

DOCUMENTAÇÃO COMPLETA DE TODOS OS DADOS

PROJETO: FEEDUP



CAMP IOASYS

SQUAD:

Fernando Santiago (Mobile)
Paula Martins (Dados)
Gustavo José Vieira (Back-end)
Bernardo Alvim (Front-end)
Gabriel Nogueira (Quality Assurance)
Isabella (Agilidade)
Giovana Wilberg (UX/UI)

SÃO PAULO

2024

Sumário

1 – FeedUp	3
2 – Pontos da apresentação	3
2.1 Geração Z	3
2.2 Frustração entre os colaboradores.....	5
2.3 Motivação diária	6
3 - Gamificação da FeedUp.....	7
3.1 Principais tipos de gamificação:	7
3.2 Estratégias de gamificação	8
3.3 ANÁLISE COMPARATIVA	9
3.4 Principais tipos de gamificação:	10
4. Feedback anônimo	11
4.1 5- Benefícios do feedback anônimo dos trabalhadores	11
4.2 Empresas que adotaram o anonimato em feedbacks	13
5- Impactos do projeto	14
5.1 Por que o engajamento dos colaboradores é importante?.....	16
6- Resumo dos dados mais importantes.....	16
6.1 Geração Z	17
6.2 A falta de reconhecimento é tão grave assim?	18
6.3 Impacto do projeto	19
7- Referências	21
7.1 Feedup.....	21
7.2 Geração Z	21
7.3 Frustração entre os colaboradores.....	21
7.4 Motivação diária	21
7.5 Gamificação	22
7.6 Feedback anônimo.....	22
7.7 impactos do projeto.....	22

Apresentação dos Dados

Dados são essenciais para embasamento do projeto como um todo.

1 – FeedUp

Pesquisa realizada pela Gallup (2017) mostra uma força de trabalho muito desengajada e um declínio da produtividade e do comprometimento dos colaboradores. Ainda, a pesquisa aponta que apenas uma pequena parcela (15%) se diz satisfeita com os seus trabalhos. Resultados de pesquisa de Santhanam e Srinivas (2019) indicam que mais de 50% das empresas dizem ter dificuldades para reter seus melhores talentos em um cenário com a maior taxa de turnover dos últimos dez anos, o que pode ser ainda mais grave em determinados setores da economia, como o de tecnologia, dado o aquecimento da demanda por esses profissionais (Rooney, 2021)

Em um cenário em que o Brasil bate recorde de pedidos de demissões, o *feedback* deve ser adotado como parte estratégica na retenção de talentos. De acordo com dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), nos últimos 12 meses (até julho de 2022), 6,467 milhões de trabalhadores entraram com pedidos de desligamentos.

Um estudo do Officevibe mostra que 96% dos funcionários disseram que receber feedback regularmente é uma coisa boa. Outro insight interessante desta pesquisa é que 83% dos funcionários gostam muito de recebê-los, seja positivo ou negativo.

2 – Pontos da apresentação

2.1 Geração Z

Dentre os respondentes, 68% apontaram a GenZ como a que proporciona maior desafio para a gestão de pessoas.

A geração Z valoriza a transparência e o desenvolvimento contínuo. Estabeleça uma cultura de feedback aberto e construtivo, promovendo a comunicação transparente que contribua para o crescimento profissional.

A valorização do feedback imediato e frequente sobre seu desempenho no trabalho. Eles cresceram em um mundo de redes sociais, onde a validação e o reconhecimento são instantâneos, e esperam o mesmo no ambiente profissional.

Isso pode representar um desafio para os líderes, que podem se sentir sobrecarregados ao fornecer feedback constante a uma equipe composta por membros da geração Z.

Em Uma pesquisa aplicada com 300 jovens da geração Z via Instagram realizada em 2023 apontou os seguintes dados:

21- Qual é a sua opinião sobre feedback?
300 respostas

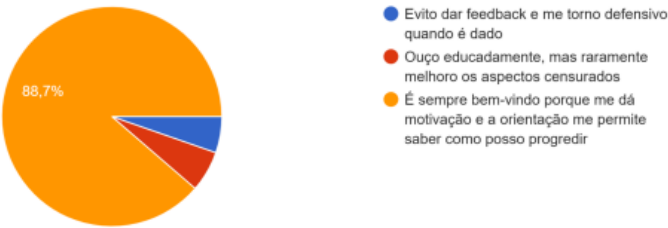


Gráfico 21: Feedback
Fonte: dados da pesquisa

18- Você conhece a missão, valores e visão da empresa?
300 respostas

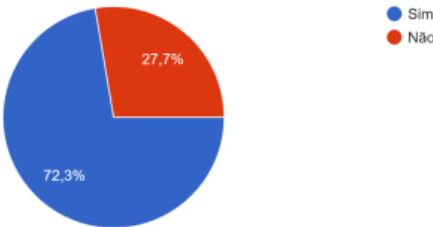
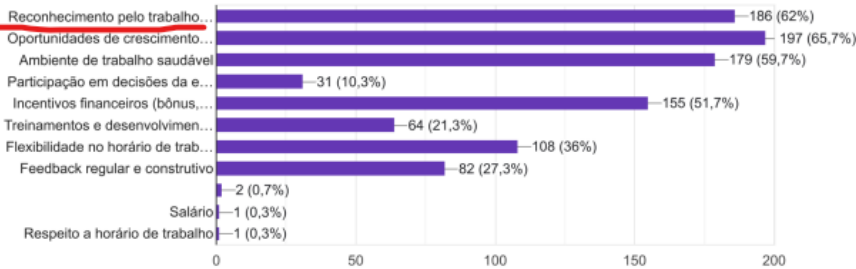


Gráfico 18: Missão, visão e valores
Fonte: dados da pesquisa

12- Você acredita que sugestões e feedback dos funcionários deveriam ser mais valorizados na empresa?
300 respostas



7- Qual dos seguintes fatores você acha mais motivador no ambiente de trabalho? (Escolha até três opções)
300 respostas



Em outra pesquisa: Por forma a obter resposta aos objetivos definidos, realizou-se um estudo de natureza quantitativa, através da aplicação de um inquérito por questionário no qual participaram 233 indivíduos pertencentes à geração Z. Destacando-se por ordem de maior correlação estatisticamente significativa, o significado das tarefas, o apoio social, o feedback do trabalho, o feedback de outras pessoas, a autonomia e a variedade das tarefas como construtos significativos que influenciam positivamente a dimensão felicidade para os jovens da geração Z.

Além disso, a correlação positiva entre as interdependências iniciada e a recebida indica que o feedback promove a colaboração ativa entre os membros de uma equipa. O retorno recebido de outras pessoas muitas vezes desencadeia uma resposta proativa, levando a ações coordenadas e esforços coletivos em direção a metas comuns. Quando as pessoas estão dispostas a fornecer feedback, isso reflete uma atitude de apoio e cooperação, promovendo uma cultura de partilha e reciprocidade no ambiente de trabalho (Stup, 2023).

