

Por Márcia Alves

Em cenário de crise econômica, conquistar o engajamento dos funcionários é crucial para as empresas alcançarem resultados. Por isso, para que os profissionais se sintam parte do esforço coletivo para superar os tempos difíceis, algumas empresas vêm investindo na oferta de benefícios. Já os funcionários, por sua vez, percebendo a dificuldade de obter vantagens salariais no mercado de trabalho, preferem se manter no emprego, com a condição de obterem outros tipos de compensações.

Recente pesquisa da Great Place to Work (GPTW) aponta que nas empresas melhor colocadas do ranking os benefícios são recorrentes. Alguns estudos indicam que funcionários motivados são 12% mais produtivos e que para cada US\$ 1 gasto em saúde e bem-estar dos funcionários, os empregadores podem esperar o retorno entre US\$ 3 e US\$ 6 sobre seu investimento. Também é comprovado que benefícios, como, por exemplo, o seguro de saúde, podem reduzir a rotatividade de funcionários em até 25%.

Mas, reter talento não é tarefa fácil, conforme pesquisa global da Robert Half realizada com 1.775 diretores de RH de 13 nacionalidades, dos quais 100 brasileiros. O resultado mostrou que a rotatividade de colaboradores no Brasil aumentou em 82% desde 2010, enquanto a média mundial foi de 38%. A situação é agravada pelo desemprego, que já fechou mais de um milhão de vagas no último ano.

No entanto, a crise econômica não é motivo para eliminar os benefícios a empregados. Nos Estados Unidos, por exemplo, a maioria das empresas da lista “The Principal 10 Beste Companies” manteve ou até aumentou o pacote de benefícios, mesmo no ápice da crise econômica. Algumas adotaram a solução de transferir parte dos custos aos seus colaboradores. Um estudo feito pela Harvard Business Review Analytic identificou que as empresas que oferecem benefícios melhoram a qualidade do recrutamento, engajam e comprometem os funcionários e constroem relações mais sólidas com os consumidores.

As necessidades dos funcionários

Entre os benefícios mais valorizados pelos colaboradores, destacam-se o seguro de vida. O resultado está próximo ao apurado pela consultoria Hays em levantamento com 700 empresas, no qual o seguro vida aparece como o segundo principal benefício oferecido (87%), perdendo apenas para o seguro saúde (90%). Ainda de acordo com o levantamento da Hays, 94,5% dos empregadores consideram os benefícios não salariais uma ferramenta importante para contratar e reter funcionários.

Dilmo B. Moreira, presidente do CVG-SP, destaca que os produtos oferecidos pelo mercado de seguros privado atendem ao objetivo das empresas de incrementar os benefícios, além de proporcionar vantagens adicionais aos empregados. Entre as situações abrangidas pelo seguro, ele cita preocupações rotineiras como o pagamento de saúde, escola, moradia, água, luz, televisão por assinatura, telefone etc. “A transferência dessas situações ao seguro ameniza o impacto de dificuldades aos usuários, no caso, por exemplo, da redução da capacidade financeira habitual dos responsáveis por arcar com tais obrigações”, afirma.

Uma das formas de implementar a oferta de benefícios aos funcionários, segundo o presidente do CVG-SP, é por meio da proteção do seguros de pessoas, cujos tipos mais conhecidos são o de vida e o de acidentes. Ele ressalta que o ramo comporta produtos voltados a atividades profissionais específicas, como, por exemplo, para motofretistas (motoboys), mototaxistas, médicos e engenheiros. “Mesmo situações com aceitação restrita como indivíduos diabéticos, pilotos de avião e incluídos na terceira idade podem usufruir da proteção de apólices especialmente desenvolvidas

para tanto”, diz.

Ele acrescenta que as vantagens também são muitas para os empregadores: redução do absenteísmo, diminuição do custo das horas trabalhadas por meio da conversão de pagamentos diretos em salários indiretos e, ainda, auxílio na melhoria do desempenho dos colaboradores. A seu ver, organizar e manter uma rede eficiente de proteção, seja empregado ou trabalhador liberal, exige planejamento, disciplina e conhecimento das opções disponíveis no mercado segurador. “É importante entender as necessidades efetivas, sejam laborais, individuais ou familiares, bem como o custo inerente ao atendimento destas, assim, o auxílio de um profissional no assunto é sempre importante”, diz.

Fonte: [CVG-SP](#), em 22.01.2016.