



Happyforce

humanização e engajamento na jornada do colaborador da Naturgy



Categoria:
MÉDIA ORGANIZAÇÃO
Modalidade: Desenvolvimento

índice

INFORMAÇÕES BÁSICAS SOBRE A ORGANIZAÇÃO	2
RESUMO DO TRABALHO	3
INTRODUÇÃO	4
CORPO DO TRABALHO	5
RESULTADOS	7
CONCLUSÃO	12
BIBLIOGRAFIA	13
ANEXOS ILUSTRATIVOS	14
CRÉDITOS DOS PARTICIPANTES	17



PRÊMIO SER HUMANO ABRH-RJ – EDIÇÃO 2023

INFORMAÇÕES BÁSICAS

Título Do Case

Happy Force: humanização e engajamento na jornada do colaborador da Naturgy

Categoria

Case Organizacional – Médias Empresas

Modalidade

Desenvolvimento

Razão Social

Companhia Distribuidora de Gás do Rio de Janeiro – Naturgy

Endereço

Avenida das Américas, 4200, Bl.6 – 5º andar - Barra da Tijuca – CEP 22640-907, Rio de Janeiro - RJ – Brasil

Responsável pela inscrição

Christiane Araújo

Gerente Sênior Pessoas

Número De Empregados:

263 (ago/2023)

DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE DA EMPRESA

A Naturgy é uma multinacional com uma história de mais de 175 anos, com sede na Espanha e presença em mais de 20 países. Atende cerca de 16 milhões de clientes do mercado de gás e energia elétrica. Sua presença internacional é um diferencial competitivo para a expansão de novos negócios em regiões que estão em processo de desenvolvimento econômico, o que torna a empresa uma das principais operadoras do mercado de energia do mundo.

No Brasil, a empresa detém a concessão de três distribuidoras de gás: Naturgy Capital e Região Metropolitana (antiga Ceg) e Naturgy Interior (antiga Ceg Rio) – que fornecem gás diariamente para residências, comércios, indústrias, postos de GNV e termelétricas instaladas no Estado do Rio de Janeiro –; e a Naturgy em São Paulo, que fornece gás para o mercado convencional na região sul do Estado de São Paulo. As três distribuidoras atendem juntas mais de 1,1 milhão de clientes e acumulam investimentos de R\$ 14 bilhões no Brasil. Todas atuam em ambiente regulado. No Rio de Janeiro, são fiscalizadas pela Agência Reguladora de Energia e Saneamento Básico do Estado do Rio (Agenersa) e, em São Paulo, a fiscalização é feita pela Agência Reguladora de Saneamento e Energia do Estado de São Paulo (Arseps).

A Naturgy mantém, desde suas origens, projetos que fundamentam uma cultura interna com foco em segurança e saúde, e tem por princípio estabelecer parâmetros de atuação, declarados em sua Política de Responsabilidade Corporativa e em sua Política de Direitos Humanos.

RESUMO DO TRABALHO

O relato apresentado trata de uma proposta inovadora empreendida pela Naturgy de forma global e, mais pormenorizadamente, do trabalho realizado pela unidade brasileira do Grupo, para melhorar a experiência do colaborador, a Satisfação, o Compromisso e o Reconhecimento.

A Naturgy incorporou o APP Happy Force como solução global – implementado em todas as unidades da empresa – para mensurar e aprimorar o clima organizacional.

O Happy Force é uma ferramenta online, integrada com o Teams, que de maneira transparente e instantânea contribui para uma cultura de feedback e medição constante:

- Monitora a experiência do colaborador;
- Pesquisa o comprometimento, segmentando os dados por áreas de negócio;
- Fornece o happiness index para conhecer o humor da organização;
- Mensura o eNPS – indicador que mede o grau de recomendação da empresa como bom lugar para trabalhar;
- Promove reconhecimento espontâneo entre colaboradores – vinculando competências ao Modelo de Liderança Naturgy como elemento de motivação.

A proposta tem como objetivo obter feedback constante dos colaboradores tanto quanto às ações implementadas pela empresa como sobre o estado de espírito dos colaboradores. Funciona também como uma pesquisa de clima permanente, que pode ser mais efetiva na medida que capta a reação dos colaboradores durante todo o ano e não somente na data de aplicação. Com isso, a empresa pretende ser mais assertiva em suas ações e mais rápida nas decisões quanto a qualquer mudança necessária. Tendo em vista, sempre, a manutenção de um excelente ambiente de trabalho.

Para a Naturgy, a prática do feedback com a aplicação do Happy Force ajuda a manter os colaboradores alinhados com os objetivos da empresa e a empresa alinhada com as expectativas dos colaboradores. Esse caráter integrativo da ferramenta contribui para aumentar o conhecimento sobre quais os melhores caminhos a serem seguidos e de que maneira podem ser melhorados.

