



ESPECIAL



Benefícios Extrassalariais

BENEFÍCIOS CRESCEM EM RELEVÂNCIA PARA AS EMPRESAS

Os benefícios não financeiros estão em expansão e são hoje alvo de atenção dedicada de quem constrói a oferta de emprego. Seja numa perspetiva de atração ou de retenção, as empresas estão mais atentas às necessidades profissionais e pessoais, quer dos atuais quer dos potenciais trabalhadores. Os benefícios extrassalariais são um trunfo que os empregadores vão continuar a explorar, com múltiplas formas.

ANÁLISE

Benefícios são trunfo das empresas na guerra pelo talento ■ P2

ENTREVISTA

Tiago Borges
Career Business Leader da Mercer Portugal

“Os benefícios são comprovadamente uma forma muito eficaz de reter talento”

Uma empresa com um pacote alargado e flexível de benefícios que cubra as necessidades de diferentes personas e gerações e tenha em conta o bem-estar fará a diferença, diz. ■ P4



FÓRUM

Covid-19 alterou a forma de trabalhar, vai ter impacto na compensação? ■ P10

ANÁLISE

Benefícios são trunfo das empresas na guerra pelo talento

O tema dos benefícios ganha primazia na agenda das empresas, sendo cada vez mais usados para atrair e reter as pessoas. São claramente um factor a ter em conta numa altura em que a oferta de recursos qualificados não consegue satisfazer a procura.

ALMERINDA ROMEIRA
aromeira@jornaleconomico.pt

Os benefícios assumem cada vez mais importância na agenda das empresas. O estudo *"The age of adaptability: A digital-first approach to benefits in a post-pandemic world"*, da consultora Mercer, revela que 26% das organizações "aumentaram consideravelmente os seus gastos" com benefícios em consequência da Covid-19 e quase três quartos (72%) registaram um aumento desde o início da pandemia. Surpreendente? Só a dimensão do fenómeno.

Com efeito, à medida que aumenta a competição pelo talento, a chamada compensação é cada vez mais um trunfo em cima da mesa quando uma empresa tenta segurar o que de melhor tem ou pisca o olho a quem gostaria de ver entrar pela porta dentro.

"Temos vindo a assistir a uma tendência ainda mais agressiva e inequívoca em todos os sectores de atividade que advém do desequilíbrio entre a oferta e a procura de recursos humanos e da enorme dificuldade de retenção", afirma Afonso Carvalho, CEO do Grupo Egor, ao Jornal Económico.

No mundo globalizado e digitalizado de hoje, carente de profissionais qualificados, as pessoas são o alicerce da organização e um factor essencial à sua competitividade. "Rentabilizar, otimizar, recrutar, seleccionar, motivar, reter, formar e requalificar passaram a ser eixos ainda mais críticos para as organizações que pretendem um nível de competitividade acima da média, que estão a apontar para o médio/longo prazo de forma sustentável e sobretudo que procuram adaptar-se às novas possibilidades e exigências que estão a ser feitas pelos trabalhadores", explica Afonso Carvalho.

O bem-estar físico, financeiro, psicológico e social dos colaboradores tem de ser contemplado pelas empresas. E, na análise do CEO do grupo Egor, está a ser. "Seja numa perspetiva de atração ou de retenção — explica — as empresas estão mais atentas às necessidades profissionais e pessoais dos seus

trabalhadores e potenciais trabalhadores o que na prática se traduz no aumento da remuneração base e dos incentivos de curto e médio prazo para os talentos críticos a reter, reforço do investimento em formação comportamental, suporte à saúde mental, disponibilidade para integrar um modelo híbrido de trabalho e reforço das políticas e práticas que permitam equilibrar a vida pessoal com a profissional".

Proposta de valor

Cristina Simão, HR Manager do Gi Group, explica ao Jornal Económico que "se já antes era pertinente pensar numa *'employee value proposition'* composta, para além da remuneração propriamente dita, de outras formas de remuneração, hoje essa abordagem é absolutamente fundamental e totalmente dirigida no sentido do interesse das pessoas".

E prossegue: "tudo quanto possa ser percebido como tendo um valor adicional, isto é, superior ao seu custo — de outra forma, seria mais bem aplicado como remuneração e não como benefício — é um elemento elegível para compor a proposta de valor e reter talento".

Podemos pensar em seguros (de saúde, de vida ou outros), ou plataformas de benefícios flexíveis que trazem consigo vantagens fiscais palpáveis, podemos falar de descontos em parceiros, em bens e serviços, ou pensar em trabalho remoto. Todos estes elementos enumerados podem, segundo a responsável do Gi Group, contribuir para a noção de bem-estar que é hoje preocupação de primeira linha para as pessoas, que querem compatibilizar uma vida pessoal e profissional igualmente estimulantes, sem que uma se sobreponha à outra.

"Parecem não restar dúvidas que os benefícios estão em expansão e são hoje alvo de atenção dedicada de quem constrói a oferta de emprego — conclui Cristina Simão — Até que as premissas atuais se alterem muito substancialmente, este será um filão que os empregadores vão ter de explorar, por visão ou por obrigação. O desafio deve ser inventar um trabalho do qual se

goste, um produto do qual se goste, com gente da qual se goste. E este não é um desafio qualquer".

O papel da inflação

Uma tensão desponta no horizonte: a inflação, que acarreta em qualquer circunstância perda de poder de compra e de rendimento real. Haverá aumentos salariais ou as empresas vão tentar compensar a perda através do reforço de bónus e outros benefícios?

O CEO do Grupo Egor, Afonso Carvalho, diz que depois de dois anos extraordinários como foram 2020 e 2021, "as empresas focam-se agora nas decisões estratégicas que irão marcar o ritmo dos próximos anos, nomeadamente o reposicionamento das políticas de Recursos Humanos", sobretudo no que diz respeito às práticas de compensação e benefícios uma vez que as condicionantes dos últimos anos limitaram significativamente o posicionamento e a competitividade empresarial. Nesse sentido, adianta, "continuaremos a assistir à natural revisão salarial anual por parte da grande maioria das empresas de forma a compensarem a perda do poder de compra resultante da inflação".

Na mesma linha, a responsável do Gi Group lembra que os últimos anos habituaram-nos à atualização do salário mínimo. "Por essa via, e pelo que se pode antecipar, independentemente da evolução dos preços, temos tido e teremos, de facto, ganhos nos salários", afirma. Também de uma maneira não relacionada à inflação, a remuneração sob a forma de bónus é uma prática que sistematicamente as empresas têm adotado, acrescenta, justificando: "não só pela ligação que esta pode ter com políticas de produtividade e resultados operacionais das empresas, mas, também, pela apreciação positiva que as pessoas fazem dessa forma de remuneração em particular: é geralmente bem aceite".

Cristina Simão refere ainda que num cenário de subida generalizada dos preços, há que ter em conta fatores que podem pesar na decisão de atualizar os salários: subida do salário mínimo, dos custos com energia, cadeias logísticas interrompidas ou irregulares, escassez de matérias-primas e, um fator crítico para a Gi Group e as outras empresas ouvidas pelo JÉ e a indústria em que operam, a escassez de talento.

"É um movimento — o da inflação — em relação ao qual não temos, para já, dados e indicadores claros, pelo que é prematuro avaliar", refere, salientando, no entanto, a alteração súbita da situação internacional com a invasão da



Afonso Carvalho
CEO do Grupo Egor



Rui Teixeira
Chief Operations Officer
do ManpowerGroup



Cristina Simão
HR Manager do Gi Group





AdobeStock

Ucrânia pela Rússia na quinta-feira, dia 24 de fevereiro, e as consequências que daí advirão. “A subida dos salários deve ser enquadrada num contexto de múltiplos fatores produtivos e com vários deles pressionados em alta — incluindo o fator trabalho num quadro de escassez e competição internacional acrescida”, conclui Cristina Simão.

