

GESTÃO DE PESSOAS: PERCEPÇÃO DE FUNCIONÁRIOS E CIDADÃOS MONTAURIENSES SOB EMPRESA DE REVESTIMENTOS ECOLÓGICOS¹

Jacinta Fontanive Marones²

RESUMO

Este estudo teve como objetivo analisar as perspectivas dos funcionários e dos residentes em relação a uma empresa de revestimentos ecológicos com sede na cidade de Montauri, no estado do Rio Grande do Sul. Para alcançar esse objetivo, foram administrados dois questionários distintos: um destinado aos colaboradores da empresa e outro direcionado à população local. A pesquisa teve um caráter exploratório e empregou dados quantitativos em sua análise. Os resultados da análise revelaram que há uma distinção significativa na visão da empresa antes e depois da entrada dos funcionários. Antes de ingressar na empresa, os indivíduos possuem uma perspectiva inicial que, muitas vezes, sofre alterações após o ingresso. No que diz respeito aos moradores da cidade, muitos demonstraram interesse de conhecer a empresa e, até mesmo, de trabalhar nela. Esse estudo é de grande relevância, pois permite compreender como a percepção das pessoas em relação a uma empresa pode evoluir com o tempo e a experiência. Além disso, demonstra o interesse da comunidade local em relação à empresa e seu potencial como empregadora na região. A pesquisa pode servir como base para a empresa ajustar suas estratégias de comunicação e integração de funcionários, considerando as mudanças nas perspectivas dos colaboradores ao longo do tempo. Montauri está localizada no estado do Rio Grande do Sul e é um cenário importante para esse estudo, pois reflete a dinâmica de uma cidade de porte médio e as interações entre uma empresa e a comunidade que a cerca. A coleta de dados quantitativos fornece uma base sólida para a análise, permitindo uma compreensão mais profunda das perspectivas em jogo. Em resumo, essa pesquisa ajuda a destacar a importância da gestão de expectativas e a evolução das percepções no contexto de uma empresa e sua relação com a comunidade local. É fundamental para o desenvolvimento sustentável da empresa e para a promoção de uma relação positiva com a população.

Palavras-chaves: Funcionários. Perspectivas. Revestimentos ecológicos.

ABSTRACT

This study has as its main objective to analyze the customers and residents' perspectives about an environmentally friendly coatings company with headquarter in Montauri/RS. In order to reach this objective, it was managed two different questionnaires: one to the employees and another to the local people. The research had exploratory character and quantitative data in its analysis. The analysis' results revealed a significant difference about the company view before and after the employees' entrance. Before entering the company, people have an initial perspective which changes after they are employees in the company. About the citizens, many demonstrated interest in knowing the company and even in working there. This study has great relevance, because it helps to understand how people's perspective about the company can change with experience and as the time passes. Besides that, it demonstrates the interest people have in the company and its potential as a work provider in the region. The research can be basis for the company to improve their communication strategies, as well as the

¹ Trabalho de Estágio Supervisionado, desenvolvido sobre orientação do Professor Dr. Olivo Tiago Giotto

² Acadêmico do Curso de Administração da Universidade de Passo Fundo. E-mail: 186219@upf.br

employees' integration, considering the changes in the employees' perspectives as the time passes. Montauri is located in Rio Grande do Sul and is an important scenario for this study, because it reflects the dynamic of a medium city and the interaction between the company and the citizens. The quantitative data collection provides solid basis for the analysis, allowing deeper comprehension about the perspectives. In summary, this research helps to detach the importance of expectations management and the evolution of perceptions in the context of a company and a local community. It is fundamental, to the sustainable development of the company and the promotion of positive relationships with the population.

Keywords: Employees. Perspectives. Friendly Coatings.

1 INTRODUÇÃO

As empresas estão passando por constantes evoluções, precisam estar envolvidas e globalizadas com o mundo, adaptando-se a diferentes inovações. Dentro do contexto de inovação, cada vez mais, aumentam as exigências para que os Recursos Humanos (RH) estejam aptos para a captação de talentos que concordam com o modo da organização, pois elas passam por modificações ao longo dos anos.