Acrescenta ainda a percepção de participação efetiva nas decisões e projetos da empresa. É também um mecanismo de reconhecimento entre colegas, com capacidade de influenciar positivamente o modo como as pessoas se relacionam entre si e com a empresa.

INTRODUÇÃO

O clima organizacional, a responsabilidade corporativa, o interesse pelas pessoas e o engajamento dos colaboradores

A Naturgy define suas propostas a partir do conjunto de ações desenvolvidas para estabelecer relações de confiança, estáveis, sólidas e mutuamente benéficas com seus públicos de relacionamento e com as regiões em que desenvolve suas atividades. Os critérios estão definidos em sua Política de Responsabilidade Corporativa, que abrange todo o Grupo e foi aprovada pelo Conselho de Administração. Esse grupo inclui acionistas, investidores e financiadores, clientes, funcionários, reguladores, fornecedores e colaboradores externos e outros agentes de mercado e grupos sociais.

A Política de Responsabilidade Corporativa da Naturgy reúne oito compromissos assumidos pela Companhia na matéria: Compromisso com os resultados; Excelência no serviço; Gestão responsável do meio ambiente; Interesse pelas pessoas; Segurança e Saúde; Cadeia de fornecimento responsável; Compromisso social; Integridade e transparência.

Interesse pelas Pessoas, Segurança e Saúde e Compromisso Social são três dos compromissos da Política de Responsabilidade Corporativa que comprovam a importância que a Companhia dá aos cuidados com o bem-estar, a qualidade de vida de seus colaboradores e com o clima da organização.

Esses compromissos estão baseados em princípios que tratam da qualidade do ambiente de trabalho e dos aspectos que podem contribuir para a melhoria contínua desse tema:

- assertividade, valorização e reconhecimento das iniciativas da empresa;
- clareza de objetivos e da comunicação da empresa;
- engajamento dos colaboradores com esses objetivos e com as iniciativas propostas;
- reconhecimento do engajamento dos colaboradores com a cultura organizacional.

Para a Naturgy é importante estabelecer um processo contributivo de forma a melhorar tanto as ações da empresa quanto o clima da organização.

Esse alinhamento acontecendo de forma constante pode ser mais efetivo do que somente pós pesquisa de clima – que acontece uma vez por ano e que depende de relatório de análise e reuniões de planejamento. A implementação do Happy Force soma forças com a pesquisa anual. Mede a motivação diária, mensura a aceitação das ações da empresa e ajuda a traçar mais rapidamente qualquer mudança necessária.

O Happy Force é uma forma inovadora de estimular o compartilhamento de opiniões e sugestões, disponibiliza à empresa funcionalidades que tornam a comunicação mais rápida e eficiente, com redução de investimento da força de trabalho dos envolvidos na gestão de pessoas que, a partir das respostas a um input do aplicativo já obtêm material para análise do feedback.

CORPO DO TRABALHO

No final de 2021, a Naturgy Brasil, assim como outras unidades do Grupo, recebeu orientação para implementar o app Happy Force. O aplicativo foi implementado primeiramente na Espanha e o segundo país a disponibilizá-lo foi o Brasil.

O objetivo da Naturgy com a incorporação dessa plataforma é estabelecer um mecanismo de feedback constante para aprimorar o clima organizacional, por meio de um processo contributivo e agregador, que gera mais engajamento. A iniciativa reflete a cultura da empresa, que é definida por uma comunicação transparente:

“Atualmente, as empresas movem-se em um espaço completamente diferente do que há alguns anos, com transformações importantes do ponto de vista produtivo e social. Nossa estratégia de ação inclui o permanente compromisso com a integridade e transparência para alcançar nossos objetivos e administrar o negócio de forma sustentável.” Katia Repsold, Country Manager.

Metodologia

Happyforce é uma plataforma de software de fácil utilização. É um aplicativo simples e anônimo: para entrar na plataforma o colaborador deve baixar o app no celular, utilizar o código de acesso enviado pelo e-mail e fazer o cadastro. A partir daí diariamente ele pode inserir suas impressões sobre como se sente, elogiar um colega, conhecer os resultados agrupados da empresa e compartilhar ideias.

Pelo app a empresa pode enviar perguntas que medem os aspectos relacionados com o compromisso, que ajudam a tomar decisões mais ágeis em função do feedback.

Fatores De Medição

O Happy Force mede o engajamento a partir de 54 perguntas que medem 6 áreas:

- **Motivação intrínseca:** mede 3 elementos que afetam a motivação: autonomia (desejo de dirigir nossas próprias vidas), maestria (melhorar e crescer continuamente dentro dos nossos papéis) e propósito (missão, visão e valores da companhia);
- **Feedback:** mede como os colaboradores percebem o fluxo do feedback na organização. Avalia a qualidade e frequência do feedback, se sentem que estão sendo escutados por seus companheiros, chefes e outras equipes. Também avalia se o entorno abraça a diversidade de ideias e opiniões;
- **Bem-estar:** mede a saúde da organização com relação a como os colaboradores experimentam o estresse, diversidade, inclusão e o entorno laboral em geral;
- **Alinhamento:** mede como os colaboradores entendem a cultura, os valores e objetivos da empresa, assim como seu papel para atingi-los;
- **Relações:** mede como as relações que existem entre os chefes, colaboradores e companheiros de trabalho afetam a satisfação geral;
- **Compensação e reconhecimento:** mede a percepção do colaborador em relação ao que recebem por seu trabalho em forma de salário, benefícios e reconhecimentos.