Análise do ManpowerGroup

Mais do que a inflação, a evolução salarial irá depender principalmente do equilíbrio entre oferta e procura, considera Rui Teixeira, *Chief Operations Officer* (COO) do ManpowerGroup, ao *Jornal Económico*. “Hoje, existe uma elevada escassez de talento, pelo que, naquelas funções onde os empregadores têm dificuldade em recrutar profissionais qualificados, as empresas já estão e, provavelmente, irão continuar a registar aumentos salariais como forma de atrair e reter talento”.

De acordo com o último estudo de Talent Shortage, publicado pelo ManpowerGroup no quarto trimestre de 2021, seis em cada dez empresas portuguesas têm dificuldade em preencher as vagas que lançam para o mercado, o que as leva a desenvolver propostas de valor mais competitivas, que tenham também como base ajustes salariais.

Na perspetiva de Rui Teixeira não se vão ficar por aqui para contornarem os atuais desafios na atração de profissionais. “Devem ter em conta a aplicação de outras medidas, igualmente importantes, atuando em linha com as prioridades dos trabalhadores e com o que estes valorizam em contexto laboral”. Como? Recorrendo a outros elementos da sua proposta de valor e apostando numa maior diversidade de incentivos para os seus atuais e potenciais colaboradores.

O caminho começou a ser percorrido pelas empresas nacionais. Segundo o COO do ManpowerGroup, mais de metade dos inquiridos no estudo (54%) estão já a apostar na formação, desenvolvimento de competências e mentoria. Adicionalmente, 46% indica uma aposta na flexibilidade do horário de trabalho e 43% apontam o aumento dos salários como prioridade, coincidindo nestas estratégias com os homólogos da região EMEA.

Nas estratégias praticadas pelos empregadores portugueses seguem-se ainda incentivos relacionados com a flexibilidade no local de trabalho (34%), com os bónus (29%) e com benefícios não financeiros, como férias (19%).

A análise dos números permite extrair conclusões. “Vemos — diz Rui Teixeira — que os benefícios financeiros continuam a ser prioritários, já que, se agregarmos aumentos salariais e bónus financeiros, 72% das empresas nacionais adotam estas regalias. No entanto, há já uma clara tendência de diversificação, e a flexibilidade e as oportunidades de desenvolvimento ganham uma relevância crescente”. Que tende a aumentar. ■

ESTRATÉGIA

Pestana Hotel e dstgroup priorizam recursos humanos

Os grupos hoteleiro e de engenharia e construção oferecem pacotes de benefícios competitivos nos sectores em que operam.

ALMERINDA ROMEIRA

aromeira@jornaleconomico.pt

“Quando existe o ‘match’ entre os valores da empresa e os valores dos trabalhadores tornamo-nos mais capazes de conciliar a vida pessoal e profissional de cada um, sendo este um dos atributos mais ponderados e valorizados pelas novas gerações”. Quem o diz ao *Jornal Económico* é José Machado, diretor de Recursos Humanos do dstgroup. O grupo empresarial de engenharia e construção de Braga entende que deve “surfear” nesta onda, pois quem não o fizer, não será lembrado.

Em janeiro, o grupo que emprega 2.300 pessoas, subiu o “seu” salário mínimo para 740 euros, mais 35 euros do que o estabelecido por Lei. A medida foi apresentada como forma de combater a precariedade laboral e contribuir para o cumprimento das diretrizes europeias no que toca a condições de trabalho e dignidade social.

É nestes valores que, segundo o dstgroup, assentam as suas políticas sociais, que têm nas instalações do grupo em Braga o verdadeiro ex-libris. O campus cobre um milhão e 200 mil m² e nele há uma biblioteca com milhares de obras literárias, dois campos de futebol, um campo de ténis, um circuito de manutenção, diversos espaços de descanso e lazer, nomeadamente spots artísticos que convidam à meditação, à contemplação e à leitura. Também existe um restaurante com quatro refeições variadas por dia e até uma discoteca onde os colaboradores podem usufruir de momentos de decompressão e lazer.

Além de toda esta infraestrutura, José Machado salienta a existência de um conjunto de benefícios totalmente gratuitos. Do vasto enumerado destacamos um: o centro de Saúde Vânia Xisto, com acompanhamento “full-time” de um médico e um enfermeiro no âmbito da medicina curativa e medicina geral, medicina dentária. Também oferece consultas de psicologia totalmente gratuitas para todos os trabalhadores, o que é de grande pertinência à saída do pós-pandemia com as questões de saúde mental a dar sinais de si.

Na hotelaria, o maior grupo nacional, o Pestana Hotel Group também diz cuidar bem das “suas” pessoas. “Os recursos humanos têm sido sempre uma prioridade para o grupo e, seguramente, uma das razões para a sua solidez e crescimen-

to”, afirma José Theotónio, CEO do grupo, ao *Jornal Económico*. “O Pestana Hotel Group vai continuar a apostar na formação e desenvolvimento dos seus colaboradores bem como na área da saúde e bem estar”, adianta.

O grupo hoteleiro fixou recentemente o valor mínimo de entrada do salário em 750 euros brutos mensais. No âmbito da sua política de responsabilidade social e de compromisso com os critérios ESG (sigla de Environmental, Social and Corporate Governance), o CEO destaca o lançamento no início deste ano de “um projeto que visa ter um plano de ação concreto para reduzir as emissões de CO₂ que já medidas nos põem num patamar muito bom na indústria, mas que queremos continuar a melhorar”.

Em 2022, adianta José Theotónio, será reforçado o investimento na formação com acesso a iniciativas regulares de aprendizagem, partilha de conhecimento e programas de desenvolvimento que apoiam a progressão de carreira. No campo do bem estar, o grupo oferece seguro de saúde, consultas e apoio psicológico gratuito a todos os que trabalham na casa.

“Este pacote de benefícios que temos vindo a desenvolver para todos os nossos colaboradores inscreve-se numa cultura muito forte de confiança e de compromisso para com as pessoas que escolheram trabalhar e crescer connosco”, salienta José Teotónio, rematando: “as pessoas são o nosso maior investimento”. ■



José Theotónio
CEO do Pestana Hotel Group



José Machado
Diretor de Recursos Humanos do dstgroup

ENTREVISTA | TIAGO BORGES | Career Business Leader da Mercer Portugal

“Os benefícios são comprovadamente uma forma muito eficaz de reter talento”

Uma empresa com um pacote alargado e flexível de benefícios que cubra as necessidades de diferentes personas e gerações e tenha em conta o bem-estar fará a diferença, diz Tiago Borges.

ALMERINDA ROMEIRA
aromeira@jornaleconomico.pt

No pós-pandemia, os colaboradores estão mais exigentes e o salário base e a remuneração variável já não são suficientes para os manter na empresa, o que torna a retenção e captação de talento um desafio maior, que se agrava com a escassez de pessoas qualificadas. Nesta entrevista, Tiago Borges, especialista da Mercer Portugal, explica em que medida um bom conjunto de benefícios é um factor diferenciador e um trunfo para as organizações. Dá-nos, por outro lado, a perspectiva do colaborador, que olha para a proposta de valor numa ótica cada vez mais holística.

Quais são os benefícios extrassalariais mais atribuídos atualmente pelas empresas?

