

## OPINIÃO

## O desafio de recrutar colaboradores alinhados aos valores da empresa

Felippe Virardi (\*)

*A busca por propósito parece ter se tornado o desafio do século tanto para as pessoas quanto para as marcas*

As empresas, que antes tinham como missão tornarem-se as maiores e melhores em seu segmento, já começaram a repensar seus posicionamentos. Muito mais do que lucro, hoje elas buscam o crescimento como uma consequência efetiva para seu propósito.

Essa movimentação teve início com as pessoas e essas, consequentemente, enquanto consumidores e funcionários, passaram a permear essa transformação e desejo para dentro das organizações. As marcas, atentas a essa demanda, começaram a repensar sua personalidade e, uma vez criado esse fluxo, ambos os lados passaram a buscar essa identificação entre os valores, a cultura, os aspectos que respeitam e acreditam, suas crenças particulares e seu modo de ver o mundo.

É importante ressaltar que falhamos muito em usar o termo propósito no singular. Tanto pessoas quanto empresas sempre tem muitas paixões e desejos a se concretizar. A construção do conceito de marca para o colaborador, chamada de employer branding, é uma preocupação crescente entre os departamentos de RH. Promover ações de cultura e comunicação interna para disseminar os valores da companhia entre os funcionários, passou a ser essencial na construção e manutenção da imagem da empresa, fazendo deles os verdadeiros embaixadores da marca.

O employer branding é também uma ferramenta para manter e atrair os melhores profissionais do mercado, uma vez que os RHs precisam criar valor para sua marca empregadora. Dentro desse conceito, o processo seletivo assume uma importante missão: encontrar profissionais que acreditam e tenham os mesmos valores da empresa. Afinal, é muito mais fácil permear a cultura entre pessoas que compartilham as mesmas crenças e ideologias.

Nesse sentido, o RH desempenha um papel indispensável, o de traduzir o propósito empresarial a fim de desenhar a melhor estratégia para atrair os talentos mais adequados para a empresa. Com o recrutador, fica a missão de manter-se próximo à organização, mergulhar fundo na cultura e no propósito empresarial, tornando-os tan-

gíveis e atrativos para o mercado. Encontrar os profissionais que compartilhem os mesmos sonhos ou que consigam realizar seus propósitos pessoais enquanto trabalham, exige um olhar atento, crítico e sensível dos headhunters.

A retenção de talentos também começa a colher os frutos de se investir em contratações que levam em consideração esse casamento de ideias. Trabalhar em algo em que se acredita tem um impacto significativo para a produtividade dos funcionários que, por estarem conectados, ficam motivados a superarem metas estipuladas, não faltar e até trabalhar mais. Vivemos a geração do trabalho pelo prazer, pela vontade de realizar, e não só pela necessidade de sobreviver.

Além disso, principalmente as novas gerações têm buscado cada vez mais trabalhar em marcas que admirem, primeiramente como consumidor, para depois admirarem como colaborador. Elas têm buscado o cruzamento ideal entre o lifestyle (estilo de vida) pessoal e o lifestyle dentro das organizações. O ambiente interno precisa transparecer o que a empresa oferta e ao mesmo tempo o que ela acredita e prioriza, principalmente em termos de valores.

É claro que as empresas não são formadas única e exclusivamente por pessoas que compartilham os mesmos ideais. Não é nem saudável que seja assim. É preciso que haja um equilíbrio nas equipes, discussões construtivas, contraponto entre as opiniões. Importante dizer que esse é um movimento que surge fora da caixa e do recorte das gerações. Pessoas de todas as idades e classes sociais estão conectadas a esse desejo de consumir e trabalhar em empresas com as quais acreditam.

O fato é que, se antes, na hora de buscar profissionais no mercado, era fundamental olhar as habilidades e características de cunho técnico e comportamental, agora o processo seletivo está agregando mais um aspecto de complexidade. Tornou-se indispensável analisar os valores e crenças que motivam as pessoas.

