

APOSTA NAS PESSOAS: UMA RECEITA PARA O SUCESSO

Falar de gestão de pessoas é falar de respeito, de transparência, de mobilizar para um rumo que faça sentido para a organização mas também para cada indivíduo. Tem que ser uma relação win-win para poder funcionar em perfeita sintonia.



Inês Simões

Head of Corporate
Communication and Brand
do Grupo Ageas Portugal

Ao falarmos em Gestão de Pessoas não podemos deixar de falar em comunicação. Em primeiro lugar, porque só somos bons gestores de pessoas se cuidarmos da comunicação: a forma como nos expressamos, o tom positivo e construtivo por detrás de uma situação menos feliz, a forma como damos orientações e explicamos o propósito, ou ainda simplesmente por assegurarmos que há comprometimento e compromisso. Tudo isto faz a diferença.

Em segundo lugar, porque um gestor deve ser parte activa e integrante dos processos de comunicação, numa relação de parceria total, por forma a garantir a mensagem a uma só voz, transmitindo coerência e sintonia também em toda a organização e entre a equipa de gestão. Não podemos esquecer-nos que, por mais planos que tenhamos definidos em cada equipa ou área, o objectivo final é comum a toda a organização. E o sucesso da organização é também o sucesso de cada pessoa que a compõe.

É por este motivo que a comunicação interna é a base de uma relação sustentável e vencedora de uma marca com os seus clientes, parceiros e mercado. Tem que ser uma preocupação constante e séria, ser impulsionador da organização no que diz respeito ao envolvimento e garantir que, no final, existe coerência entre a postura no mercado e a atitude no dia-a-dia. Por isso existem valores que a organização define, sejam eles primários ou inspiracionais, e que asentam na forma de estar da empresa, na forma como quer ser percebida e como pretende envolver e desenvolver as suas pessoas. No fundo, retirar o melhor e investir nas pessoas para construir um espírito uniforme e vencedor, um investimento que deveria ser obrigatório pois traz benefícios para todos.

E trabalhar a Comunicação é muito desafiante e gratificante: estamos no centro da organização, temos que ser ágeis, flexíveis, surpreender, ter time to market, dar um boost de energia à organização quando necessário e ser humildes, porque o “cliente” interno dá-nos feedback imediato.

Não pode haver uma boa Gestão de Pessoas sem práticas de comunicação estrategicamente pensadas, sem uma organização interna consolidada e integrada, capaz de trabalhar, activamente,

o sentimento de pertença. A percepção e a vivência colectiva são, para qualquer empresa, ingredientes imprescindíveis para garantir um lugar de destaque no mercado. É esta a missão do Grupo Ageas Portugal, que enfrentou o desafio da mudança cultural.

Os colaboradores valorizam quando são surpreendidos, mas também quando se conseguem identificar com o projecto onde estão inseridos. Para que se identifiquem, temos que, num mundo onde a diversidade e a complementaridade imperam, e onde estamos munidos de canais de comunicação altamente sofisticados, saber potenciar as mais-valias das mesmas, junto dos colaboradores. Este parece ser um paradigma idílico mas, na verdade, é uma realidade.

Um dos maiores desafios com que alguns gestores e profissionais ainda se deparam é, por vezes, garantir que a comunicação assume um pilar estratégico para a empresas e para a marca. E porque as pessoas são os nossos melhores embaixadores, devemos saber, com resiliência e provando o real valor da comunicação, ganhar o espaço para se criar uma comunicação estratégica e planificada. Qual a receita para o sucesso? Apostar nas pessoas. Mas apostar sempre com a coerência e a relevância no top of mind da nossa estratégia. ■