

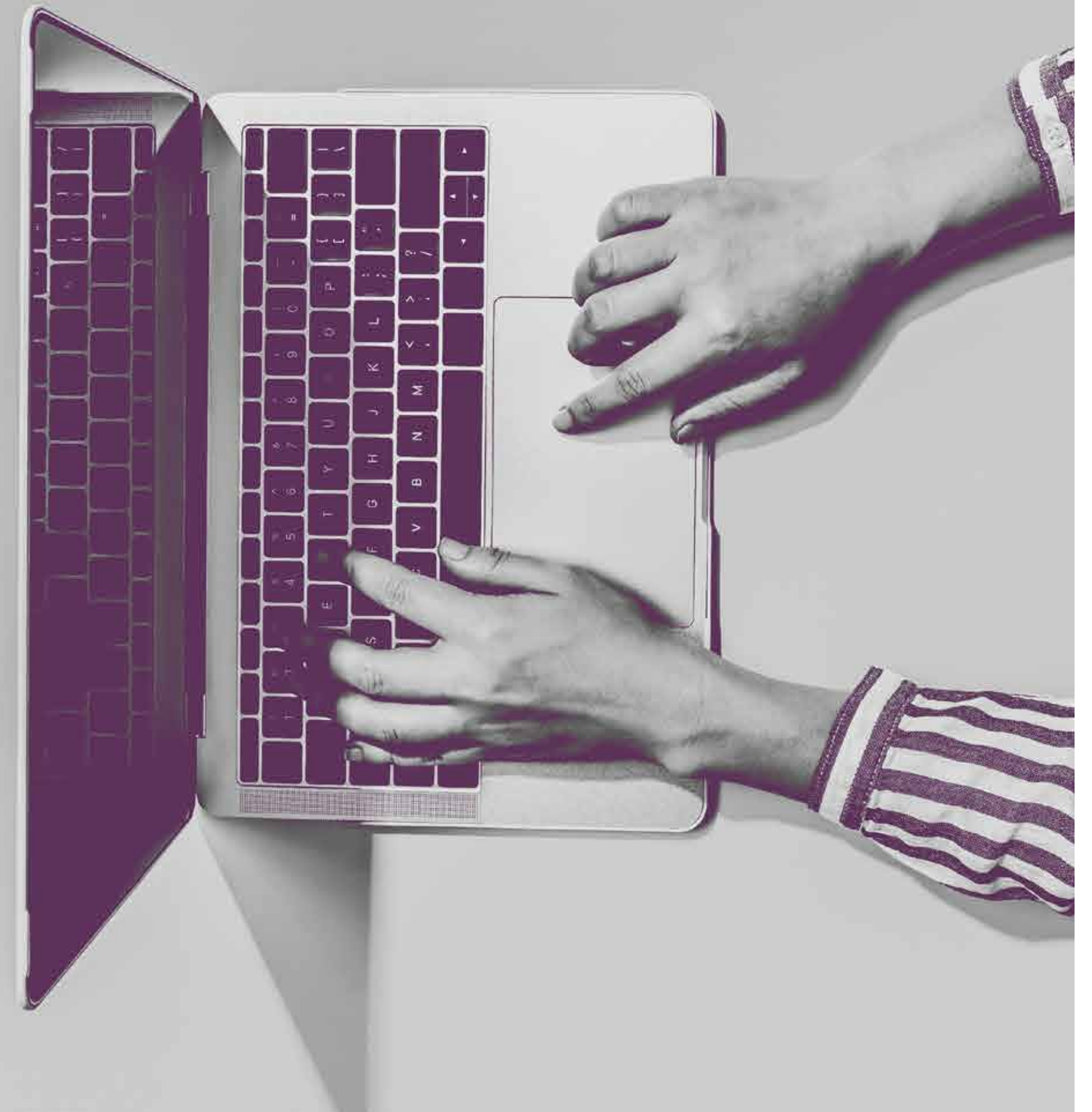
#2

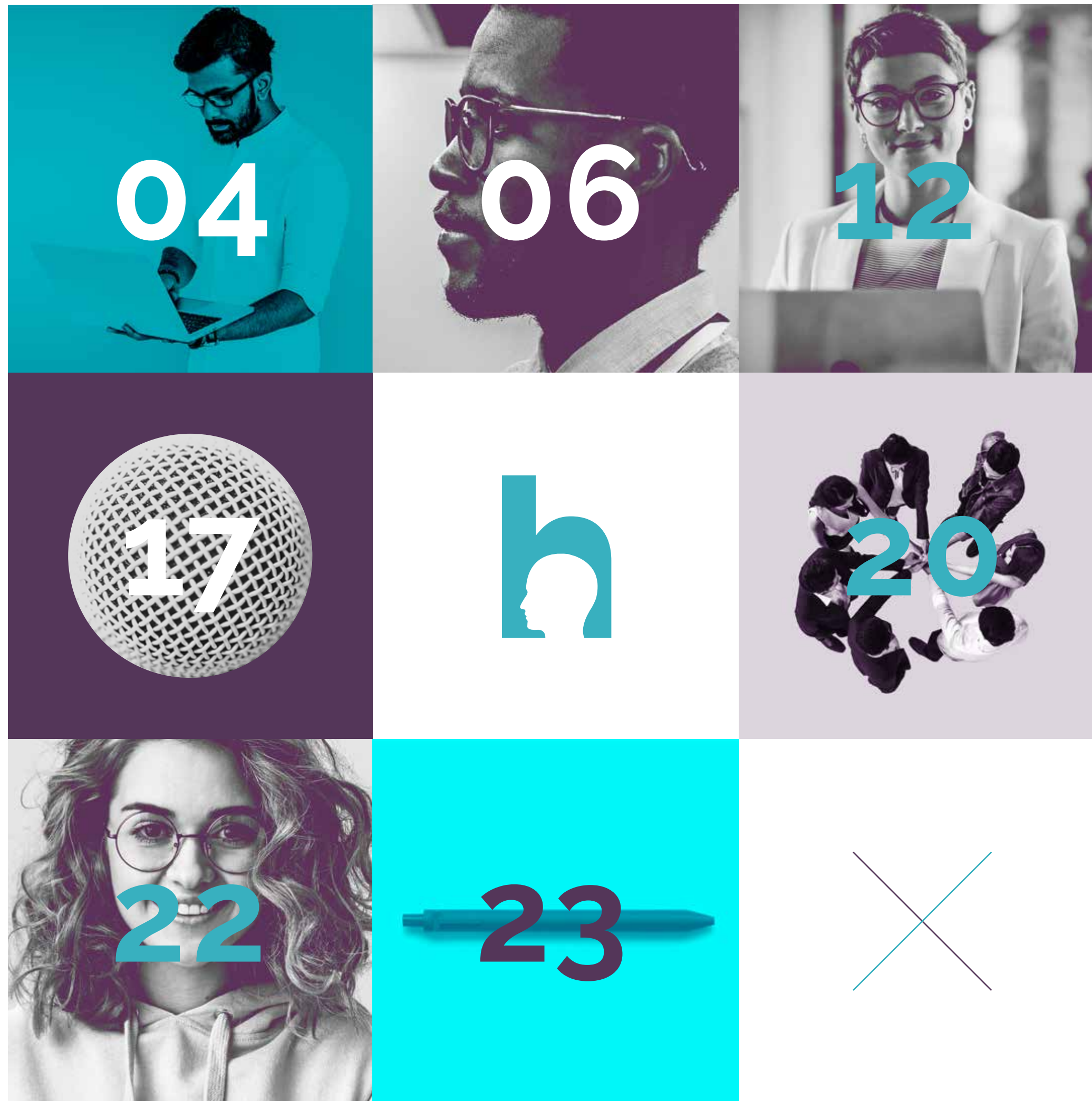
Think Work

REPORT

unico

Como criar uma cultura corporativa que permita a transformação digital?





