

# Movidos por uma paixão: correr



São seis e meia da tarde. Vindos de diferentes bairros, unidades de trabalho, os colaboradores da operadora de saúde Amil, um a um, vão chegando à tenda montada na Lagoa Rodrigo de Freitas, no Rio de Janeiro, com o Cristo Redentor e o pôr do sol compondo, harmonicamente, um pano de fundo. Depois de um dia inteiro de trabalho, não seria nada mal para esses funcionários um passeio de pedalinho ou um choppinho em um dos quiosques do lugar.

No entanto, eles estão ali por outro motivo: porque fazem parte do “Mova-se”, projeto desenvolvido pela operadora de saúde, em parceria com uma consultoria e assessoria especializada em qualidade de vida e bem-estar no universo corporativo.

Idealizado pelo Profissional de Educação Física André Alves Gracindo (CREF 013377-G/RJ), o projeto tem por objetivo promover a saúde e a qualidade de vida dos colaboradores da maior operadora de saúde da América Latina. Para isso, além de ações pontuais dentro a empresa, como a oferta de ginástica laboral e pilates, por exemplo, a paixão pela corrida de rua engajou colaboradores dos mais diversos escalões. O Mova-se já possui mais de 1000 inscritos, desde executivos da alta Direção passando pelos colabora-

dores da equipe técnico-operacional das empresas pertencentes à Amilpar.

“O projeto não possui fins estéticos ou de performance. A pessoa pratica para se sentir bem e ter um estilo de vida mais saudável”, afirma ele. “Qualquer um que se inscreve no projeto será sempre acolhido. Não será avaliado o tempo, ou o percentual de gordura que o participante irá reduzir”.

Para o sucesso do projeto, o Prof. André não esconde que traçou como meta atingir o maior número de colaboradores possíveis. Segundo ele, de nada adiantaria lançar uma iniciativa como essa sem se preocupar com a adesão. Para isso, criou um portal para o programa, que funciona como uma grande rede social entre os “corredores-colaboradores” da empresa. “Hoje o portal é ponto de referência entre os participantes. Se você digitar o termo ‘praticar saúde’ no google, o nosso site aparece em primeiro lugar na busca”, conta.

Outra ação importante de fidelização foi a criação do “Passaporte da Saúde”, uma carteira recebida por todo participante do projeto. Cada vez que comparece a uma das tendas, ele recebe um carimbo, somando pontos para, mais à frente, trocar por prêmios.

“Aqui a gente estimula à fidelização. Um projeto bem sucedido é feito por detalhes. Parece até simples, mas a gente ralou um pouco para chegar até aqui”, relata o Prof. André Gracindo, que vê nas ações de marketing e comunicação como sendo importantes ferramentas de fidelização do funcionário. “Toda metodologia é pautada na informação e no convencimento. A gente encara o desafio ter uma comunicação permanente e que seja feita como se fosse para um cliente externo mesmo. Neste sentido, a área de Marketing da Amilpar teve uma atuação fantástica, dando um tratamento publicitário internamente, sem ser aquela coisa formal, que não desperta interesse”.

Um dos responsáveis pela divulgação interna e externa, o colaborador Cássio Mazzarotto é também participante do Mova-se. Ainda com o par de tênis em uma das mãos, ele falou à REVISTA EF sobre a repercussão positiva que a empresa vem tendo na mídia com o projeto. Tanto que ele já recebeu o sinal verde da alta Direção para levar a iniciativa a todas as unidades do país, sejam hospitais ou unidades de saúde, operadoras ou as próprias unidades administrativas da empresa.

“O sucesso do projeto é o fato de o nosso foco não ser a performance, e sim promover a qualidade de vida e a saúde através da prática esportiva”.

A diretora-médica da Amil, Dra. Cristina Mendes, é uma entusiasta do Mova-se. Ela faz parte do grupo de corrida desde o início e faz questão de exaltar o trabalho feito pelos profissionais de Educação Física nas tendas montadas na Lagoa e na praia da Barra da Tijuca.

“Por ser uma empresa da saúde, precisamos, obviamente, levar ‘saúde’ aos nossos colaboradores, através da prática de exercícios e educando para uma boa alimentação. Tudo isso é bom, até mesmo, para que ele produza mais, para melhoria da autoestima. Resumindo, é só coisa boa!”.

O resultado do projeto, além de estar explícito no dia a dia dos colaboradores, também pode ser visto nas ruas. Ou melhor, nas maratonas. Em uma competição promovida pelo Grupo Pão de Açúcar, tivemos 13 equipes de corrida, com oito integrantes cada.



“O legal foi ver pessoas de diversos setores e departamentos de toda a empresa, correndo e vibrando juntas”, afirma Mazzarotto.

Para o profissional que quer atuar neste mercado, o Prof. André Gracindo dá a dica:

“O Profissional de Educação Física que quer militar no ambiente corporativo deve ter um bom poder de argumentação. Precisa abrir a cabeça, entender o mercado em que atua e que não vai simplesmente justificar os resultados obtidos com ganhos orgânicos. Se tiver apenas esse discurso de reduzir percentual de gordura, de ganhos estéticos e de performance não vai convencer o executivo, tomador de decisão do contrato. Este é um mercado que ainda pode ser muito mais explorado. E isso é uma campanha que uma pessoa só, ou um projeto só como este da Amil, não vai conseguir levar adiante”.

