



GRUPO DE ESTUDO DE ASPECTOS EMPRESARIAIS E DE GESTÃO CORPORATIVA E DA INOVAÇÃO E DA EDUCAÇÃO E DE REGULAÇÃO DO SETOR ELÉTRICO - GEC

ENGAJAMENTO DE COLABORADORES COM COMUNICAÇÃO FOCADA EM SEGURANÇA VIA REDE SOCIAL INTERNA (YAMMER)

AMANDA APARECIDA DA SILVA(1); CAMILLA TORRES CLARKSON(1); FELIPE VASCONCELOS(1); ALEXANDRE DE MELLO LOPES(1); RONALDO RIBEIRO DE FREITAS FILHO ENEL GREEN POWER BRASIL PARTICIPACOES LTDA(1)

RESUMO

A Enel Green Power (EGP) é uma empresa do grupo Enel que atua na parte de energia renováveis. Um dos pilares da EGP é a segurança e existe um incentivo constante para que os colaboradores priorizem a vida. A empresa possui campanhas estruturadas de segurança que são divulgadas para todos os colaboradores através de portais internos da empresa. Adicionalmente, identificou-se uma oportunidade de engajamento através da rede social interna (Yammer) e realizar comunicações através do aplicativo WhatsApp para os grupos operacionais da empresa. Este artigo apresenta o desenvolvimento e os resultados alcançados com o projeto: Precisamos Falar Sobre Segurança.

PALAVRAS-CHAVE

Segurança, Engajamento, Mídia Social, Yammer, WhasApp.

1.0 INTRODUÇÃO

A Enel Green Power está presente em 32 países nos 5 continentes e dirige mais de 1.200 centrais. Mantém uma presença relevante e conta com 100% de energia verde no Brasil. O objetivo é aumentar a geração a partir de fontes renováveis, de modo a garantir o acesso à energia nas áreas rurais e melhorar a eficiência energética do país. Com 81 instalações (Energia Hidrelétrica, eólica e solar) possui uma capacidade total de 5GW.

Um dos pilares da EGP é a segurança e existe um incentivo constante para que os colaboradores priorizem a vida e sempre realizem as atividades com foco total no cumprimento dos procedimentos que garantam a integridade de si e dos outros. A empresa possui campanhas estruturadas de segurança que são divulgadas para todos os colaboradores através de portais internos da empresa. Adicionalmente, identificamos uma oportunidade de engajamento diferenciado através da rede social interna (Yammer) e realizar comunicações através do aplicativo WhatsApp para os grupos operacionais da empresa. Desta forma idealizou-se uma comunicação diferenciada e intimista que fosse capaz de alertar e informar os colaboradores sobre o tema de segurança além de abrir a possibilidade de abertura de debates e compartilhamento de experiências.

1.1 A SEGURANÇA DO TRABALHO

Segurança do Trabalho é um conjunto de medidas que são adotadas na prática com o intuito de minimizar os riscos de acidentes de trabalho. Esta também abrange a proteção contra o surgimento de doenças ocupacionais. A foco principal é proteger a integridade física e a capacidade dos colaboradores. O colaborador deve retornar a cada como veio para o local de trabalho ou ainda melhor.

No Brasil, a legislação que se ocupa desse assunto é abrangente e envolve uma série de medidas obrigatórias as quais devem ser adotadas pelas empresas e respeitadas pelos funcionários. Cada organização deve se adaptar às normas conforme sua realidade e ramo de atuação, desenvolvendo medidas que garantam o máximo de proteção aos trabalhadores.

Dessa maneira, a maneira surge um importante tópico que as empresas devem buscar instrumentos que visem o fomento a práticas seguras dentro da empresa.

O cuidado e a atenção a saúde e prevenção de acidentes faz com que os colaboradores se sintam valorizados no ambiente laboral, isso resulta em funcionários mais satisfeitos e motivados. Do ponto de vista econômico eles produzirão mais e melhor. Sem contar que a empresa terá uma redução significativa quanto aos custos com eventuais acidentes e/ou doenças ocupacionais bem como afastamentos.