A Naturgy Brasil conseguiu, desde o primeiro mês de implantação do Happy Force se manter com resultados melhores do que a média geral do grupo.

HAPPY FORCE DAY

A Naturgy instituiu o HAPPY FORCE DAY que ocorreu em junho.

Os objetivos da ação foram: promover e divulgar ainda mais essa ferramenta de engajamento, incentivar a ativação do perfil na plataforma e estimular a utilização desse canal de comunicação e participação ativa na melhoria da experiência do colaborador.

Foi estabelecido um programa com as seguintes ações:

Distribuição das canecas HF – Critério: todos os ativos na plataforma ganharam, inativos podiam ativar na hora. Foi enviado um comunicado e a distribuição aconteceu em 2 dias com horário definido;

Distribuição de Camisetas HF para a equipe da Diretoria Pessoas e Organização vestir no HF Day;

Palestra sobre Felicidade, do autor do livro “Empreendendo Felicidade e Valor Presente” e palestrante Pedro Salomão, formado em Administração de empresas pela PUC-Rio, com pós-graduação em Sociologia Política pela PUC Rio, com mais de mil palestras, para mais de cem mil pessoas falando sobre felicidade, liderança, importância do humano, fé e empreendedorismo. A palestra foi realizada em modelo híbrido (auditório e Teams) abordou temas contemporâneos como humanização e felicidade e no final houve sorteio de livros.

RESULTADOS

Os resultados apresentados a seguir mostram como a Naturgy Brasil conseguiu suplantar a média do grupo e mantém, a maior parte do período, ritmo de notas similar à média dos indicadores do Happy Force. Mostram também como uma iniciativa criativa a partir de uma ferramenta simples pode reunir resultados surpreendentes.

Desde a implantação do app a Naturgy Brasil já recebeu 10.758 Likes, 404 sugestões/ideias, quase 31 mil respostas em votações.

Em julho de 2023, os indicadores do Happy Force mostraram que a Naturgy conseguiu: 98% de adesão ao aplicativo.

As planilhas a seguir mostram esses resultados.

Comparativo de resultados do Happy Force na Naturgy Brasil com a Naturgy (geral)

