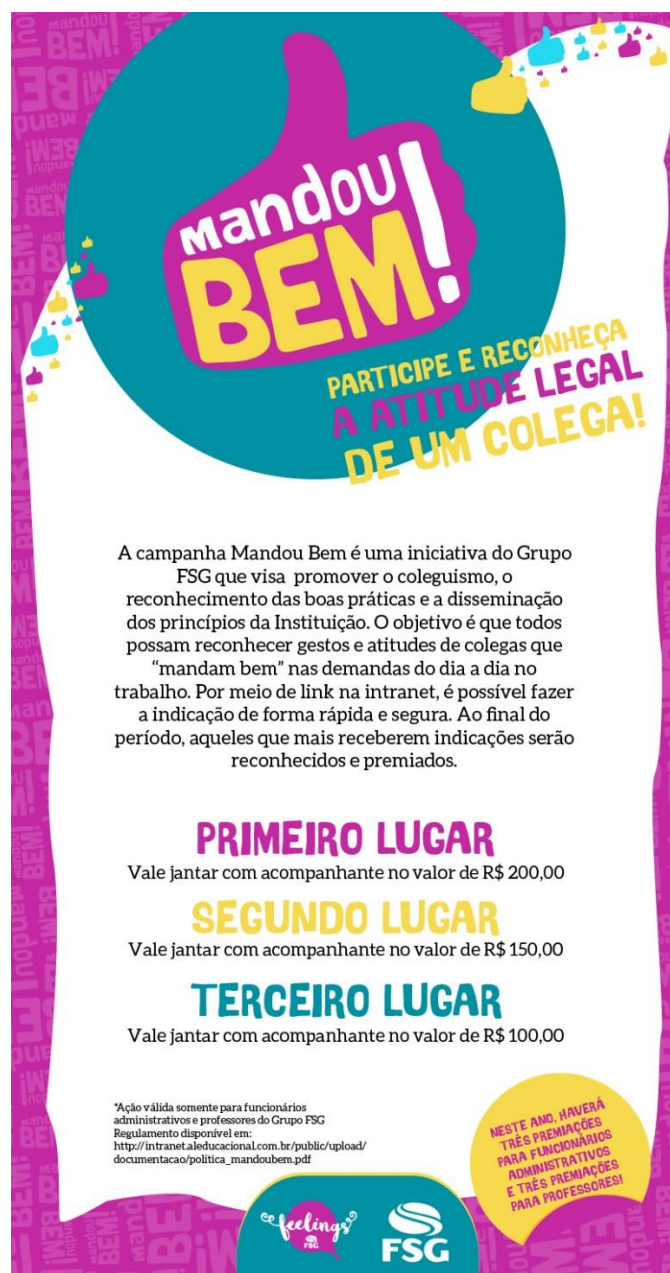
Por meio do regulamento preestabelecido, definiu-se para o primeiro colocado, ou seja, o funcionário que, ao término do período estabelecido para a campanha, contabilizasse o maior número de reconhecimentos, receberia um vale presente no valor de R\$200,00, para o segundo colocado a premiação seria um vale presente de R\$150,00 e para o terceiro e último colocado, um vale presente no valor de R\$100,00. Na edição de 2016, o vale-presente foi vinculado

a uma livraria, com intuito de estimular a leitura dos vencedores. Já na edição de 2017, o vale-presente foi direcionado para restaurantes a escolha do vencedor, objetivando um momento de confraternização com a família e/ou amigos.

Para a divulgação do programa, a FSG criou uma campanha colorida e interativa (imagem 2), objetivando convidar os colaboradores para a participação e também esclarecer quanto às regras da campanha, duração e premiação.



Imagem 2: Divulgação inicial da campanha de 2016. Fonte: O autor.



The poster features a large blue thumbs-up icon with the text "mandou BEM!" in white and yellow. Below it, the text "PARTICIPE E RECONHEÇA A ATITUDE LEGAL DE UM COLEGA!" is written in yellow and white. The background is white with a pink border and a repeating pattern of "mandou BEM!".

A campanha Mandou Bem é uma iniciativa do Grupo FSG que visa promover o coleguismo, o reconhecimento das boas práticas e a disseminação dos princípios da Instituição. O objetivo é que todos possam reconhecer gestos e atitudes de colegas que "mandam bem" nas demandas do dia a dia no trabalho. Por meio de link na intranet, é possível fazer a indicação de forma rápida e segura. Ao final do período, aqueles que mais receberem indicações serão reconhecidos e premiados.

