

FLASH INTERVIEW

RUI PROENÇA, DIRECTOR-GERAL DA EDENRED PORTUGAL

» «Queremos ser vistos como uma empresa totalmente orientada para as pessoas.»

Texto: António Manuel Venda

Chama-se Edenred e resulta da cisão do negócio pré-pago do Grupo Accor, antes corporizado pela Accor Services. Rui Proença, o director-geral da empresa em Portugal, que foi nomeado recentemente com responsabilidades ao nível do negócio e da estratégia para a filial no nosso país, sublinha a ideia de que a Edenred quer ser percebida pelo mercado como «uma empresa totalmente orientada para as pessoas, com sentido de partilha de confiança e percepção de inovação».

Quais são os seus principais desafios na liderança da Edenred?

Evidenciar, diariamente, através do número crescente dos nossos utilizadores finais, a nossa competência para promover o bem-estar e alavancar o desempenho. Afirmar a solidez da nossa presença no mercado português. Promover o desempenho dos nossos serviços através da inovação. A Edenred Portugal integra o conjunto de 40 países que compõem o universo Edenred. A presença do grupo nos cinco continentes, um total de 33 milhões de utilizadores diários, 500.000 clientes – empresas e autoridades locais –, 1,2 milhões de pontos de venda aceites e um total de 6.000 colaboradores fazem com que o grupo seja totalmente focado no crescimento. A estratégia da Edenred Portugal está, sobretudo, focada no crescimento interno. E isto significa fazer chegar a um maior número de utilizadores os nossos serviços.

E como conseguem isso?

No domínio do segmento «Performance», criando vantagem competitiva face aos já conhecidos modelos de recompensa. No segmento «Benefícios», massificando a utilização do vale social destinado ao apoio à infância, que beneficia de um enquadramento fiscal competente e favorável quer para a empresa, quer para o utilizador final, bem como reavivando a questão das reais vantagens que existem na atribuição do subsídio de refeição sob a forma de vale-refeição.

O facto de ter havido uma mudança ao nível da marca influenciou de alguma forma os seus desafios?

Sim. Estimulou-os. A nova marca Edenred, que resultou da cisão do negócio pré-pago – Accor Services – do Grupo Accor, permitiu que se criasse uma empresa única no mercado, uma vez que somos o único emissor



Para Rui Proença, «o mercado dos benefícios extra-salariais goza de uma janela de oportunidade única: a crise.»

mundial independente. Graças à posição de 'pure player', podemos estar totalmente focalizados na nossa actividade e nos nossos clientes. Finalmente, somos um exemplo precursor, uma vez que somos os primeiros no nosso sector, com a nossa dimensão e a nossa experiência, a tornarmo-nos independentes: porque somos eficientes e sólidos.

Como espera que o universo de clientes da Accor Services perceba a Edenred?

Queremos ser vistos como uma empresa totalmente orientada para as pessoas. Com sentido de partilha de confiança e percepção de inovação. Quando colocamos qualquer dos nossos serviços no mercado – por exemplo, o «Cheque Creche» –, ao ser adquirido pelo cliente, posteriormente utilizado por um beneficiário e por fim aceite num estabelecimento – creche ou jardim-de-infância –, consolida-se uma cadeia de valor que partilha e se baseia na confiança. Esse é o modo como queremos continuar a ser percebidos. Adicionalmente, estamos bastante atentos aos aspectos de inovação. E neste domínio trabalharemos de forma clara para sermos percebidos como uma empresa inovadora.

Como vê o mercado dos benefícios extra-salariais, em que actua a Edenred? E como poderá esse mercado atravessar o período de crise em que vivemos?

O mercado dos benefícios extra-salariais goza de uma janela de oportunidade única: a crise. De facto, é crescente o número de pessoas e empresas que procuram alternativas aos meios clássicos de pagamento de remuneração. A carga fiscal e contributiva que incide sobre a generalidade dos benefícios salariais acelera este ímpeto de diversificação. Neste sentido, à semelhança do que acontece há vários anos no contexto europeu – dos quais os exemplos mais elucidativos podem ser França, Espanha e Reino Unido –, revela-se fundamental recriar quadros legais que permitam a diversificação dos benefícios extra-salariais, assentes em regulação fiscal e contributiva vantajosa para governos, sistemas de solidariedade social, empresas e beneficiários, e que confiram a estas ferramentas um sentido de utilidade social, noção de benefício controlado e, finalmente, exemplo de prática de cidadania visível a todos.

Que propostas tem a Edenred para as empresas, a este nível?

No segmento «Benefícios» trabalhamos actualmente na dinamização dos benefícios extra-salariais de apoio à infância e à formação escolar ou profissional dos colaboradores e respectivos filhos. No primeiro caso, o «Cheque Creche»; no segundo, o «Cheque Estudante». No domínio «Performance», a nossa iniciativa dirige-se ao desenvolvimento de propostas-valor que se distingam pela criatividade e pela capacidade de gerar valor para as empresas, através da dinamização de temáticas que promovam indicadores de produtividade e rácios de eficiência do público-alvo, totalmente ligados à própria actividade. Com base no sucesso de tais operações, e atingimento de objectivos, a possibilidade do recurso aos nossos produtos é vasta: por exemplo, «Compliments», «Cheque Automóvel», «Cheque Kádeos», «Cheque Fnac» ou «Gift Box». ©

EVENTOS EM DESTAQUE



› 'Employer branding'

A Stanton Chase Portugal vai organizar a 22 de Setembro a conferência «Employer Branding – Da Estratégia à Execução!». José Bancaleiro, 'managing partner' da consultora, assinala a intenção de «demonstrar como uma empresa, enquanto empregadora, também é uma marca com potencial de mercado e como o seu valor pode facilitar a atracção e a retenção de talentos». O evento decorrerá em Lisboa, no Hotel Sana Malhoa.

<http://www.stantonchaseportugal.com.pt/employer-branding>

› Valorização pessoal e profissional

Da responsabilidade do portal «CoachingPortugal», a «Valoriza+TE» é uma feira que decorrerá a 17 e 18 de Setembro, em Oeiras. Vai disponibilizar «metodologias e soluções inovadoras para a criação de valor nas pessoas, nas empresas e no próprio concelho de Oeiras», conforme assinala a organização. Terá lugar no espaço da Aerlis – Associação Empresarial da Região de Lisboa e no Parque dos Poetas. O 'coaching' estará em destaque.

<http://www.coachingportugal.com/>

› Investigação e intervenção RH

A conferência «IIRH10 – Investigação e Intervenção em Recursos Humanos 2010», marcada para 23 e 24 de Setembro, em Setúbal, tem como tema genérico «Dilemas de uma Sociedade em Transformação». Resulta de uma parceria entre o Instituto Politécnico de Setúbal (IPS) – através da Escola Superior de Ciências Empresariais (ESCE) – e o Instituto Politécnico do Porto (IPP) – através da Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão (ESEIG), de Vila do Conde. É a segunda edição, dando continuidade à de 2009, realizada em Vila do Conde.

<http://www.iirh10.esce.ips.pt/>



A aplicação e interpretação dos Testes e Questionários da SHL pela Internet permite-lhe:

agir com **rapidez e segurança**
 reduzir os **riscos**
 assegurar a **adequação** pessoa - função
 poupar **tempo e dinheiro**.

Telefone: 217 813 949
 E-mail: shl@shlportugal.pt
 Visite: www.shl.pt

shl
 Portugal - People Solutions

Traduza a sua Estratégia de RH em resultados