

O INCENTIVO DA SUSTENTABILIDADE NO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO ATRAVÉS DA COMUNICAÇÃO

¹Cátia Regina França de Sousa Gaião e Silva: Faculdade Cesgranrio (FACESG) profa.catiarfranca@yahoo.com

²Julia Eduarda TAvares Silva: Faculdade Cesgranrio (FACESG)

³Natalya Oliveira Subtil: Faculdade Cesgranrio (FACESG) natalyasubtil@icloud.com

⁴Natascha Oliveira Subtil: Faculdade Cesgranrio (FACESG) nataschasubtil@gmail.com

RESUMO

A comunicação interna nas organizações é fundamental para a empresa realizar seus objetivos estratégicos. Sendo assim, esta pesquisa tem como objetivo investigar os processos de Atração e Seleção e do Treinamento e Desenvolvimento na gestão de Recursos Humanos e avaliar como a comunicação do conhecimento da sustentabilidade nos referidos processos pode influenciar a visão dos colaboradores da empresa. A metodologia utilizada foi a pesquisa descritiva e a coleta de dados foi realizada pela pesquisa bibliográfica e de campo. Como instrumento de coleta utilizou-se o questionário e uma entrevista e a interpretação dos dados foi qualitativa. A conclusão que se chega é o comprometimento da empresa em alinhar seus funcionários a trabalharem com assuntos relevantes e questões sociais como diversidade, identidade de gênero, racismo e feminismo. Porém, na estratégia de alinhamento sobre a sustentabilidade a comunicação se faz de forma mais ativa pelas redes sociais e assessoria de imprensa do que internamente, o que acaba não sendo suficiente para conhecimento dos colaboradores em seus processos.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Atração e Seleção. Treinamento e Desenvolvimento.

¹ Professora da Faculdade Cesgranrio (FACESG) e Professora do Centro Universitário Augusto Motta (UNISUAM); Doutora em Ciências da Educação pelo Programa de Pós-graduação Stricto Sensu da *Universidad de Desarrollo Sustentable - UDS*.

² Graduada do Curso Superior em Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos da Faculdade Cesgranrio (FACESG/CESGRANRIO).

³ Graduada do Curso Superior em Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos da Faculdade Cesgranrio (FACESG/CESGRANRIO).

⁴ Graduada do Curso Superior em Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos da Faculdade Cesgranrio (FACESG/CESGRANRIO).

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa investiga na Gestão de Recursos Humanos (RH) os processos da Atração e Seleção (A&S) e do Treinamento e Desenvolvimento (T&D). A gestão de Recursos Humanos (RH) é o elemento essencial à performance organizacional para que as instituições tenham a participação efetiva dos funcionários. O ser humano aprende através das experiências adquiridas entre as pessoas, com a evolução da organização e também reflete em seu comportamento o ambiente no qual está inserido. Assim, a cultura organizacional tende a se perpetuar, pois atrai e aceita pessoas que tem sistemas de valores e crenças semelhantes, sendo assim a empresa pode apropriar-se dessas premissas e buscar manter ou elevar o desempenho dos resultados, sobrevivência e crescimento mantendo as pessoas motivadas. Tudo começa com a contratação de talentos, mas vai muito além disso, também é fundamental o desenvolvimento de competências para alinhar os objetivos dos colaboradores aos da organização.

Neste contexto, o processo da Atração e Seleção de talentos é uma etapa importante para que os gestores analisem e comparem todas as informações reunidas sobre os profissionais que se candidataram. Essa etapa pode ser desenvolvida a partir de dinâmicas com testes e provas com comunicações claras entre os candidatos e o entrevistador. Após essa avaliação, seleciona-se quem irá fazer parte do time da empresa, sendo que é de extrema importância ter um foco claro do profissional que deseja atrair de acordo com as necessidades e cultura da empresa. Assim é possível escolher com assertividade o candidato que se encaixa melhor na vaga.