2.2 Frustração entre os colaboradores

A motivação vai muito além de comissões e bônus. Pesquisas mostram que a falta de reconhecimento no trabalho é um fator determinante para afastar os colaboradores de seus objetivos.

Pesquisas apontam a importância do reconhecimento no trabalho:

- 89% das pessoas afirmam que retorno de estresse por falta de reconhecimento no trabalho.

Uma outra pesquisa, desta vez realizada pelo Núcleo Brasileiro de Estágios, aponta resultados que apenas confirmam essas pesquisas.

“Quais são as hipóteses mais desmotivantes”

- 55,61% falta de reconhecimento no trabalho

É um equívoco acreditar que apenas os feedbacks positivos terão bons resultados.

Na verdade, os feedbacks negativos são importantes para impulsionar o desejo de melhoria. Além disso, receber apenas retornos positivos pode fazer com que uma pessoa não saiba lidar com um feedback negativo no longo prazo.

Tal condição pode se mostrar complexa quando for necessário corrigir alguma ação incorreta.

O ser humano, em geral, tem uma visão positiva de si mesmo e, para mantê-la, procura conexões sociais que o auxilie a sustentá-la.

Por isso, ainda que um feedback negativo seja dado com o intuito de ajudar, ele pode ser percebido como uma ameaça — o que faz com que algumas pessoas busquem se esquivar dele.

É claro que a regra tem suas exceções, mas a ressalva serve para que se busque o equilíbrio entre o retorno negativo e o positivo, avaliando com cautela a situação e recorrendo ao que for mais adequado para o momento.

2.3 Motivação diária

Pesquisas anteriores demonstram que o feedback mais frequente contribui para um melhor desempenho, pois permite que os tomadores de decisão reajam rapidamente a mudanças ambientais e visualizem as consequências de suas ações (Lurie & Swaminathan, 2009.)

Um estudo da Gallup, realizado com 65.672 funcionários, descobriu que as empresas que forneceram *feedbacks* baseados em pontos fortes tiveram taxa de rotatividade 14,9% menor quando comparados com funcionários que não receberam *feedback*.

60% dos trabalhadores gostariam de receber feedback diariamente ou semanalmente. (HR Dive)

43% dos trabalhadores que se identificam como altamente empenhados recebem feedback pelo menos uma vez por semana. (Forbes).

80% dos trabalhadores preferem receber feedback relevante no momento, em vez de esperar pela avaliação anual do desempenho. (HR Dive).

De acordo com a PwC, 72% dos trabalhadores com menos de 30 anos mostram uma forte preferência por receber feedback diariamente ou semanalmente. (Zippia)

A mesma percentagem de millennials confirma que o seu trabalho é mais gratificante quando recebem este feedback consistente.

66% da Geração Z quer receber feedback pelo menos de vez em quando para continuar no seu emprego. (Inc)

Um estudo da Officevibe mostra que 4 em cada 10 trabalhadores ficam ativamente desligados quando recebem pouco ou nenhum feedback. A pesquisa também destacou como é importante que os funcionários recebam feedback regular. 43% dos funcionários altamente engajados recebem feedback pelo menos uma vez por semana, em comparação com apenas 18% dos funcionários com baixo engajamento.

Tanto que, segundo uma pesquisa da Hubspot, 43% dos funcionários mais engajados costumam receber pelo menos um feedback por semana.

Além disso, quase 80% desses funcionários disseram que a cultura avaliativa os deixa mais motivados para realizarem suas tarefas colaborativas.

69% dos trabalhadores afirmam que trabalhariam mais se os seus esforços fossem activamente reconhecidos através de feedback. (Zippia)

Uma pesquisa realizada pela Feedz aponta que 94% dos funcionários compreendem melhor o trabalho em empresas que realizam reuniões 1:1, tornando o feedback complementar a avaliação de desempenho. De acordo com o Gabriel Leite, CMO e co-fundador da Feedz, a avaliação é uma importante aliada do RH, principalmente no momento de ressaltar a atuação dos colaboradores em um feedback.

3 - Gamificação da FeedUp

83% daqueles que recebem treinamento gamificado se sentem motivados, enquanto 61% dos que receberam treinamentos convencionais se sentem entediados e improdutivos

O crescimento na implementação das atividades ao marketing contribuiu para a compreensão do seu público-alvo, viabilizando um crescimento nas práticas de cocriação de valor entre o cliente e a marca (Phang, Wu & Luo, 2017; Eisingerich et al., 2019; Buhalis & Sinarta, 2019).

Hoje, as empresas em todo o mundo estão usando-o com grande efeito para aumentar o envolvimento e a produtividade do usuário.

De fato, 85% dos funcionários são mostrados como mais engajados quando soluções de gamificação são aplicadas ao local de trabalho.

Em alguns estudos, o alinhamento destas perspectivas à gamificação surge através da incorporação de elementos de jogos em aplicativos, sistemas e serviços não alinhados ao jogo, no objetivo de impulsionar o envolvimento dos usuários (Zichermann & Linder, 2010).

3.1 Principais tipos de gamificação:

- **Desafios e recompensas**

Desafios que oferecem recompensas motivam os usuários e os encorajam a continuar usando o produto.

Dessa forma, você pode desafiar os usuários a realizar tarefas específicas em seu aplicativo ou atingir certos objetivos. Depois de concluírem um desafio, você lhes dá uma recompensa.

A recompensa pode ser simplesmente conceder uma medalha ou um novo avatar quando os usuários fazem certo progresso no aplicativo.

- **Tabelas de classificação**

Somos seres naturalmente competitivos e as tabelas de classificação são uma ótima maneira de tirar vantagem disso. Ver seu nome em uma tabela de classificação ou subir na classificação de uma pode ser muito motivador para os usuários.

- **Bens virtuais**

São semelhantes às recompensas, mas têm valor de longo prazo. Bens virtuais são comuns em programas de fidelidade (como milhas de passageiro frequente) e envolvem os usuários que ganham pontos que podem posteriormente ser trocados por bens específicos.

- **Exibições de progresso e pontos de experiência**

Algumas pessoas têm dificuldade em alcançar seus objetivos. Uma exibição de progresso pode ser um grande motivador para eles, estejam eles trabalhando em um programa de condicionamento físico ou aprendendo um novo idioma.