PRIMEIRO LUGAR
Vale jantar com acompanhante no valor de R\$ 200,00

SEGUNDO LUGAR
Vale jantar com acompanhante no valor de R\$ 150,00

TERCEIRO LUGAR
Vale jantar com acompanhante no valor de R\$ 100,00

*Ação válida somente para funcionários administrativos e professores do Grupo FSG
Regulamento disponível em:
http://intranet.aleducacional.com.br/public/upload/documentacao/politica_mandoubem.pdf

NESTE ANO, HAVERÁ TRÊS PREMIAÇÕES PARA FUNCIONÁRIOS ADMINISTRATIVOS E TRÊS PREMIAÇÕES PARA PROFESSORES!

Imagem 3: Divulgação inicial da campanha 2017. Fonte: O autor.

Como forma de convite à participação, em seu lançamento, o programa Mandou Bem presenteou todos os funcionários com um copo colorido e personalizado com o logo da campanha, acompanhado de uma mensagem com dicas de utilização (imagens 4, 5 e 6), já na segunda edição, o presente foi um porta-recado personalizado.

Os brindes alusivos às campanhas foram distribuídos como um convite à participação. O copo também foi pensado para reforçar o compromisso da instituição com o princípio da Sustentabilidade como forma de crescimento, pois, através do seu uso no dia a dia, os funcionários diminuíram significativamente a utilização de copos descartáveis.



Imagem 4: Copos de divulgação Campanha Mandou Bem 2016. Fonte: O autor



Imagem 5: Panfleto, mensagem dicas de utilização. Fonte: O autor

No ano de 2017 o brinde de divulgação entregue a todos os funcionários foi um porta-recado, este brinde foi pensado com o intuito de que o funcionário utilizasse em sua mesa de trabalho no dia a dia, mantendo assim, a marca do programa sempre presente.



Imagem 6: Porta-recados de divulgação Campanha Mandou Bem 2017. Fonte: O autor

Durante o período estabelecido para a campanha, a FSG promoveu diversas divulgações internas para reforçar as premissas do programa e também reiterar o convite da participação para os funcionários. Utilizando dos canais de comunicação internos preestabelecidos, lembretes eletrônicos foram enviados periodicamente (imagem 7). Em outros momentos, foram entregues aos funcionários administrativos e professores, lembretes físicos (imagem 6) com mensagens de incentivo a adesão.



Imagem 7: Lembrete físico, bombons com mensagem: “Viu como é bom ser surpreendido? Faça isso por seu colega, acesse o link da campanha e envie um Mandou Bem”. Fonte: O autor



Imagem 8: Lembrete eletrônico. Contagem regressiva do período da campanha. Fonte: O autor.

RESULTADOS

Ao término dos períodos estabelecidos para campanha foram contabilizados os reconhecimentos recebidos e aprovados, na primeira edição em 2016 um total de 281 reconhecimentos foram registrados, já no ano de 2017 o número final foi de 637 reconhecimentos, o que representa um aumento de 127%, demonstrando a consolidação do programa na instituição.

Ano	Número de Reconhecimentos
2016	281
2017	637

Quadro 2: Contabilização de reconhecimentos. Fonte: O autor

Alguns exemplos de reconhecimentos entre colegas:

Princípio registrado: Trabalho em equipe como prática constante. “A professora Ana Zampieri me auxiliou nas diversas duvidas que tive desde que entrei na instituição, no semestre corrente. Sempre disposta a ouvir e ajudar.”

Joice Sonego - Professora

Princípio registrado: Aluno como nosso maior patrimônio. “André Brandolt foi chamado para uma atividade bastante complexa e que exige muita atenção e está super comprometido. Comprou o projeto junto com o comercial. É sempre muito bom contar com colegas que estão dispostos a ajudar.”

Patricia Fagundes – Supervisora Comercial

Princípio registrado: Agilidade como dinâmica de ação. “Hoje precisei de um suporte em cima da hora com uma impressora do laboratório de engenharia, o Andrei de Vargas prontamente auxiliou e manteve-se sempre disposto. É uma postura que merece elogio”

Túlio Chies – Técnico de Segurança do Trabalho

Princípio registrado: Trabalho em equipe como prática constante. “Um Mandou Bem para a Fabrícia Pagno por trabalhar em equipe, compartilhando informações e experiências, sempre prestativa.”

Stefani Pontes – Analista Contábil

Para que os colaboradores que foram reconhecidos na campanha tivessem conhecimento de todos seus reconhecimentos recebidos, no término de ambas edições, foi enviado um e-card individual em formato de quadro de reconhecimentos (imagem 8). Esta ação gerou um clima de entusiasmo e engajamento entre colegas.