O processo de Treinamento e Desenvolvimento trata-se do aprimoramento das habilidades profissionais e conhecimentos dos colaboradores, fazendo com que cada funcionário esteja alinhado aos interesses da empresa. É um esforço feito para preservar o sucesso organizacional, já que quanto mais a valorização do profissional estiver presente na cultura organizacional, melhor será a produtividade de um modo geral. É necessário que o setor de RH esteja muito bem estruturado e entenda as necessidades da organização e os objetivos para que possa desenvolver um plano de Treinamento e Desenvolvimento eficaz.

E tudo isso perpassa nas dimensões da sustentabilidade, pois manifestações sobre este assunto nas empresas atualmente é uma questão muito analisada, já que além das vantagens econômicas, agir de forma sustentável contribui também para a preservação ambiental e do planeta como um todo. É importante entender o modo como a sustentabilidade deve ser adotada e executada no meio empresarial, pois ajuda a empresa a se posicionar positivamente perante seu público consumidor. Uma operação ética e ecologicamente sustentável possui maior respeito da sociedade e do mercado e passa a ser enxergada de forma muito mais positiva no mercado, o que na prática melhora o resultado financeiro da empresa. São ações em que todos os envolvidos ganham.

Neste sentido, a comunicação interna como um instrumento estratégico, influencia diretamente as instituições atualmente em todos os seus segmentos. Dessa forma, a qualificação dos meios de comunicação elevam o conceito e imagem da empresa diante do seu público, fortalecendo sua identidade. Na contextualização da sustentabilidade, a relevância da comunicação interna é ainda mais importante, pois associa a compatibilidade da sua identidade visual com o destaque relacionado à importância da comunicação ambiental e como ela é aplicada na transparência e na ética da organização.

Para exemplificar os processos em questão no âmbito empresarial, será apresentada a empresa Ômega. Trata-se de uma editora de educação básica do Brasil, com foco em conectar cultura de excelência e impacto social para levar ensino de qualidade a crianças e jovens em todo o país. Tem como principal objetivo ser o maior e melhor grupo de ensino fundamental e médio do Brasil. A missão da editora hoje é focar nos alunos, priorizando soluções que potencializam seu aprendizado.

A questão problematizadora de investigação desta pesquisa investiga como a comunicação do conhecimento da sustentabilidade nos processos de Atração e Seleção e no Treinamento e Desenvolvimento pode influenciar a visão dos colaboradores da empresa? Como problemáticas que estão em torno do problema de pesquisa, levanta-se o seguinte: falta de comunicação interna sobre as dimensões da sustentabilidade; necessidade de treinamentos adequados para as práticas de sustentabilidade que estejam de acordo com a política organizacional e; ausência dos conceitos da sustentabilidade no processo de A&S e de T&D.

Esta pesquisa poderá contribuir para solucionar os problemas da Sustentabilidade, enquanto sistema dentro da empresa, de modo que a mesma possa expandir seus conhecimentos sobre o tema e, conseqüentemente, prosperar ainda mais no mercado mostrando uma visão avançada de negócio.

OBJETIVOS

O objetivo geral desta pesquisa é investigar os processos de Atração e Seleção e Treinamento e Desenvolvimento na gestão de recursos humanos e como a comunicação do conhecimento da sustentabilidade nos referidos processos pode influenciar a visão dos colaboradores da empresa. Os Objetivos Intermediários são: apresentar conceitos sobre Atração e Seleção e Treinamento e Desenvolvimento; definir conceitos sobre Sustentabilidade; investigar métodos para implementação de ações sustentáveis no cotidiano organizacional e; informar a importância da comunicação para a disseminação da cultura da sustentabilidade.

METODOLOGIA

A presente pesquisa utilizou como metodologia a pesquisa descritiva. Este tipo de pesquisa usa padrões textuais como, por exemplo, questionários para identificação do conhecimento. A pesquisa descritiva tem por finalidade observar, registrar e analisar os fenômenos sem, entretanto, entrar no mérito de seu conteúdo. Na pesquisa descritiva não há interferência do investigador, que apenas procura perceber, com o necessário cuidado, a frequência com que o fenômeno acontece. É importante que se faça uma análise completa desses questionários para que se chegue a uma conclusão.