O desafio como empresa é que conhecendo a importância da segurança do trabalho é como motivar e conscientizar os seus colaboradores quanto ao assunto

É papel do empregador, ou gestor, a implementação das medidas de segurança, entretanto, cabe ao corpo de colaboradores efetivamente auxiliar nesse processo, para tanto se faz necessário sobretudo que eles entendam a importância da saúde e da segurança no trabalho.

A Pirâmide de Bird surgiu nos Estados Unidos, na década de 60, quando o engenheiro Frank Bird realizou o desenvolvimento de um importante estudo para mensurar e qualificar os riscos laborais. Esse profissional avaliou quase dois milhões de acidentes em 297 companhias norte-americanas nesse período.

A mais importante informação que pode se retirar desse estudo é que eventos mais suaves devem receber cuidados em dobro, porque eles ocorrem em maior volume. Evidentemente, isso nem de longe significa renunciar às precauções com os perigos mais graves. O foco da conscientização é alertar de cada parte da pirâmide com temas que incentivem o colaborador a criar alertas para os níveis.

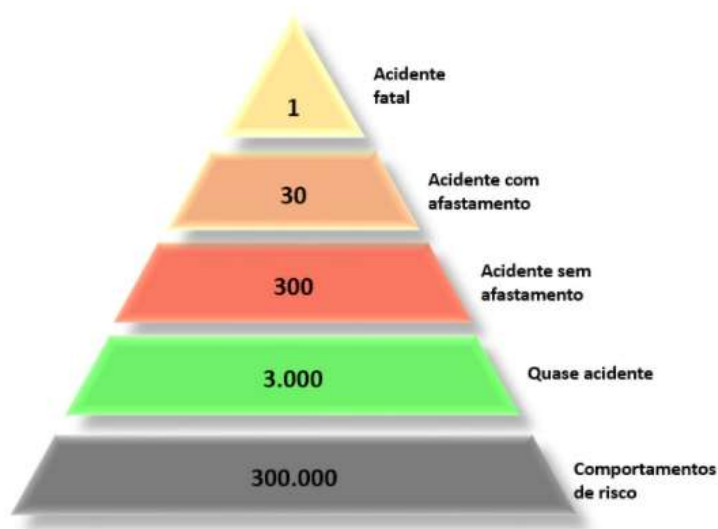


FIGURA 1 – Pirâmide de Bird

1.2 A WEB SOCIAL

A primeira fase da web entre aproximadamente os anos de 1998 a 2003 é conhecida como a “internet das empresas”, onde os usuários tinham o poder apenas de consumir o conteúdo colocado pelas empresas. A comunicação dessa época era unilateral. Chamada de Web 1.0 tem como característica a baixa interatividade.

Com o número crescendo de usuários a evolução como as empresas utilizaram seus recursos e ferramentas também sofreu modificação. O termo Web 2.0 se popularizou a partir de 2004 pela empresa americana O'Reilly Media, marcando uma nova fase em que o internauta havia se conscientizado do poder de criação, interação e formação de opinião que a web lhe proporcionava, e com isso, não se comportaria mais como um espectador passivo diante de uma marca, empresa ou instituição. Pelo contrário, a “internet 2.0” é marcada principalmente pela participação direta do internauta como um gerador de conteúdo, que popularizou ferramentas e serviços como os blogs, chats online, sites para publicação de vídeos, redes sociais e wikis.

O movimento criado a partir da ampla interação nas mídias digitais gerou em poucos anos uma quantidade absurda de informações sobre o próprio usuário/consumidor, que se trata de patrimônios valiosos do ponto de vista do marketing e das estratégias de negócios nos mais variados setores. A “internet 3.0” se caracteriza principalmente pela organização dessas informações sobre o próprio usuário/consumidor, especialmente para que as máquinas possam compreender melhor as tendências e otimizar as experiências deste usuário na web. Ou seja, os sistemas se mostram mais preparados para entender melhor o que o usuário deseja e para ajudá-lo com mais eficiência. Outra característica que marca a internet 3.0 é o aumento no tempo de conexão por parte dos usuários, que subiu radicalmente a partir da popularização de plataformas móveis, como smartphones e tablets. Ou seja, o consumidor está cada vez mais conectado à “grande rede”, desenvolvendo atividades diversas, nas muitas áreas da sua vida.