A área de gestão de pessoas surgiu no século XX. Na época, o foco era a remuneração e não se exercia nenhuma atividade criativa com os colaboradores, mas, com o tempo, foi surgindo a pressão por inovação e padronização deste processo, pois estava gerando exaustão e influência direta na produção das empresas. Várias pesquisas observaram que o comportamento dos empregados é motivado pelo sentimento de participação e reconhecimento, tendo isso em vista que os colaboradores motivados e reconhecidos se engajam mais com a empresa e apresentam melhores resultados.

Atualmente, a gestão de pessoas vem sendo cada vez mais valorizada. As empresas estão voltando o olhar para esta área, ganhando, assim, mais espaço nas corporações e tornando-se mais estratégicas na gestão do capital humano. Uma gestão de pessoas bem estruturada trata de tudo o que diz respeito a pessoas dentro de uma organização.

A gestão de pessoas consiste no planejamento, na organização, no desenvolvimento, na coordenação e no controle de técnicas capazes de proporcionar o desempenho pessoal, ou seja, busca conquistar, engajar e manter as pessoas na empresa. Os objetivos do RH são verificar a necessidade de inovação tanto das pessoas quanto das organizações e realizar pesquisas para observar as expectativas dos funcionários em relação à empresa.

As pesquisas existem para ouvir o público e desenvolver ações para melhorar o clima organizacional, as expectativas dos funcionários, verificar a área ideal para eles trabalharem, observar as habilidades e tomar decisões corretas, fornecendo dados adequados. Em suma, as pesquisas são as melhores formas de obter informações e resolver problemas que podem estar ocorrendo dentro de uma organização.

Localizada na cidade de Montauri, a Lamiocco Plásticos é uma empresa de revestimentos ecológicos e seus produtos atendem às demandas de diversos segmentos de acordo com necessidades específicas. São produtos confeccionados a partir da reciclagem de garrafas PET (poliéster), por isso inovação, tecnologia e sustentabilidade foram pensadas em todas as etapas do processo. A empresa recicla cerca de quarenta e sete milhões de garrafas pet por ano.

O levantamento realizado pelo *World Wide Fund for Nature* (Fundo Mundial para a Natureza), com base nos dados do Banco Mundial, analisou a relação com o plástico em mais de 200 países e apontou que o Brasil produz, em média, 1 kg de lixo plástico por habitante a

cada semana. A quantidade reciclada pela empresa Lamiecco corresponde, em um ano, à produção de resíduos plásticos de uma cidade de quarenta mil habitantes.

Atualmente, a empresa atua nos segmentos da construção civil, com rodapés, aberturas, portas, batentes e vistas; área moveleira, com molduras, móveis de escritório, móveis corporativos, cozinhas, dormitórios e assentos sanitários; área comercial, alimentação, bancos, escritórios, prédios públicos, *shopping centers*, comércio, elevadores, portas e aplicações curvas; área esportiva, academias; área educacional, universidades, escolas de línguas e colégios; área de hotelaria, hotéis, pousadas e consultórios; área hospitalar, hospitais e clínicas; área de movelaria e área automotiva com revestimentos para ônibus e implementos rodoviários.

Para ter sucesso, a empresa depende de vários fatores e um deles é o papel importante que a gestão de pessoas desempenha. Não existe empresa sem pessoas e a sociedade atual percebe que as pessoas e as organizações convivem diariamente e que cada organização tem as suas próprias características. A gestão de pessoas impacta, de forma positiva, a vida pessoal e profissional dos colaboradores, aumentando o engajamento e a motivação, fator que, automaticamente, representa melhores resultados para o negócio.