Indicadores	nov.21	dez.21	jan.22	fev.22	mar.22	abr.22	mai.22	jun.22	jul.22	ago.22	set.22	out.22	nov.22	dez.22	jan.23	fev.23	mar.23	abr.23	mai.23	jun.23	jul.23
Motivação intrínseca	8,0	8,0	7,9	7,9	7,8	7,7	7,7	7,6	7,5	7,4	7,6	7,4	7,4	7,3	7,4	7,9	7,7	7,4	7,7	7,7	7,7
Feedback	7,6	7,4	7,4	7,6	7,5	7,4	7,4	7,2	7,0	7,0	7,1	7,2	7,0	7,1	7,0	7,2	7,1	7,0	7,0	7,1	7,2
Alinhamento	8,0	8,2	8,4	8,2	8,0	8,0	7,9	7,9	7,6	7,9	7,6	7,7	7,7	7,8	7,6	7,7	7,6	7,9	7,7	7,7	7,7
Bem-estar	7,2	7,2	7,2	7,2	7,2	7,0	7,0	7,0	6,8	7,0	6,8	6,9	6,8	6,8	6,8	6,6	6,5	6,8	6,7	6,6	7,0
Compensação e Reconhecimento	7,3	7,2	7,1	7,3	7,0	7,0	7,0	6,7	6,8	6,7	6,6	6,7	6,7	6,7	6,4	6,6	6,8	6,8	6,8	6,8	7,1
NATURGY	7,4	7,6	7,6	7,7	7,9	7,7	7,8	7,5	7,3	7,6	7,3	7,3	7,2	7,3	7,5	7,3	7,2	7,4	7,3	7,3	7,7
Indicadores	nov.21	dez.21	jan.22	fev.22	mar.22	abr.22	mai.22	jun.22	jul.22	ago.22	set.22	out.22	nov.22	dez.22	jan.23	fev.23	mar.23	abr.23	mai.23	jun.23	jul.23
Motivação intrínseca	6,8	7,0	7,0	7,0	6,9	7,0	7,0	7,6	6,9	7,1	6,9	6,8	7,0	7,2	7,1	7,0	7,0	7,2	7,2	7,2	7,4
Feedback	6,9	7,0	7,1	7,1	7,0	7,0	7,0	7,2	6,9	6,9	6,9	6,9	6,9	7,0	7,0	6,9	6,9	7,0	7,1	7,1	7,2
Alinhamento	6,9	7,1	7,1	6,9	6,8	7,0	6,9	7,9	6,8	7,0	6,9	6,9	7,3	7,1	7,1	7,1	7,3	7,4	7,4	7,4	7,5
Bem-estar	6,2	6,4	6,5	6,4	6,3	6,3	6,4	7,0	6,3	6,3	6,2	6,3	6,3	6,5	6,4	6,3	6,3	6,5	6,6	6,5	6,7
Compensação e Reconhecimento	5,8	6,1	6,1	6,0	6,0	6,0	6,1	6,7	6,1	6,0	5,9	5,9	6,1	6,3	6,3	6,2	6,1	6,3	6,5	6,5	6,7
BRASIL	7,3	7,4	7,4	7,4	7,3	7,4	7,4	7,5	7,3	7,3	7,2	7,2	7,3	7,4	7,4	7,2	7,3	7,4	7,4	7,4	7,5
Indicadores	nov.21	dez.21	jan.22	fev.22	mar.22	abr.22	mai.22	jun.22	jul.22	ago.22	set.22	out.22	nov.22	dez.22	jan.23	fev.23	mar.23	abr.23	mai.23	jun.23	jul.23
Ativos	146	241	248	274	292	302	305	306	315	316	320	343	344	340	341	340	338	335	343	346	356
Participaram	136	230	172	208	226	226	183	194	167	157	173	263	213	177	176	152	133	216	248	234	329
% de Participação	93%	95%	69%	76%	77%	75%	60%	63%	53%	50%	54%	77%	62%	52%	52%	45%	39%	64%	72%	68%	92%
HI	76	74	73	74	72	70	68	67	68	68	70	69	66	68	68	67	69	68	67	65	69
eNPS	-	-	50	50	50	39	39	39	28	28	28	24	24	24	20	20	20	17	17	17	30
Votação	515	1930	1319	1497	1861	1592	1363	1345	1131	1357	1319	1959	1400	1314	1194	966	999	1203	2113	1869	2662
Sugestões e Ideias	14	16	4	6	38	34	19	9	7	13	15	40	22	20	17	43	11	17	21	13	25
Reconhecimentos	116	123	21	95	112	45	17	14	7	7	7	88	74	126	60	39	43	156	228	149	234
Likes	1239	1124	176	713	673	358	110	64	25	38	39	614	406	548	253	132	179	862	1373	753	1079
% da equipe ativa			64%	71%	76%	78%	80%	80%	83%	84%	85%	92%	92%	91%	92%	91%	91%	91%	93%	95%	98%
NATURGY																					
Indicadores	nov.21	dez.21	jan.22	fev.22	mar.22	abr.22	mai.22	jun.22	jul.22	ago.22	set.22	out.22	nov.22	dez.22	jan.23	fev.23	mar.23	abr.23	mai.23	jun.23	jul.23
HI	60	65	65	61	61	62	61	59	59	63	60	59	59	64	63	61	63	65	67	66	69
eNPS	-15	-15	6	6	6	-1	-1	-1	2	2	2	-1	-1	-1	12	12	12	14	14	14	30

Comparativo de resultados do Happy Force na Naturgy Brasil com a Naturgy (geral), outras empresas de utilities e a nota padrão do Happy Force.

As tabelas a seguir mostram a performance da Naturgy Brasil durante o período de um ano (de jul/22 a jul/23), mostrando que a empresa consegue, na maior parte do período, notas semelhantes à média indicada pelo Happy Force, ou com variações similares a do aplicativo.

jul/22						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,5	7,0	7,6	6,8	6,8	7,3
Naturgy	6,9	6,9	6,8	6,3	6,1	7,3
Utilities	7,0	7,1	7,1	6,8	6,3	7,6
Happyforce	7,5	7,5	7,7	7,0	6,9	7,7

ago/22						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,5	7,0	7,9	7,0	6,7	7,6
Naturgy	7,1	6,9	7,0	6,3	6,0	7,3
Utilities	7,3	7,2	7,3	6,9	6,4	7,6
Happyforce	7,7	7,5	7,7	6,9	7,0	7,7

set/22						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,4	7,1	7,6	6,8	6,6	7,3
Naturgy	6,9	6,9	6,9	6,2	5,9	7,2
Utilities	7,3	7,2	7,2	6,8	6,3	7,5
Happyforce	7,0	7,6	7,7	7,0	6,9	7,6

out/22						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,6	7,2	7,7	6,9	6,7	7,5
Naturgy	6,8	6,9	6,9	6,3	5,9	7,2
Utilities	7,2	7,1	7,1	6,9	6,4	7,5
Happyforce	7,5	7,5	7,8	6,9	7,0	7,6