Conforme Sampieri, Collado e Lucio (2013, p. 102), os estudos descritivos “pretendem unicamente medir ou coletar informações de maneira independente ou conjunta sobre os conceitos ou as variáveis a que se referem”. Quanto aos procedimentos de coleta de dados foi realizada uma pesquisa de campo, que segundo Marconi e Lakatos (2005, p.186) “é aquela utilizada como o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles”.

A coleta de dados foi realizada através de pesquisa bibliográfica com perguntas feitas à supervisora do setor de Recursos Humanos da empresa e favoreceu a busca de conhecimento sobre o assunto para entender a melhor forma de aplicar um sistema de RH sustentável em uma empresa.

Quanto aos procedimentos de coleta de dados foi realizada uma pesquisa de campo e uma pesquisa bibliográfica. A pesquisa de campo segundo Lakatos & Marconi (2005, p.186) “é aquela utilizada como o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles”. Já a pesquisa bibliográfica segundo Gil (2002, p. 37) “obtem os dados a partir de trabalhos publicados por outros autores, como livros, obras de referência, periódicos, teses e dissertações”.

Como instrumentos de coleta foram realizados um Questionário e uma Entrevista. A entrevista individual foi conduzida pelos pesquisadores e segundo Gil (2002, p. 115), “entrevista é a técnica de coleta de dados em que o investigador se apresenta frente ao entrevistado e lhe formula perguntas, com objetivo de obter os dados que interessam a uma investigação”. O questionário, segundo Lakatos e Marconi (2005, p.201):

É constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistado. Junto com o questionário deve-se enviar uma nota ou carta explicando a natureza da pesquisa, sua importância e a necessidade de obter respostas, tentando despertar o interesse do recebedor, no sentido de que ele preencha e devolva o questionário dentro de um prazo razoável.

O questionário (Anexo I) foi composto de 29 perguntas: objetivas, fechadas e abertas, onde o respondente poderia assinalar mais de uma opção e também com respostas mais completas o que possibilitou os resultados deste estudo.

Para a interpretação dos dados desta pesquisa foi utilizado o método qualitativo porque está orientado para a análise de casos concretos, em sua particularidade temporal e local, partindo das expressões e atividades das pessoas em seus contextos locais. O método qualitativo permite melhor obtenção de informação para elucidar o objeto do estudo e elaborar construtos a respeito do assunto em vigor. É um método em que os campos de estudo não são

situações artificiais em laboratório, mas sim práticas e interações dos sujeitos na vida cotidiana (FLICK, 2004).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

ATRAÇÃO E SELEÇÃO (A&S)

Recrutar e selecionar candidatos é mais que um preenchimento de vaga. É todo um processo que vai “desenvolver um bom planejamento em todas as etapas do processo de Atração de Pessoas é fundamental e é a base para o seu sucesso e principal objetivo, escolher candidatos aptos que adicionam valores, talentos e competências necessárias à organização.” (FAISSAL et al 2019).

Portanto, é indispensável gerar processos que sejam adaptáveis a empresa, desde a divulgação da vaga até a escolha da pessoa ideal ao cargo. Além do processo entre um e outro. Escolher o melhor candidato vai além da escolha de um perfil desejado. É preciso alguém que agregue, aprenda e também traga valores para a empresa.

Segundo Silva et al (2019), “recrutar e selecionar pessoas é um processo complexo, devido às várias etapas e decisões de escolha, mas que gera excelentes resultados por se tratar de um método cuidadoso, que resulta na escolha da pessoa certa para a posição certa.”

Existe tanto o Recrutamento Interno e o Externo. Dependendo do tipo de seleção e que se deseja atrair, pode-se escolher um deles, ou até mesmo os dois, porém os dois juntos são mais ousados e trabalhosos, pois teria que ter inícios de recrutamentos diferentes para se chegar a mesma seleção, então escolher a pessoa certa para a posição desejada. Em ambos os recrutamentos é preciso conhecimento e planejamento sobre a área, principalmente um gestor qualificado que possa montar estratégias alinhadas aos objetivos organizacionais da empresa.