Sumário

- 04** Introdução
- 06** Case BRF – a transformação de uma indústria tradicional
- 12** Dúvidas e aprendizados
- 17** Perfis
- 20** As transformações na gestão de pessoas
- 22** Sobre a unico
- 23** Sobre a Think Work

Introdução

Na jornada de transformação digital das companhias, há quem diga que a área de recursos humanos deva ficar apenas de apoio, no máximo, alocando os profissionais em posições corretas. O melhor líder para comandar a digitalização seria o de tecnologia ou de inovação. Esse talvez fosse um bom caminho se as organizações fossem compostas apenas por robôs e sistemas. Não é o caso.

Empresas são feitas por pessoas, já diz o jargão. Sem o envolvimento delas não há inovação. Por isso, antes de alcançar a transformação digital, o negócio precisa ter uma cultura que pos-

sibilite a criatividade, com líderes que apoiem novas ideias e permitam tentativas e erros. Nesse sentido, não há melhor profissional para liderar a transformação digital do que o de recursos humanos.

Uma pesquisa realizada pela **unico ID Tech**, em parceria com o Instituto Locomotiva e a Cia de Talentos, mapeou que duas das três características comuns às empresas inovadoras estão intrinsecamente ligadas à gestão de pessoas. Trata-se justamente de ter equipes engajadas e contar com uma cultura organizacional que incentive a inovação, junto com a estratégia de manter os clientes no centro,



durante as tomadas de decisão.

O caso da BRF, uma das maiores processadoras de carne de frango do mundo, representa bem esse modelo. A iniciativa começou na área de recursos humanos no Brasil e se expandiu para toda a corporação – globalmente. Em menos de cinco anos, Alessandro Bonorino, vice-presidente de RH da gigante de alimentos, convenceu líderes e pares de que uma indústria tradicional como a BRF também poderia se beneficiar da digitalização – e promoveu uma reviravolta no jeito de ser da empresa. De resistente, a BRF passou a entender que produzir algo tão analógico

como peito de frango poderia, sim, combinar com tecnologias como big data e inteligência artificial.

Para explicar como os líderes de recursos humanos podem capitanear esse processo e criar uma cultura corporativa que permita a inovação, a **Think Work**, em parceria com a **unico ID Tech**, convidou Alessandro Bonorino e outros executivos de gestão de pessoas de grandes companhias para uma mesa redonda virtual. O **Think Work Group** aconteceu no final de julho de 2021.

Confira as descobertas neste relatório.

Parte 1 |

Case BRF – a transformação de uma indústria tradicional

Como o RH começou o processo
que levou à evolução digital
de uma companhia inteira

Em 2017, quando Alessandro Bonorino ingressou na BRF, uma das maiores produtoras de alimentos do mundo, o cenário era difícil. A companhia, fruto da fusão entre as gigantes Sadia e Perdigão, saía de um processo de reestruturação malsucedido e enfrentava uma série de conflitos entre os acionistas, investigações da Polícia Federal e um endividamento seis vezes maior do que o dinheiro que tinha em caixa.

Além desses problemas, Bonorino, que havia trilhado uma carreira de mais de 20 anos na IBM, se deparou com uma empresa que havia parado no tem-

po. Apesar do seu gigantismo, a produtora de alimentos era extremamente analógica. Suas fábricas possuíam Wi-Fi apenas nas áreas corporativas. Nas linhas de produção, informações essenciais eram anotadas em papel e inseridas manualmente no sistema. Para acompanhar os indicadores dos frangos, a principal matéria-prima dos seus produtos, era preciso visitar pessoalmente os mais de 11 mil donos de granjas que forneciam aves para a BRF. E os produtores, por sua vez, se tivessem um problema, tinham de ligar para uma central telefônica e esperar ser atendido.

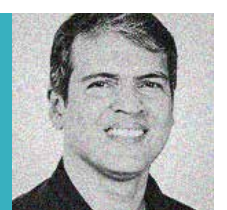
Do mesmo jeito, se algum dos quase 100 mil funcionários da BRF precisasse solicitar um holerite ou tirar uma dúvida sobre algum benefício, tinha de sair da linha de produção e discar um número do RH, que só funcionava durante o horário comercial. “Além de atrasada no processo de digitalização, a BRF tinha uma visão muito tradicional sobre tecnologia. O digital não era um ativo estratégico, para trazer agilidade e velocidade. Era um recurso operacional, para rodar grandes sistemas”, disse Bonorino, durante o **Think Work Group**.

Porém, com toda experiência que possuía da IBM, Bonorino

sabia que era a tecnologia que iria ajudar a BRF a superar as dificuldades e voltar a trilhar a rota do crescimento. “Diante da crise que nós estávamos enfrentando, com a necessidade de ganhar eficiência e reduzir custos, a única saída era transformar culturalmente e digitalmente a companhia. Era um tal de Excel voando para lá e para cá, informação errada; era impossível uma empresa de 100 mil pessoas operar dessa forma”.

“
Toda vez que eu falava de transformação, havia muito questionamento. Muita gente me achava louco (...). Eu dizia: não, senhores, a BRF vai se transformar e vou mostrar isso com a área de gente”