As empresas precisam cada vez mais se aproximar do funcionário e realizar interações, a utilização de redes sociais internas se apresentam como uma ferramenta importante nesse intuito.

1.3 A COMUNIDADE YAMMER

O Yammer é uma rede social para empresas que foi comprada pela Microsoft em 2012. Além disso, a ferramenta vem junto com o pacote Office 365 e pode ser utilizada dentro dos aplicativos. Sua interface é simples e parecida com a de outras redes sociais já conhecidas, como o Facebook. Os usuários podem publicar posts, curtir publicações de colegas de trabalho, respondê-las ou, até mesmo, compartilhá-las. Há ainda a possibilidade de criar grupos

fechados, com a opção de separar as equipes e falar de temas mais específicos. Na Enel Green Power o Yammer já é uma ferramenta utilizada pelos colaboradores e representa uma oportunidade de compartilhar informações através dos membros. Com mais de 100 mil usuários o Chanel: All Company, representava uma oportunidade para dividir mensagens de segurança.

1.4 OS GRUPOS WHATSAPP OPERACIONAIS

Internamente para uma comunicação rápida com a operação local das plantas renováveis da EGP, tem-se grupos operacionais de comunicação. Esses grupos são formados por pessoas que trabalham na planta, operadores do Centro de Controle e coordenação que utilizam a facilidade da ferramenta para solucionar casos que afetem a produção da planta. Viu-se aqui também uma boa oportunidade de chegar nas pessoas de se aproximar das pessoas das plantas de incentivar o pensamento de segurança, através de temas que fazem parte do dia a dia da operação, tornando aquela informação de extrema importante. Internamente o alcance de pessoas nos grupos chega a 252 colaboradores de vários lugares do país.

2.0 O PROCESSO EVOLUTIVO DA CAMPANHA

O processo criativo levou em consideração três pilares: processo, cultura e pessoas.

- Processo: desenhado para atingir o maior número de pessoas utilizando ferramentas já utilizadas no cotidiano da operação EGP;
- Cultura: aumentar o nível de maturidade dos colaboradores para o tema de segurança
- Pessoas: o que é importante que chegue para o colaborador através de pílula de conhecimento e que ele se sinta próximo da campanha.

Primeiramente, foi elaborado uma mascote mulher com características humanas que representasse os colaboradores no trabalho. A mascote utiliza todos os EPIs obrigatórios para as execuções de atividades operacionais em campo, além da máscara de proteção contra o COVID-19. O objetivo da criação da mascote foi ter uma personagem com a qual o colaborador pudesse se identificar e trazer maior grau intimidade e informalidade na comunicação sem deixar de tratar de um assunto tão importante e delicado que é a segurança. A personagem criada ainda não foi vista sem a máscara o que indica que ainda é importante o seu uso e isso é recordado em cada nova postagem.



FIGURA 1 – Mascote da Campanha: Precisamos Falar Sobre Segurança

A campanha foi intitulada como: Precisamos Falar Sobre Segurança e teve início na primeira semana de janeiro de 2021. Semanalmente é escolhido um tema sobre segurança, por exemplo: utilização de EPIs, 5 Regras de Ouro, Sustentabilidade etc. Campanhas internas promovidas pelo setor de Segurança também são abordadas nas mensagens, assim como campanhas nacionais como o outubro rosa e o setembro amarelo.

A cultura pró segurança é exibida em forma de pílula do conhecimento. Na primeira parte da comunicação é fornecido um questionamento ou algo que leve o leitor a se questionar sobre o que está sendo mostrado, com uma imagem referente a este tema e a segunda parte a mascote apresenta conhecimento a ser implementado considerando a discussão em questão. As publicações são realizadas na rede social interna Enel (Yammer) em três

línguas (português, inglês e italiano), para maior alcance de público. É o momento que todos os colaboradores falam a mesma língua: segurança.