3.2 Estratégias de gamificação

- Gamificação no onboarding: crie uma barra de progresso para mostrar ao usuário quanto do tutorial já foi finalizado, ofereça uma recompensa, como um desconto ou um presente in-app quando o usuário completar o onboarding, designe uma mascote para guiar o usuário pelo onboarding ou premie aqueles que completarem certos marcos importantes do onboarding com emblemas especiais.
- Gamificação na fidelidade: não importa se você já tem um programa de fidelidade ou se você vai apresentar um novo com elementos de gamificação, esse é um incentivo popular para compras ou sessões repetidas. Dê pontos aos usuários por completarem certas tarefas in-app, apresente uma função de sequência para encorajar o uso diário e/ou introduza uma forma digital de "bater cartão". Isso pode ser feito para compras in-app, uma assinatura mensal ou outro evento desejado. Os pontos de fidelidade podem ser resgatados por moedas in-app, por um valor monetário real, por prêmios pré-definidos ou até mesmo como uma entrada para sorteios.
- Gamificação em e-commerce: permita que seus usuários desbloqueiem recursos especiais, status ou recompensas em determinados marcos de compras in-app (IAPs). Se o seu aplicativo oferecer frete grátis a partir de um determinado valor, mostre em uma barra fixa o progresso para verem o

quanto falta para atingir o marco de frete grátis (ou outra recompensa, como um presente).

Considere criar emblemas especiais ou prêmios para consumidores que comprarem a partir de suas recomendações de produtos personalizadas. Apresente um jogo de "girar a roda" para ganharem ofertas ou uma raspadinha após uma compra com recompensa personalizada, como um valor percentual em desconto, uma pontuação ou um item grátis.

- Gamificação na aprendizagem: essa é uma ótima maneira de reaproveitar sua estratégia de marketing de conteúdo. Se você quer que o usuário fique por dentro de um novo recurso (por exemplo, um app de jogos), uma informação valiosa para ele (p.ex., em um app de finanças) ou dicas sobre como aproveitar ao máximo o aplicativo (como em um app de produtividade), é possível criar uma barra de progresso, emblemas ou outro sistema de recompensa para encorajá-lo a ir até o fim.
- Gamificação no perfil: desde a criação de passos para completar configurações ou informações mais detalhadas de um perfil, deixar que os usuários personalizem a imagem ou o visual do perfil, uma área para objetivos personalizados ou a habilidade para visualizar seus status ao usar uma estrutura de níveis.
- Gamificação no design: incorpore elementos similares aos de jogos no design visual de um aplicativo ou de um anúncio. Por exemplo, uma ilustração pixelada, um elemento tradicional de jogos como um baú de tesouro ou uma barra de progresso.

3.3 ANÁLISE COMPARATIVA

Para avaliar a proposta, um experimento foi realizado com um grupo de controle (utilizou o sistema sem gamificação) e um grupo de experimento (utilizou o sistema com gamificação). Como resultado foi possível perceber que o grupo que utilizou o ambiente gamificado aumentou sua atividade no ambiente, gerando 265 postagens, enquanto o grupo de controle gerou apenas 91. Em média, para cada jogo casual que foi jogado dentro do sistema, um adicional de 3 postagens foi gerado.

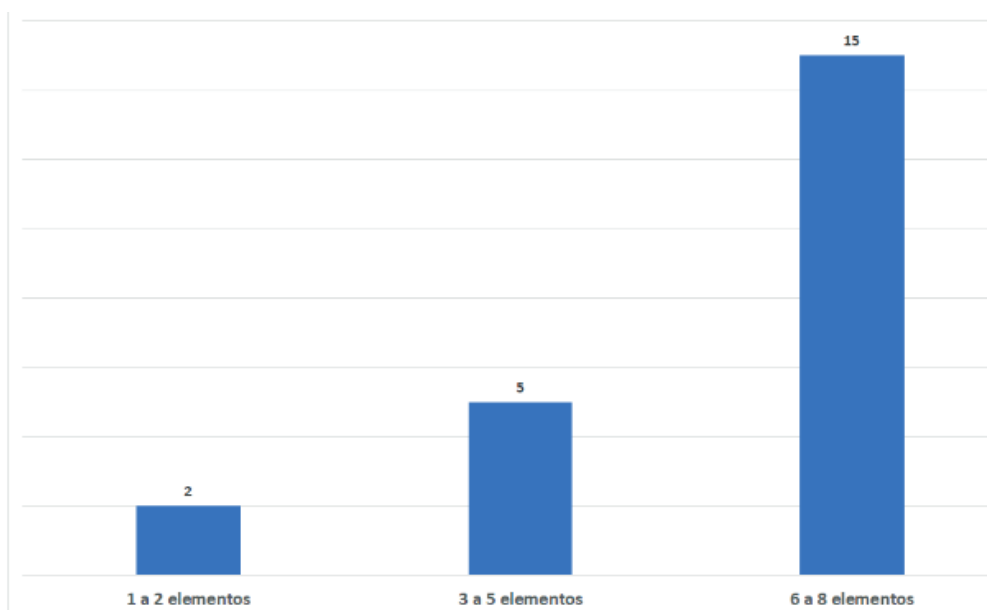
Nesta seção é feita uma análise comparativa entre as técnicas utilizadas e os sistemas. A técnica de pontos é utilizada em grande parte dos sistemas pelo fato de possibilitar ao usuário um feedback imediato e gerar um senso de progresso para cada ação efetuada. As medalhas e desafios também são utilizados frequentemente pelo fato de gerar um senso de recompensa, motivando o usuário a realizar tarefas mais complexas e/ou a utilizar o sistema com mais frequência.

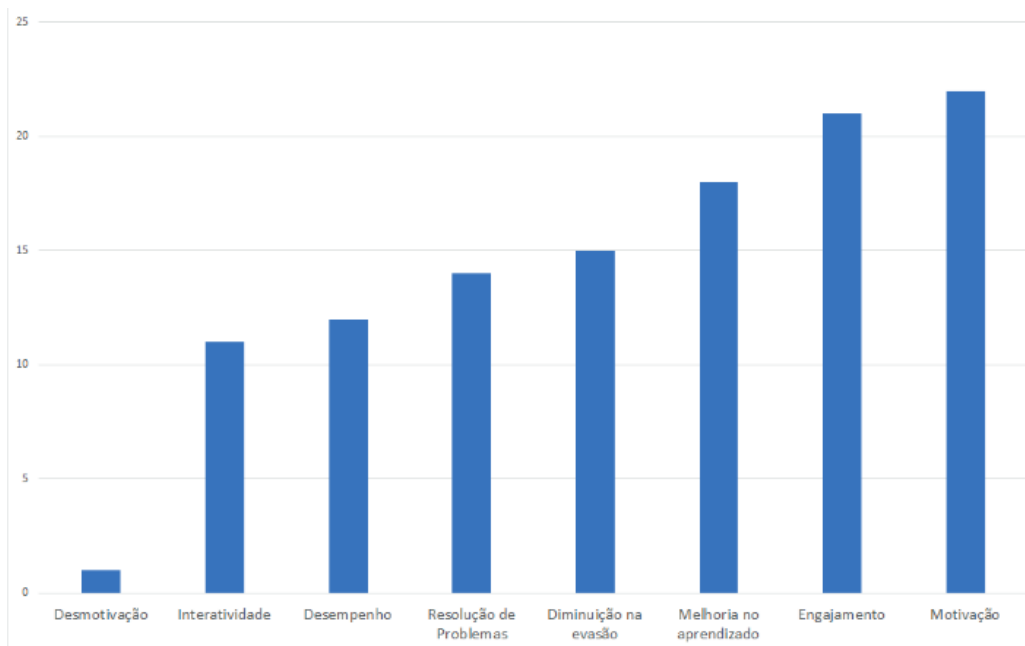
Trabalhos	Técnicas				
	Pontos	Níveis	Ranking	Medalhas	Desafios
PeerSpace	X	X	X	-	-
PeerWise	-	-	-	X	X
QizBox	X	X	-	X	X
Taskville	X	-	X	X	X