**Alessandro
Bonorino**
(BRF)

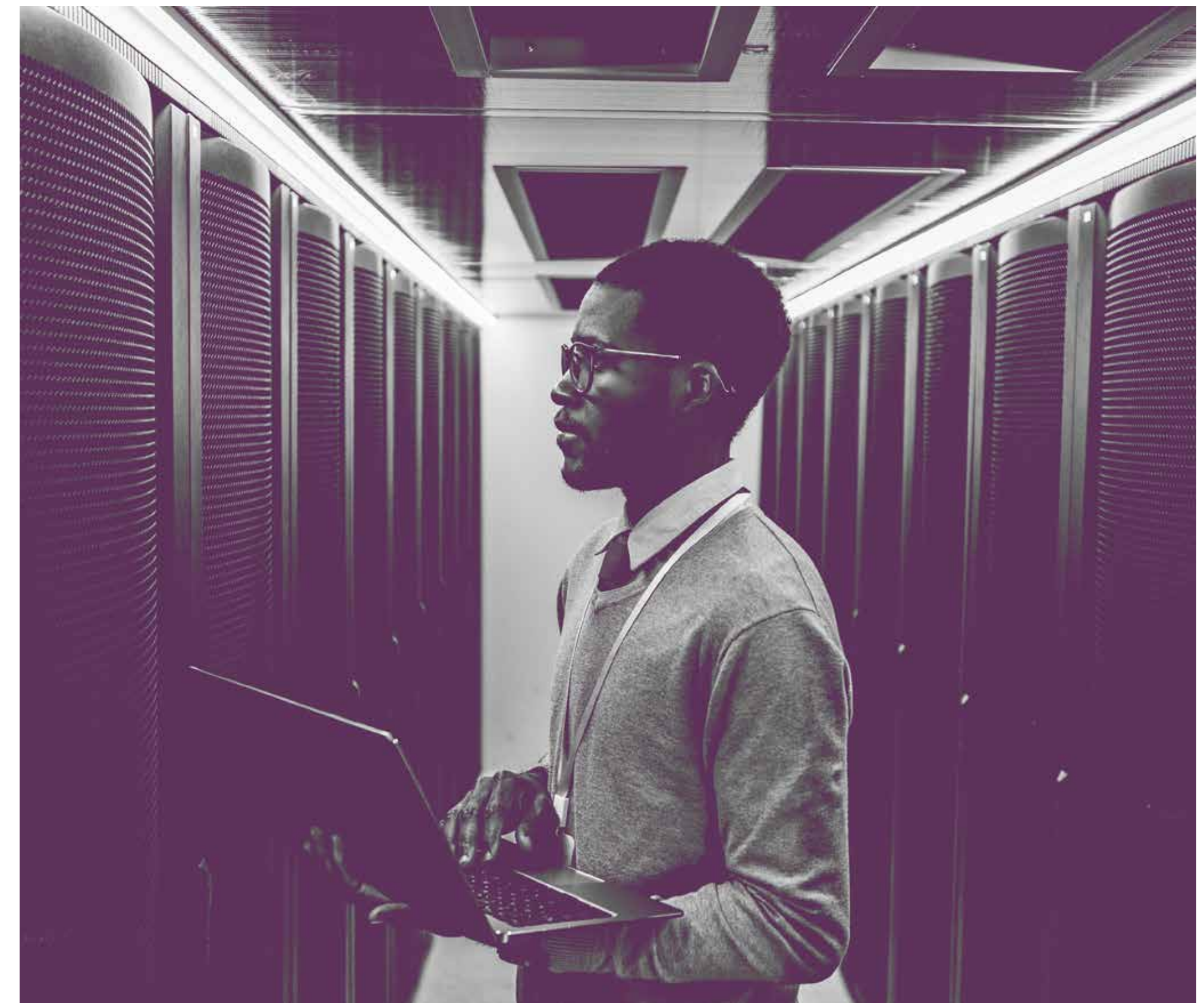


O RH protagonista

Bonorino decidiu que a área de gestão de pessoas iria liderar o processo de transformação. “Nós começamos a discussão, em 2018, focando em responder uma grande questão: diante das restrições de orçamento, como melhorar a experiência do nosso colaborador?” Ele acreditava que os quase 70 mil funcionários fabris provavelmente não conseguiam parar as tarefas, ligar para a central de atendimento e tirar suas dúvidas sobre recursos humanos. “Eles estavam desassistidos. O fundamental, naquela altura, era colocar o cliente no centro – o cliente interno”, diz.

Bonorino ainda enfrentava a desconfiança do corpo diretivo. “Toda vez que eu falava de transformação, havia muito questionamento. Muita gente me achava louco, outros diziam que a BRF estava dentro de uma indústria tradicional, que isso seria impossível de acontecer. Eu dizia: não, senhores, a BRF vai se transformar e vou mostrar isso com a área de gente. Vou provar que dá para fazer e não vou pedir orçamento extra para isso.”

Para cumprir a promessa do orçamento base zero, Bonorino teve de buscar saídas criativas. “O projeto nº 1 que fizemos batizamos de Simplifica: começamos



a simplificar processos para liberar recursos financeiros e começar os primeiros pilotos.” Com isso, pela primeira vez, a BRF disponibilizou uma plataforma digital de RH para os seus funcionários. Por meio dela, 70 mil trabalhadores operacionais, que não tinham uma experiência digital, ganharam acesso a um site de carreiras.

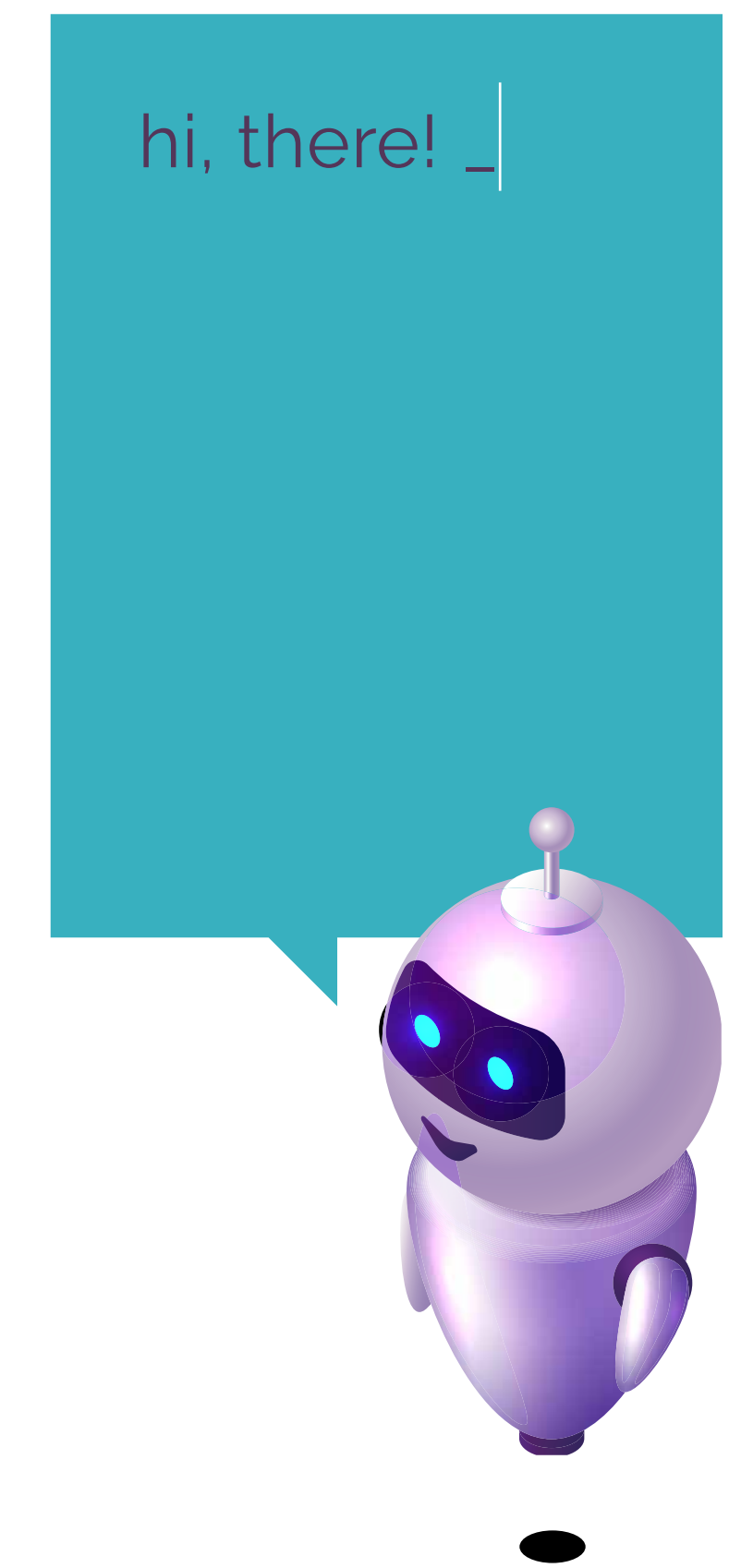
Depois, Bonorino e seu time partiu para um piloto de admissão digital. “Nós recrutávamos milhares de pessoas mensalmente, mas antes elas tinham de entregar os documentos pessoalmente no escritório”, lembra o executivo. Com o projeto, os novos funcioná-