Saber onde atrair candidatos, de que forma, o que propor e como propor. Para receber pretendentes qualificados ao cargo, sendo menos trabalhoso a seleção dos mesmos. Preparar as próximas etapas de acordo com a necessidade, seja por entrevistas, testes, dinâmicas, identificar não só o ideal ao posto, mas sim a organização em um todo.

No Recrutamento Interno o ponto alto é a empresa já conhecer o histórico de desempenho e desenvolvimento de seus funcionários, podendo fazer seleções sem muitas divulgações, oferecendo promoções e transferências. Além de ter menor custo financeiro e de tempo, oferece oportunidades, incentiva os colaboradores a crescer e os motiva, incentivando também a estabilidade da rotatividade.

Já o Recrutamento Externo é mais complexo, pois é necessária uma divulgação ampla e atraente aos olhos de quem quer atrair. As estratégias precisam ser bem montadas e qualificadas em relação a cada cargo, pois cada setor são precisas qualificações diferentes, porém, todos devem ter a mesma visão e valores da empresa.

No Recrutamento Misto são usadas ferramentas de ambas as formas, procura o melhor da seleção de cada uma delas, é importante haver um gestor capacitado que faça planejamentos, avaliação e tenha atenção ao que se busca tendo controle da situação. O recrutamento faz parte da empresa, cada passo tem que ser dado para que agregue as pessoas e a organização.

TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO (T&D)

O treinamento e desenvolvimento são processos essenciais na organização, pois segundo Moura et al (2019), a eficácia organizacional começa no momento da escolha de profissionais com as melhores qualificações técnicas e comportamentais, mas as habilidades se deterioram e se tornam obsoletas e as pessoas necessitam de aperfeiçoamento e de adquirir novas competências, além de cuidar e atualizar as que já possuem.

Portanto, ter um bom profissional qualificado que conheça os processos e tenha investimento da organização, passa a ter pessoas mais qualificadas a praticar suas funções, obtendo resultados melhores.

Segundo Faissal (2019, p.61):

[...] aspecto a ser considerado é que o treinamento e desenvolvimento costumam ser tratados como sinônimos ou como partes de um único processo. No entanto, é importante ressaltar que, embora os métodos sejam similares para afetar a aprendizagem, a sua perspectiva de tempo é diferente, pois o foco do treinamento é o curto prazo e as competências são necessárias ao desempenho do colaborador em

sua função atual; o desenvolvimento visa capacitar o trabalhador para assumir novos desafios e responsabilidades no futuro.

Os programas de treinamento se concentram em informar sobre a organização e como agem, suas políticas, regras, visões, missões e valores, tudo que diz respeito à empresa. O treinamento é o procedimento mais eficaz em agregar valores às pessoas em geral, como funcionários, clientes e a organização, enriquecendo o patrimônio humano.

Segundo Moura et al (2019), é um processo que dá oportunidades para o contínuo desenvolvimento pessoal, não apenas no cargo atualmente ocupado, mas também em outros que o indivíduo possa vir a exercer. Além disso, gera mudança nas atitudes das pessoas, a fim de criar entre elas um clima mais satisfatório, aumentando-lhes a motivação e tornando-as mais receptivas às técnicas de supervisão e gestão.

SUSTENTABILIDADE

Segundo Marujo (2017), “sustentabilidade é uma condição de ser, estar e vivenciar todas as atividades humanas na contemporaneidade de maneira mais responsável e comprometida com o ambiente em sua totalidade.” A comunicação é o fator principal na divulgação do conhecimento da sustentabilidade dentro da organização, é preciso estratégias de abordagem para compreender todas as dimensões da sustentabilidade.

O gestor de recursos humanos precisa pensar sempre no crescimento de todos na organização, que inclui também por seu crescimento e desenvolvimento. É necessário constante capacitação e qualificação pessoal, social e profissional para contribuir para uma sociedade melhor. (MARUJO, 2017, P. 26).