3.4 Principais tipos de gamificação:

A análise dos dados mostra que os elementos de jogos mais utilizados em uma plataforma Moodle são associados a pontos (em 21 trabalhos), rankings (em 19 trabalhos), emblemas (em 14 trabalhos), feedback (em 12 trabalhos), desafios e medalhas (em 9 trabalhos), progresso (em 8 trabalhos), recompensas e avatar (em 5 trabalhos) e níveis (em 2 trabalhos), nessa ordem. Esses elementos costumam ser amplamente adotados por sua facilidade de implementação e corroboram com Zichermann e Cunningham (2011), que salientam alguns elementos de jogos em um ambiente gamificado.

Ainda é importante ressaltar que alguns trabalhos exploram vários elementos de jogos simultaneamente, constituindo uma variedade de elementos distintos. Na Figura 4, é mostrada a quantidade de elementos utilizados nos trabalhos.





4. Feedback anônimo

Na sua essência, o feedback anônimo é exatamente o que diz na lata - é o tipo de feedback que não pode ser associado a um funcionário individual.

A ideia é que, ao recolher regularmente feedback em segredo, está a criar um espaço de segurança psicológica para que os empregados falem sem medo de represálias.

Independentemente do tipo de ferramenta de feedback anônimo que escolher, é essencial que os colaboradores se sintam confortáveis com o seu anonimato. Caso contrário, pode correr o risco de criar uma cultura de desconfiança.

4.1 5- Benefícios do feedback anônimo dos trabalhadores

- Criar um espaço seguro para um feedback honesto

Harvard Business Review (Entrevistados 291 funcionários e seus supervisores - de um total de 35 equipes) cita duas perspectivas principais sobre a razão pela qual os empregados não falam por si próprios:

Fatores pessoais: se o empregado for introvertido ou não se sentir capaz de articular o tema.

Fatores situacionais: quando os trabalhadores não sentem que a cultura da empresa acolhe a sua opinião

Se você deseja que os funcionários se manifestem, o ambiente de trabalho e as normas sociais da equipe são importantes. Mesmo as pessoas mais inclinadas a apresentar ideias e sugestões podem não o fazer se temerem ser menosprezadas ou penalizadas. Por outro lado, encorajar e recompensar a manifestação pode ajudar mais pessoas a fazê-lo, mesmo que a sua personalidade as torne mais avessas ao risco.

A pandemia aumentou esta percepção de ameaça, com um estudo da Workhuman a revelar que apenas 26% dos trabalhadores se sentiam psicologicamente seguros.

O feedback anónimo pode resolver este problema: as empresas ouvirão todas as vozes se oferecerem um canal para os empregados darem as suas opiniões num ambiente seguro.

- Proteger a privacidade face ao medo

As pessoas querem ser ouvidas, mas nem todos se sentem confortáveis em partilhar as suas opiniões, por vezes porque têm medo de serem julgados.

Conversas anónimas convidam colaboradores menos autoconfiantes a participar e contribuir no crescimento da empresa, o que é parte essencial para gerar sentimento de fidelização e retenção de talentos. "Um estudo exploratório sobre o silêncio dos trabalhadores: Issues that Employees Don't Communicate Upward and Why" concluiu que cerca de 50% dos trabalhadores optam por manter o silêncio.

- O anonimato aumentará o feedback.

De acordo com o nosso relatório, 74% dos funcionários estariam mais inclinados a dar feedback sobre a sua empresa, carga de trabalho e cultura se o canal de feedback fosse verdadeiramente anónimo. Isto também significa que, por não terem acesso a canais anónimos, os funcionários são menos propensos a dar feedback e os empregadores podem perder informações importantes sobre o seu local de trabalho por causa disso.

- O anonimato aumenta o envolvimento.

Se os funcionários estiverem mais dispostos a compartilhar suas necessidades e preocupações no trabalho, eles sentirão que estão contribuindo para a cultura e o futuro do seu local de trabalho. A Gallup relata que equipes altamente engajadas podem ter até 59% menos rotatividade. Além disso, 41% relatam ter deixado o emprego porque não sentiram que estavam sendo ouvidos, de acordo com nosso relatório – e a retenção de funcionários começa com um bom engajamento.

Os funcionários não compartilham porque sentem que não é importante o suficiente, que não seria confidencial ou que nada seria feito. Para 30,7%, eles simplesmente não tinham nenhum feedback para compartilhar.

Mas para 21%, eles não sentiam que não fosse grande ou importante o suficiente para ser compartilhado. 17,1% não compartilharam porque estavam preocupados com o fato de ser confidencial ou anônimo, 14,1% não compartilharam porque achavam que nada seria feito a respeito do feedback e 12,2% não compartilharam porque temiam repercussões.

Para os funcionários iniciantes, os principais motivos para não compartilhar foram o medo das repercussões (22,5%) e o pensamento de que não era importante o suficiente para compartilhar (20%).

Como descobrimos que os funcionários não compartilhavam feedback porque estavam preocupados com o anonimato, queríamos saber se eles estariam mais inclinados a compartilhar feedback se fosse anônimo. 73,8% responderam que sim, estariam mais inclinados a compartilhar feedback se pudessem fazê-lo de forma totalmente anônima. 15,5% disseram que ainda não compartilhariam porque duvidariam que fosse realmente anônimo. 10,6% disseram que não, mesmo assim não compartilhariam o feedback.