Existem benefícios extrassalariais considerados “comuns” em termos de mercado, nos quais se inserem o seguro de saúde e o seguro de vida. Nestes benefícios, as empresas tendem a diferenciar-se mais pela qualidade / cobertura desses benefícios, do que propriamente pela sua existência. Outro benefício comum é o automóvel, mas aqui limitado a determinados níveis de responsabilidade (também pode ser atribuído a título de necessidade de função, para algumas funções/níveis específicos). Menos prevalente, mas apesar de tudo já com algum significado, temos os benefícios associados à reforma, que surgem derivados da necessidade de as empresas complementarem o rendimento dos seus colaboradores após a situação de reforma.

O telemóvel ainda surge na lista?

Computadores e telemóveis deixaram de ser considerados como benefícios, e passaram a ser encarados como ferramentas de trabalho. As empresas têm também cada vez mais vindo a apostar em outro tipo de benefícios, como os que promovem o “worklife balance” e o bem-estar dos colaborado-

res. Neste contexto, inserem-se, por exemplo, a participação de ginásios, os “Employee Assistance Programs” ou mesmo a flexibilidade.

Num contexto previsto de inflação já este ano e nos próximos, como é que as empresas vão tentar compensar as perdas de rendimento? Que papel podem desempenhar as compensações nesse cenário?

Os benefícios podem desempenhar um papel determinante nas eventuais perdas de rendimento associadas a uma elevada inflação. Uma empresa que atribua benefícios diversificados, que apoiem os seus colaboradores em diversas dimensões (saúde, proteção, poupança) e que sejam apropriados a diversas fases do ciclo de vida do colaborador, estará a proteger de forma efetiva os seus recursos da delapidação do rendimento disponível provocado pela inflação. Se, complementarmente, a empresa optar por uma abordagem de flexibilidade na atribuição dos benefícios (os colaboradores poderem escolher/reforçar aqueles que sejam mais apropriados às suas especificidades), estará a ir ainda mais ao encontro das necessidades dos colaboradores.

O que dizem os vossos estudos?

O estudo Total Compensation 2021 da Mercer apontou como incremento médio previsto cerca de 2-2,5%. Tendo por base esta referência, num contexto de elevada inflação pode ser desafiante para as organizações atribuir incrementos salariais que se traduzam em ganhos reais para os seus colaboradores. No entanto, isto não significa que as empresas não devam olhar também para a compensação numa ótica holística, considerando também as suas componentes fixas e variáveis, de forma a tomarem as medidas adequadas para que a compensação total continue atrativa e competitiva, à luz do novo contexto de inflação.

Os benefícios ainda são um

trunfo diferenciador numa empresa para reter o talento?

Sim. Mais do que para atrair talento, os benefícios são comprovadamente uma forma muito eficaz de reter talento. Um conjunto de benefícios alargado e flexível, que cubra as necessidades de diferentes personas e gerações coexistentes numa organização, e que foque também temas como o bem estar, poderá fazer toda a diferença na hora de um colaborador ponderar entre diferentes ofertas. Apesar de a compensação se manter na base das decisões de saída dos colaboradores das empresas, os benefícios podem agir como fator diferenciador na hora de tomar a decisão.

Que impacto é que as alterações na forma de trabalhar do pós-pandemia vão ter nas políticas de compensação das empresas?

Os novos modelos de trabalho vieram trazer desafios complexos na gestão das políticas de remuneração. A flexibilidade é a palavra de ordem, também na forma de as empresas remunerarem. Os modelos de remuneração caminham para uma adaptação que responda ao desafio de, em determinadas circunstâncias, a ligação entre o local onde o trabalho é executado e entregue ter sido quebrada. Nesse sentido, as estruturas de remuneração terão de responder a mais complexas matrizes geográficas (localização da empresa vs localização dos recursos), e terão de ser também mais modulares no sentido de adereçar diferentes ‘drivers’ de motivação — fará sentido ter a mesma estrutura de remuneração variável para todas as funções? Qual o papel dos incentivos de longo prazo?

A flexibilidade de escolha e o poder de decisão permitido ao colaborador, por exemplo, através dos planos de benefícios flexíveis, é também uma tendência consolidada no pós pandemia.

Que estratégias estão as empresas a usar para adaptar os complementos à necessidade de cada colaborador?

A estratégia assenta sobretudo na adaptabilidade. As empresas procuraram ajustar os seus benefícios, por um lado às necessidades dos colaboradores – um exemplo nesta vertente é a tendência crescente para adoção dos “Employee Assistance Programs” durante a pandemia (incluindo apoio financeiro, jurídico ou psicológico para os colaboradores) ou na revisão dos planos de saúde para acomodar despesas relacionadas com o Covid-19. Por outro lado, o ajustamento foi também no sentido de uma maneira diferente de trabalhar, tendencialmente híbrida e flexível – um exemplo neste contexto é a procura por formatos de benefícios flexíveis que permitam ao colaborador realizar escolhas mediante o seu estilo de vida e preferências. ■



Os novos modelos de trabalho vieram trazer desafios complexos na gestão das políticas de remuneração. A flexibilidade é a palavra de ordem, também na forma de as empresas remunerarem





Foto Cecília

TOTAL COMPENSATION

Nove em cada dez empresas atribuem plano de saúde aos trabalhadores

A oferta de dias de férias adicionais aos 22 previstos na Lei é também uma prática comum, segundo o estudo da Mercer.

O plano de saúde é o benefício mais atribuído pelas empresas. Segundo a última edição do estudo anual da Mercer, Total Compensation, 92% das organizações que oferecem benefícios aos colaboradores incluem planos de saúde nos pacotes de compensação.

A política automóvel com a atribuição de viaturas para uso total e renovação da frota é prática em 89% das empresas, figurando em segundo lugar no leque dos benefícios mais comuns. Em terceiro lugar surge o seguro de vida, uma prática em 73% das participantes.

A última edição do estudo assinala uma preocupação renovada das empresas com a formação dos colaboradores, que se traduz na comparticipação de despesas de educação oferecidas por 46%. De referir ainda o seguro de acidentes pessoais que é disponibilizado por 44% das empresas.

“O Plano de Pensões é um benefício disponibilizado por 34% das empresas aos seus colaboradores”, refere ainda o estudo, segundo o qual, a oferta de dias de férias adicionais aos 22 previstos no Código do Trabalho, “é também uma prática comum” entre as empresas (54%).

O estudo da Mercer revela ainda que os incentivos de curto prazo mais evidentes são o bônus variável e incentivos de vendas. A maioria das empresas analisadas (cerca de 89%) atribui esse mesmo bônus a todos os seus colaboradores com uma periodicidade maioritariamente anual. Já os incentivos de vendas são atribuídos por cerca de 64% destas e destinados sobretudo às áreas comerciais, tendo uma periodicidade maioritariamente anual, trimestral ou mensal.

Os incentivos de longo prazo são menos comuns que os de curto prazo. Das empresas analisadas pelo estudo, apenas 31% concedem incentivos desta natureza aos seus colaboradores, dentro dos quais de destacam as “performance shares / share units” (51%).

