

# PREMIUM

profissional & negócios

www.revistapn.br



## 18º TOP OF MIND DE RH 2015

A COBERTURA COMPLETA DA PREMIAÇÃO MAIS IMPORTANTE DO MERCADO DE RECURSOS HUMANOS BRASILEIRO

A REFERÊNCIA DO RH



ESPECIAL  
TOP OF MIND

### DEZOITO ANOS DE TOP OF MIND DE RH

TUDO SOBRE A NOITE MAIS IMPORTANTE DO RH BRASILEIRO. QUANDO AS EMPRESAS E PROFISSIONAIS MAIS DESTACADOS DO MERCADO SÃO CELEBRADOS NO "OSCAR DO RH"

Neste ano a festa do Top aconteceu um pouco mais cedo. O prêmio continuou no mês de outubro, mas o dia marcado foi uma quarta-feira, 14. E não foi apenas a mudança da data que caracterizou o evento deste ano, quem acompanha a lista de vencedores viu que algumas marcas que ganhavam há anos foram ultrapassadas por outras, mostrando como o mercado de Recursos Humanos é dinâmico e como a competitividade em alguns setores é forte.

Mas o que conseguiu se sustentar foi a importância dessa premiação para a área de Recursos Humanos. Mais uma vez se viu o espaço Tom Brasil Nações Unidas lotado e composto pelos maiores representantes de RH do Brasil, tanto por seus fornecedores como por profissionais de Recursos Humanos representando por suas boas condutas em gestão de pessoas ou representando suas organizações, que ficaram na mente no mercado por suas melhores práticas.

Para quem não entende o que leva essas companhias a permanecer na memória da comunidade de RH, saiba que isso não se constrói apenas com ações de marketing e publicidade. A força de uma marca leva muitos outros fatores em consideração. Durante o evento, o especialista em marketing Jaime C. Troiano, explicou que "marca não se constrói com muitos investimentos em comunicação ou com muita relação externa no mercado, mas a partir de um processo lento e gradual de entrançamento dos valores e princípios na organi-



zação", junto com os colaboradores. "Enquanto a marca não tiver uma vida interna na empresa, ela não ganha força em qualquer outro lugar, por mais comunicação que você possa ter. Ser conhecido não significa quase nada, o importante é você ter um conteúdo que seja relevante. Marca não é um tapume que esconde a empresa, mas revela o que a empresa é", explica.

Para Troiano, a marca, que é aquilo que as pessoas carregam no peito, que representa muitas vezes o sobrenome institucional da própria pessoa, é fruto de um processo interno em que os colaboradores posam a pessoa e o que estão fazendo lá, qual a razão de ser da empresa e qual o papel que eles têm na organização. "Então, isso é fruto de relacionamento entre pessoas, de relacionamento entre áreas dentro da empresa, em torno de algo que é comum. Marca não é uma coisa administrada por profissionais de comunicação e de marketing; é uma propriedade coletiva de todos, que se enraíza a partir desse relacionamento entre colaboradores", diz.

Questionado sobre como outras empresas podem ter suas marcas ainda mais presentes no mercado e conseguir ter mais prestígio que concorrentes de peso, ele responde: "A primeira dica para as empresas que querem ter suas marcas como a de grandes empresas é entender a importância e o caminho que elas percorreram, os tombos que elas levaram e o que elas aprenderam". Em segundo lugar, é importante ter humildade e deixar de lado a

vauidade corporativa, achar que você sabe tudo e o que tem do lado de fora não interessa. Só assim conseguirá chegar aonde as grandes empresas estão hoje", diz.

### HISTÓRIA E SUSTENTABILIDADE

Em um ano em que se vêem empresas quebrando, empregos perdidos e uma grande transformação no cenário econômico e político brasileiro, ver, ao mesmo tempo, um prêmio chegar aos 18 anos e entender a importância e a credibilidade que o evento alcançou no mercado de RH.

Criado em 1997 por Celso Verniz, do conselho da Fênix Editora, o prêmio foi se tornando conhecido pela comunidade de Recursos Humanos e acompanhando as transformações do próprio setor. Antes, era exclusivo para fornecedores, mas com o tempo passou também a reconhecer profissionais e empresas com boas práticas em gestão de pessoas. Categorias também foram sendo criadas em novas edições, para acompanhar os novos segmentos que o mercado acaba incorporando.

Tudo isso mostra a competência e seriedade com que a Fênix vem realizando essa premiação, com o objetivo de valorizar e reconhecer esse mercado que por muitos anos ficou à margem das organizações e hoje pode-se dizer que mostra o seu real papel na construção de organizações produtivas, competitivas e sustentáveis.