rios assinavam o contrato e enviavam a documentação por meio de fotos, tudo virtualmente. De lá para cá, até mesmo os planos de sucessão passaram a ser feitos pelo aplicativo. Hoje, de gerentes executivos para cima, todos contam com um mapa de sucessores dentro da plataforma.

Contudo, o projeto mais ousado foi a Flor, um chatbot que responderia dúvidas dos funcionários sobre benefícios, folha de pagamento e outros temas da área de RH. Em pouco tempo, de perguntas e respostas, a assistente virtual evoluiu para a prestação de serviços básicos — e migrou da intranet

para o WhatsApp. “Se os funcionários precisam de uma declaração, por exemplo, eles escrevem para a Flor, pelo celular, e ela gera o documento automaticamente.” A Flor foi ganhando atualizações e se tornou uma plataforma transacional.

Durante a pandemia de covid-19, a assistente virtual foi fundamental para rastrear os funcionários que estivessem doentes. “Antes de sair de casa, as pessoas realizavam um *checklist*, respondendo algumas perguntas sobre sua condição de saúde. Se estivessem com sintomas, a Flor pedia que elas procurassem um médico”, diz Bonorino.



Desde 2018, a Flor já atendeu mais de 400 mil chamados, o que aumentou a produtividade de recursos humanos e melhorou a experiência dos funcionários. Agora, os profissionais podem ser atendidos pelo RH 24 horas, nos sete dias da semana.

Efeito positivo

Não tardou para que a semente plantada por Bonorino se espalhasse pela BRF. “Conseguimos mostrar que é possível fazer uma transformação brutal sem realizar grandes mudanças de cara. Podemos começar pequeno, validar e expandir. Isso muda a cultura.” Quando a companhia começou a experimentar a

transformação digital, percebeu que, além de não ser cara, os projetos melhoravam o dia a dia. “Conforme meu time ia entregando os projetos, criava um ambiente em que as outras áreas se perguntavam: ‘Será que não conseguimos fazer isso também?’ A mudança se torna viral”, completa.

A transformação digital ganhou mais tração quando, ainda em 2018, Bonorino assumiu também a área de TI e serviços compartilhados. “Ali eu passei a não só ter o papel de influenciar pela cultura, mas de expandir a transformação digital para todos os lados.” Outros times começaram a adotar a mentalidade de projetos pilotos iniciada no RH e a BRF

se tornou um celeiro de inovações. A central que atendia os produtores de aves migrou do telefone para um aplicativo. “Por meio dele acompanhamos os ganhos de peso dos frangos, mas também conseguimos prever como o clima pode afetar o preço dos grãos que vamos comprar, e até mesmo treinar aquele stakeholder.”

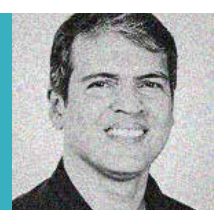
De uma companhia analógica, a BRF passou a trabalhar com startups. “Mapeamos cerca de 200 startups e sensibilizamos 2.500 funcionários com a metodologia ágil”, afirma Bonorino.

Em 2019, depois de arrumar a casa, a BRF já estava pronta para olhar para o futuro e esta-

“

Conseguimos mostrar que é possível fazer uma transformação brutal sem realizar grandes mudanças de cara. Podemos começar pequeno, validar e expandir. Isso muda a cultura.”

Alessandro Bonorino
(BRF)