Para o Total Compensation Portugal 2021 foram analisados os postos de trabalho de 502 empresas presentes no mercado português. A amostra é constituída maioritariamente por empresas internacionais (62%) com a localização da Casa Mãe, em cerca de 24% dos casos nos Estados Unidos e 16% na Alemanha. As empresas

nacionais correspondem a 38% da amostra. O estudo iniciado em 1998, tem realização anual e possibilita que as empresas respondam às suas necessidades de “benchmark” e conheçam as políticas e práticas de compensação e benefícios no mercado português. A última edição conta com um aumento do número de funções analisadas e mantém a análise detalhada das componentes de benefícios, cada vez mais importantes na ótica Total Compensation que dá nome ao estudo. ■ AR

Os incentivos de vendas são atribuídos por cerca de 64% das empresas e destinam-se sobretudo às áreas comerciais. Têm periodicidade anual, trimestral ou mensal

TECNOLÓGICAS

Talento é desafio ‘contornado’ com melhores benefícios

Face às atuais dificuldades do mercado, as tecnológicas portuguesas sabem que para competirem pelos recursos humanos mais qualificados têm de ir ao encontro das necessidades dos colaboradores.

JOÃO TERESO CASIMIRO
jcasimiro@jornaleconomico.

A globalização é a palavra-chave que ajuda a explicar o atual ecossistema empresarial no campo das tecnologias. O talento português é aliciado com melhores salários por países mais desenvolvidos economicamente, o que dificulta o processo de recrutamento às tecnológicas nacionais. No entanto, resiliência e capacidade de adaptação são duas das imagens de marca das empresas que, invariavelmente, utilizam as opções ao seu dispor para continuarem a competir e a reforçar a qualidade nesta área.

As características naturais do território nacional são aliciantes o suficiente para a maioria dos portugueses que, podendo escolher, querem ficar em Portugal, mas sem nunca abdicarem dos seus objectivos profissionais. Entre as quatro tecnológicas consultadas pelo Jornal Económico (JE) – Bee Engineering, Boost IT, Outsystems e Claranet, há um ponto em comum: os benefícios extrassalariais são fundamentais no processo de recrutamento.

Seguros de saúde, flexibilidade de horários e parentalidade/família são elos transversais tanto na oferta, como na procura, no sector tecnológico português. A juntar a tudo isto, fruto da pandemia de Covid-19, junta-se o trabalho remoto, em regime híbrido ou a tempo inteiro. Conjuguar todos estes factores é desafiante, mas foi precisamente o desafio que reforçou a importância dos benefícios extrassalariais na altura de recrutar.

Para José Leal e Silva, director executivo da Bee Engineering, “os benefícios extrassalariais são um ponto fundamental no processo de recrutamento. É fulcral saber aquelas que são as vontades e necessidades dos profissionais”. De tal forma, que a tecnológica portuguesa decidiu criar uma plataforma, interna, onde convida os colaboradores a contribuírem com propostas sobre que benefícios gostariam de ter, bem como sugestões sobre o próprio funcionamento da empresa.

O balanço, segundo José Leal e Silva é positivo: “as preocupações das pessoas estão cada vez mais ligadas ao equilíbrio entre o tempo familiar, de contacto com outros, e o trabalho. Dentro do Top 10 de ideias mais votadas, apenas uma tem relação direta com o salário”. Entre os complementos ao salário



incluídos no contrato dos colaboradores da Bee Engineering, destacam-se seguros de saúde, apoios para creche, despesas de tecnologia, formações com certificações participadas e até viatura. “Hoje em dia, uma proposta de valor de uma organização de TI é muito mais do que apenas o salário ao fim do mês”, aponta José Leal e Silva.

Bruno Ribeiro, CEO da Boost IT, é da mesma opinião. Refere que “cada vez mais, os nossos colaboradores valorizam os benefícios extrassalariais. Não estão só foca-

Bee Engineering, Boost IT, Outsystems e Claranet têm um ponto em comum: os benefícios extrassalariais são fundamentais no processo de recrutamento

dos no valor salarial bruto, mas num conjunto de regalias que possam melhorar a sua qualidade e forma de vida”.

Identificada a tendência, a Boost IT procurou ajustar o seu pacote de benefícios, tornando o processo de captação de talento “mais fácil e atrativo”, e o de retenção “mais eficiente”. A tecnológica portuguesa oferece seguro de saúde, que inclui cobertura para doenças graves e que pode ser estendido ao agregado familiar, tickets/vales de infância e educação para quem tem fi-

lhos pequenos, descontos numa série de entidades que vão desde o lazer à banca e, ainda, consultas de Psicologia, para apoiar problemas relacionados com a pandemia, desafios do trabalho remoto e, por vezes, o isolamento do trabalho de programação.

Já a Outsystems, um dos primeiros unicórnios portugueses, classifica os benefícios extrassalariais como fundamentais para a motivação, o desempenho e o bem-estar dos seus colaboradores. Alexandra Monteiro, VP of People na Outsystems, explica que a política de benefícios assenta na premissa de quererem ser “competitivos, atrair e reter talento, e garantir que os nossos colaboradores estão felizes e motivados por serem uma parte importante da nossa equipa”. Nesse sentido, a tecnológica fundada em 2001, oferece aos seus colaboradores seguro de saúde, cartão refeição, subsídio para a aquisição de telemóvel, benefícios ligados ao nível de carreira como carro, combustível e parque de estacionamento. Adicionalmente, os funcionários podem encontrar uma série de opções diversificadas e ajustadas aos seus interesses, traduzindo-se na possibilidade de terem os benefícios que mais se adequam ao seu ‘lifestyle’. Por fim, a Outsystems não deixa de parte o bem-estar emocional e oferece um serviço de Psicologia, que promove a saúde física e mental, bem como parcerias com diferentes entidades nas áreas da saúde, bem-estar, alimentação e desporto.

Na Claranet, a maior fornecedora de serviços de TI em Portugal, os benefícios extrassalariais também assumem o protagonismo no processo de recrutamento e retenção do talento. Catarina Graça, diretora de recursos humanos, diz ser palpável que “são os benefícios extrassalariais que ajudam os candidatos a tomar a sua decisão, por exemplo, quando precisam de desempatar duas propostas que tenham em mãos”. Assim, a oferta da tecnológica para lá do salário dobra-se em modelos de trabalho híbrido ou mais dias de férias além dos definidos pela Lei. O vasto cardápio inclui também cheques infância, produtos de poupança/reforma, passe social, pagamento de determinadas despesas com educação, saúde e bem-estar e, ainda, prémio de parentalidade, prémio de referência de novos colaboradores, bem como a utilização ilimitada da plataforma de formação Udem. ■



Fotomontagem

JE TALKS

Benefícios serão mais flexíveis, apesar da resistência à mudança

O interesse acrescido pelos benefícios extrassalarias pode revelar-se vantajoso para empresas, trabalhadores e Estado. A tendência passa pela escolha de benefícios personalizados para cada colaborador, mas há ainda resistência por parte das organizações.

JOÃO SANTOS COSTA
jcosta@jornaleconomico.pt

O benefício social que serviu de “gênese” para aquilo que hoje conhecemos como subsídio de alimentação ganhou uma elevada relevância no Reino Unido, na década de 50, afirma a CEO da Edenred Portugal, Filipa Martins. No então cenário do pós-guerra, este tipo de benefícios procurou estabelecer mínimos de qualidade de vida e bem-estar para os trabalhadores, garantindo uma refeição diária, que, por sua vez, melhorava a produtividade dos operários, explica. O mercado de trabalho é hoje diferente, mas o contexto em vivemos continua a apresentar desafios, por exemplo, um quadro de inflação e de redução do poder de compra. “É precisamente neste enquadramento que este tipo de benefícios ganha relevância”, explica Filipa Martins, ouvida na JE Talks, transmitida pelo Jornal Económico. A Edenred é uma das empresas que em Portugal fornece este tipo de benefícios extrassalarias que as

empresas somam aos salários dos colaboradores. A tendência, segundo Filipa Martins, é que estes benefícios sejam cada vez mais abrangentes e, também, que se tornem personalizáveis, de acordo com as necessidades dos colaboradores e as políticas desenvolvidas pelas organizações.

