



Joana Peixoto
Diretora de Marketing, Comunicação e
Sustentabilidade da Edenred Portugal
<https://edenred.pt>

UM ELO ENTRE COMPENSAÇÃO, BEM-ESTAR E PROPÓSITO

A luta pelo talento e pelo progresso tem impulsionado as empresas a procurarem a resposta para uma das grandes questões dos recursos humanos: «Afinal, o que motiva realmente as pessoas a nível profissional, levando-as a comprometer-se com um trabalho?»

Esta reflexão, essencial para que se consiga construir uma proposta de valor atrativa e uma ‘employer brand’ forte, tornou-se mais premente num momento em que diferentes gerações, com prioridades e necessidades diversas, convivem no mesmo mercado.

Se para aqueles que estão há mais tempo no mercado o fator compensação ainda é considerado como o derradeiro motor, diversos estudos vieram revelar que, para os ‘millennials’ e principalmente para a geração Z, há mais elementos a pesar na balança. Muito embora a compensação, entendida como salário e benefícios extrasalariais, seja também a componente mais valorizada – como se conclui do inquérito Robert Walters, ao mostrar que 83% dos inquiridos da geração Z consideram que esta é uma motivação para mudar de emprego –, o compromisso com o seu bem-estar e a partilha de um conjunto de valores, alinhado sob um propósito comum, surgem também como elementos-chave para as novas gerações.

As pessoas procuram empresas que não só estejam preocupadas e assegurem o bem-estar dos

As pessoas procuram empresas que não só estejam preocupadas e assegurem o bem-estar dos seus colaboradores, mas que contribuam também de forma positiva para o bem comum de toda a sociedade e do planeta.

seus colaboradores, mas que contribuam também de forma positiva para o bem comum de toda a sociedade e do planeta.

Criar uma cultura de trabalho harmoniosa e projetada para o futuro requer, portanto, que as organizações respondam de forma concreta a três eixos: compensação, bem-estar e propósito. E, na realidade, há uma solução que tem no seu ADN o potencial para responder a todas estas necessidades: os benefícios sociais.

Enquanto complementos extrassalariais, os benefícios permitem maximizar o rendimento disponível dos colaboradores, aumentando o seu poder de compra em áreas críticas, como por exemplo a alimentação, a saúde, a educação dos filhos ou a formação. Ao incluir todas estas vertentes no pacote de benefícios, as empresas estão a criar um ambiente inclusivo onde todos os colaboradores se sintam valorizados e apoiados, nas suas necessidades e nas suas responsabilidades para com a família.

Simultaneamente, os benefícios sociais podem reforçar os valores da empresa, concretizando o seu compromisso com a sustentabilidade nas mais variadas vertentes e, inclusive, contribuindo para os seus indicadores ESG (‘environmental, social and corporate governance’). Como? Fazendo a atribuição dos benefícios através de vales sociais, que ao destinarem-se à utilização em redes específicas contribuem diretamente para o desenvolvimento da economia local, para a criação de emprego e para o bem-estar de toda a sociedade. É depois essencial escolher também um fornecedor de benefícios que disponibilize soluções mais ecológicas do ponto de vista ambiental (como cartões em materiais eco ou ‘wallets’), com programas que reduzam a sua pegada de carbono e contribuam de forma positiva para a sociedade.

Além de serem mais sustentáveis, as empresas que entendem esta dinâmica estarão, assim, mais bem equipadas para promover uma força de trabalho motivada, produtiva, comprometida e leal. ©