É essa convergência que cria a sinergia perfeita entre empresas e colaboradores.

(\*) - Formado em administração de empresas, executivo com experiência na área de marketing e vendas, é headhunter na Trend Recruitment, boutique de recrutamento e seleção para marketing e vendas (<https://www.trendrecruitment.com/pt>).

## Empréstimo para negativados foi alternativa para 16% dos inadimplentes limparem o nome

Tipo de crédito que tem se popularizado por meio de propagandas, o empréstimo para negativados é uma alternativa que muitos consumidores inadimplentes recorrem como última saída para honrar compromissos em atraso

Um levantamento feito em todas as capitais realizado pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) revela que 16% dos consumidores que estão ou estiveram com o CPF restrito nos últimos 12 meses admitem ter procurado instituições financeiras que prestam esse tipo de serviço. O percentual sobe para 21% entre os consumidores inadimplentes das classes A e B.

Indagados sobre o porquê de terem contratado esse tipo de empréstimo, que de modo geral, não realiza consultas em serviços de proteção ao crédito, três em cada dez (29%) ouvindo disseram que era a única maneira que eles encontraram para quitar as dívidas. Outros 27% justificaram a rapidez do processo de limpar o nome, ao passo que 25% não conseguiram obter crédito em bancos convencionais.

## Escrituras de compra e venda de imóveis pela internet

Realizar uma compra e venda de imóveis em Cartório de Notas ficou muito mais simples e eletrônica a partir deste mês de junho. Isso porque entrou no ar o portal Escritura Simples, que permite ao cidadão realizar sua escritura pública pelo computador ou telefone, preenchendo os dados básicos do imóvel, dos compradores e dos vendedores.

A iniciativa é uma ação do Colégio Notarial do Brasil (CNB), entidade representativa de todos os Tabelionatos de Notas brasileiros. A tecnologia é baseada em ambiente web, rodando em plataforma Microsoft, possibilitando a redução de etapas, tempo e custo na contratação imobiliária. Somente em 2017 foram realizadas mais de 1,5 milhões de escrituras de compra e venda de imóveis em Tabelionatos de Notas dos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

O Escritura Simples é executado totalmente via internet. Após o preenchimento dos dados, o usuário recebe um número de identificação da solicitação para acompanhar todo o procedimento pela interface do portal. Posteriormente, o tabelião entra em contato para as orientações necessárias e sequência dos procedimentos até a lavratura da escritura, que será impressa. Somente neste momento, o usuário deve ir ao tabelionato, ou solicitar que este vá ao seu encontro, para as assinaturas. Todas as certidões e emissões de guias de pagamento serão providenciadas pelo tabelião, facilitando todo o procedimento para o usuário.

“O Escritura Simples permitirá ao cidadão realizar todo o processo de compra e venda de imóveis de forma eletrônica, reduzindo etapas, deslocamentos, tempo e dinheiro, tornando assim a aquisição de imóveis um procedimento mais simples, mas com a mesma segurança jurídica que permanece sendo proporcionada pelos Tabelionatos de Notas brasileiros”, diz Paulo Roberto Gaiger Ferreira, presidente do CNB.

Com a expansão para as demais cidades brasileiras, o próximo passo do projeto é consolidar o uso da plataforma pelo mercado imobiliário efetuando melhorias contínuas do sistema para a melhor experiência dos cidadãos e do setor da construção civil. O objetivo é integrar, até o final do ano, os 8,5 mil tabelionatos de notas presentes em 4.869 cidades do Brasil.

Fonte: Colégio Notarial do Brasil ([www.notariado.org.br](http://www.notariado.org.br)).



Em muitos casos, é a última saída para honrar compromissos em atraso.