A gestão de recursos humanos se apresenta cada vez mais com uma potencial área da gestão possível de empreender as organizações com foco na perspectiva da sustentabilidade e responsabilidade com a sociedade e o ambiente. Isto porque o início desse processo se converte numa condição fundamental para que os melhores recursos sejam atraídos, recrutados e selecionados a fim de agregar mais valores às organizações. (MARUJO, 2017, p. 31)

De acordo com MARUJO (2017), com o mercado cada vez mais competitivo, o RH se vê em uma posição mais exigente e inovadora no mercado, com isso somente bons salários não são atrativos, o mantimento de uma organização sustentável e respectiva à mudanças é mais

atrativa aos colaboradores e ao público em geral. Ter uma unidade estratégica - organização, mercado e sociedade - é indispensável nos processos de atração e seleção de pessoas.

O RH deve buscar utilidades e obrigações para a formação de seus profissionais, os tornando mais responsáveis e comprometidos com a sustentabilidade e o mundo, com todas suas demandas. O treinamento deve ser contínuo e de acordo com os interesses da organização, integrando seus valores.

Compreender a sustentabilidade em todas as suas dimensões – política, social, econômica, ambiental e cultural – passa a ser um imperativo para se repensar o humano e o ambiente, ou melhor, este potencial “unidade estratégica” importante para o desenvolvimento sustentável. As dimensões da sustentabilidade são, por si só, estratégicas. Isto porque a sua inter-relação e interdependência proporciona aos sistemas serem mais complexos e, conseqüentemente, interessantes para lidar com as constantes novidades advindas da globalização. (MARUJO, 2017, p 55)

COMUNICAÇÃO

É indiscutível que a comunicação é um elemento essencial na gestão de pessoas e para as organizações como um todo. A necessidade de comunicação tem a mesma essência do respirar, nem percebe-se que está sendo feito. Pessoas que ficaram impedidas de se comunicar por períodos longos, enlouqueceram ou ficaram perto da loucura (BORDENAVE, 2006).

Por definição, a comunicação consiste na ação de transmitir uma mensagem entre um emissor e um receptor através de determinado canal. A comunicação, em qualquer uma de suas formas, exerce um poder: o de obter engajamento, concordância. Nesse sentido, é um investimento para legitimar o clima, os objetivos e as estratégias empresariais. Acreditar na comunicação como poder significa posicioná-la como investimento, não como despesa (TORQUATO, 1986, p.115).

A eficácia do sistema de comunicação gerencial é resultante, ainda, do esforço para o aprimoramento das habilidades de comunicação das fontes, das condições técnicas dos canais, das melhores qualificações das mensagens e preparação adequada dos grupos receptores. (TORQUATO, 2002, p. 198)

Sem uma comunicação eficaz, a dificuldade de projetos evoluírem aumenta e pode comprometer o sucesso organizacional da empresa. Segundo Chiavenato (2006, p.142), “a

comunicação é a troca de informações entre indivíduos. Significa tornar comum uma mensagem ou informação. Constitui um dos processos fundamentais da experiência humana e da organização social”.

É preciso considerar que a comunicação interna não substitui os vários níveis de comunicação, ela seria um setor planejado com objetivos definidos para viabilizar toda a interação possível entre a organização e seus empregados, usando ferramentas de comunicação institucional e até de comunicação mercadológica - endomarketing e marketing interno. (KUNSCH, 2003, p.18)

É dever de quem está se comunicando que a mensagem seja dada de forma clara e objetiva, mas também consiste em que o receptor entenda a informação que foi passada. A comunicação é o ato de compartilhar informações entre duas ou mais pessoas, com a finalidade de persuadir ou de obter um entendimento comum a respeito de um assunto ou de uma situação (Terciotti e Macarenco, 2009, p. 2).