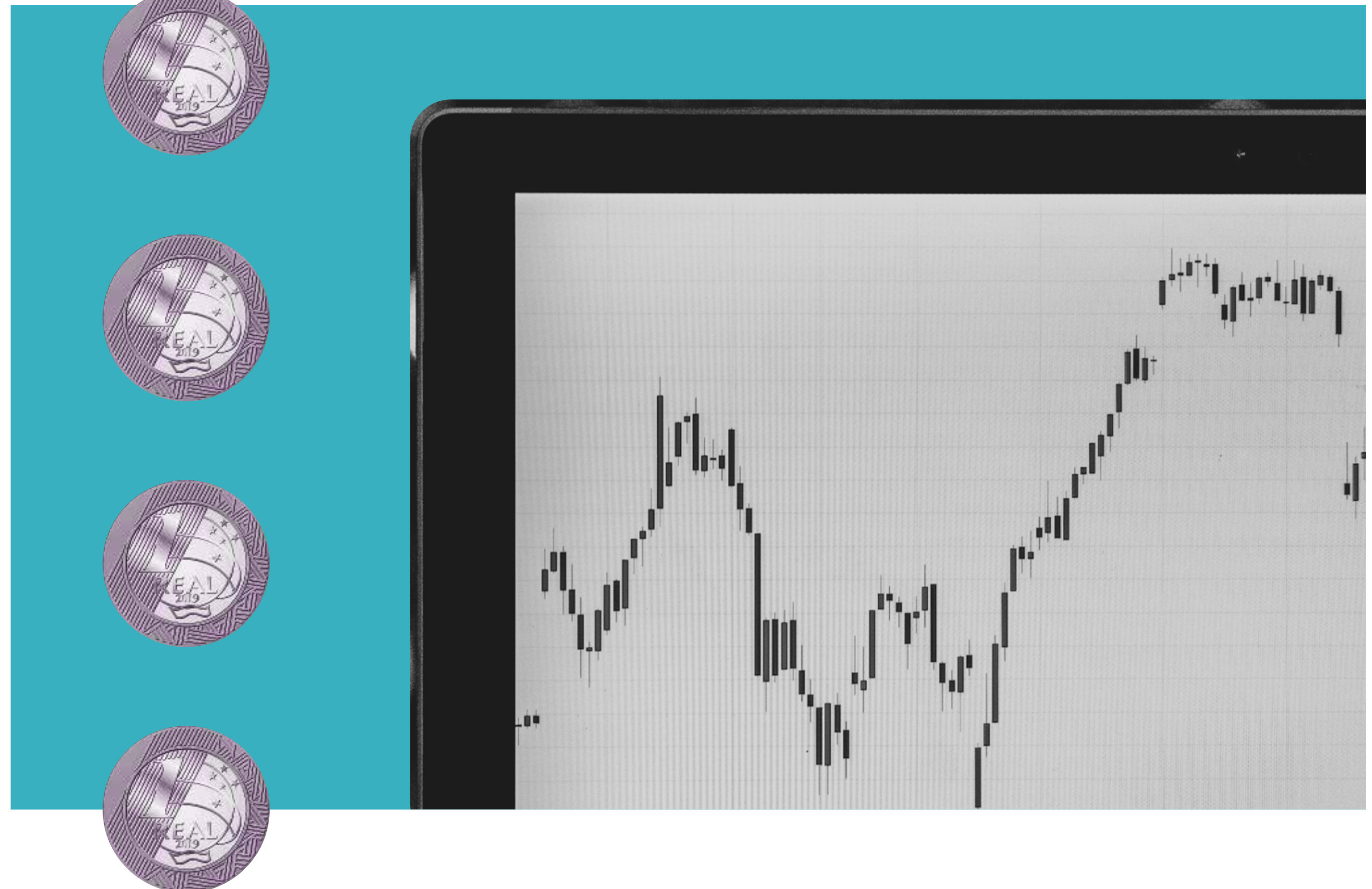


belecer um plano para até 2030.

Uma das metas é de que, até 2025, a BRF tenha investido 700 milhões de reais em projetos digitais.

A evolução digital iniciada por Bonorino começou a se refletir nos negócios. Em 2019, a BRF reverteu uma sequência de três anos de prejuízo e lucrou 1,2 bilhão de reais. E o endividamento caiu pela metade. “A transformação digital foi importantíssima para fazer um dos principais turnarounds da história dos negócios brasileiros”, afirma Bonorino.

O destaque é que essa mudança não começou a partir de uma decisão estratégica do topo: ela iniciou em uma área – a de RH – e se espalhou.



Parte 2 |

Dúvidas e aprendizados

Os líderes de RH
compartilham sua visão
e conhecimento sobre
transformação digital



Flávia Porto (Yara): Eu acho que não dá para falar de digitalização sem falar da questão educacional, sobre o processo de *upskilling* e *reskilling*. E o agronegócio tem alguns desafios, especialmente, por ter uma população desconectada muito grande – e isso tem sido uma das nossas dores. Como foi essa jornada de educação na BRF?

Bonorino (BRF): O problema de *upskilling* e *reskilling* só vai piorar. Se não aumentar a oferta de pessoas com *background* em matemática, ciência e tecnologia, vai, efetivamente, faltar gente – o que pode gerar uma crise

econômica global. Uma das coisas que tivemos de aceitar é que não há como fazer transformação digital sem estar todo mundo conectado. Por isso, a nossa preocupação em instalar Wi-Fi nas fábricas, criar aplicativos. Precisamos aceitar que a plataforma digital é a peça mais importante desse movimento. O segundo ponto é trabalhar em ecossistema. Entendemos que, em algumas situações, não temos o recurso dentro de casa. Então, passamos a comprar talentos, pegar talentos emprestados e construir talentos. Um exemplo disso é que, para desenvolver talentos em tecnologia, fizemos parcerias

com universidades. Essas são as ferramentas que estamos usando. Tem sido suficiente para agora, mas serão suficientes para daqui a dois anos? Eu acho que não. Teremos que sempre descobrir novas formas.



Beatriz Sairafi (Accenture):

Tenho duas perguntas. A primeira é como você preparou o time de RH para esse desafio? E a segunda é: se você tivesse que refazer parte dessa jornada, o que que você não teria feito?

Bonorino: O meu time foi uma das coisas mais interessantes e eu sou muito orgulhoso deles. “Nas primeiras reuniões, eles me olhavam atônitos. Mas eles acreditaram que aquele era o caminho e me deram um voto de confiança. A certa altura, eu deixei a estratégia digital que iríamos implantar nas mãos deles. O processo foi de engajar

as pessoas. Não teve mágica, teve um time que comprou a ideia. Agora, o que eu faria diferente? Eu teria feito as coisas ainda mais rapidamente. Óbvio, no começo eu também estava inseguro, tinha medo de errar e colocar a minha cabeça à prêmio. E isso fez com que eu perdesse tempo, hesitasse um pouco. Por outro lado, também teve velocidade demais. Tivemos momentos em que acreditamos demais e começamos a acelerar, errando demais, sem cocriar. Acho que, em resumo, eu tentaria achar essa velocidade entre o devagar e o rápido.

Felipe Bertocco (unico):

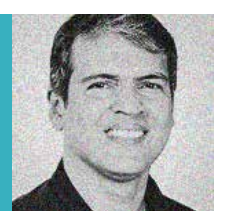
Para vender o projeto e fazer as pessoas se engajarem, você prometeu que faria sem nenhum investimento extra. Com os orçamentos do RH cada vez mais curtos, como você conseguiu fazer coisas que agregaram valor, sem a contrapartida de investimento?

Bonorino: Essa foi uma das partes mais duras. Tivemos de olhar friamente e fazer um mapeamento das áreas em que mais colocávamos investimentos e pessoas. E o resultado foi que o administrativo ocupava grande parte dos recursos. Eram pessoas



