

PREVIDÊNCIA

PARA RETER FUNCIONÁRIOS

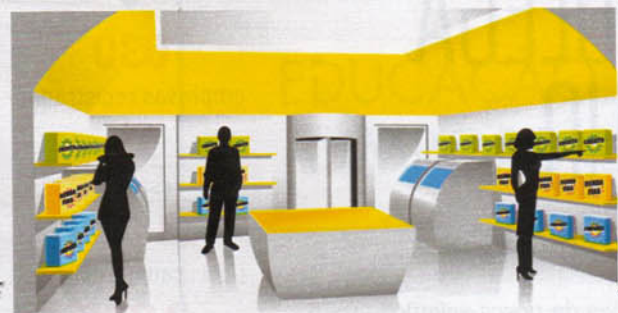
Os planos corporativos de previdência vêm conquistando mais adeptos. Segundo a Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (Fenaprevi), no primeiro semestre de 2011 os planos empresariais arrecadaram 3,2 bilhões de reais, crescimento de 21% em relação ao mesmo semestre do ano passado. A explicação? Há mais corporações oferecendo o benefício aos colaboradores. “A competição por mão de obra é alta. A saída é oferecer mais benefícios para reter e atrair gente”, diz Renato Russo, vice-presidente da Fenaprevi. “Como as empresas têm maior perspectiva de crescer, há mais tranquilidade para oferecer um incentivo que gera um custo financeiro elevado”, diz o executivo.



SUCESÃO

Líderes identificados

A sucessão de altos executivos é uma das principais preocupações das empresas no Brasil, revela pesquisa feita pela Fesa, consultoria de seleção de executivos, que ouviu líderes de 100 companhias com faturamento anual de 500 milhões a 5 bilhões de reais. Seis em cada dez empresas declaram ter sucessores prontos para assumir os cargos imediatamente. Um exemplo: **Fabian Gil** (foto), que acaba de ser promovido a diretor comercial da divisão de plásticos de performance da química Dow na América Latina, depois de ocupar a presidência da Dow Agroscience no Brasil. As estratégias utilizadas na formação de futuros líderes são: participação em decisões fora da área de atuação (37%), treinamento por mentores ou coaches (18%), até compartilhamento da agenda do atual presidente (17%).



QUALIDADE DE VIDA

PERTO DE CASA

Para escolher sua nova sede, na zona leste de São Paulo, a Apdata, empresa de software, resolveu verificar onde os funcionários moravam. Ao descobrir que 75% dos 320 empregados moram na região, mudou os planos de se instalar na zona sul da capital paulista, onde ficam a maioria das empresas de tecnologia. “Se o profissional chega ao trabalho estressado, perdemos produtividade”, diz Luiza Nizoli, presidente da empresa.

FINANÇAS

Banco ou supermercado?

O Banco do Brasil vai lançar ainda neste ano uma agência experimental em que os serviços bancários ficarão expostos em prateleiras, como sabão em pó no supermercado. “Queremos testar um novo formato de venda em que o visitante pode manusear o produto financeiro, que hoje é intangível”, diz Hideraldo Dwight, diretor da unidade de gestão de canais do Banco do Brasil, em Brasília. A agência ficará na Avenida Paulista, em São Paulo, e vai funcionar 24 horas por dia.