Ferrari (2009) afirma que a comunicação na organização torna-se estratégica quando esta busca o cumprimento da missão e dos objetivos organizacionais. Assim, o tema estratégico nas organizações está ligado à efetiva adaptação da organização com seu ambiente, por meio do tempo, entendendo por estratégia a criação e prática dos meios adequados para atingir os resultados desejados, melhorando a capacidade total de planejamento e organização para que possa adaptar-se ou inovar com sucesso aos tempos. (MARCHIORI, 2011, p.164)

RESULTADOS E ANÁLISES

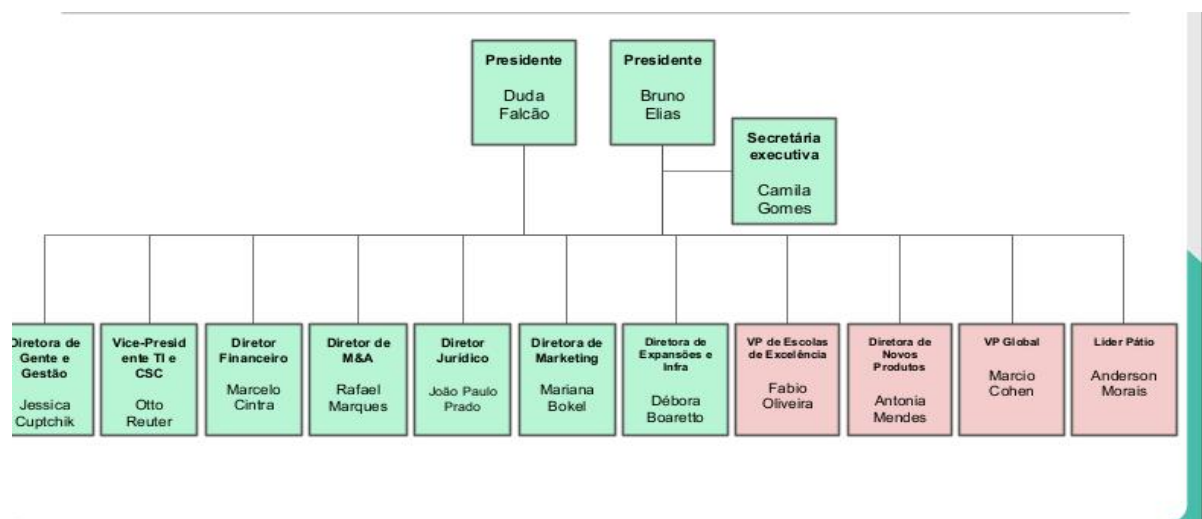
A EMPRESA

A empresa objeto desta pesquisa será denominada aqui como *Empresa Ômega*. É uma editora sediada no Rio de Janeiro e fundada em 2013 e tem como motivação conectar cultura de excelência e impacto social para levar ensino de qualidade a crianças e jovens de todo país. Tem como missão ser a melhor solução em educação para todos com aspirações extraordinárias, transformando vidas e o Brasil. Os valores focam no aluno, trabalho em equipe, postura de dono, entusiasmo e reconhecimento. A empresa possui mais de 10.000 colaboradores e tem como pontos éticos a transparência com os colaboradores, escolas, mantenedores.

A Ômega oferece um amplo portfólio de soluções educacionais como sistemas de ensino, editoras e soluções de ensino complementares que os permitem ser parceiro integral da escola, tanto local quanto nacionalmente. A responsabilidade por desenvolver este conjunto de soluções educacionais pertence a um time de profissionais que tem como objetivo o compromisso de formar gerações de brasileiros cada vez melhores.

Segue, abaixo, o Organograma da empresa.

Figura 1: Organograma da Empresa Ômega



Fonte: https://drive.google.com/file/d/179pusE7pF-ddpPjadD_KA5UGLUVQ3BK6/view (2021)

ANÁLISE DOS DADOS

Os dados apresentados na pesquisa foram obtidos por meio de um questionário respondido pela Supervisora de Gente e Gestão da empresa, onde foram feitas perguntas sobre Sustentabilidade e suas dimensões, T&D e A&S.

Os responsáveis pela gestão de pessoas possuem formação em Engenharia, MBA em Gestão de Pessoas e estratégia de negócios.