**O meu time
foi uma das
coisas mais
interessantes
e eu sou muito
orgulhoso
deles'**

**Alessandro
Bonorino**
(BRF)

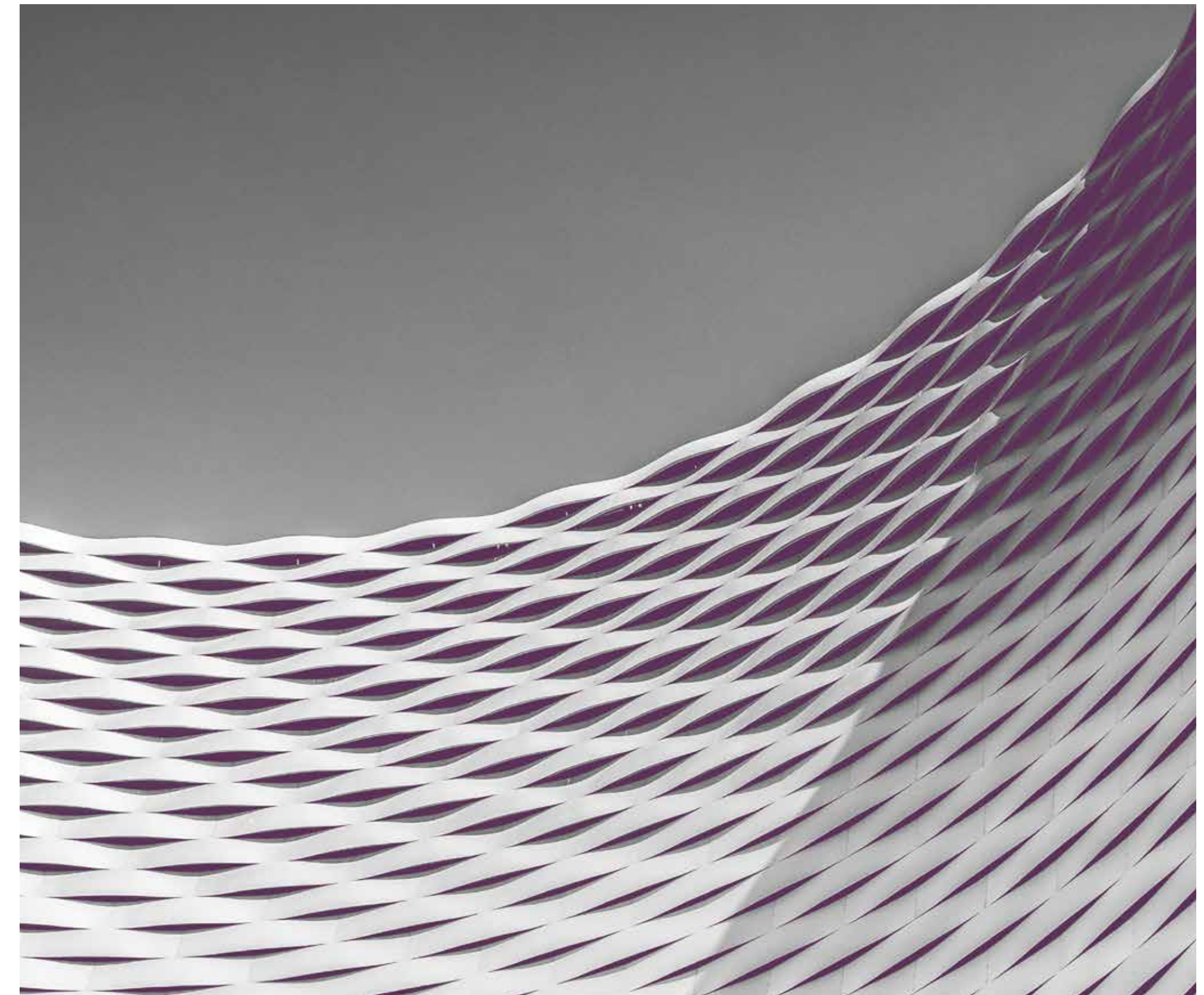


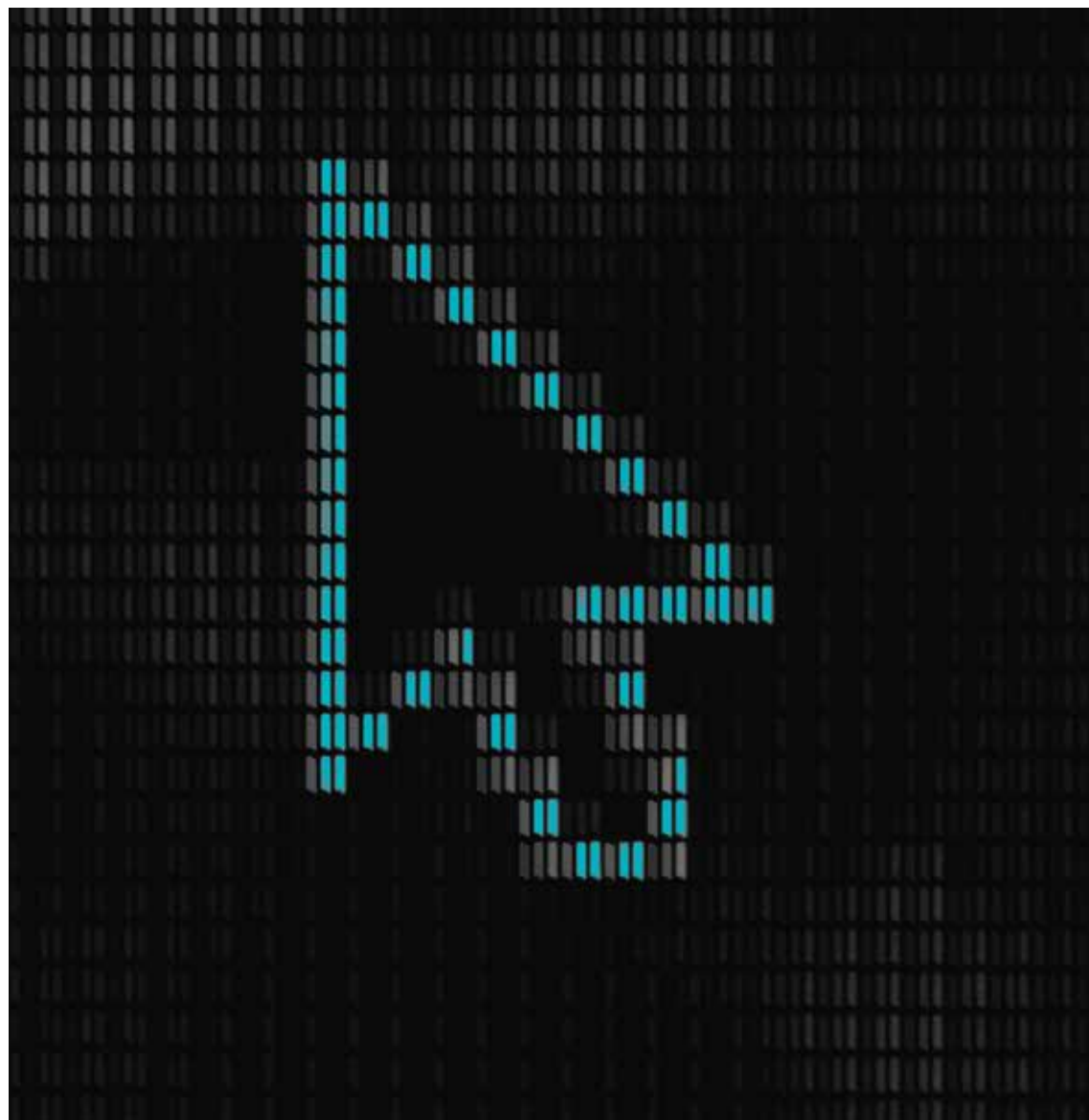
que estavam realizando tarefas repetitivas, que poderiam ser automatizadas. Mas nós não queríamos diminuir a companhia. Então, o que fizemos foi aproveitar a rotatividade natural e não abrir novas vagas conforme as pessoas iam saindo. Reajustando pessoas e aproveitando esse dinheiro, fizemos a conta fechar.

Fernando Pinto Lima

(Cielo): Nós, que trabalhamos em multinacionais, sabemos que existe um discurso de tropicalizar as práticas. Como foi comandar um projeto global liderado pelo Brasil? Houve resistência?

Bonorino: Quando estava na IBM, tive de expandir a operação na China. Quando cheguei lá, vi que o escritório estava cheio de americano. A primeira coisa que fiz foi trocar o time para ter diversidade; trazer executivos indianos, chineses e de vários outros países. Isso porque a gente tem de envolver as pessoas que estão na ponta. Não podemos ter alguém lá do outro lado do mundo tomando decisões. Continuei essa mentalidade na BRF. Ou seja, não são os brasileiros que têm de definir como as coisas acontecerão em outros países. É preciso cocriar.