nov/22						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,4	7,0	7,7	6,8	6,7	7,2
Naturgy	7,0	6,9	6,9	6,3	6,1	7,3
Utilities	7,5	7,3	7,5	6,7	6,7	7,5
Happyforce	7,7	7,5	7,8	6,9	7,0	7,6

dez/22						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,4	7,1	7,8	6,8	6,7	7,5
Naturgy	7,2	7,0	7,3	6,5	6,3	7,4
Utilities	7,4	7,3	7,6	7,0	6,9	7,7
Happyforce	7,6	7,6	7,7	6,9	7,0	7,6

jan/23						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,3	7,0	7,6	6,8	6,4	7,5
Naturgy	7,1	7,0	7,1	6,4	6,3	7,4
Utilities	7,6	7,3	7,6	7,0	6,7	7,8
Happyforce	7,6	7,6	7,8	7,0	6,9	7,7

fev/23						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,4	7,2	7,7	6,6	6,6	7,3
Naturgy	7,0	6,9	7,1	6,3	6,2	7,2
Utilities	7,5	7,2	7,7	6,8	6,9	7,5
Happyforce	7,6	7,6	7,7	6,9	7,1	7,6

mar/23						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,9	7,1	7,6	6,5	6,8	7,2
Naturgy	7,0	6,9	7,1	6,3	6,1	7,3
Utilities	7,7	7,5	7,9	7,2	7,0	7,8
Happyforce	7,6	7,6	7,7	6,9	7,1	7,8

abr/23						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,7	7,0	7,9	6,8	6,8	7,4
Naturgy	7,2	7,0	7,3	6,5	6,3	7,4
Utilities	7,6	7,5	7,9	7,2	7,0	7,9
Happyforce	7,6	7,5	7,6	7,0	7,0	7,8

mai/23						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,4	7,0	7,7	6,7	6,8	7,3
Naturgy	7,2	7,1	7,4	6,6	6,5	7,4
Utilities	7,7	7,6	7,9	7,2	7,2	7,7
Happyforce	7,6	7,4	7,7	7,0	6,7	7,6

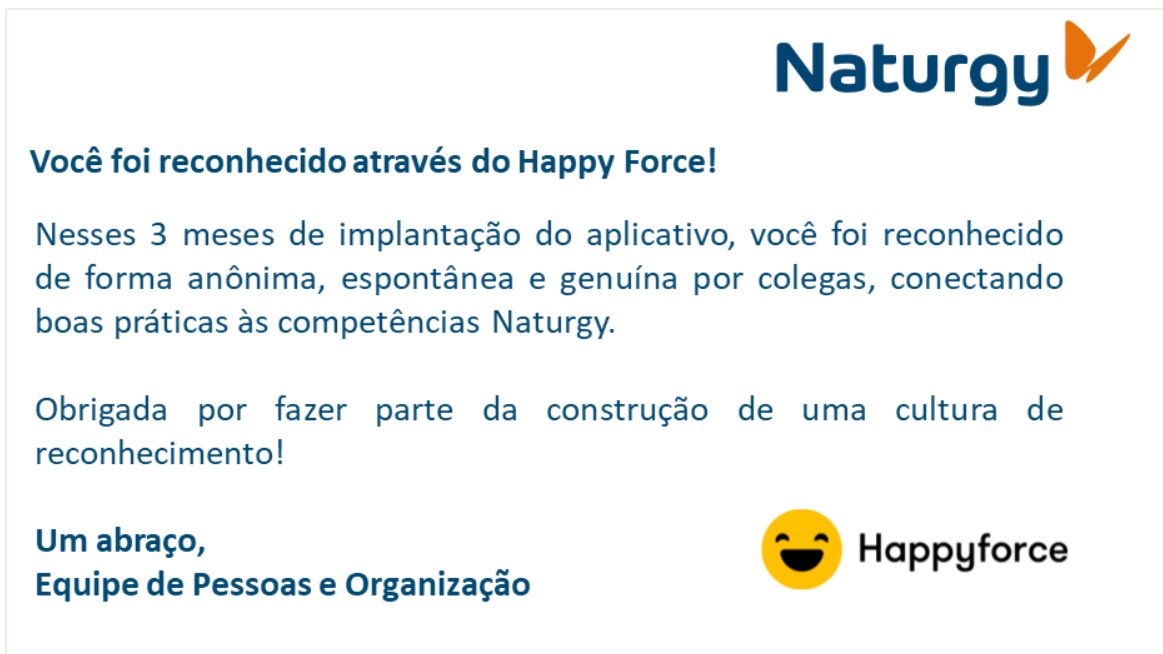
jun/23						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,7	7,1	7,7	6,6	6,8	7,3
Naturgy	7,2	7,1	7,4	6,5	6,5	7,4
Utilities	7,6	7,6	-	7,3	7,1	7,9
Happyforce	7,6	7,5	7,8	7,1	7,2	7,8

jul/23						
Empresa	Motivação Intrínseca	Feedback	Alinhamento	Bem-estar	Compensação e Reconhecimento	Relações
Brasil	7,7	7,2	7,7	7,0	7,1	7,7
Naturgy	7,4	7,2	7,5	6,7	6,7	7,5
Utilities	7,6	7,9	7,8	7,5	7,1	7,7
Happyforce	7,7	7,7	7,8	7,2	7,1	7,8

A planilha a seguir mostra como são apresentados no relatório mensal os principais indicadores do aplicativo de acordo com os itens de mensuração.