4.2 Empresas que adotaram o anonimato em feedbacks

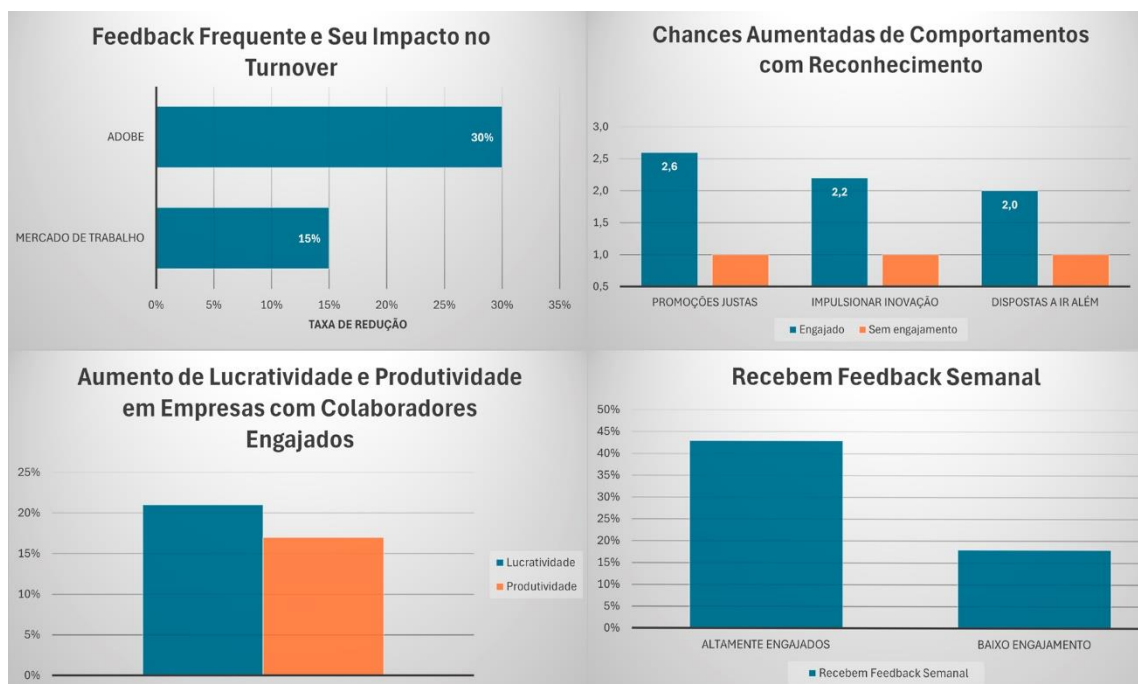
A Aryaka recebe elogios pela sua abordagem honesta e ética à gestão, que inclui a incorporação de feedback independente e anônimo dos funcionários. Os resultados destes inquéritos destacam o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal e a cultura acolhedora como valores empresariais cruciais deste empregador de redes e segurança.

A Kona envia trimestralmente inquéritos anónimos para medir e melhorar o seu Net Promoter Score dos colaboradores (eNPS) e verificar a coerência com as tendências diárias internas.

A Google utiliza um sistema de feedback de 360 graus e o conteúdo da avaliação pelos pares é totalmente anónimo. No entanto, os gestores podem ver a identidade dos revisores específicos.

5- Impactos do projeto

Dashboard:



A Adobe substituiu as avaliações anuais por check-ins individuais regulares, apoiados por feedback frequente – tanto positivo quanto construtivo – discussões contínuas entre gerentes e funcionários para definir expectativas, oferecer feedback sobre o desempenho e reconhecer um trabalho forte. O impacto inicial foi profundo: a Adobe beneficiou de uma redução de 30% na rotatividade voluntária num ambiente de talentos altamente competitivo.

A rotatividade de funcionários é cara devido aos custos associados ao recrutamento, integração e treinamento de novos funcionários. Estimativas do setor sugerem que o custo de substituição de um funcionário pode variar de 50% a 200% do salário anual do funcionário. Portanto, uma redução de 30% na rotatividade na Adobe provavelmente resulta em milhões de dólares economizados anualmente.

Pode parecer óbvio, mas quando os colaboradores se sentem reconhecidos, se dedicam mais ao trabalho para alcançar os objetivos da empresa e a chance de deixarem a empresa diminui. A rotatividade de colaboradores nas empresas que incentivaram os programas de reconhecimento

foi 31% menor do que naquelas que não incorporaram essa iniciativa. Por essa razão, é importante cultivar um ambiente onde o trabalho das pessoas seja reconhecido e celebrado.

Ao nos concentrarmos em várias declarações da pesquisa do Trust Index™ do Great Place To Work®, que mede o quanto os funcionários se sentem reconhecidos no trabalho, pudemos ver o impacto da cultura de reconhecimento na experiência dele. O Great Place To Work® analisou 1,7 milhão de respostas de pesquisas de funcionários coletadas entre 2018 e 2020 em pequenas, médias e grandes empresas.

O reconhecimento faz com que os funcionários sintam que as promoções são justas, e estimula a inovação e o esforço extra

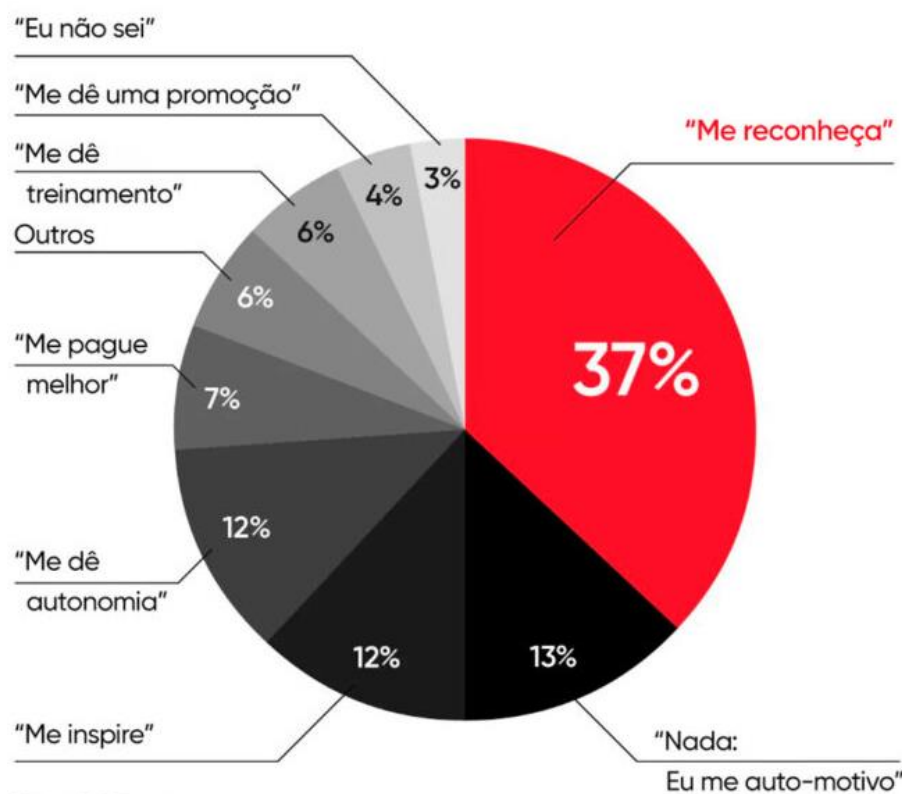
Em comparação com aqueles que não se sentem reconhecidos consistentemente no trabalho, as pessoas que se sentem reconhecidas possuem:

2,6 vezes mais chances de acharem que as promoções são justas.