“De olho nesse mercado de milhões de inadimplentes, muitos bancos e financeiras se especializaram em conceder crédito para quem está negativado. Como é um tipo de empréstimo concedido de forma ágil e que exige o mínimo de burocracia, os juros

cobrados nessa modalidade costumam ser elevados, o que requer cuidado do consumidor, que na urgência de contrair uma dívida para quitar outra, pode se atralhar ainda mais e ver sua dívida se tornar praticamente impagável”, alerta a economista-chefe do SPC

Brasil, Marcela Kawauti.

A propaganda na televisão, jornais e revistas foi a forma mais comum pela qual os entrevistados tomaram conhecimento desse tipo de serviço, opção mencionada por dois em cada dez (21%) consumidores que recorreram ao empréstimo para negativados. A internet serviu de fonte para outros 21% das pessoas ouvidas, seguida da indicação de amigos e parentes (17%) e panfletagem na rua (16%).

“Embora existam muitos bancos e financeiras que operam regularmente e que possuem credibilidade, o consumidor deve ficar atento na hora de contratar esse tipo de serviço. Em parte dos casos, instituições falsas ou não autorizadas oferecem facilidades fora da realidade de mercado e exigem depósito prévio para liberarem o dinheiro, principalmente em contas de pessoas físicas”, alerta a economista Marcela Kawauti.

## ‘Fake news’ podem levar a ‘ditadura’, diz papa Francisco

O papa Francisco denunciou a utilização de “comunicações caluniosas” para destituir instituições e pessoas e advertiu que é dessa maneira que se chega à “ditadura”. O alerta foi dado durante a homilia em uma missa na Casa de Santa Marta, residência oficial do Pontífice no Vaticano.

“Começa com uma mentira e, depois de ter destruído uma pessoa ou uma situação com essa calúnia, se julga e se condena. Ainda hoje, em muitos países, se usa esse método: destruir a livre comunicação”, disse Francisco. Para exemplificar, o Pontífice narrou a história de Nabot, de quem o rei Acab tirou a coroa através de mentiras.

Segundo o Papa, esse é o modo como muitas pessoas destituem “tantos chefes de Estado e de governo”. Contudo, ele não citou ninguém ou um governo em específico. “Por exemplo, há uma lei de mídia, de comunicação. Se essa lei é anulada, e todo o aparelho de comunicação é dado a uma empresa, a uma sociedade que mente, se en-



Papa Francisco denuncia a utilização de “comunicações caluniosas”.

fraquece a vida democrática”, disse Jorge Bergoglio.

“Depois, chegam os juízes para julgar essas instituições debilitadas, essas pessoas destruídas, condenam, e assim acontece uma ditadura”, acrescentou Bergoglio. “São assim que as ditaduras começam, adulterando a comunicação, para colocá-la nas mãos de uma pessoa sem escrúpulos, de um governo sem escrúpulos”, concluiu. O Papa ainda lembrou de episódios históricos baseados na calúnia e como ela influenciou negativamente.

“Pensemos, por exemplo, nas ditaduras do século passado. Pensemos nas perseguições aos judeus. Uma comunicação caluniosa contra os judeus e eles terminaram em Auschwitz”, recordou. O Pontífice também condenou os “escândalos” midiáticos. “E comunicar escândalos é algo de uma sedução enorme. Seduzimos com escândalos. As boas notícias não são sedutoras. Mas um escândalo é algo como ‘Você viu isso? Viu aquilo?’, e não podemos continuar assim” (ANSA).

## Quase 16% dos idosos já sofreram abusos

Uma entre seis pessoas com 60 anos ou mais foi vítima de algum tipo de abuso no último ano, mas a ONU acredita que o número real possa ser bem maior, já que apenas 1 entre 24 casos é reportado. A população global de pessoas a partir de 60 anos deverá dobrar até 2050, chegando a 2 bilhões de pessoas. Em 2015, haviam 900 milhões de idosos. Com isso, os abusos físicos e verbais também deverão aumentar.

