

Assédio no varejo: caminhos para construir uma cultura ética

Juliana Godinho (*)

As pressões diárias e inerentes do segmento de varejo já são mais do que conhecidas

A concorrência é acirrada, conquistar novos clientes e manter os já cativos é desafiador. Na maioria das vezes, as metas são arrojadas agressivas e renovam-se mês a mês.

Infelizmente, esse ambiente desafiador pode acabar se tornando um espaço fértil para a ocorrência do assédio, resultando em cenários de desmotivação, afastamentos por adoecimento psíquico como burn-out, crises de ansiedade e depressão, aumento do turnover e um possível aumento de erros ocasionados pela estafa mental.

Além dos impactos diretos aos profissionais, como um comportamento agressivo de um líder "desesperado" para cumprir metas, humilhando e ameaçando equipes, situações de assédio no varejo também geram grandes consequências de imagem, percorrendo as redes sociais na velocidade da luz e, muitas vezes, com pré-julgamentos que nem sempre refletem a realidade, já que os consumidores normalmente não analisam ou acompanham os detalhes de um caso de assédio que vai à mídia.

O cancelamento por parte dos consumidores acontece de forma quase imediata assim que uma situação ética com a qual eles não concordam chega ao conhecimento deles. Em uma pesquisa realizada pelo LinkedIn em 2020, mais de 85% dos respondentes alegaram que deixariam de consumir um produto se não concordassem com o posicionamento ético da marca.

Ou seja, todo o esforço que a empresa colocou para conquistar e cativar consumidores, em questão de dias ou horas, pode ser destruído por uma postagem que mostre, ou apenas sugira, uma ação antiética como uma discriminação por raça, gênero e afins. O que fazer para fugir dessas armadilhas?

Quando falamos de assédio, o melhor caminho sempre será o de prevenção, pois a apuração de um caso que já tenha ocorrido pode não ser suficiente para reverter uma imagem negativa ou uma equipe desgastada com uma situação de assédio. Muitos casos que chegam ao Canal de Denúncia claramente poderiam ter sido evitados se tivesse ocorrido um trabalho adequado de de-

envolvimento dos novos líderes.

Muitas vezes, os líderes e supervisores de lojas aprendem e reproduzem uma gestão agressiva sob a bandeira da "resiliência", criando um ciclo vicioso e uma cultura informal de "aceitação ao assédio". Em um ambiente tão capilarizado como o do varejo, destaca-se aquele que garante uma cultura ética em todas as suas unidades e equipes.

Para tal, é fundamental que cada gestor de loja esteja preparado para lidar com o tema e seja "o guardião" do combate ao assédio em sua cultura local, além de treinar e desenvolver novos líderes para que reproduzam uma gestão saudável tendo como base uma comunicação clara, assertiva, gentil e respeitosa. Ele ainda deve estar preparado para atuar diante de possíveis agressões que venham do público em geral.

O tema "combate ao assédio" deve estar na rotina das equipes, lembrando-os de que metas são importantes, mas devem caminhar junto com um ambiente eticamente seguro e respeitoso. A comunicação deve ser direcionada e adequada para os diferentes públicos. Não há mais espaço para exposições humilhantes como "os piores dos rankings de vendas" e situações similares.

É importante que líderes se sintam seguros e o RH deve apoiar nessa jornada, afinal de contas, não pode existir o medo de cobrar, mas é preciso saber como fazê-lo de forma adequada. Assim como, um liderado não deve se sentir agredido por ter recebido um feedback negativo. Para que isso aconteça, o trabalho deve ir além do treinamento obrigatório que ocorre uma vez ao ano.

É fundamental a interação com espaço de trocas como workshop e rodas de conversa, aliadas a uma comunicação cotidiana com pílulas de linguagem adequada para cada público-alvo, em refeitórios, corredores, salas de descanso, reuniões operacionais rotineiras e, por que não, nos banheiros?

E, assim, reforçando o trabalho preventivo, constrói-se ambientes mais éticos gerando benefícios diretos aos profissionais da ponta, além de fortalecer a imagem da empresa e garantir a sustentabilidade do negócio.

(*) - É gerente Forensic & Integrity/ESG e Compliance da Protiviti (<https://www.protiviti.com.br/>).

Equilibrar o recrutamento e outras demandas do RH exige planejamento e tecnologia

A área de Recursos Humanos enfrenta o desafio constante de realizar simultaneamente o recrutamento de novos colaboradores e a gestão de pessoal e desenvolvimento de equipes já existentes em uma empresa

Com a pressão por resultados, manter todos os processos em andamento de forma eficiente requer estratégias práticas e ferramentas adequadas.

Segundo uma pesquisa da McKinsey & Company, a adoção de tecnologias de automação no RH pode aumentar a eficiência em até 40%. Esse avanço, quando aliado a uma gestão bem organizada, permite que o recrutamento e a seleção ocorram de maneira ágil, sem comprometer outras responsabilidades importantes do setor.

Para Alisson Souza, CEO e fundador da abler, o segredo está em criar fluxos de trabalho que favoreçam a agilidade. "Com uma rotina organizada, os Recursos Humanos conseguem distribuir suas funções de maneira mais equilibrada. O uso de tecnologias que automatizam parte do processo de recrutamento, por exemplo, permite ao profissional focar em outras demandas estratégicas", comenta.