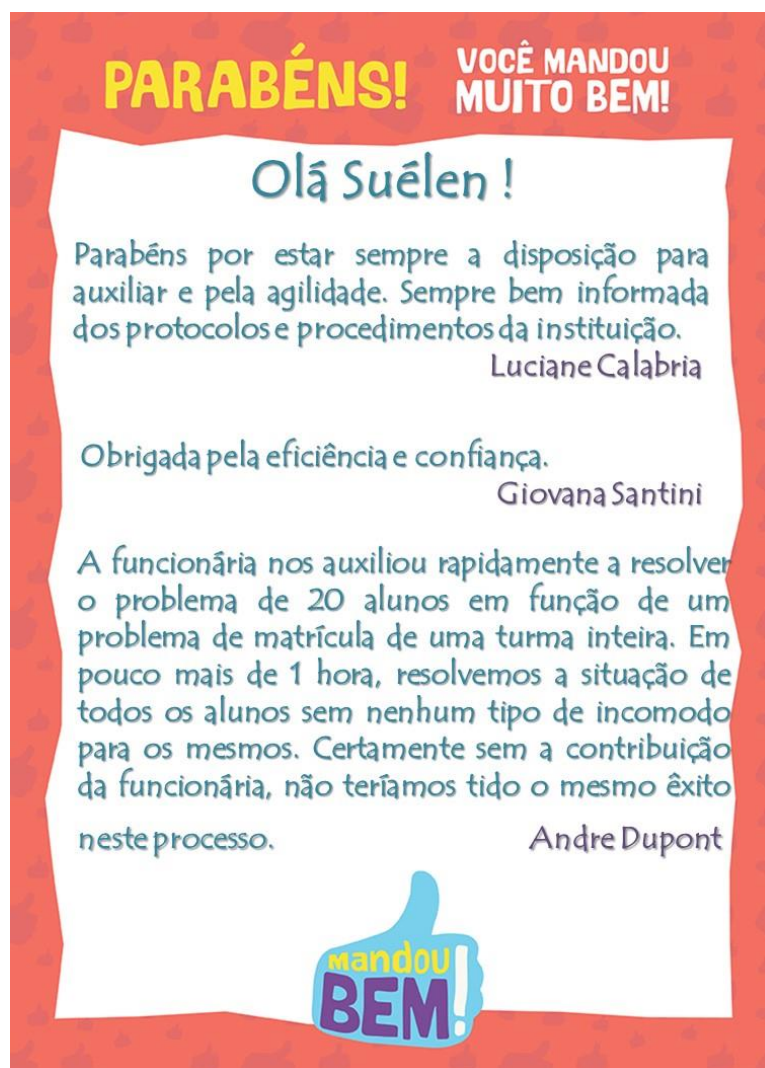


Imagem 9: Quadro eletrônico de reconhecimentos da edição de 2016.

Após o término dos períodos de campanha, aconteceram as divulgações dos vencedores, ou seja, dos três primeiros colocados que mais receberam reconhecimentos. Na edição de 2017, implantou-se uma melhoria com relação a edição de 2016, para contemplar também os professores da instituição, houveram duas premiações, uma para os três primeiros colocados que tinham contrato de professor e outra para os três primeiros colocados que tinham contrato técnicos/administrativos. Esta premiação específica criada para os professores, se justifica em função da carga horária menor que possuem, e que consequentemente acabam convivendo menos com os demais colegas da área, dificultando a possibilidade de criar boas práticas e reconhecê-las entre o corpo docente e administrativo.

Na data estabelecida para a revelação dos vencedores, a equipe de Gestão de Pessoas reuniu todos os funcionários dos setores próximos ao setor dos respectivos vencedores e convidou o Presidente Prof. Me. Adriano Pistore, para realizar a revelação dos nomes e entrega das premiações.

Os primeiros colocado de 2016 e de 2017 receberam um vale-presente no valor de R\$200,00 que diretamente das mãos do Presidente (imagem 9,10 e 11).



Imagem 9: O Presidente Prof. Me. Adriano Pistore, entregou a premiação ao primeiro colocado, da edição 2016 Jorge Cabral. Fonte: O autor.



Imagem 10: O Presidente Prof. Me. Adriano Pistore, entregou a premiação ao primeiro colocado técnico/administrativo da edição 2017, Davi Pistorello. Fonte: O autor.



Imagem 11: O Presidente Prof. Me. Adriano Pistore, entregou a premiação ao primeiro colocado, com contrato de professor da edição 2017, Catherine Dutra. Fonte: O autor.

Os segundos colocados de ambas edições, também receberam suas premiações no valor de R\$ 150,00 (imagem 12, 13 e 14).



Imagem 12: O Presidente Prof. Me. Adriano Pistore, entregou a premiação à segunda colocada, Debora Santos. Fonte: O autor.



Imagem 13: O Presidente Prof. Me. Adriano Pistore, entregou a premiação ao segundo colocado de 2017, Cayo Busanello. Fonte: O autor.