Certo é que tem havido um reforço da procura nos últimos anos: “Há aqui vários fatores que, como sabemos, foram acelerados pelos dois anos de pandemia”, explica Filipa Martins. Destaca que houve uma importância acrescida dos aspetos digitais, de segurança e de sustentabilidade. “É em torno destes três eixos que, de facto, os benefícios sociais começaram a ser mais procurados – já eram, não é que tenha havido aí uma grande diferença”, adianta, recordando até que não têm surgido grandes novidades em termos de oferta: “Não foi lançado nada de novo, mas, no fundo, houve uma necessidade maior e isso traduz-se também na necessidade das empresas de olharem para estes aspetos com outros olhos”. O ponto de vista da digitali-

“Convivemos neste momento, no mercado de trabalho, com cinco gerações diferentes. As necessidades dessas cinco gerações são diferentes”, diz André Ribeiro Pires

zação tem permitido que a atribuição dos benefícios, tal como o seu uso pelos colaboradores, tenham sido feitos de forma remota e digital, refere. Estes avanços estão também relacionados com uma “vertente de sustentabilidade”, garante, que se prende muito com aquilo que são “as prioridades das novas gerações” que ocupam o mercado de trabalho. “Uma empresa que atribua benefícios sociais que contribuam para o bem-estar dos seus colaboradores, seja na área da educação, das creches ou da refeição, acaba por ter também muitas vezes um carácter social” que é cada vez mais valorizado pelas novas gerações, diz. Sobre o peso que estes complementos ao rendimento têm na economia, a CEO da Edenred menciona um estudo da OCDE, publicado em novembro do ano passado, que vem “explicar que, precisamente durante a pandemia, esta vantagem social e macroeconómica saiu reforçada”, nomeadamente porque “uma série de países” passou a utilizar estes apoios, de forma direcionada, como ferramenta de resposta à crise, mas tam-

bém para incentivar o consumo em determinadas áreas mais afetadas, como a restauração e a cultura. Outro exemplo da herança pandémica na área dos benefícios sociais é o crescente aumento de planos e seguros de saúde associados a benefícios já existentes, explica Martins.

Já o COO da Multipessoal, André Ribeiro Pires, considera que há “fatores económicos, como o aumento das taxas de juro e a revisão de preços”, que farão sentir maiores dificuldades e não tanto a inflação, no plano mais imediato. “A expectativa é que [a inflação] seja mais notada pela população a partir do segundo trimestre”, porque, no que diz respeito ao emprego, “vão terminar algumas das medidas implementadas no período de pandemia”.

O responsável de operações da empresa de recursos humanos acredita que “a população ainda não sente que estes benefícios sejam a resposta mais imediata”. Ainda assim, “fazem parte do pacote remuneratório” e esse será sempre o fator predominante na escolha de um novo emprego.

Filipa Martins recorda que todos os *players*, das empresas aos colaboradores, passando pelo Estado, podem beneficiar do uso normalizado destes benefícios: “Por um lado, as empresas, ao atribuírem [esse benefício], contribuem para o bem-estar dos seus colaboradores, que acabam por otimizar o valor precisamente do benefício fiscal para consumo numa determinada área. Os próprios retalhistas, comerciantes e estabelecimentos aderentes numa determinada rede veem os empregos e o consumo aumentar na sua área. No fundo, o próprio Estado acaba por garantir uma economia mais regulada e, no fim do dia, tem também um incremento fiscal”.

Apesar de existirem poucas novidades, em termos de produtos incluídos, os dois convidados da JE Talks acreditam que se começam a notar tendências novas, em parte porque “convivemos neste momento, no mercado de trabalho, com cinco gerações diferentes”, explica André Ribeiro Pires. “As necessidades dessas cinco gerações são diferentes”, garante. Filipa Martins aponta que caminhamos no sentido da personalização. “Na verdade, [os benefícios] não mudam muito nas novas gerações”, explica. “Se uma pessoa não tem filhos, naturalmente não valoriza o benefício creche, mas pode valorizar a formação, por exemplo”. O COO da Multipessoal refere que esta possibilidade abraça o nosso gosto “em escolher e personalizar aquilo que consumimos”, e garante que a flexibilidade traz vantagens no recrutamento, captação e retenção de talento. Há, contudo, “uma resistência à mudança” que deve ser endereçada pelas empresas, acautela. Filipa Martins confirma que, da parte das organizações, “há um desconhecimento por vezes da razão de ser do benefício”. ■

Reveja esta JE Talk na íntegra em jornaleconomico.pt



PÓS-PANDEMIA

Cartões de alimentação acompanham tendências e conferem dinâmica às empresas

O benefício extrassalarial mais comum do mercado, o cartão de refeição, atualiza-se com o digital e propõe-se dinamizar os processos de recrutamento das empresas na luta pelo talento.

JOÃO TERESO CASIMIRO
jcasimiro@jornaleconomico.pt

Os cartões de alimentação são uma parte indispensável no leque de benefícios extrassalariais da maioria das empresas. No entanto, face ao processo actual de transição digital e de globalização no ecossistema empresarial, torna-se importante adaptar a oferta aos dias que correm, tendo como prioridade a atração e retenção de talento, não só indo ao encontro das necessidades dos colaboradores, mas também das próprias empresas. Sendo Portugal um dos países menos competitivos ao nível salarial, quando comparado aos seus pares europeus, ter uma oferta extrassalarial completa e

apelativa poderá fazer a diferença na hora de contratar. É precisamente a isso que se propõem as duas empresas consultadas pelo Jornal Económico (JE) – Sodexo e Edenred.

Há 38 anos no mercado português, a Edenred acompanhou a evolução das empresas nacionais, ajustando a sua oferta mediante as necessidades. Numa altura em que se promove o regresso ao “novo normal”, a multinacional francesa procurou sair reforçada da pandemia de Covid-19, dando prioridade à dinâmica dos seus cartões, de forma a colmatar as necessidades dos empregadores mas, também, do próprio país. É aqui que entram os vales sociais. Através da utilização de cartões de alimentação é possível promo-

Terminada a Segunda Guerra Mundial, o Reino Unido foi a primeira nação a promover benefícios extrassalariais, de forma a garantir que os trabalhadores tinham uma refeição condigna

ver a recuperação da economia, incentivando o consumo no comércio nacional.

Filipa Martins, diretora-geral da Edenred Portugal, explica ao JE que os vales sociais têm como objectivo alavancar “políticas públicas”, com um quadro legal específico, que lhes atribui “vantagens fiscais pela sua capacidade única de direcionar o consumo”.

A responsável afirma que “por cada euro de consumo via título de refeição são injetados 2,9 euros na economia, aumentando o PIB em 2,1 euros”, citando um estudo da Nova IMS. No contexto pós-pandémico, esta realidade torna-se ainda mais importante, dado que a recuperação económica dos países entra agora na sua primeira fase, ainda que os conflitos a leste

da Europa condicionem o investimento e, conseqüentemente, interrompam a dita recuperação.

Refeição condigna

A título de curiosidade, foi precisamente em contexto de pós-guerra que foram criados os primeiros títulos de refeição. Terminada a Segunda Guerra Mundial, o Reino Unido foi a primeira nação a promover estes benefícios extrassalariais, de forma a garantir que os trabalhadores tinham uma refeição condigna durante a jornada de trabalho, assegurando a motivação e produtividade, ao mesmo tempo que estimulavam os restaurantes locais.