ESPECIAL  
TOP OF MIND

SEMPRE MAIS DESTACADOS  
EM RECURSOS HUMANOS  
OPÇÃO DE VOTAR AGORA  
EMPREGOS MAIS DESTACADOS POR  
MÉDIO DE UM COLEGUE A  
PARTIR DA PRÁTICA  
RAFAEL CORTEZ COMO  
PRÊMIO DE DESTAQUE  
E O MELHOR ALIADO  
DE EMPRESAS DESTACADAS  
ANOS TEMOS MUDANÇAS  
DE RESULTADOS NA  
CATEGORIA DO TOP OF MIND  
E O REFLEXO DO MÉRITO  
EM RELAÇÃO ÀS EMPRESAS  
DESEMPENHO DAS EMPRESAS DESTACADAS



De acordo com Carlos Temistocle, diretor executivo da Fênix, neste ano o prêmio atingiu a maioridade. O conceito da campanha publicitária trouxe como tema "Somente os grandes resistem ao tempo". "É um orgulho para todos nós, da Fênix Editora, poder verificar a importância, reconhecimento e prestígio que o Top of Mind de RH tem no setor, reconhecido por todos como o "Oscar" do RH. Nesses 18 anos, o Top, além de ser um prêmio de lembrança de marca, tornou-se a principal referência na contratação de serviços e produtos para esse setor. Todos os indicados ganham um enorme diferencial. O Top é mais que um prêmio, ele contribui com a evolução da relação entre o RH e o seu fornecedor", explica.

Ele afirma que cada vez mais os fornecedores e empresas com práticas em gestão de RH os procuram para uma indicação. E afirma que não existe segredo para se consolidar por tanto tempo no mercado, pois quem faz o prêmio são os dirigentes de RH, que indicam os Top 5 de cada categoria. "Os indicados são as empresas e profissionais que trabalham melhor a sua marca e ímagem. Obviamente alinhados à qualidade dos serviços prestados, o prêmio conta com muito trabalho e dedicação de todos os envolvidos. A consequência desse trabalho, somada a fundamental apoio/patrocinio das principais marcas, fazem do Top o prêmio mais cobiçado e importante do setor."

Como dito anteriormente, o prêmio não se tornou importante apenas por valorizar esse mercado, "sempre digo que, em termos de diferencial, o Top é mais que um prêmio, ele contribui com a evolução da relação entre o RH e o seu fornecedor", explica.

produtos e serviços do setor.

Para os próximos anos, a expectativa é de sempre superar o sucesso do ano anterior. De acordo com o diretor, em 2015 houve uma grande inovação no sistema de votação, o QR Code, que aumentou em 35% no número de votos válidos. Para o próximo, espera-se continuar inovando a fim de manter a característica de referência e pioneirismo em comunicação voltada a este importante setor.

### MERCADO DINÂMICO E EM CONSTANTE TRANSFORMAÇÃO

Quem acompanha a premiação teve grandes surpresas durante o anúncio de alguns vencedores. Quem esperava, como todos os anos, ouvir os nomes Ticket e Catho como grandes vencedores nas categorias Benefício-Refeição e Site para Recrutamento, respectivamente, não encontrou quando nenhuma das duas foi pronunciada.

De acordo com Temistocle, o mercado é muito dinâmico, e é natural que essas mudanças de resultado aconteçam. "Todos os anos, temos mudanças de resultados nas categorias. Nessas duas, especificamente, foram outras grandes marcas que levantaram o troféu neste ano. Muito difícil tirar uma conclusão da cartola, mas é um ponto importante, para a Ticket, Catho ou outra indicada, não tenha levado o prêmio, refletir, principalmente levando em consideração a importância e repercussão do prêmio no setor. O Top of Mind é o reflexo do mercado em relação às marcas, portanto, não poderia ser ignorado", comenta ele.

ESPECIAL  
TOP OF MIND

ALÉM DE CONTAR COM  
A PRESENÇA DA  
COMUNIDADE DE RH O  
TOP TEM ALGUMAS  
PRESENCIAS ILUSTRES,  
COMO A DE OSCAR  
SICIMOTO E FOI  
ENCERPADO COM  
UMA ANIMADA APRESENTAÇÃO  
DE RENALDO  
EX-TERRA SAMBA



ESPECIAL  
TOP OF MIND

DIRIGENTE DE RH



### POSITIVIDADE FEZ A DIFERENÇA

FERNANDO SALINAS, DIRETOR DE RH AMÉRICA LATINA DA JOHNSON & JOHNSON, É O MAIS LEMBRADO PELA COMUNIDADE DE RH

Logo em sua primeira indicação ao Top of Mind de RH, Fernando Salinas ganhou em uma das categorias mais importantes: Dirigente de RH. "É um grande orgulho, não tem satisfação maior do que ser reconhecido por seus colegas e pela própria comunidade. É uma surpresa superpositiva, principalmente por concorrer com pessoas com uma grande trajetória e as quais admiro. É muito bom ter compartilhado com eles a categoria. Acho que tenho aprendido muito com meus colegas e minha equipe de trabalho", diz.