2,2 vezes mais chances de impulsionarem a inovação e trazerem novas ideias adiante.

2,0 vezes mais chances de dizerem que as pessoas na empresa estão dispostas a ir além.

Impulsionadores mais importantes de um ótimo trabalho



5.1 Por que o engajamento dos colaboradores é importante?

Melhor desempenho dos negócios: As empresas com colaboradores engajados apresentam uma lucratividade 21% maior e uma produtividade 17% maior. Um estudo também revelou que as empresas com índices de engajamento acima dos 50% mais do que dobram suas chances de sucesso. As empresas com os mais altos índices de engajamento (99%) têm uma taxa de sucesso quase 5 vezes maior do que as que estão no primeiro percentil (1%).

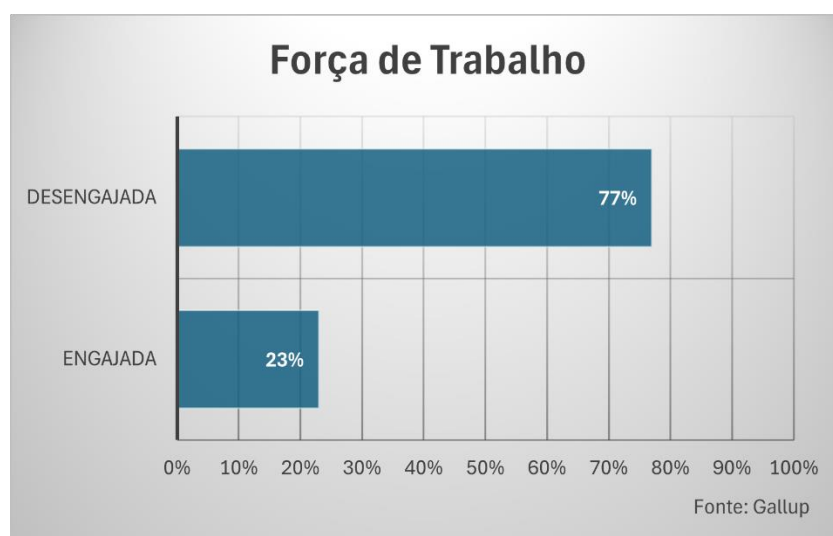
Uma pesquisa da Officevibe mostra que 43% dos funcionários altamente engajados recebem algum *feedback* pelo menos uma vez por semana.

6- Resumo dos dados mais importantes

Uma pesquisa da plataforma Officevibe, mostra que 25% dos colaboradores dizem que o feedback contínuo, de fato, ajuda na melhoria de seus trabalhos.

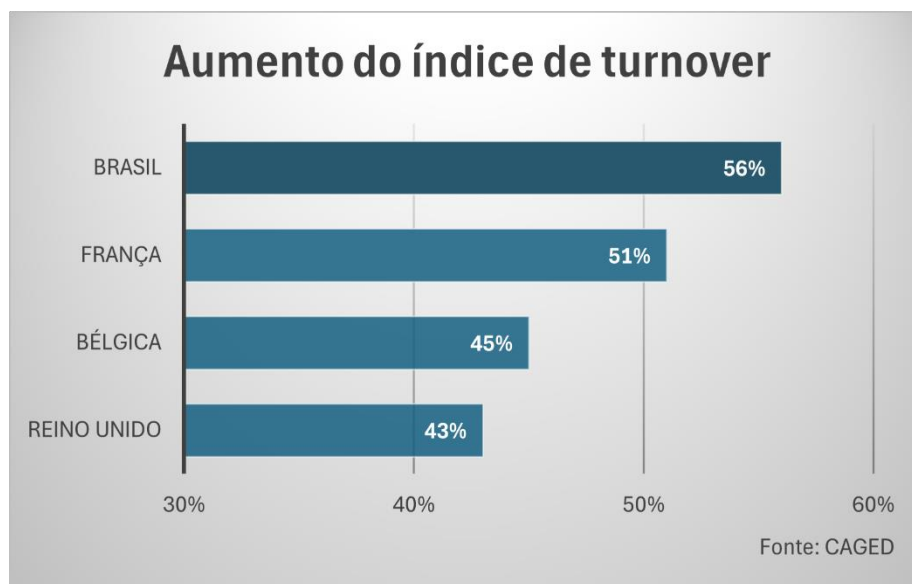
Resultados de pesquisa de Santhanam e Srinivas (2019) indicam que mais de 50% das empresas dizem ter dificuldades para reter seus melhores talentos.

A conclusão é do relatório da Gallup, representada pela consultoria Ynner no Brasil, que coletou dados de mais de 160 países entre abril de 2022 e março de 2023. A nível mundial, 77% dos trabalhadores se sentem desengajados e mais da metade (51%) estão em busca de uma mudança profissional.



De acordo com um levantamento realizado pela Robert Half, com dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), o Brasil é o país com o maior índice de turnover do mundo.

Na análise, o Brasil registrou 56% de aumento no turnover, à frente de países europeus como Reino Unido (43%), França (51%) e Bélgica (45%).



6.1 Geração Z

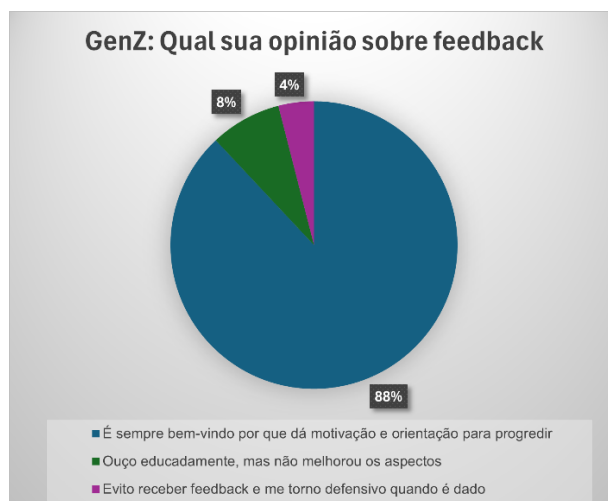
68% apontaram a GenZ como a que proporciona maior desafio para a gestão de pessoas.