A crescente preocupação das empresas com o bem-estar dos seus colaboradores foi outras das



istock

tendências verificadas pela Edenred durante o período pré-pandémico. “Estas preocupações traduzem-se na procura de soluções abrangentes e flexíveis que, por um lado, aumentem o poder de compra dos colaboradores, enquanto lhes conferem liberdade de utilização, e, por outro lado, agreguem mais valor à sua proposta”, revela Filipa Martins.

Um dos produtos mais populares da Edenred, o Euroticket, tem estado em constantes actualizações que, segundo a diretora-geral, “oferece aos utilizadores descontos exclusivos em sectores prioritários”, como os da saúde e bem-estar, seguros, mobilidade, desporto, lazer, tecnologia, entre muitos outros, o que se traduz “num aumento da poupança ao final do mês e do ano”.

Sobre a transição digital aliada à sustentabilidade, tanto ao nível empresarial, como particular, a responsável da Edenred diz que estas tendências “vieram reforçar o nosso objetivo de sermos ‘paperless’ e cada vez mais digitais”.

Pandemia trouxe crescimento

Por sua vez, a Sodexo, há 50 anos com actividade em Portugal, afirma estar comprometida em garantir que a inovação e adaptação aos tempos correntes, permanecem no seu ADN.

Nelson Lopes, presidente-executivo da Sodexo Portugal, afirma

ao JE que esta forma de atuação permitiu o “crescimento” do negócio, fruto do que diz ser a “importância crescente dos benefícios extrassalariais para as empresas e para os colaboradores”. Mesmo no contexto pandémico, a fornecedora de títulos de refeição viu o volume de negócios em carteira aumentar 5%, ainda que a adoção do teletrabalho pela maioria das empresas em Portugal, fizesse prever que este benefício extrassalarial

fosse preterido, leitura que acabou por se verificar estar errada.

Nelson Lopes, apesar de não revelar detalhes sobre as novidades para 2022, garante que a empresa “está a trabalhar” para “adicionar novos produtos” ao portfólio, mantendo sempre o propósito da “melhoria da qualidade de vida” para os clientes e com base na “oferta de um serviço ao cliente de excelência, que é a peça chave da nossa actividade”. ■

80 milhões usam vales sociais

Nos últimos 70 anos, os vales sociais foram desenvolvidos em mais de 40 países, incluído 19 estados-membros da União Europeia para uso de 80 milhões de pessoas a nível global, segundo o estudo ‘Social Vouchers: Innovative Tools for Social Inclusion and Local Development’ conduzido pela OCDE. Quer seja em papel ou digital, os vales sociais são benefícios, regulamentados por lei e ancorados por políticas públicas específicas e marcos fiscais para dar acesso a bens ou serviços em redes designadas de fornecedores e instituições. Os vales podem ser usados a nível nacional ou local como alternativa a subsídios em dinheiro e são normalmente adaptados às necessidades locais. Desta forma, estimulam os mercados e incentivam a transição da economia informal para a formal. A lógica económica responsável pelos programas de vales sociais reflete a sua capacidade de direccionar o consumo para bens ou serviços específicos, ou mercados e produtores específicos e, ao fazê-lo, aumentar indiretamente o poder de compra dos utilizadores de vouchers. A OCDE refere que a maioria das avaliações de programas de vouchers “sinaliza os seus impactos positivos e a capacidade de cumprir uma série de objetivos sociais e ambientais”. No entanto, também são levantadas questões sobre os seus custos de administração e sustentabilidade, especialmente para vales de serviço público, para os quais a maior parte do financiamento é fornecido por governos nacionais ou locais. Em tempos de crise, os vales sociais apresentam-se como uma das ferramentas disponíveis para apoiar a economia. ■ JTC

PUB

Euroticket
Refeição Edenred

O EUROTICKET TEM OUTRO VALOR. O VALOR SOCIAL.

O Euroticket não é um simples cartão refeição. Tem o estatuto de vale social, que lhe confere benefícios fiscais, e agrega múltiplas vantagens numa rede alargada, credenciada e exclusiva. O que se traduz em mais valor para a sua empresa e para os seus colaboradores.

- Isenção total de TSU
- Aumento da produtividade e motivação dos colaboradores
- Adesão simples, sem compromissos e fidelização
- Portal Cliente de última geração
- App MyEdenred para colaboradores, com geolocalização, acesso a descontos exclusivos em parceiros e serviço de take-away
- Possibilidade de associação do cartão refeição ao MB WAY
- Faturação eletrónica
- Linha de apoio dedicada

35.000
ESTABELECEMENTOS
ALIMENTARES
Maior rede
do país

edenred.pt

Cartão Refeição Euroticket
Tem outro valor.

FÓRUM

Flexibilidade é palavra chave na compensação do pós-pandemia

O jogo tem novas regras. A possibilidade de trabalhar remotamente em regime totalmente flexível ou híbrido começa a fazer parte do portefólio de benefícios oferecidos pelas empresas e é um forte fator de competitividade.

1. A pandemia da Covid-19 transformou formas de estar e de trabalhar nas empresas. Na sua perspectiva, essa alteração vai ter impacto na compensação?



CRISTINA SIMÃO
HR Manager
do Gi Group

A pandemia forçou uma aceleração das mudanças que as empresas já vinham a adotar. O trabalho remoto, por exemplo, é um sinal disso. E a propósito dessa mudança muito significativa na forma como as pessoas trabalham, no local onde o fazem, há já alterações legais com impacto na compensação das pessoas. Podemos pensar na Covid-19 como a força que rompeu com o contexto laboral tal como o conhecíamos e, simultaneamente, como o fator mais relevante para a adoção de um quadro legal que protege este novo regime de trabalho que, muito provavelmente, veio para ficar. A Covid-19 instalou na prática formas de trabalhar que eram excecionais no passado. Nesse passado, essas formas de trabalhar tinham remunerações específicas e há expectativa, sim, de ver generalizada essa compensação, neste contexto legal ou noutro.

Para além do quadro legal, o "remote working" implicou uma noção de proposta de valor mais alargada: um escritório em casa não era visto como parte da proposta de valor, mas talvez essa ideia tenha mudado nestes dois anos. Ter um monitor com qualidade, cadeira e mesa ergonómicas eram preocupações dos departamentos de Segurança e Saúde Ocupacionais que hoje podem cair perfeitamente no escopo das direções de Pessoas ou Recursos Humanos. Há ainda o vetor remuneração do ponto de vista da competição internacional pelo talento. Por essa via, há com certeza impactos na compensação que as pessoas obtêm.



SUSANA ALMEIDA LOPES
Managing Partner da SHL Portugal
Professora no ISEG

Os seres humanos têm aversão à perda. Experimentaram os benefícios do trabalho remoto e pretendem, agora, manter os benefícios adquiridos para além da compensação pecuniária direta. Direta, porque há vantagens no trabalho remoto com impacto na redução de custos, como transportes, combustível, portagens, alimentação, que se traduzem em maior liquidez. O tempo, esse bem tão precioso, é um benefício sem preço. 40 minutos diários gastos na comutação casa-trabalho equivalem a um mês de tempo livre ao fim do ano. Conseguir ir buscar os filhos à escola, nem que seja apenas alguns dias por semana, é um feito do qual não se quer prescindir.

A possibilidade de trabalhar remotamente em regime totalmente flexível ou com regras híbridas é um fator de competitividade, integrado no novo portefólio de benefícios das organizações. Surge já nas propostas de admissão e nos contratos de trabalho. Os contratos anteriores à pandemia renovam-se neste sentido. É necessário incorporar internet em casa, condições ergonómicas de trabalho, computadores portáteis. A forma como as propostas de emprego são encaradas mudou, com uma ponderação nova entre salário e modelo de trabalho, sendo que o salário "per si" não consegue compensar a ausência de flexibilidade, na maioria das situações.