Filipe Bertocco (unico):

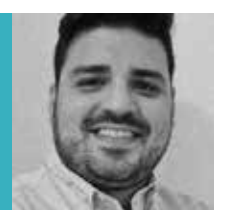
O Bonorino tocou em um ponto importante. Nós tivemos um cliente que passou pelo mesmo desafio da BRF. O RH tinha de liderar o processo de transformação digital, com implantação de bots, e uma população também capilarizada, em áreas afastadas e com pouco acesso à tecnologia. A empresa também protelou o uso da tecnologia, mas quando virou a chave, viu que o resultado foi o oposto do imaginado. As pessoas que estavam na ponta se engajaram mais na transformação digital do que aquelas que estavam no escritório. Porque, para

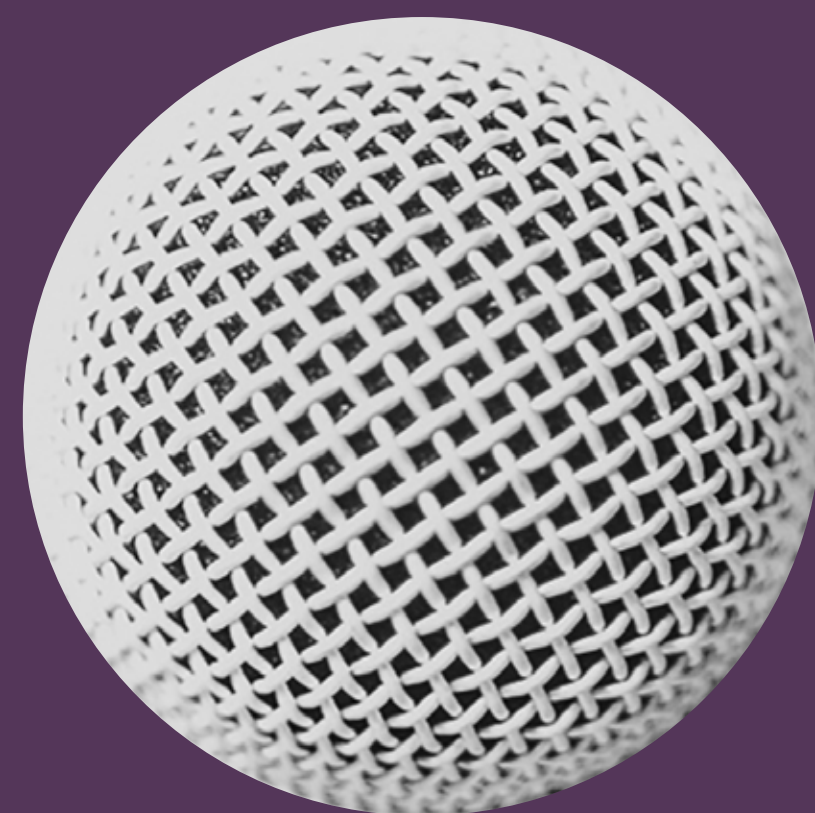
elas, isso representava ter mais acesso. Para finalizar, o ponto que eu queria trazer era esse, do viés inconsciente. Às vezes, acreditamos que enfrentaremos determinados problemas, mas que, na realidade, não são problemas. Quando a gente fala de transformação digital e cultural, percebemos que o mais importante é começar os projetos, de alguma forma. Seja por meio de um piloto, uma prova de conceito, ou em uma ou duas áreas. O importante é o RH trazer dados, medir o quanto a pequena mudança impactou o negócio. E, aí, sim, expandir para toda companhia.



Quando a gente fala de transformação digital e cultural, percebemos que o mais importante é começar os projetos, de alguma forma.”

Filipe Bertocco





Parte 3 |



Alessandro Bonorino,
vice-presidente de gente, TI e serviços
compartilhados da BRF

Economista de formação, Bonorino começou a sua carreira na IBM, onde atuou por mais de 17 anos, inclusive em escritórios fora do Brasil. Está na BRF desde agosto de 2017, quando assumiu a cadeira de vice-presidente global de gente. Um ano depois, o executivo passou também a comandar a área de tecnologia da produtora de alimentos.

“Eu não entendo de tecnologia. Não me chamem para programar python, porque eu não sei. Eu entendo de cultura, negócios, gente. A transformação digital não é sobre tecnologia no seu detalhe. É sobre acreditar que é possível ser mais ágil, conectar pessoas e ter foco no cliente. Ter isso é mais importante do que ser um programador ou cientista de dados. Você vai precisar deles, sem dúvida, mas também irá precisar de outros insumos para movimentar e engajar a organização.”

Perfis

Conheça os líderes de RH que colaboraram para a construção desse conteúdo



André Camargo,
general manager
da Leag Group Brasil

Bacharel em comunicação social, com especialização pela INSEAD, André iniciou a carreira no marketing, mas rapidamente migrou para a área de recursos humanos. Desde então, são doze anos dedicados à gestão de pessoas, com passagens por empresas como BrasilPrev e Copersucar. O executivo foi membro do comitê de criação do CONARH e, atualmente, além de ocupar o cargo de general manager da Leag Group, empresa suíça de tecnologia da informação, integra o conselho da consultoria Play in Company e atua como mentor e coach executivo.

“Um dia, fui em um laboratório para fazer exames de sangue e não consegui porque o sistema havia caído. Desde então, eu tenho pensado que, ao mesmo tempo que temos de avançar na transformação digital, precisamos preparar as organizações para o momento em que, por algum motivo, a tecnologia não funcione. Me preocupo com o fato de, por estarmos tão dependentes da tecnologia, deixamos de lado a capacidade inata do ser humano de se adaptar às dificuldades e aos desafios impostos.”

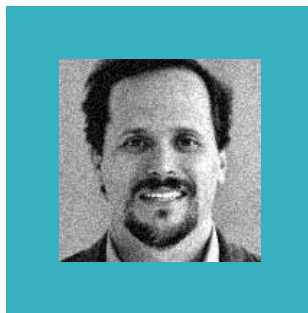


Beatriz Sairafi Heinemann,
diretora de RH
na Accenture

Embora tenha se formado em administração, Beatriz trilhou uma carreira de mais de 20 anos na área de recursos humanos. A história da executiva com a Accenture começou no final dos anos 1990, época em que ocupou os cargos de consultora e gerente de performance durante três anos. Depois disso, acumulou passagens por grandes companhias como Whirlpool, Novartis, Diageo e Mondelez. Beatriz retornou à Accenture em 2015 liderando a área de gestão de pessoas desde então.