66% da Geração Z quer receber feedback pelo menos de vez em quando para continuar no seu emprego. (Inc)

Por questionário no qual participaram 233 indivíduos pertencentes à geração Z

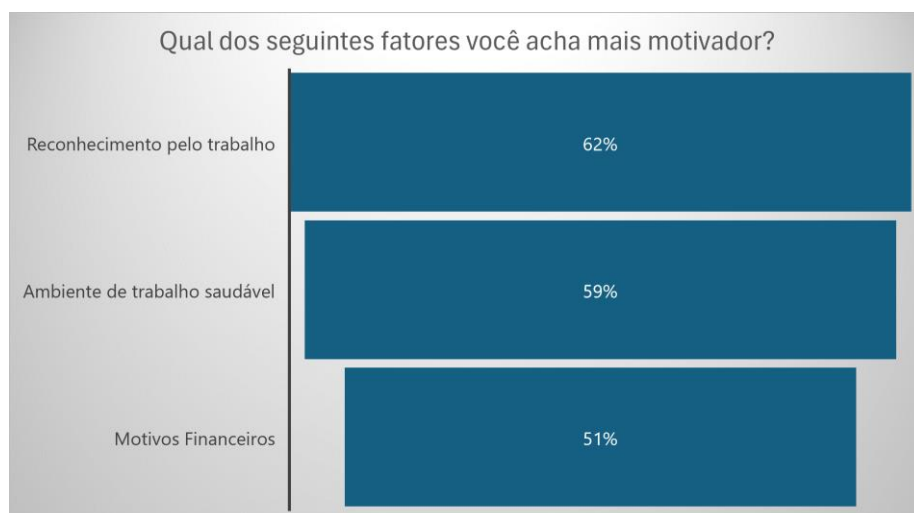
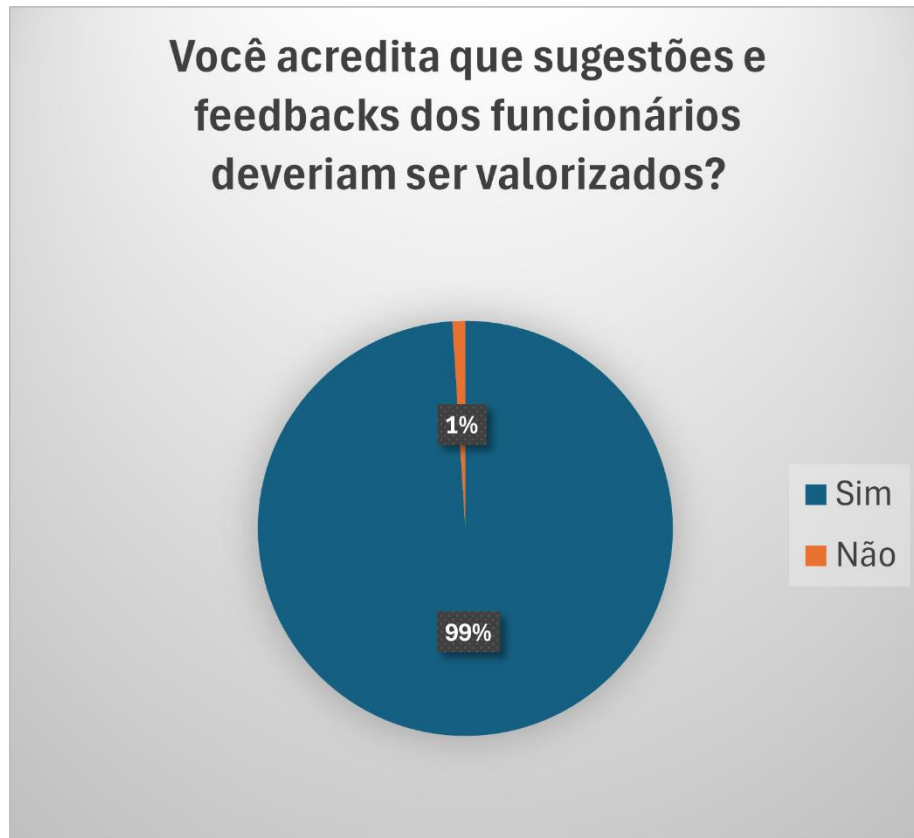
Qual é a sua opinião sobre feedback?

- 88% - É sempre bem-vindo porque dá motivação e orientação para progredir;
- 8% - Ouço educadamente, mas não melhorou os aspectos;
- 4% - Evito dar feedback e me torno defensivo quando é dado.



Você acredita que sugestões e feedbacks dos funcionários deveriam ser valorizados?

- 99% Sim
- 1% Não



6.2 A falta de reconhecimento é tão grave assim?

A satisfação no trabalho está em queda no mundo todo. E ela custa caro: funcionários que não estão engajados ou que estão ativamente desengajados

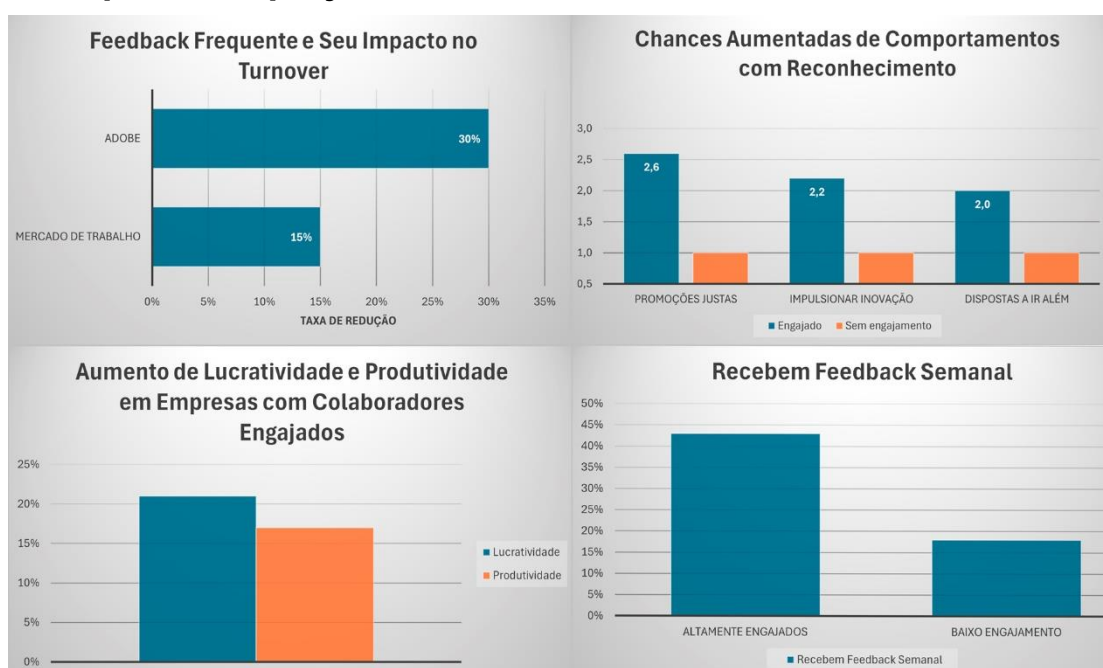
custam US\$ 7,8 trilhões em perda de produtividade global, de acordo com o relatório State of the Global Workplace: 2022 Report

66% das pessoas afirmaram que provavelmente deixariam o emprego se não se sentissem apreciados - OfficeTeam

89% das pessoas se queixam de estresse por falta de reconhecimento no ambiente de trabalho - ISMA

78% das pessoas afirmaram que trabalhariam melhor se se sentissem mais reconhecidas – Capterra.