O gestor informou que o processo seletivo dos funcionários é feito através da plataforma Gupy, com candidatos externos e internos. O candidato se inscreve e dependendo do processo

seletivo, as etapas podem ser todas dentro da plataforma ou externa à plataforma. Os profissionais responsáveis pelo Recrutamento e Seleção se dividem de acordo com a sua unidade de negócio. Em geral, a Graduação é em Psicologia e MBA em Gestão e Liderança de pessoas. Hoje, o índice de rotatividade dos funcionários é de 19%.

Atualmente a empresa busca aumentar a diversidade do seu quadro de colaboradores, implementando uma inteligência artificial para ter indicadores de diversidade no processo seletivo e com isso aumentar a diversidade dentro da empresa. Já em casos de desligamento, é agendado uma reunião no *Google meet* e a instituição se guia por um *Google forms* com perguntas pré prontas para fazer aos ex colaboradores.

Seguindo para a parte de Treinamento e Desenvolvimento, os profissionais responsáveis possuem Graduação em Administração e MBA em Gestão de Pessoas. A empresa oferece todos de forma online, devido a pandemia, através das ferramentas disponíveis no *Google Drive*. Além disso, também é oferecido para os funcionários treinamentos de outros setores e cargos, possibilitando seu crescimento na empresa.

A Editora Ômega declara que a sustentabilidade está presente no seu planejamento estratégico, porém não a ponto de influenciar a visão de todos os colaboradores em geral. No entanto, buscam sim incentivar os funcionários a fazerem escolhas mais conscientes em relação a consumo, saúde e sustentabilidade por meio de grupos de afinidade onde incentivam a discussão desse tema.

Considerando o conceito da sustentabilidade pelo tripé E, S, G, G&G ou o RH tem uma atuação importante e ativa junto aos colaboradores e pessoas no que tange à frente social. Então nesse sentido fica na responsabilidade do setor de Gente e Gestão o treinamento e desenvolvimento, assim como toda a agenda de diversidade na companhia. Na empresa Omega, a comunicação interna é responsabilidade do time de comunicação. Então as áreas (G&G) inclusive são ativas dentro dos temas de seu interesse para comunicação interna e alinham junto ao time de CI essa estratégia de comunicação dos assuntos.

Hoje, a área de Responsabilidade Social na Omega, responsável pela integração da agenda ESG à companhia, tem atuado em parceria com comunicação interna em uma estratégia de

comunicação da sustentabilidade. Isso tem sido feito alinhando redes sociais, comunicação interna e assessoria de imprensa. A empresa possui grupos de afinidade que estão focados na agenda de diversidade. Além de também pensar em uma agenda que de representação das minorias na companhia. LGBTQI+, PCD, Pretos e Pardos, Mulheres. Se tratando dessas questões, a sustentabilidade como ESG se encaixa nesse sentido mais amplo, em especial no pilar social.

CONCLUSÃO

O problema de pesquisa investigou *como a comunicação do conhecimento da sustentabilidade nos processos de Atração e Seleção e no Treinamento e Desenvolvimento pode influenciar a visão dos colaboradores da empresa*. Quanto aos objetivos, pode-se afirmar que os mesmos foram atingidos, uma vez que a pesquisa elucidou os objetivos específicos citados no Referencial Teórico apresentado e na explanação dos dados desta pesquisa.

Sobre a empresa investigada, a Ômega, a sustentabilidade no planejamento estratégico da organização deve ser incentivada através de uma comunicação clara e objetiva. Essa abordagem pode ser feita já desde o processo de Atração e Seleção (A&S), pois o funcionário já entende desde este ponto como a organização lida com o assunto dentro da empresa. Apresentando também sua missão, visão e valores e também com as pessoas em geral. Assim, empreende-se mudanças de comportamento que influenciarão tanto dentro quanto fora do ambiente de trabalho.

Portanto, o comprometimento da empresa em fazer com que seus funcionários se alinhem às dimensões da sustentabilidade abordando questões sociais relevantes e também sobre o planeta é de extrema importância. E a comunicação entre um e outro acontece como o empregado irá entender e pôr em prática, de acordo com a organização. Não basta informar sobre o tema quando a pessoa está se candidatando e concorrendo a vaga, deve-se continuar a abordar o assunto, incentivando e ensinando diariamente estes funcionários. Nisto também há contribuição do processo de Treinamento e Desenvolvimento (T&D), pois é uma forma de incentivá-los através das metodologias empreendidas porque é possível ter um processo

adequado e correlacionado à sustentabilidade quando se tem um foco no tema - sustentabilidade - e um gestor adequado para fazer esse processo.