FIGURA 2 – 5W1H do projeto

As pessoas podem visualizar o post, curtir e comentar. Através dos comentários cria-se a oportunidade de troca de conhecimento e de interagir com colaboradores de outras localidades/ países que, com vivências distintas, podem agregar ideias que poderão ser utilizadas no dia a dia. Em paralelo a comunicação é realizada nos grupos operacionais que possuímos no aplicativo WhatsApp, levando ao público operacional das plantas também a oportunidade de ter o momento de pensamento no tema.

Segurança

- Precisamos falar sobre Segurança

Você sabe quais são as 5 Regras de Ouro?

Olá pessoal!

As 5 Regras de Ouro são:

D – Desligar
Desligar as fontes de tensão

I – Impedir
Impedir a reenergização (bloqueio)

C – Constatar
Constatar a ausência de tensão

A – Aterrar
Aterrar o sistema elétrico e curto-circuito

S – Sinalizar
Sinalizar os bloqueios

Seja o anjo da guarda de alguém!
Compartilhe essa mensagem com nossos colaboradores parceiros!

Fonte: <http://sirtec.com.br/treinamento-e-monitoramento-5-regras-de-ouro-em-fortaleza/>

FIGURA 3 – Primeira versão da mensagem – identidade visual em construção



FIGURA 4 – Versão final - Identidade visual estabelecida

Engajamento significa uma relação de confiança e empatia. O engajamento nas redes sociais acontece quando o usuário se comunica com a postagem por meio de curtidas, comentários e respostas de qualquer solicitação. Isso representa um nível interessante de envolvimento entre a comunicação que está sendo feita e o leitor.

No processo de aumento do engajamento da campanha foi muito importante conhecer o público. Os colaboradores da EGP são de vários países, era importante que a mensagem chegasse na língua mãe. No início a língua espanhola não era incluída no compartilhamento das mensagens, porém um colaborador indicou em um dos comentários a importância de essa ser incluída, o que aconteceu em julho.

O conteúdo é diversificado e relevante, fornecendo situações que fazem os colaboradores pensarem: isso pode acontecer comigo, ou com algum colega de trabalho, devo sempre estar atento a esse tema. Além, de temas operacionais que alertam as equipes de campo, tem-se também mensagens para aqueles que se encontram em home-office, o tema estresse foi abordado, assim como ergonomia, entre outros. Foi Desenvolvido cada publicação pensando sobre como as pessoas serão estimuladas a interagir. Foi preciso que os conteúdos sejam amigáveis e acessíveis, responder aos comentários também foi uma ótima forma de obter engajamento, já que o colaborador se sente ainda mais próximo da publicação e do tema.

Foi fundamental se fazer presente para o público-alvo. O engajamento na rede social Yammer, assim como outras redes sociais, depende do contato frequente e constante com quem acessa o Chanel. Foi Mantido a regularidade nos posts semanalmente, sempre planejando qual será o tema daquela semana que deve ser diferente dos outros postados anteriormente. Isso otimiza dessa forma o objetivo de aumentar as visualizações, os colaboradores se acostumaram com as publicações e se fidelizaram a campanha. As publicações se tornam parte de suas rotinas e fazem diferença na experiência de navegação. Se utilizou palavras chaves, as hashtags, com isso a cada busca na rede a campanha poderia ser vista como principal busca.

O monitoramento do resultado das estratégias se faz totalmente necessário. Foi preciso mensurar esses números e entender o que está por trás das métricas geradas em todas as mensagens. O Yammer fornece um gráfico automático de consulta de resultados. Fez-se uso dessas informações para acompanhar o quanto a campanha estava crescendo. O aumento dos comentários, compartilhamentos e curtidas foram ótimos indicadores de engajamento. As respostas foram positivas, isso foi um sinal de que a estratégia adotada estava funcionando.

O engajamento nas redes sociais é uma busca imprescindível e que deve ser constante. A melhoria contínua deve ser aplicada para fazer com que cada vez mais as mensagens cheguem a mais pessoas.