JOSÉ VILARINHO
CEO
da Opensoft

A forma como trabalhamos, especialmente nas empresas tecnológicas, transformou-se completamente. A pandemia acelerou a implementação de modelos híbridos de trabalho e para tal há que assegurar que todos os colaboradores têm acesso em casa ao mesmo tipo de conforto que lhes é proporcionado nas instalações da empresa. Nesse sentido, quando a realidade da Opensoft passou a ser o teletrabalho, atribuímos um plafond que permite a cada colaborador comprar material de escritório ou tecnológico. Também aumentamos os limites de dados do nosso pacote de telecomunicações para garantir que todos os colaboradores fossem capazes de comunicar e trabalhar sem constrangimentos nas infraestruturas de comunicação. Um grande desafio do modelo de trabalho híbrido são os convívios entre todos os elementos da equipa, que até então, tinham muitas condicionantes decorrentes da pandemia. Optámos por fazer chegar a casa dos colaboradores "packs" de natal, aniversário, verão, entre outros, e através dos meios digitais reunir toda a equipa. Implementamos também uma política de desafios/concursos internos que promoviam a criatividade ou o bem-estar dos nossos colaboradores, premiando-os no final com vouchers para atividades.

Conseguimos alargar os protocolos com entidades de vários sectores permitindo que os nossos colaboradores usufruam de descontos em áreas que promovem o seu bem-estar, como por exemplo a alimentação ou saúde. Além disso, mantemos os benefícios que já existiam em pré-pandemia: participação nos resultados da empresa, seguro de saúde, dias de férias extra e horário de trabalho flexível. A nossa preocupação é que a nossa equipa continue a ser produtiva e criativa seja nas nossas instalações ou em teletrabalho.



RICARDO CARNEIRO
Diretor de Recrutamento e Seleção
Especializado na Multipessoal

O cenário pandémico trouxe a pessoas e organizações tremendos desafios. Agora, que vivemos há mais de dois anos nesta realidade, é interessante perceber que muitas das transformações que tiveram lugar para dar resposta a esses desafios se estão a tornar permanentes e a redefinir, em muitos aspetos, o mercado do trabalho.

O teletrabalho, por exemplo, primeiramente uma resposta sanitária, foi alargando a sua importância e estendendo-se a vários sectores, onde anteriormente a sua presença era nula ou muito tímida. Nas áreas tecnológicas, entretanto, passou mesmo a ser o formato mais convencional de organização de trabalho.

De forma geral, esta resposta a um dos desafios da pandemia transformou-se num benefício reconhecido transversalmente e veio alterar drasticamente a forma como o trabalho é encarado, desde o momento do recrutamento. Hoje em dia, todos perguntam em entrevistas: Posso estar em teletrabalho? Quantos dias? Posso fazer a minha função "full remote"? Esta perspetiva de "work from anywhere" é agora vista como um fator de decisão para muitos candidatos, na hora de aceitarem ou não uma proposta.

No que se refere às compensações e benefícios, em linha com esta opção de trabalho remoto, a tendência passa, sem dúvida, pela personalização e flexibilidade, com pacotes pensados à medida de cada indivíduo, das suas preferências e valores. Assim, terão mais sucesso na atração e retenção de talento as organizações que reconhecerem estas mudanças e trabalharem ativamente para lhes dar uma resposta adequada.



SARA PIMPÃO
Managing Director
do Grupo Eurofirms

Atualmente, a condição financeira não é o principal motivo para mudar ou aceitar um novo desafio profissional. Na hora de decidir, temas como o bem-estar físico e psicológico estão num dos lados da balança e têm peso suficiente para estabelecer o equilíbrio no passo que se está prestes a dar. Há benefícios que são mais valorizados e que fazem verdadeiramente a diferença na vida de um colaborador no final do mês.

O salário emocional é um sinal de mudança de mentalidade, de prioridades e de fidelidade aos valores de cada um. As emoções contam e influenciam o nível de entrega que cada pessoa coloca no seu papel dentro de uma empresa.

Com o teletrabalho dá-se a liberdade e flexibilidade de trabalhar a partir de qualquer local, de passar mais tempo com a família, de reduzir tempos de deslocação, de poupar e de gerir a vida pessoal de forma mais eficiente. A flexibilidade de horário permite aos colaboradores a realização das suas tarefas no horário que considerem mais produtivo.

As pessoas querem sentir-se valorizadas, reconhecidas e com ambição para dar o seu melhor. É indispensável pensar em todos os colaboradores, de traçar um plano personalizado de formação e progressão de carreira e de promover o seu desenvolvimento. Mas não podemos esquecer-nos que cada organização tem a sua história e a sua cultura. Por isso, há um modelo em que acredito e que tenciono enraizar em todos os que trabalham comigo, mesmo perante uma pandemia: a liderança por valores e não por resultados extremos. Valorizar as pessoas para juntos, conseguirmos alcançar os resultados, e não o contrário.



CARLA REBELO
CEO
da Adecco Portugal

A pandemia Covid-19 acelerou tendências que já se desenhavam anteriormente e acabou por trazer para o tabuleiro mundial do mercado do trabalho um novo paradigma, onde emerge a flexibilidade como bandeira. Flexibilidade de horários e de regime de colaboração, que variam entre o trabalho remoto, híbrido ou presencial. Acresce a este fenómeno uma crise de profissionais qualificados que desequilibrou o padrão de oferta e procura, com os candidatos a terem uma opção de escolha, em particular em alguns setores de atividade de que é exemplo paradigmático as Tecnologias de Informação, cuja procura disparou com a aceleração da digitalização. Este contexto traz necessariamente alterações aos padrões de compensação clássicos. Um estudo do Grupo Adecco, efetuado a mais de 1000 profissionais e 155 empresas, em 10 países, concluiu que as perspetivas das empresas não estão alinhadas com as dos seus colaboradores: o salário continua a ser considerado o fator de motivação principal para 52% dos colaboradores, mas para as empresas esta percentagem sobe para 72%. O mesmo estudo indica que a saúde, bem-estar e segurança passou a ser uma enorme preocupação para os profissionais, mas os empregadores, comparativamente, subestimam este dado. Ou seja, as empresas ainda não responderam agilmente às necessidades dos profissionais na pós-pandemia, pelo que têm um caminho a percorrer em matéria de compensação. Se a crise de talento inflaciona os salários para os perfis profissionais mais procurados, as pessoas desejam outro tipo de benefícios, pelo que as empresas que querem recrutar e reter talento terão que optar por estratégias diferenciadas que respondam às necessidades dos profissionais do agora e que, comumente, se designa por 'Salário Emocional', ou seja: o conjunto de benefícios satélite que uma organização oferece aos seus colaboradores, nomeadamente flexibilidade horária ou de regime presencial/remoto, formação, seguros, PPR, viatura, trabalho voluntário, horário flexível, cheque creche, entre outros, que potenciam o valor do salário. São estratégias de 'employer branding' e de atração de talentos que tendem a crescer no contexto das compensações ao profissional, a juntar a muitas outras onde a criatividade é o limite e ganha quem tiver a capacidade de atrair/reter o melhor talento em função da pessoa que se está a recrutar. Diria que a compensação terá também um novo padrão que implica por parte das organizações que querem captar talento, respostas, o mais possível, enquadradas e personalizadas aos candidatos e colaboradores que têm nas suas fileiras.