Imagem 14: O diretor Fabio Dall Alba, entregou a premiação ao professor segundo colocado de 2017, Rodrigo Schuster. Fonte: O autor.

Os terceiros e últimos colocados, ganharam premiações no valor de R\$100,00 (imagens 15, 16 e 17).



Imagem 15: O Presidente Prof. Me. Adriano Pistore, entregou a premiação ao terceiro colocado de 2016, Davi Pistorello. Fonte: O autor.



Imagem 16: O Presidente Prof. Me. Adriano Pistore, entregou a premiação ao terceiro colocado de 2017, Juan Souza. Fonte: O autor.



Imagem 17: O Presidente Prof. Me. Adriano Pistore, entregou ao professor terceiro colocado de 2017, Alexandre Conde o vale-jantar de R\$ 100,00. Fonte: O autor.

A divulgação dos resultados da campanha foi realizada internamente através dos canais de comunicação (imagem 19) e externamente através das mídias sociais da instituição (imagem 18).



Imagem 18 – Premiados da campanha, divulgação no Facebook. – Fonte: O autor.



Imagem 19 – Premiados da campanha, divulgação na intranet. – Fonte: O autor.



Imagem 20 – Funcionários técnicos/administrativos premiados na campanha 2017. Fonte: O autor.



Imagem 21 – Funcionários professores premiados na campanha 2017. Fonte: O autor.

Em função do sucesso das edições realizadas em 2016 e 2017, a FSG vai dar continuidade ao programa Mandou Bem, implantando



edições anuais e contemplando todas as unidades do grupo, aplicando melhorias em cada futura edição.

O cronograma de endomarketing da instituição estipula que a edição 2018 do programa tenha início em 01 de agosto, com o período de três meses de vigência.

CONCLUSÃO:

As políticas e práticas de Endomarketing se encontram efetivamente incorporadas à cultura organizacional e à estratégia de negócio do Grupo FSG. Os programas e projetos desenvolvidos e aplicados podem demonstrar esses resultados, dados os retornos positivos dos colaboradores e, como consequência, os resultados positivos do negócio organizacional.

Por meio da análise da boa repercussão da execução de programas como o Mandou Bem FSG, evidenciados pelo aumento de mais de 100% no número de reconhecimentos entre as duas edições já lançadas do programa, a organização acredita que é possível estabelecer uma relação de maior lealdade no relacionamento com o público interno, compartilhar objetivos empresariais e sociais da organização, além de cultivar a harmonização das relações, resultando em uma melhora da imagem institucional e do valor de mercado, utilizando o endomarketing como uma ferramenta estratégica de elevado potencial competitivo.

A instituição projeta em suas ações do Feelings FSG, realizar melhorias na execução do Programa Mandou Bem FSG, a fim de replicá-lo em outras edições anuais, utilizar desta e de outras ferramentas para valorizar as pessoas e incentivá-las a buscar uma maior eficácia e uma maior autorrealização em suas atividades profissionais.

BIBLIOGRAFIA:

ALVES; Fabiana Letícia Pereira. **Endomarketing como ferramenta de estratégia empresarial**. Santa Maria. 2002. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGETP2002_TR75_0651.pdf . Acesso em: 01 março de 2018.

BEKIN; Saul Faingaus. **Endomarketing: como praticá-lo com sucesso**. 8º ed. São Paulo: Pearson, 2004.

BRAMBILLA; Flavio Rogério. **Abordagem Conceitual de Marketing Interno**. UFRGS. Revista Eletrônica de Administração. Porto Alegre. 2005. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/40692/25881>. Acesso em 01 março de 2018.

BRUM; Analisa de Medeiros. **Endomarketing de A a Z. Como alinhar o pensamento das pessoas à estratégia da empresa**. São Paulo: Integrare, 2010;

INKOTTE; Alexandre Luz. **Endomarketing: Elementos para a construção de um marco teórico**. Florianópolis. Disponível em: <http://endomarketing.com/wp-content/uploads/2014/10/publicacao-tese-alexandre-luz-inkotte.pdf> . Acesso em: 01 março de 18

INFORMAÇÕES DOS AUTORES

Cristina Isabel Gnap – Analista de Gestão de Pessoas, graduada em Administração de Empresas, Especialista em Docência no Ensino Superior, estudante do 5º semestre de Psicologia. Atua no Grupo FSG há 3 anos.

Silvia Regina Kilder Gobbi – Coordenadora de Gestão de Pessoas, graduada em Administração de Empresas, possui formação em Dinâmica de Grupos e Especialização em Gestão de Pessoas e Coaching. Atua no Grupo FSG há 5 anos.