Lúcia Helena Meili,
diretora da MCA Assessoria em RH

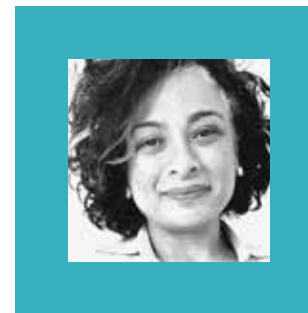
Com 43 anos de carreira na área de recursos humanos, a psicóloga Lúcia Helena Meili integrou a área de gestão de pessoas de companhias como MPD Engenharia, Massey Ferguson e Johnson & Johnson. Há 18 anos, em 2003, deixou a carreira corporativa para empreender com a sua própria consultoria, a MCA Assessoria em RH.



Fernando Pinto Lima,
diretor de gente, gestão e
performance da Cielo

O psicólogo e administrador Fernando Pinto Lima possui uma carreira de 27 anos na área de gestão de pessoas e passagens por companhias de diversos setores, como Unilever, a startup Bumeran e o banco Santander. Antes de ingressar na empresa de meios de pagamentos Cielo, em setembro de 2020, Fernando liderou o RH do Grupo Walt Disney Company, período no qual foi expatriado para os Estados Unidos.

“Quando recebíamos projetos de outros países para serem implantados, ouvíamos muito a questão de tropicalização, de ter de adaptar à cultura local. Sempre havia uma resistência do tipo ‘Ah, isso não vai funcionar aqui’ – ainda mais na realidade do Bonorino, com pessoas no escritório, no campo, inseridas em diferentes realidades.”



Flávia Porto,
diretora de recursos humanos
da Yara Fertilizantes

Formada em psicologia, Flávia iniciou a carreira há 25 anos na antiga Companhia de Talentos. Desde então, passou por empresas como Credicard, E&Y, Stefanini, Dell e Telefônica. Ingressou na Yara Fertilizantes em agosto de 2018 como consultora de RH sênior e, em janeiro de 2021, foi promovida ao cargo de diretora de RH. Com um forte trabalho em diversidade, Flávia também lidera o Raízes, comitê de pessoas negras da companhia.

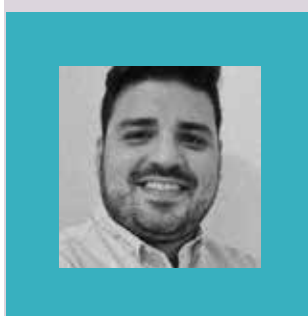
“Quando falamos em transformação digital, é fundamental testar e pilotar, mas também pensar em recursos, em criar um ambiente seguro ao erro. Não pode ser algo do tipo: ‘Se der certo, ótimo’. Se der errado, você se vira na ‘matemática’ com o seu orçamento. Não dá para transferir 100% a responsabilidade para quem está testando. Sem essa segurança, não dá certo.”

Leandro José Soares,
gerente corporativo de RH
na Schulz

O economista Leandro José Soares trilhou grande parte da carreira de mais de 30 anos na multinacional belga de engenharia mecânica John Cockerill. Contudo, também liderou o RH de companhias como Alstom, Ciser e Volkswagen. Em 2018 participou do quadro “Chefe Secreto”, do Fantástico, apresentado pelo consultor de carreiras Max Gehringer. Atua como embaixador do Instituto Capitalismo Consciente Brasil, professor voluntário da Junior Achievement Brasil e mentor de startups na Inovaparq, em Joinville (SC).

Artigo |

As transformações na gestão de pessoas



Por **Felipe Bertocco**,
senior solutions consultant
na unico IDtech

Há algum tempo, os temas de transformação digital e inovação vêm acompanhando a jornada das empresas com o objetivo de aumentar a eficiência e desburocratizar as operações de diversas áreas. Com todo esse movimento, uma das maiores dificuldades é incorporar o RH a essa nova realidade, e o atual momento que estamos vivendo funcionou como um impulsionador da tecnologia.

A unico tem como missão simplificar a relação entre pessoas e empresas por meio de soluções de admissão digital e assinatura eletrônica. Para entender mais profundamente como as grandes empresas reagi-

ram aos impactos da pandemia da covid-19, em parceria com o Instituto Locomotiva e a Cia de Talentos, realizamos uma pesquisa exclusiva sobre as mudanças na gestão de pessoas, contratações e adoção de novas tecnologias durante este período.

A pesquisa foi realizada com profissionais de RH de 182 empresas. Desses, 45% exercem cargos de liderança em corporações nacionais relevantes. 79% das respostas partiram de mulheres, reforçando a representatividade do sexo feminino na área de recursos humanos. A maior parte dos entrevistados vive na região sudeste do Brasil e, desses, 43% atuam no setor de serviços.

Entre os achados da pesquisa, destaque:

- O desafio do RH aumentou, uma vez que **88%** das empresas criaram alguma política de *home office*, e para **45%** o retorno às atividades está condicionado à vacinação em massa;
- Houve um aumento de **155%** nas admissões virtuais no último ano;
- Quase **75%** das companhias fizeram ao menos uma parte do processo de contratação de maneira digital durante a pandemia. Dessas, **97%** não têm nenhuma intenção de retornar ao processo anterior.

Quer saber mais sobre as transformações na gestão de pessoas e como a unico para ajudar o RH com suas soluções?

ACESSE
AQUI

Sobre a unico

A **unico** é uma IDTech que simplifica de maneira segura a relação entre pessoas e empresas por meio da identidade digital. Entre suas soluções estão: o unico | people, antigo AcessoRH, que possibilita que a admissão de funcionários seja feita de forma rápida, simples e totalmente à distância e que a assinatura de documentos seja feita eletronicamente e sem papéis; e o unico | check, antigo AcessoBio, a solução de reconhecimento facial mais completa do mercado para onboarding e transação.



Contato:

Bruna Schreiner

bruna.schreiner@unico.io

Head de Trade Marketing

unico.io/assinatura-eletronica-unico/

**Solução de
admissão
desburocratizada
e 100% remota,
com automação
e análise de
documentos,
dashboards para
acompanhamento
em tempo
real, módulo
de benefícios
inteligentes
e assinatura
eletrônica
integrada.**



Sobre a Think Work

O RH tem de lidar com desafios cada vez mais complexos nas empresas, que vão além da sua formação e escopo de atuação. Tecnologia, comportamento, sociedade, cultura. Tudo isso faz parte do repertório do RH hoje.

A **Think Work**, plataforma de conhecimento sobre gestão de pessoas, nasce com a missão de ajudar o profissional de recursos humanos a fazer essa transição e a ocupar um papel cada vez mais

estratégico nas organizações, trazendo ideias inovadoras, aplicações práticas, conexões relevantes e ferramentas úteis. Tudo na velocidade e no formato ideais para os tempos em que vivemos. Conteúdo rápido, aplicável e transformador.

Esse é o nosso propósito: empoderar a comunidade de RH por meio de conteúdos e conexões que ajudem na tomada de decisão num mundo em transformação.

Contatos:



Tatiana Sendin
Fundadora e CEO

tatiana@thinkworklab.com

thinkworklab.com



Daniela Moreira
Fundadora e COO

daniela@thinkworklab.com

thinkworklab.com



Think Work

Desenvolvimento: **StudioCosmo**

estudiocosmo.criacao@gmail.com