	Brasil	Naturgy
Happiness Index (HI)	69	69
eNPS	30	30
Motivação intrínseca	7,7	7,4
Feedback	7,2	7,2
Alinhamento	7,7	7,5
Bem-estar	7,0	6,7
Compensação e Reconhecimer	7,1	6,7
Relações	7,7	7,5
Participação/Ativação*	92%	-

Nos primeiros meses de implantação da plataforma foi realizado um reconhecimento dos 15 funcionários mais elogiados. Foi enviado um presente a suas casas e houve um encontro via Teams com a Diretora e Gerente da área de Pessoas e Organização para parabenizá-los diretamente. Abaixo a mensagem de reconhecimento enviada:



No Brasil, desde a implantação do Happy Force até julho de 2023, já foram enviadas 1761 mensagens de reconhecimento (elogios) de colaboradores e 404 ideias e sugestões foram enviadas e analisadas pela gerência de Pessoas.

É importante lembrar que a implantação do Happy Force implica em engajamento e melhoria contínua, portanto, o que se pretende é manter um canal permanentemente aberto de comunicação com os colaboradores e avaliar

constantemente a satisfação com as ações com a empresa, havendo ganho para a área de Pessoas, mesmo em caso de um indicador, em determinado mês, apontar queda. Só assim, podendo ter uma visão continuada e atenta à satisfação dos colaboradores é possível corrigir rumos e conseguir evoluir sempre.

CONCLUSÃO

Os resultados apresentados comprovam o empenho da Naturgy em manter programas de sustentação para manutenção permanente dos cuidados com seus colaboradores e com a qualidade do clima organizacional. Por ser tratar de um projeto que implica em melhoria contínua – com incentivo constante e a implantação de programas alinhados com as necessidades demandadas pelo feedback constante dos colaboradores – a expectativa é que os resultados sejam cada vez melhores com o passar do tempo.

É importante lembrar que a ideia é sedimentar uma cultura de transparência na comunicação, e destacar que ao assimilar esse conceito, os colaboradores percebem a importância de sua opinião para a empresa e se sentem participantes da construção do ambiente de trabalho e do progresso da empresa.

Uma empresa alinhada com novos conceitos estratégicos sabe que o fator humano é determinante para que se obtenha destaque e diferencial frente à concorrência e para a sustentabilidade do negócio. Uma empresa que mira o desenvolvimento, precisa estar atenta e cuidar para que o ambiente corporativo seja o mais saudável e agradável: colaboradores engajados e com percepção sobre a preocupação com seu bem-estar, se comprometem com crescimento da empresa. O resultado é positivo para ambas as partes e o sucesso do negócio se torna saudável e sustentável.

Construir um ambiente de trabalho seguro e agradável exige um processo transversal de educação, conscientização, sensibilização e incentivo à mobilização das pessoas para mudanças de hábitos, estilo de vida e de atitudes. Cuidados que, pelo empenho da Naturgy, implicam numa mudança de cultura e são multiplicados para outros públicos, tais como: empresas parceiras, familiares

e amigos dos colaboradores. Um contingente de pessoas que forma uma corrente mais saudável e mais segura.

O Happy Force traz para a Naturgy um método criativo de humanizar e engajar a jornada do colaborador.

BIBLIOGRAFIA

Relacionar os autores citados e consultados para a construção do trabalho.

ALPERSTEDT, C. COLLINS, J. C.; PORRAS, J. I. Feitas para durar: práticas bem-sucedidas de empresas visionárias. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

BOHLANDER, A.; SNELL, S.; SHERMAN, A. Administração de Recursos Humanos. Tradução de Maria Lúcia G. Leite. São Paulo: Thomson, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações, 4ª Ed. Barueri, São Paulo: Editora Manole, 2014.

DUBRIN, A. J. Fundamentos de Comportamento Organizacional. São Paulo: Thomson, 2003.

FERNANDO, L. Evolução do pensamento administrativo. Curitiba; Ulbra, 2007.

HAMPTON, D. R. Administração – Comportamento Organizacional. São Paulo: Makron Books, 1992.