Segundo Salinas, o trabalho que desenvolve e o foco que tem nas pessoas e em fazer o negócio crescer talvez seja a justificativa para ter sido lembrado pela comunidade. "Sempre digo que, se fazemos o negócio crescer, a gente faz o país crescer e dá oportunidades para as pessoas, gera empregos e uma cadeia de valor positiva, que termina sendo um bem para todos. Tenho um foco muito grande em sempre tentar fazer melhor, ainda mais na área em que atuo, saúde e health care. Trabalhamos esse modelo de negócios no sentido de levar uma melhor qualidade de saúde a todos os brasileiros", explica.

**FERNANDO RODRIGO GONZALEZ SALINAS**  
Cargo: Diretor de RH América Latina  
Instituição em que estuda: Universidade del Salvador (Argentina)  
Formação: Relações Internacionais e Ciências Políticas  
Indicações ao Top: 1

CONCORRENTES  
• Elnahete Rello (Bayer Brasil) • Isabel Paiva (Biomarin)  
• Marcelo Arias (Braskem) • Melissa Guimarães Lequeta (Rumo All)

ESPECIAL  
TOP OF MIND

EMPRESÁRIO DE DESTAQUE - EMPRESA FORNECEDORA



### BICAMPEÃO!

JOSÉ ROBERTO MARQUES, PRESIDENTE DO IBC COACHING, É O EMPRESÁRIO MAIS LEMBRADO DO ANO MAIS UMA VEZ

Acreditar na essência do ser humano é o foco de José Roberto Marques, presidente do IBC Coaching, que mais uma vez se consagra como empresário destaque do ano no Top of Mind de RH. Na visão do executivo, bons resultados, excelência e alta performance estão diretamente ligados ao equilíbrio de cada pessoa.

Para Marques, as empresas são resultados de pessoas, e o trabalho desenvolvido por ele e por toda a equipe no IBC Coaching é foco de nossa constatação. Dessa forma, o destaque empresarial é sempre feito com que os clientes possam ser parceiros e amigos, para que o trabalho seja desenvolvido de forma conjunta.

"Não ensinamos no IBC Coaching, porque acredito na arte de cocriar, de compartilhar e aprender com cada um dos clientes. É uma troca constante para desenvolver pessoas e gerar resultados extraordinários. E como sou campeão dessa categoria, posso afirmar, com toda a certeza, que vale a pena acreditar nas pessoas e no potencial infinito do ser humano", finaliza Marques.

**JOSÉ ROBERTO MARQUES**  
Cargo: Presidente  
Instituição em que estuda: Faculdade de Ensino Filosófico e Teológico e Behavioral Coaching Institute  
Formação: Filosofia, Teologia e Master Coach Senior  
Indicações ao Top: 2

CONCORRENTES  
• Antonio Cruz (Grabar Seguranga) • Gilles Andre Ceccolli (Ticket Services)  
• Mário Kaptan (VAGAS.com) • Molamad Alk (Central Nacional Unimed)



32. Daniela Santos e Júnior Tupiã, ambos do  
33. Meire Blumen e Renato Barreiros, ambos de Berrini e Natuzzi; 34. Leonardo e Fernanda Lopes, ambos de Axiom; 35. Guilherme Redondo e Helma Bezerra, ambos de RaizOrgani; 36. Victor Souza Ana Paula Louca, Natelli Martins e Vitor Ferreira, todos da Redimover; 37. José Roberto Marques, presidente do IBC Coaching; 38. Nabella Paganelli, Fernanda de Paula, Victoria Franco e Daniele Campana, todos da Unimed; 39. Raul Franco, Lucía Strabelli, Luciana Pavesi e Claudia Cardoso, todos da Central Nacional Unimed; 40. Luciana Angelotti, Robert Soares, Jair Rodrigues e Camila Kozemkin, da Central Nacional Unimed; 41. Maximilian Petters, Carolina Laurends, Bruna Zanhiga e Flavio Araujo, todos da ADF Brasil; 42. Renata Mendes, da Unimed e Sanyto.