A importância desta pesquisa, para a empresa de Revestimentos Ecológicos, consiste no fato de identificar a visão dos funcionários antes e depois da efetivação e de cidadãos residentes em uma pequena cidade com população de 1.499 habitantes. Dentro do contexto apresentado, define-se a seguinte pergunta de pesquisa: **Qual a visão dos funcionários e munícipes sob a empresa?**

O presente trabalho apresenta uma pesquisa acerca da visão dos funcionários antes e depois de sua efetivação na empresa Lamiecco Plásticos e busca também a visão dos munícipes de Montauri sobre a empresa. Ademais, buscou-se realizar uma pesquisa com os funcionários da organização e com os munícipes residentes em Montauri e propor sugestões e estratégias de melhorias para a empresa frente aos resultados obtidos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Visando atingir os objetivos propostos pelo trabalho, o presente capítulo é dedicado a explorar, teoricamente, a Gestão de Pessoas como um todo.

2.1 GESTÃO DE PESSOAS

Gil (2016) afirma que gestão de pessoas é a função gerencial que visa à cooperação das pessoas que atuam nas organizações para o alcance dos objetivos tanto organizacionais quanto individuais. Constitui, a rigor, uma evolução das áreas designadas no passado como Administração de Pessoal, Relações Industriais e Administração de Recursos Humanos. Essa expressão apareceu no final do século XX e guarda similaridade com outras que também vêm se popularizando, tais como Gestão de Talentos, Gestão de Parceiros e Gestão do Capital Humano.

Segundo Pavlak (2021, p. 37), os processos e as práticas de Gestão de Pessoas evoluíram lentamente, principalmente, através das multinacionais que aqui se instalaram, trazendo novas concepções sobre o binômio Homem – Trabalho. Muitas crenças foram transpostas e, entre elas, o pressuposto de que o homem é motivado apenas pela recompensa financeira. Assim, a sociedade acompanhou a passagem de empregados para funcionários, depois para colaboradores e, atualmente, para parceiros.

Vergara (2016) refere-se à gestão de pessoas como um tema da maior importância. Primeiro, porque é no interior das empresas que se passa a maior parte do tempo. Segundo, porque as empresas podem ser tudo, mas nada serão se não houver pessoas a lhes definir a visão e o propósito, a escolher estruturas e estratégias, a realizar esforços de marketing, a administrar recursos financeiros, a estabelecer metas de produção, a definir preços e tantas outras decisões e ações. Dito de outra maneira, empresas não nascem da terra, do céu ou do mar. Elas são construções sociais. Se é assim, penetrar na sutileza das interações humanas e tentar desvendar-lhes a teia que tecem é de extrema relevância para que se possa entender o mundo dos negócios e nele atuar de forma consequente.

Dutra, Dutra e Dutra (2017) explicam que à organização cabe o papel de estimular e dar o suporte necessário para que as pessoas possam entregar o que têm de melhor e, ao mesmo tempo, oferecer o que necessitam para atender suas expectativas. Cabe à pessoa um papel ativo, concebendo e negociando com a organização seu projeto de desenvolvimento profissional e pessoal. Para tanto, a pessoa necessita ter consciência de sua capacidade de contribuição e compreender as possibilidades concretas que a organização tem para atender às suas expectativas.

2.2 GESTÃO DE PESSOAS NAS ORGANIZAÇÕES

Arellano (2017) destaca que o ambiente de negócios está cada vez mais competitivo e as pessoas estão ocupando um lugar de destaque. Muito embora se faça parte de um momento histórico no qual existe muita tecnologia disponível, são as pessoas que fazem a diferença nas organizações. Assim, captar, selecionar e manter profissionais adequados para o exercício de diferentes papéis nas organizações constitui tarefa de grande importância estratégica para as empresas. A busca por talentos exige que a procura por profissionais adequados seja baseada em técnicas criativas para informar e atrair candidatos em número e qualidade suficientes para se realizar um cuidadoso processo de avaliação e de seleção desses profissionais.

2.3 DESAFIOS DA GESTÃO DE PESSOAS

Gil (2016) esclarece que um dos grandes desafios da gestão de pessoas é, a rigor, o desafio da passagem da modernidade sólida para a modernidade líquida. Essa passagem corresponde a mudanças que se dão em todas as esferas da vida social. A solidez das instituições, dos valores e dos modos de vida perde espaço para o fenômeno da liquefação. Nessa nova modernidade, tudo se torna volátil: a vida familiar, os grupos de amigos, as afinidades políticas e religiosas perdem consistência e estabilidade e as relações humanas perdem sua tangibilidade.