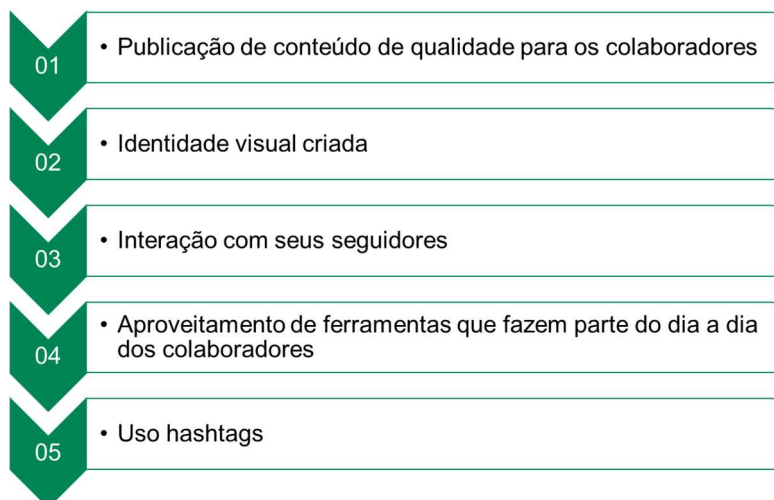


FIGURA 5 – Fluxo de acompanhamento

3.0 RESULTADOS

Como resultados podemos evidenciar o bom alcance da comunicação, com o total de 168.859 visualizações até final de outubro com 39 postagens, sendo em média 4.330 visualizações por postagem, além de um total de 334 comentários e 634 curtidas. Percebe-se o estreitamento com a comunidade empresarial e o reforço do desenvolvimento do espírito de equipe entre os colaboradores para fomentar a discussão sobre o tema de segurança. A proposta aqui apresentada pode ser replicada para outras empresas de energia. O tema de segurança é algo importante e deve ser pensado sempre de forma prioritária.