6.3 Impacto do projeto



As empresas que investem no feedback frequente dos colaboradores apresentam taxas de rotatividade 14,9% mais baixas do que as organizações onde os colaboradores não recebem feedback relevante. (Gallup)

Uma pesquisa da Officevibe mostra que 43% dos funcionários altamente engajados recebem algum feedback pelo menos uma vez por semana.

O impacto inicial foi profundo: a Adobe beneficiou de uma redução de 30% no turnover

Um estudo conduzido pela Globalforce identificou que empresas que contam com programas de reconhecimento eficientes têm 31% menos demissões voluntárias e doze vezes mais chances de obterem melhores resultados. Afinal, conforme mencionamos, pessoas colaboradoras reconhecidas se sentem mais motivadas e, conseqüentemente, tendem a permanecer em seus postos.

Melhor desempenho dos negócios: As empresas com colaboradores engajados apresentam uma lucratividade 21% maior e uma produtividade 17% maior. Um estudo também revelou que as empresas com índices de engajamento acima dos 50% mais do que dobram suas chances de sucesso

O Great Place To Work® analisou 1,7 milhão de respostas de pesquisas de funcionários coletadas entre 2018 e 2020 em pequenas, médias e grandes empresas.

As pessoas que se sentem reconhecidas possuem:

2,6 vezes mais chances de acharem que as promoções são justas;

2,2 vezes mais chances de impulsionarem a inovação e trazerem novas ideias adiante;

2,0 vezes mais chances de dizerem que as pessoas na empresa estão dispostas a ir além.

7- Referências

7.1 Feedup

<https://www.terra.com.br/noticias/sete-a-cada-dez-trabalhadores-do-brasil-estao-desengajados,17f97e1b96ae58b48379e50f9651e9bb6352h7zu.html>

<https://g1.globo.com/trabalho-e-carreira/noticia/2022/08/30/pais-bate-novo-recorde-de-pedidos-de-demissao-em-12-meses.ghtml>

<https://thinkworklab.com/guias/como-dar-feedback-principais-tipos/>

7.2 Geração Z

<https://gptw.com.br/conteudo/artigos/geracao-z-no-trabalho/#:~:text=No%20Relatório%20de%20Tendência%20de,para%20a%20gestão%20de%20pessoas.>

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjv163jqJ-GAxUfPrkGHbmDDdkQFnoECCYQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.cnnbrasil.com.br%2Feconomia%2Fnegocios%2Flidar-com-a-geracao-z-e-desafio-para-68-do-mercado-de-trabalho-aponta-relatorio%2F&usq=AOvVaw3qDivruJP0n8UHAquFtT4b&opi=89978449>

https://bdm.unb.br/bitstream/10483/37974/1/2023_VitoriaPereiraDaCunha_tcc.pdf

7.3 Frustração entre os colaboradores

<https://www.agendor.com.br/blog/reconhecimento-no-trabalho/>

7.4 Motivação diária

<https://www.scielo.br/j/rbgn/a/YFX4rVSq5Rpxb9WSd9d6J/#>

<https://thinkworklab.com/guias/como-dar-feedback-principais-tipos/>

<https://www.zavvy.io/pt/blog/estatísticas-sobre-o-feedback-dos-trabalhadores>

<https://exame.com/bussola/94-dos-funcionarios-trabalham-melhor-depois-de-receber-feedback/>

<https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2024/03/15/sete-a-cada-dez-trabalhadores-do-brasil-estao-desengajados.ghtml>

7.5 Gamificação

<https://wp-static.achievemore.com.br/o-impacto-da-gamificacao-nas-empresas/>

<https://blog.elevecrm.com.br/gamificacao-o-que-e-e-como-aplicar-em-vendas/#:~:text=De%20fato%2C%2085%25%20dos%20funcion%C3%A1rios,aplicadas%20ao%20local%20de%20trabalho.&text=Os%20colaboradores%20que%20cr%20esceram%20jogando,%2C%20ranking%2C%20recompensas%20e%20desafios.>

<https://rockapps.com.br/insights/gamificacao-de-aplicativos-moveis-principais-estrategias/>

<https://www.adjust.com/pt/resources/guides/app-gamification/>

<https://ceur-ws.org/Vol-1051/paper4.pdf>

[https://www.linkedin.com/pulse/19-tendências-de-gamificação-para-2023-2025-principais-ricardo-paes/](https://www.linkedin.com/pulse/19-tend%C3%AAncias-de-gamifica%C3%A7%C3%A3o-para-2023-2025-principais-ricardo-paes/)

7.6 Feedback anônimo

[https://www.zavvy.io/pt/blog/feedback-anônimo-dos-trabalhadores/#:~:text=Na%20sua%20essência%2C%20o%20feedback,falem%20sem%20medo%20de%20represalias.](https://www.zavvy.io/pt/blog/feedback-an%C3%B4nimo-dos-trabalhadores/#:~:text=Na%20sua%20ess%C3%AAncia%2C%20o%20feedback,falem%20sem%20medo%20de%20repres%C3%A1lias.)

<https://www.washingtonpost.com/technology/2020/04/30/work-from-home-surveillance/>

<https://www.gallup.com/workplace/352949/employee-engagement-holds-steady-first-half-2021.aspx>

7.7 impactos do projeto

<https://www.clearreview.com/top-5-performance-management-case-studies/>

<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/human-capital-trends/2015/performance-management-redesign-human-capital-trends-2015.html>

<https://www.uber.com/pt-BR/blog/como-melhorar-o-engajamento-dos-colaboradores/>

[https://gptw.com.br/conteudo/artigos/criando-uma-cultura-de-reconhecimento/#:~:text=O%20Great%20Place%20To%20Work,pequenas%2C%20médias%20e%20grandes%20empresas.](https://gptw.com.br/conteudo/artigos/criando-uma-cultura-de-reconhecimento/#:~:text=O%20Great%20Place%20To%20Work,pequenas%2C%20m%C3%A9dias%20e%20grandes%20empresas.)