

A campanha que tem o nome de “Encaixe perfeito” aposta em rodas de conversa informais para promover o debate com todos os empregados sobre os temas.

Para que os aprendizados e diretrizes do [Sistema de Gestão de Qualidade \(SGO\)](#) façam parte do dia a dia dos empregados e direcionem as ações do [Planejamento Estratégico \(PE\)](#), a Eletros lançou em julho a campanha interna de conscientização “O encaixe perfeito”, por entender que essas duas iniciativas devem andar juntas em prol do desenvolvimento individual e, conseqüentemente, da Fundação.

Além da divulgação de materiais informativos, a campanha prevê uma série de encontros no formato de “rodas de conversa” para tratar de forma leve e informal os vários assuntos que permeiam o SGQ e o PE.

A primeira roda de conversa contou com o Diretor de Benefícios, Eduardo Brasil, e a Gerente de Riscos, Adriana Mezabarba, que desmistificaram os termos SGQ e PE.



“A Eletros já foi certificada nos processos da Diretoria de Benefícios com o selo ISO 9001 e isso comprova o nosso comprometimento com um Sistema de Gestão da Qualidade, mas queremos mais, queremos que o comportamento SGQ seja um ativo dos empregados, uma ferramenta de desenvolvimento pessoal que naturalmente gerará bons resultados para a Eletros e seus participantes.” Destaca Eduardo Brasil.

Todos os empregados da Fundação puderam participar presencialmente ou por meio de videoconferência.



Para as próximas rodas de conversa novos convidados participarão e temas como: projetos de sucesso que já foram implantados na Fundação, fundamentos do SGQ, Planejamento Estratégico na prática, já estão na pauta.

O objetivo da campanha é disseminar muito conhecimento e aumentar o sentimento de pertencimento no sucesso da Eletros, afinal, os empregados que fazem o Encaixe Perfeito acontecer!!

Ao final de cada encontro, acontece uma competição de encaixe perfeito com um minigame Tetris.

“Gerar um momento de descontração é importante para criar conexão com o tema. A escolha do joguinho retrô encaixou perfeitamente com o conceito da campanha e fez sucesso entre os empregados que se divertiram em uma rápida competição ao som de “acorda Pedrinho”. Diz Sharen Nicolau, Gerente de comunicação e marketing institucional.

**Fonte:** [Eletros](#), em 08.08.2022.