• Delegar e integrar tecnologias - Distribuir tarefas e adotar soluções tecnológicas são passos fundamentais para equi-



librar as funções do RH. É importante que o time conte com profissionais capacitados para dividir as responsabilidades, de forma que o recrutamento e suas múltiplas etapas não sobrecarreguem o setor.

Softwares de gestão de talentos são ferramentas úteis nesse sentido, ajudando a filtrar currículos e organizar entrevistas de forma automatizada.

Alisson reforça que atualmente a tecnologia ajuda a gerir um dos ativos mais valiosos para as empresas: o tempo.

"A automação de tarefas repetitivas, como triagem de currículos e agendamento de entrevistas, libera tempo para o RH se dedicar

a questões mais complexas, como desenvolvimento e retenção de talentos. Essas ferramentas trazem eficiência e reduzem erros manuais", afirma.

Manter uma visão clara sobre o que pode ser delegado e o que exige atenção mais direta do RH é essencial para garantir um equilíbrio. Ferramentas como plataformas de treinamento online, por exemplo, podem ser aliadas na capacitação dos colaboradores, enquanto o RH se dedica à gestão de desempenho e cultura organizacional.

• Organizar a rotina de trabalho - Organizar o dia a dia de forma planejada é outro aspecto importante para lidar com a multiplicidade de responsabilidades

no RH. Criar cronogramas e definir prioridades dentro da equipe ajuda a manter os projetos em andamento, sem que uma área seja deixada de lado em detrimento de outra.

Alisson ressalta que ter clareza sobre as prioridades é indispensável para o sucesso das ações de Recursos Humanos de uma empresa. "Saber quais etapas demandam mais atenção em determinado momento é fundamental. Isso evita que o recrutamento ocupe o tempo destinado a outras atividades igualmente importantes, como a gestão de benefícios e o engajamento dos colaboradores", explica o CEO.

Com uma abordagem integrada e organizada, o RH consegue lidar com todas as suas demandas de maneira eficiente e estratégica. "Quando uma equipe utiliza bem seu tempo e as ferramentas disponíveis, o benefício é direto na qualidade dos resultados e no bem-estar dos profissionais da empresa, que se sentem menos sobrecarregados com tarefas repetitivas de pouco impacto organizacional", conclui Alisson. - Fonte e mais informações: (<https://abler.com.br/>).

Brasileiros não acreditam no comprometimento ambiental das marcas

Apenas 36% dos brasileiros acreditam que as marcas estão realmente comprometidas com questões ambientais, de acordo com um novo levantamento da Ecglobal, empresa de estudos e insights do Grupo Stefanini.

O estudo também revela que 14% dos consumidores acreditam que as empresas utilizam o discurso ambiental apenas para impulsionar vendas, enquanto 47% enxergam uma mistura de interesse genuíno e estratégico. Esses números indicam um cenário de crescente ceticismo quanto ao comprometimento sustentável das empresas, colocando em xeque a credibilidade de suas práticas ambientais.

Os consumidores identificaram três principais fatores que, para eles, sinalizam o comprometimento das empresas com a sustentabilidade: a implementação de programas de reciclagem e redução de resíduos (56%), a garantia de que seus produtos ou serviços não agridem o meio ambiente (54%) e a participação ativa em iniciativas de conservação ambiental e projetos de reflorestamento (52%).

• ISO 14001 como alternativa confiável - Em meio ao aumento do ceticismo dos consumidores, a certificação pela norma ISO 14001 surge como uma solução confiável para as empresas que desejam demonstrar seu compromisso com a sustentabilidade de forma transparente e eficaz.

A norma, que estabelece critérios para um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), exige que as empresas identifiquem aspectos ambientais e avaliação de impactos que causam ao meio ambiente, além de terem que identificar requisitos legais, regulatórios e compromissos setoriais que eventualmente sejam signatários.

Na Política de Gestão ambiental é muito comum os compromissos com a reciclagem de materiais, uso consciente de recursos naturais, redução de resíduos e a diminuição de emissões de gases de efeito estufa (GEE), entre outras ações sustentáveis. A certificação segue a metodologia



PDCA (Planejar, Fazer, Verificar e Agir), permitindo que as empresas melhorem continuamente suas operações.

"A certificação ISO 14001 é uma oportunidade para as empresas não apenas reduzirem custos operacionais, mas também provarem de forma inequívoca que estão alinhadas com as expectativas ambientais dos consumidores", afirma Rosemary Vianna, vice-presidente de Sistemas e Pessoas da Associação Brasileira de Avaliação da Conformidade (Abrac).

"Além disso, essa certificação fortalece a credibilidade da empresa no mercado, demonstrando que a responsabilidade ambiental é parte integrante de sua estratégia de negócios", acrescenta. As empresas que buscam a certificação ISO 14001 devem procurar, através do site do Inmetro, um organismo certificador acreditado pela Coordenação Geral de Acreditação (Cgcre) do instituto.

Esse organismo verificará se a organização atende aos requisitos da norma, realizará auditorias e, se tudo estiver em conformidade, emitirá o certificado. "As empresas certificadas pela ISO 14001 são auditadas periodicamente e, se não cumprirem os requisitos, podem perder a certificação", conclui Rosemary Vianna. - Fonte e mais informações: (<https://abrac-ac.org.br/>).