



A pandemia deixou marcas invisíveis que se manifestam nos ambientes corporativos até hoje. Na WTW, multinacional especializada em corretagem de seguros e consultoria, o pós-pandemia trouxe à tona um desafio silencioso: o aumento nos casos de afastamento por saúde mental.

A resposta da empresa foi mais do que criar uma iniciativa pontual — foi estruturar um programa contínuo, com metodologia, mensuração e propósito. Assim nasceu a “Jornada da Felicidade”, uma estratégia robusta de bem-estar corporativo construída a partir dos pilares da Psicologia Positiva (PERMAV), que teve início no final de 2024.

“Criamos um programa que vai além do bem-estar. A Jornada da Felicidade é uma estratégia que integra liderança, cultura e propósito de forma estruturada, e que faz parte dos pilares da empresa para os próximos anos”, afirma a diretora de RH da WTW Brasil, Nancy Quintela.

### **Da urgência à estratégia**

A WTW já havia iniciado movimentos na área com o programa “Se Conhecer Faz Bem”, mas entendeu que precisava ir além. “Percebemos que falar só de bem-estar não era suficiente. Era necessário falar de felicidade como conceito mais amplo, que conecta propósito, cultura e liderança”, reforça Nancy.

Com apoio da médica corporativa e após uma imersão em certificações internacionais, a empresa reformulou sua abordagem e decidiu criar um programa perene e estruturado, que é ancorado nos

pilares PERMAV — Emoções Positivas, Engajamento, Relacionamentos, Significado, Realizações e Vitalidade — e tem cinco frentes estratégicas:

- Capacitação da liderança (começando pelo CEO e C-Level)
- Criação de uma cultura de bem-estar como propósito corporativo
- Expansão do tema para além do ambiente de trabalho
- Ensino de habilidades relacionadas à felicidade
- Desenvolvimento de métricas e indicadores de impacto

### **Exemplo de cultura viva**

A participação da House of Feelings - primeira escola de sentimentos do mundo - aconteceu na criação dos “Guardiões da Felicidade”, grupo formado por 50 colaboradores voluntários de diferentes áreas que passaram por uma capacitação profunda com a House of Feelings. Esses guardiões passaram a atuar como pontos de escuta ativa e apoio emocional, promovem ações e replicam aprendizados. Eles atuam como pontos de escuta ativa, reforçam os conceitos de bem-estar no dia a dia e impulsionam ações dentro das equipes.

Um exemplo marcante veio da área de Operações e TI: três guardiões decidiram, por conta própria, organizar um workshop interno para compartilhar o que aprenderam com colegas. Eles estruturaram um conteúdo acessível, criaram um guia de primeiros socorros emocionais, promoveram rodas de conversa e se tornaram referências de apoio emocional dentro dos seus times. A iniciativa cresceu organicamente e inspirou outras áreas a replicarem o modelo.

“A Virgínia chegou como um encontro de almas. A House of Feelings trouxe estrutura, profundidade e sensibilidade para transformar nossas intenções em cultura”, complementa a Parceira de Negócio de RH da WTW Brasil, Andressa Duarte.

### **Resultados que sustentam a transformação**

Desde o início do programa, a WTW colheu resultados significativos:

- Redução de 30% nos afastamentos por saúde mental, comparado ao cenário de três anos atrás
- Queda expressiva no turnover e nos pedidos de desligamento voluntário
- Aumento na atratividade da marca empregadora, com maior engajamento de candidatos nos processos seletivos
- Engajamento interno crescente, com maior participação dos colaboradores nas ações promovidas

“Quando os números começam a mostrar aquilo que sentimos no clima organizacional, temos certeza de que estamos no caminho certo. Os indicadores mostram que o cuidado com as pessoas é, sim, uma estratégia de negócio — e que felicidade é um tema que deve estar na pauta da liderança”, afirma Nancy Quintela.

### **Parceria que impulsiona transformação**

“A felicidade dentro das empresas não é um bônus, é um indicador de saúde organizacional. O trabalho com a WTW mostra que é possível, sim, tratar esse tema com profundidade, responsabilidade e resultados concretos”, reforça sócia e consultora da House of Feelings, Virgínia Planet.

Mais do que uma consultoria, a House of Feelings tornou-se parceira estratégica de uma mudança cultural com impacto mensurável. A Jornada da Felicidade agora faz parte dos pilares da WTW para os próximos três anos, com planos concretos de expansão para a América Latina e interesse de outras unidades da companhia ao redor do mundo — incluindo a China.

**Fonte:** Conecte, em 03.09.2025