Ainda de acordo com Gil (2016), nessa nova modernidade, os tempos são líquidos, haja vista que tudo muda rapidamente. Nas empresas, como nas outras instituições sociais, nada é feito para durar, para ser sólido. Por conseguinte, as organizações precisam dotar-se de maior fluidez, maleabilidade, flexibilidade e capacidade de moldar-se aos imperativos da nova sociedade.

2.4 COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

Marques (2015) define comportamento organizacional como o estudo do comportamento humano no âmbito de um contexto organizacional. Representa, atualmente, um importante segmento do conhecimento para um indivíduo que precisa se relacionar com

uma empresa para trabalhar. Uma organização pode ser definida como um conjunto de duas ou mais pessoas que se reúnem para atender a um objetivo comum e que estabelecem um sistema coordenado para o relacionamento entre elas. Portanto, o foco de atuação do comportamento organizacional são os indivíduos que compõem as organizações.

2.5 CLIMA ORGANIZACIONAL

Chiavenato (2020) refere-se a clima organizacional como um importante aspecto do relacionamento entre pessoas e organizações. O clima organizacional está intimamente relacionado com a motivação dos membros da organização. Quando há elevada motivação entre os participantes, o clima organizacional tende a ser elevado e proporciona relações de satisfação, de animação, de interesse e de colaboração entre os participantes. O clima organizacional baixo é caracterizado por estados de desinteresse e de insatisfação. Assim, o clima organizacional representa o ambiente interno existente entre os membros da organização e está intimamente relacionado com o grau de motivação existente.

2.6 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Banov (2020) refere-se ao recrutamento e às técnicas utilizadas pelas empresas para a divulgação de suas vagas com o objetivo de atrair candidatos com o perfil desejado por elas. Seu planejamento é importante, porque envolve custos para a empresa que, em geral, disponibiliza de um orçamento para realizá-lo.

Banov (2020) explica que, se as pessoas são diferentes e as empresas também, buscar a pessoa certa para o lugar certo é o objetivo básico da seleção de pessoas. Trata-se de um processo de escolha, dentre os candidatos que responderam ao recrutamento enviando os seus currículos ou se inscrevendo em plataformas, daqueles que mais se aproximam do perfil de cargo desejado pela empresa.

Ferreira (2014) explica a seleção como forma de a empresa escolher, dentre os candidatos atraídos ou recrutados, aqueles que irão ingressar na organização. É uma atividade de comparação, escolha e decisão, diferente daquela da fase de atração, em que se procuram candidatos para ocupar as vagas. As atividades de recrutamento e de seleção são interdependentes e complementares, uma alimentando a outra, pois, se não existirem bons candidatos às vagas, é porque o recrutamento foi falho. A seleção não cria bons candidatos, apenas os identifica entre os atraídos.

2.7 QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

A qualidade de vida implica em criar, manter e melhorar um excelente ambiente de trabalho, seja em suas condições físicas de higiene e de segurança, seja em suas condições psicológicas e sociais. Tudo isso redundando em um ambiente de trabalho agradável e amigável e melhora, substancialmente, a qualidade de vida das pessoas na organização, além de, por extensão, melhorar a qualidade de vida das pessoas fora da organização (Chiavenato, 2020).

Gil (2016) explica que, durante muito tempo, ao se falar em qualidade nas empresas, enfatizava-se, principalmente, a produção. Hoje, fala-se não apenas em qualidade no trabalho, mas também em qualidade de vida dos empregados. Isso significa que os empregados precisam ser felizes. Para que sejam produtivos, devem sentir que o trabalho que executam é adequado a suas habilidades e que são tratados como pessoas. Não se pode esquecer que parte

significativa da vida das pessoas é dedicada ao trabalho e que, para muitas, o trabalho constitui a maior fonte de identificação pessoal.