KATZENBACH, J. R.; SMITH, D. K. Equipes de alta performance: conceitos, princípios e técnicas para potencializar o desempenho das equipes. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

LUZ, R. Gestão do clima organizacional. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003

MINTZBERG, H. Criando organizações eficazes: estruturas em cinco configurações. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

QUICK, T. L. Como Desenvolver Equipes Bem-sucedidas. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

RODRIGUES, M. Qualidade de vida no trabalho. Petrópolis: Editora Vozes, 1998

ULRICH, D. Recursos Humanos Estratégicos. Tradução de Bazán Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Futura, 2000.

WAGNER III, J. A.; HOLLENBECK, J. A. Comportamento organizacional: criando vantagem competitiva. São Paulo: Saraiva, 1999.

WOOD Jr; T. (coord). Mudança organizacional. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

ANEXOS ILUSTRATIVOS

Conheça o Happy Force

Resumo divulgado



Conheça agora o Happy Force! Um APP anônimo fácil de usar que através dos seus votos e reconhecimentos poderemos melhorar o dia a dia da nossa organização. 	Você receberá um convite do Happy Force, com acesso personalizado; Baixa o APP em seu celular e ativa sua conta; Pode participar pelo Teams com o assistente virtual Happy Force Hero.	Como funciona o Happy Force? Compartilha seu humor do dia anonimamente. Compartilha sua opinião sobre diversos itens. Compara as avaliações da sua área com a média da empresa. Visualiza os reconhecimentos realizados e reconhece você também.		
O que é Happy Force? É uma plataforma que permite: . Dar feedback diário sobre suas opiniões; . Oferecer reconhecimento; . Medir o engajamento do empregado.	Como pode ajudar? Respondendo as perguntas que medem os aspectos relacionados com o compromisso, nos ajudam a tomar decisões mais ágeis em função do feedback.	Qual é seu propósito? Melhorar o dia a dia na organização e nos acompanhar na construção de uma melhor experiência do empregado.	O que você pode fazer com Happy Force? . Votar para indicar como se sente; . Reconhecer a equipe e os colegas em função das nossas competências; . Conhecer os resultados agrupados em tempo real;	O que você não pode fazer com Happy Force? . Saber quem participa; . Mudar seu voto uma vez que já foi enviado; . Votar mais de uma vez por dia;

Happy Force - Brasil

Fatores de medição: conteúdo



• **Motivação intrínseca:** mede 3 elementos que afetam a motivação: autonomia (desejo de dirigir nossas próprias vidas), maestria (melhorar e crescer continuamente dentro dos nossos papéis) e propósito (missão, visão e valores da Cia.)

• **Feedback:** mede como os empregados percebem o fluxo do feedback na Organização. Avalia a qualidade e frequência do feedback, se sentem que estão sendo escutados por seus companheiros, chefes e outras equipes. Também avalia se o entorno abraça a diversidade de ideias e opiniões.

• **Compensação e reconhecimento:** mede a percepção do empregado em relação ao que recebem por seu trabalho em forma de salário, benefícios e reconhecimentos.



• **Bem-estar:** mede a saúde da Organização com relação a como os empregados experimentam o estresse, diversidade e o entorno laboral em geral.

• **Alinhamento:** mede como os empregados entendem a cultura, os valores e objetivos da empresa, assim como, seu papel para atingi-los.

• **Relações:** mede como as relações que existem entre os chefes, empregados e companheiros de trabalho afetam a satisfação geral.

Gestão Eficiente da Rotina

Dicas para um dia-a-dia mais equilibrado



Como fazer uma gestão mais eficiente da rotina

Faça acordos sociais:

- Evite agendar reuniões em período de almoço;
- Use e estimule a utilização de ferramentas digitais – ex. one note, planner, share point, etc;
- Estabeleça espaço para ideias e sugestões, em reuniões ou na sua agenda diária;
- Crie intervalos entre as tarefas;
- Fique atento e aplique as práticas de conciliação da vida pessoal e profissional.

Etiqueta para a gestão de reuniões:

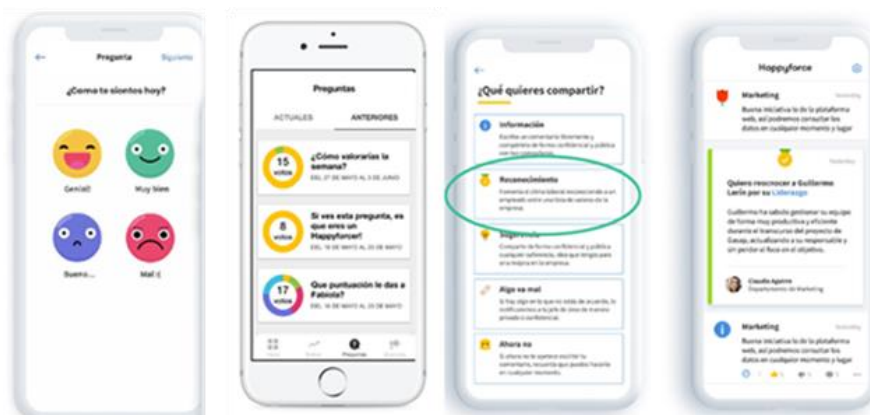
- Reduza o tempo de duração das reuniões;
- Agende a reunião respeitando o horário laboral, lembrando do horário reduzido as sextas-feiras;
- Convoque apenas as pessoas estritamente necessárias ou somente os tomadores de decisão;
- Envie previamente a pauta da reunião para que todos estejam preparados;
- Envie sua convocação com pelo menos 2 dias de antecedência.