Apesar do tema estar ganhando visibilidade no mundo, as Nações Unidas lembram que esse tipo de violência ainda é pouco mencionado nas pesquisas e não é prioridade dos planos nacionais de ação. O abuso de idosos pode causar ferimentos físicos graves, além de consequências psicológicas. A especialista independente da



ONU calcula que mundo terá 2 bilhões de pessoas com 60 anos ou mais em 2050.

ONU sobre direitos humanos das pessoas mais velhas, Rosa Kornfeld-Matte, alerta também para uma outra situação: o abuso financeiro.

Segundo ela, muitos idosos sofrem nas mãos dos próprios parentes ou cuidadores. Rosa destaca que na maioria dos

casos, os abusadores são pessoas da família, o que torna difícil diferenciar uma transação financeira legítima de uma exploração com o dinheiro do idoso. A especialista pede mais vigilância e apoio às vítimas, para que os casos sejam reportados (Onu News).

## Estreia do Brasil na imprensa internacional

Os dois lances polêmicos que determinaram o empate do Brasil por 1 a 1 contra a Suíça, pelo grupo E da Copa do Mundo de 2018, na Rússia, gerou debates e muita repercussão na imprensa internacional. Na Espanha, o conflito por conta do polêmico gol do meio-campista Steven Zuber, que empurrou o zagueiro Miranda, e o pênalti não marcado em cima de Gabriel Jesus, estampou as capas dos jornais espanhóis.

O “Marca” trouxe a manchete “O gol de Zuber deveria ser anulado por deslocar Miranda com suas mãos”. Já o “Diario Sport” deu destaque para a penalidade não marcada em Gabriel Jesus, que foi segurado dentro da área e o juiz não pediu o auxílio do árbitro assistente de vídeo (VAR, na sigla em inglês). “Indignação no Brasil por um possível pênalti sobre Gabriel

Jesus. Havia contato”, escreveu o periódico catalão. O jornal argentino “Olé” trouxe como manchete: “Reclamou todo o Brasil!”, e discutiu sobre o controverso gol de cabeça da seleção da Suíça.

“Árbitro mexicano validou o gol e negou até pedido de Neymar, que solicitava o VAR”, escreveu o periódico.

O diário português “Record” escolheu a manchete “Suíça empata num lance em que brasileiros pediram falta”, discutindo sobre os dois lances polêmicos não marcados pelo juiz mexicano Cesar Arturo. O britânico “The Guardian” também destacou o gol suíço, alegando que Zuber empurrou Miranda para balançar as redes do goleiro Alisson. Buscando sua primeira vitória no Mundial, o Brasil volta a campo nesta próxima sexta-feira (22) para enfrentar a Costa Rica, em São Petersburgo (ANSA)

## Editorias

**Economia/Política:** J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); **Ciência/Tecnologia:** Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); **Lazer/Cultura:** Laura Lobato De Baptisti (lauralobato11.ll@gmail.com); **Livros:** Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterariarioral.com.br); **TV:** Tony Auaud (central-noticia@bol.com.br). **Revisão:** Sônia Souza.

**Webmaster/TI:** Ricardo Baboo; **Edição Eletrônica:** Ricardo Souza e Walter Almeida. **Impressão:** LTJ Gráfica Ltda. **Serviço informativo:** Agências Estado, Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

## Jornal Empresas &amp; Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Vergueiro, 2949 - 12º andar - cjs. 121 e 122 - Vila Mariana - Cep: 04101-300. Tel. 3043-4171 / 3106-4171 - E-mail: (netjen@netjen.com.br) - Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 - JUCESP, Nire: 35218211731 (6/6/2003) - Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

RIO DE JANEIRO: J.C. REPRESENTAÇÕES E PUBLICIDADES EIRELI Av. Rio Branco, 173 / 602 e 603 - Centro - Rio de Janeiro - CEP 20040-007 Tel. (21) 2262-7469 - CNPJ 30.868.129/0001-87