Conclui-se nesta pesquisa que a área de Recursos Humanos deve buscar manter seus profissionais mais responsáveis e comprometidos com a sustentabilidade dentro e fora da organização, buscando utilidades que se possa manter essa totalidade à empresa, pensando sempre no crescimento e desenvolvimento de todos e a comunicação é o principal elemento entre a área de Recursos Humanos e os funcionários. Portanto, trabalhar estratégias de abordagem é indispensável ao RH para se comunicar de forma clara e objetiva com os funcionários.

Esta pesquisa apresentou a importância dos processos da área de Recursos Humanos, a A&S e o T&D e a tratativa da Comunicação e da Sustentabilidade e como estes assuntos se integram, além de estar relacionado ao bom funcionamento sustentável de uma empresa e aos seus funcionários.

Além disso, a importância da área de Recursos Humanos comprometida com a comunicação e divulgação do conhecimento da sustentabilidade pode mudar a visão dos colaboradores da empresa, pois muitos são admitidos leigos sobre diversos assuntos. Afinal, uma organização dedicada e sustentável com valores éticos ajuda no desenvolvimento profissional e por consequência, o desenvolvimento pessoal do colaborador ampliando sua visão e valores impactando tanto dentro, quanto fora da empresa.

RECOMENDAÇÕES

As variáveis estudadas neste trabalho abordaram os processos de Atração e Seleção e Treinamento e Desenvolvimento e a importância em apresentar os conceitos da comunicação e da Sustentabilidade na organização e para que possam influenciar a visão dos colaboradores necessitam de investimento na comunicação interna, o que implica em modificações ativas na agenda dos processos organizacionais.

A fim de que a estruturação destas variáveis seja implementada, é necessário informar a importância da comunicação para a disseminação da cultura da sustentabilidade, de forma que as modificações sejam eficazes no cotidiano dos colaboradores.

Recomenda-se ainda que mais pesquisas sejam feitas sobre os assuntos abordados aqui.

REFERÊNCIAS

BORDENAVE, Juan Diaz. *O que é comunicação*. 22 ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. *Administração de recursos humanos: fundamentos básicos*. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FERRARI, Maria Aparecida. *Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. 1 ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.

FLICK, U. *Uma Introdução à Pesquisa Qualitativa*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. 4 ed. São Paulo: Summus, 2003.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. *Fundamentos de metodologia científica*. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARCHIORI, Marlene. *Cultura e Comunicação Organizacional: um olhar estratégico sobre as organizações*. 2 Ed. São Caetano: Difusão Editora, 2011.

MARUJO, Marcelo Pereira. SILVA, Cátia Regina F. de S. Gaião; MOURA, Claudio Burlas de; THIVES JUNIOR, Juarez Jonas; GERHEIM, Marcia de Souza; FAISSAL, Reinaldo; REDOVÁLIO, Sandra Martins; GARCIA, Vanessa Coelho. *Recursos Humanos: atração e*

desenvolvimento. 3ª edição revisada, atualizada e ampliada. Rio de Janeiro: Programa Editorial Faculdade Cesgranrio, 2021.

MARUJO, Marcelo Pereira. *Recursos Humanos e Sustentabilidade: reflexões*. Marcelo Pereira Marujo. São Paulo: PerSe, 2017.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Mariadel Pilar Baptista. *Metodologia de pesquisa*. 5.ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

TERCIOTTI, Sandra Helena; MACARENCO, Isabel. *Comunicação empresarial na prática*. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

TORQUATO, Gaudêncio. *Cultura - Poder - Comunicação e Imagem. Fundamentos da nova empresa*. 2 ed. São Paulo: Editora Pioneira, 2002.

TORQUATO, Gaudêncio. *Comunicação empresarial*. 11 ed. Summus Editorial, 1986.