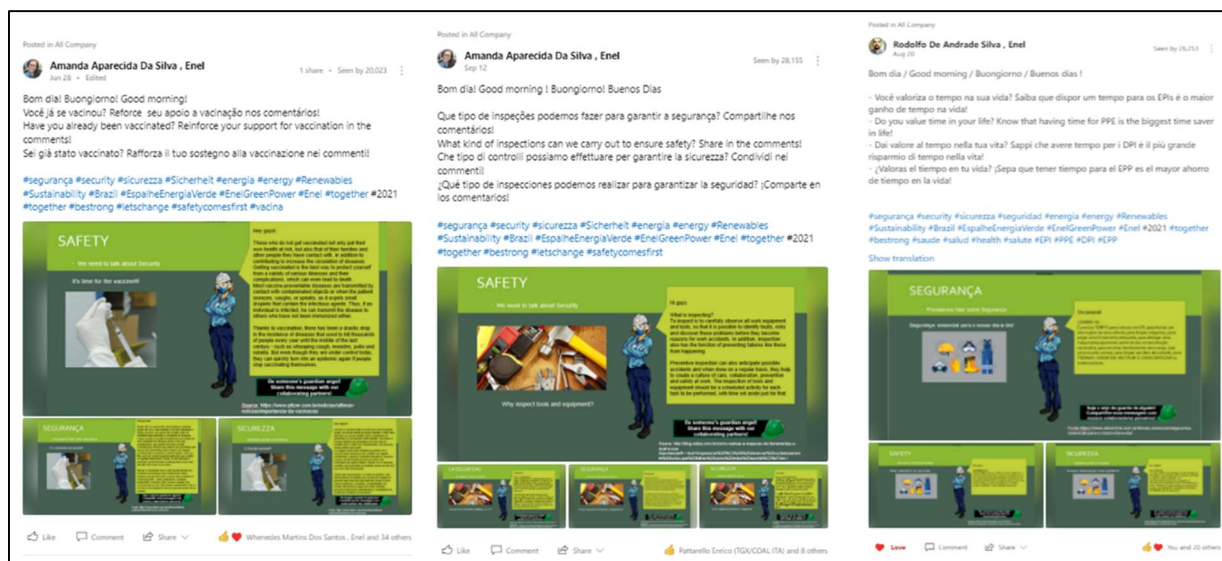


FIGURA 4 – Posts com mais de 20K de visualizações



FIGURA 5 – Destaque para esta mensagem com 28,653 visualizações

4.0 CONCLUSÕES

A campanha Precisamos Falar Sobre Segurança se mostra parte do dia a dia atual dos colaboradores internos da Enel Green Power. Percebe-se o estreitamento com a comunidade empresarial e o reforço do desenvolvimento do espírito de equipe entre os colaboradores para fomentar a discussão sobre o tema de segurança. A proposta aqui apresentada pode ser replicada para outras empresas de energia. O tema de segurança é algo importante e deve ser pensado sempre de forma prioritária.

5.0 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) – Vaz, R. W. “**A Evolução da Internet 1.0 a 3.0**”. Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/a-evolucao-da-internet-1-0-a-3-0/134074>
- (2) – Barsano, Paulo. “**Segurança do Trabalho guia prático e didático**”. Somos. 2018.
- (3) – Camisassa, Mara. “**Segurança e Saúde no Trabalho**”. Forense. 2020
- (4) – Tavares, José. “**Noções de prevenção e controle de perdas em segurança do trabalho**”. Senac. 2016

DADOS BIOGRÁFICOS



Amanda Aparecida da Silva, Engenheira Eletricista pela Universidade Federal de Juiz de Fora em 2015, com 6 anos de experiência em empresa de energia, atualmente é a Engenheira responsável pelo Tempo Real do Centro de Controle da Enel Green Power localizado em Cachoeira Dourada no estado de Goiás.

- | | | |
|---|-------------------|----------|
| (2) | CAMILLA
TORRES | CLARKSON |
| <p>Inicialmente realizei a gestão de indicadores da área de O&M, em especial a Medição de Faturamento das usinas. No ano de 2019 ingressei no cargo de Eficiência Operacional Wind, sendo responsável pela análise de desempenho das usinas, elaboração de forecasts de produção e geração de reportes em Power BI. Em 2019 iniciei minha trajetória na Gestão de Projetos, com o projeto de Sustentabilidade para usinas na fase de operação. Hoje continuo a trajetória na gestão de projetos em tempo integral, pois atuo no PMO de projetos de Sustentabilidade, Inovação e Robotização dentro da linha de negócios de energias renováveis.</p> | | |

(3) FELIPE VASCONCELOS
Engenheiro Eletricista pela Universidade Católica de Petrópolis possui a carreira desenvolvida na área de manutenção e distribuição de energia, com ampla experiência no controle de operações, análise e planejamento de orçamentos visando à mitigação de perdas e sustentabilidade dos negócios. Desde 2003 no grupo Enel, atualmente é o Responsável da Operação da tecnologia Hidro na Enel Green Power.

(4) RONALDO RIBEIRO DE FREITAS FILHO
Profissional com 15 anos de experiência no Setor Elétrico Brasileiro (Geração e Distribuição), gerenciando equipes multidisciplinares.
Liderança com foco na resolução de problemas, pensamento criativo/inovador e otimização de processos. Técnico em Eletrotécnica, Engenheiro Civil e MBA em Gerenciamento de Projetos.

(5) ALEXANDRE DE MELLO LOPES
FORMAÇÃO ACADÊMICA Pós-graduação em Engenharia Elétrica com ênfase em sistema de potência, UniSociesc – Em andamento. Pós-graduação – MBA em gestão de negócios com ênfase no setor elétrico, Ibmecc – agosto/2017. Graduação Tecnológica em Sistemas Elétricos, UGF – Universidade Gama Filho – fevereiro/2008. Técnico em Eletrotécnica, Instituto Carlos Alberto Werneck – Concluído em 1999. EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL From 2021-05-01 to Current / Manager Business Unit North East 2 - Enel Green Power | Brazil, Brazil From 2019-12-01 to 2021-04-30 / Head of Maintenance Sched, Monit & Control Room - Enel Green Power | Brazil, Brazil From 2019-04-01 to 2019-11-30 / Coordenador Control Room - Enel Green Power | Brazil, Brazil