Recomendações Gerais:

- **Evite excesso de reuniões,** utilize chat e ligações pelo Teams para temas mais simples ou de rápida solução;
- **Cuide da sua agenda,** evite marcar muitos compromissos seguidos ou com duração inadequada para tratar a questão. Atenção as pausas necessárias;
- **Verifique a agenda de todos** e agende no horário disponível, evite sobrepor compromissos (opção: assistente de agendamento do outlook);
- **Cuide do outro,** cheque a disponibilidade, entenda a necessidade, busque as soluções mais pertinentes e ofereça feedback.



A contribuição de todos é necessária para alcançarmos o equilíbrio.



Você foi reconhecido através do Happy Force!

Seus companheiros de trabalho elogiaram você

Parabéns!

Identificamos os primeiros colaboradores reconhecidos por seus colegas através da plataforma e **você foi um deles!**

Gostaríamos de te convidar para um bate-papo sobre o *Happy Force* e trocar algumas ideias sobre a ferramenta. Podemos contar com você?

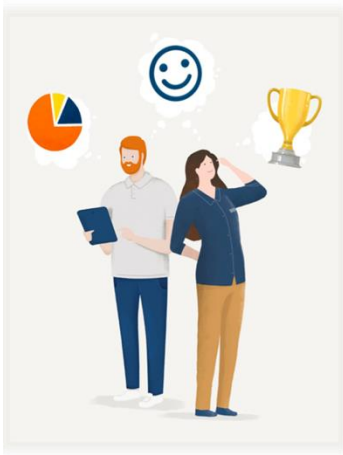
Encontro pelo Teams, 22/02 às 16h.

O convite será enviado por outlook em breve.

Seguimos construindo juntos um lugar ainda melhor para se trabalhar.



Happyforce



Happy Force, conecte-se!

Diga-nos como você está hoje, faça um reconhecimento, contribua com uma ideia.

O **Happy Force** é um canal onde todos nós podemos **expressar** ideias, **compartilhar** reconhecimentos e contribuir com melhorias para a experiência do empregado.

Conecte-se e participe: faça parte da **construção** dessa **nova experiência!**

Em caso de dúvida entre em contato com o SAE.



Palestra de Pedro Salomão aborda questões contemporâneas como humanização e felicidade

DESTAQUES

ENTRE NÓS

6 DE JULHO DE 2023

"Empreendedorismo é a capacidade que temos de transformar nossa vida em nosso melhor processo"



"A felicidade é algo essencialmente humano, mas como recuperamos a capacidade de nos humanizarmos?", indagou o escritor Pedro Salomão, finalista do Prêmio Jabuti 2019, ao iniciar sua palestra na Naturgy na última quinta-feira, 29/06. "Quando crianças, somos muito humanizados. Mas, ao longo da nossa trajetória, na vida adulta, vamos deixando de lado o que realmente importa.", afirmou.

Para o autor, na "era da pressa", o bem mais precioso que podemos ter e doar é o nosso tempo: *"Estamos sempre apressados e atrasados, focados no resultado, sem nos darmos conta que o prazer é apreciar a caminhada. A ansiedade e a angústia caracterizam o excesso de futuro e o excesso de passado gera o ressentimento. A felicidade está no percurso, ou seja, no momento presente".* Quando interiorizamos essa percepção, "viramos uma chave" dentro de nós.

Pedro acrescenta que *"a felicidade é majoritariamente ordinária, vem do encantamento com coisas simples. A gente pode e deve ressignificar o ordinário. O óbvio precisa ser dito. Faça tudo com o maior amor que há dentro de você, até mesmo dar um 'bom dia'. O amor é uma ferramenta diária de aprendizagem e, para ser utilizado como método, demanda tempo".*

Ele ainda trouxe um novo significado pessoal sobre o ato de empreender. *"Empreendedorismo é a capacidade que temos de transformar nossa vida em nosso melhor processo",* destacou ao final do encontro o autor dos livros 'Empreendendo Felicidade', 'LYdereZ', 'Valor Presente' e 'O Naufrágio dos Afetos'. Esta última obra foi lançada em março, pela editora Luz de Propósito. Formado em Administração e pós-graduado em Sociologia Política e Cultural pela PUC-Rio, Pedro Salomão é considerado um dos maiores pensadores da atualidade.

Equipe de Pessoas da Naturgy