FILIPA MARTINS
Diretora-Geral
da Edenred Portugal

A pandemia e o atual contexto de guerra estão a fazer as pessoas olhar para o mundo sob uma nova perspetiva, o que tem impactos a nível pessoal e profissional. Hoje, a procura de significado e propósito domina todas as dimensões da vida, refletindo-se em expectativas diferentes em relação ao trabalho. Esta nova realidade traduz-se num desafio iminente para as empresas, que, para atraírem e motivarem o talento, têm de criar uma proposta de valor que responda ao conjunto de necessidades do colaborador. E estas estendem-se às suas responsabilidades familiares, para com a sociedade e o mundo. Assim, as empresas têm de repensar a sua estrutura de compensação, no sentido de oferecerem um pacote de benefícios atrativo, que promova o bem-estar, o aumento do poder de compra e a liberdade para os colaboradores escolherem as soluções mais ajustadas à fase de vida em que estão. O apoio à saúde, à infância e educação, quer do próprio, quer do agregado familiar, são já dos benefícios mais valorizados, conforme revela um estudo da Korn Ferry. A par da maior abrangência da oferta e da flexibilidade de atribuição, a pandemia veio impactar este sector motivando um acelerar da digitalização e das preocupações com segurança e sustentabilidade. A Edenred, líder global em benefícios extrassalariais, acredita que, em Portugal, a titularização de benefícios poderá ainda ser alargada a outras áreas – como, por exemplo, cultura, turismo, produtos e serviços ecológicos, desporto ou serviços domésticos – como já acontece, e com grande sucesso, noutros países da Europa.



JOANA NUNES DOS SANTOS
Diretora de RH
da Anturio

A Covid-19 veio antecipar tendências que já tinham sido abordadas por algumas empresas, como a Anturio, nomeadamente o "home office" ou a possibilidade de realizar um processo de recrutamento 100% online. O maior desafio que se coloca na Anturio, como em outras empresas de TI, é o "engagement" dos colaboradores, pois com a virtualização das reuniões, de feedback, faz com que o papel de líder tome uma posição essencial. As empresas terão de se focar nos "fringe benefits", nos benefícios extrassalariais, que vão muito além do "package" salarial, que por um lado se diferenciam das outras empresas. Desta forma, as políticas internas tornam a empresa diferenciadora, podendo criar compensações extrassalariais que vão mais além do salário ao final do mês e que quer na fase do recrutamento, quer na fase da retenção do colaborador fará toda a diferença. Benefícios esses, que passam essencialmente por cuidar dos seus funcionários a nível emocional e a nível de projetos futuros. Empresas que consigam ter abertura para: trabalho remoto, formação diferenciada, complemento de subsídio de doença, seguros de saúde e de vida, planos de pensões, dias extra de férias, comparticipação em despesas relacionadas com educação, protocolos, horários flexíveis ou outros incentivos farão a diferença no momento da contratação e no momento da retenção. Por fim, resta-me reforçar que, na hora escolher o próximo desafio profissional, o colaborador vai analisar não só o ambiente empresarial mas também todas as regalias extra, e estas serão diferenciadas, mediante as suas necessidades.



BORJA ARANGUREN
CEO & Co-fundador
da Cobee

A pandemia afetou a forma de trabalhar nas empresas, e consequentemente a forma como olhamos para o mercado de trabalho e a própria compensação. O salário económico vai ser sempre um ponto importante para qualquer pessoa, mas a verdade é que o salário emocional ganhou, nos últimos dois anos, uma importância que não tinha. Com "salário emocional" referimo-nos a todas as ações e iniciativas que as empresas promovem a fim de melhorar o bem-estar dos seus colaboradores, e que vêm complementar a parte económica – a flexibilidade horária, a possibilidade de teletrabalho e benefícios como a oferta da mensalidade do ginásio, consultas de psicoterapia, sessões de 'mindfulness' ou aulas de yoga, por exemplo. Atualmente é quase imperativo que as empresas ofereçam um bom plano de benefícios, mas sobretudo que este seja personalizado e corresponda às necessidades de cada um, porque a abordagem de oferecer o mesmo a todos os colaboradores também já não resulta. Oferecer ou não um plano de benefícios pode ser determinante para atrair talento, tendo poder para fazer a diferença na hora de um candidato aceitar ou não uma oferta de emprego. As pessoas querem sentir que as suas empresas se preocupam com elas e, por exemplo, podemos adiantar que a conciliação entre as vidas profissional e pessoal e a flexibilidade são dois pontos-chave para os colaboradores portugueses neste momento. É muito importante que os líderes reconheçam a importância dos benefícios, que em 2022 se afirmam como uma arma importante para melhorar o bem-estar das pessoas. As empresas que não se adaptarem a esta nova abordagem à compensação podem ter muito a perder.



NELSON LOPES
CEO
da Sodexo Portugal

A pandemia transformou a forma de estar e de trabalhar nas empresas. Surgiram novas tendências, relacionadas com a adaptação dos colaboradores a uma nova realidade, e novos incentivos, de forma a minimizar o impacto negativo da pandemia nas suas vidas. Relativamente a novas tendências, destacamos o aumento expressivo das compras online: no final de 2020 registámos uma média mensal de 20 mil transações, realizadas com o Sodexo Refeição Pass, o que significa um crescimento de 27% em e-commerce, entre 2019 e 2020. Salientamos, ainda, a crescente importância do subsídio de refeição que viu a sua obrigatoriedade de pagamento, em período pandémico, face à imposição do regime de teletrabalho, para trabalhadores e empregadores afetados pelo surto do vírus COVID-19. Adicionalmente, e como medida de incentivo económico a sectores mais afetados pela pandemia, destacamos a participação da Sodexo no programa IVAucher, em que atingimos mais de 139 mil transferências, entre outubro e dezembro, e reembolsámos 420 mil euros, contribuindo para dinamizar o sector da restauração. Todas estas alterações, verificadas nos últimos anos, incitam à procura de novos produtos e serviços que possibilitem aos colaboradores das empresas ter uma melhor qualidade de vida, usufruindo de um maior equilíbrio entre a sua vida pessoal e profissional, também por essa razão, a Sodexo Portugal adicionará, já este ano, novos produtos ao seu portfolio.

MESA REDONDA

O Jornal Económico

SECTOR FINANCEIRO EM PORTUGAL

2022

RISCOS

E OPORTUNIDADES

11 MARÇO | 15H00

15h00 | **Nota de boas vindas**, por Nuno Vinha, subdiretor do Jornal Económico

15h05 | **PAINEL: OS DESAFIOS DO SECTOR FINANCEIRO EM 2022**

Pedro Mata | Deputy CEO do Banco Credibom

Telmo Santos | CEO da euPago

Pedro Ferreira | Head of Payments & Consumer Credit na Asseco PST

Manuela Nina Jorge | Presidente do CA da Agrimútu

António Faria | Head of Business Management and Consulting da Natixis em Portugal

Moderação: **João Costa**, jornalista, O Jornal Económico

Tópicos

- Cenário macroeconómico em 2022
- Desafio da digitalização e novos hábitos de consumo dos clientes
- Desafio da atração e retenção de talento
- ESG: papel do sector financeiro na promoção de práticas sustentáveis por parte das empresas
- Papel da supervisão numa altura em que o sector está a ser transformado pela digitalização
- Haverá movimentos de consolidação no sector?

Powered by:

Credibom | **euPAGO** INSTITUÇÃO DE PAGAMENTO | **ASSECO PST** | **Agrimútu** | **NATIXIS**

Acompanhe em direto na plataforma multimédia JETv, em www.jornaleconomico.pt