2.8 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Chiavenato (2021) conceitua treinamento como um processo educacional que é aplicado de maneira sistemática e organizada e por meio do qual as pessoas aprendem conhecimentos, atitudes e habilidades em função de objetivos definidos. No sentido usado em Administração, o treinamento envolve a transmissão de conhecimentos específicos relativos ao trabalho, atitudes frente a aspectos da organização, da tarefa, do ambiente e do desenvolvimento de habilidades.

2.9 CARGOS E SALÁRIOS

Bes e Oliveira (2018) afirmam que, hoje, o maior desafio da área de gestão de pessoas é alinhar suas práticas com os objetivos estratégicos da organização e, para que isso ocorra, poderão ser necessárias adaptações nos cargos. Essas adaptações se fazem necessárias em virtude de novas competências esperadas dos profissionais que atuam no mercado ou ainda em razão de mudanças econômicas e legais que afetam o segmento da empresa. Além disso, são motivadas pelo próprio desenvolvimento da concorrência nesses aspectos.

Gil (2016) relata que as organizações procuram selecionar seus empregados de forma tal que passem a cumprir seus papéis com a máxima eficácia. Procuram também avaliar, periodicamente, seu desempenho a fim de verificar se aqueles papéis vêm sendo bem desenvolvidos. À medida que percebem discrepâncias entre os papéis ideais e o desempenho real de cada empregado, as organizações promovem programas de capacitação e, quando verificam que as pessoas capazes de desempenhar a contento determinado papel são raras, oferecem maiores salários e outros benefícios com o objetivo de mantê-las.

Dutra (2016) aponta que a remuneração, como os demais tipos de valorização, utiliza como parâmetros para sua determinação a equidade interna e externa. No caso da remuneração, entretanto, é preciso adicionar outras considerações. A remuneração está ligada à capacidade de a pessoa sobreviver na sociedade. Através da remuneração, o cidadão tem acesso a bens de consumo, moradia, assistência para suas necessidades, etc. Caso a pessoa não tenha uma remuneração adequada, não poderá manter um padrão de vida digno. É comum, em países como o Brasil, que as pessoas recebam em contrapartida ao seu trabalho uma remuneração que não corresponde a todo o conjunto de suas necessidades. Assim, os trabalhadores necessitam efetuar opções entre se alimentar ou ter uma casa, alimentar-se ou se vestir, alimentar-se ou priorizar a educação.

2.10 ENGAJAMENTO E MOTIVAÇÃO

Shirley e Hargreaves (2022) explicam que o engajamento está estreitamente conectado à motivação. Existem teorias de motivação mais clássicas e duradouras do que teorias de engajamento, porém ambas estão estreitamente ligadas. O consenso é que a motivação pode ser encarada como o estado psicológico subjacente que cria as condições para o engajamento.

Como as pessoas são diferentes umas das outras, as motivações também são. Alguém pode sentir-se predominantemente motivado por fatores econômico-financeiros e todas as suas possibilidades em termos de aquisição de bens e de serviços. Se o trabalho proporciona benefícios dessa ordem, é possível que nele encontre significado (Vergara, 2016).

3 MÉTODO DE PESQUISA

Segundo Lakatos (2001), a pesquisa é um processo formal que envolve o uso de um método de pensamento reflexivo, exigindo uma abordagem científica. Ela representa o caminho para compreender a realidade ou descobrir verdades parciais. Existem várias maneiras de classificar a pesquisa, como a pesquisa exploratória a qual é empregada quando o problema não está bem definido. A pesquisa descritiva, por sua vez, é utilizada para descrever uma situação ou um fenômeno específico. A pesquisa explicativa tem como objetivo elucidar a relação entre variáveis.

Lakatos e Marconi (2022) enfatizam a importância da avaliação dos resultados de uma pesquisa científica com base em critérios objetivos e rigorosos, considerando tanto aspectos qualitativos quanto quantitativos. Essa avaliação desempenha um papel crucial, permitindo a mensuração dos efeitos e dos impactos das ações realizadas, sendo conduzida de maneira sistemática, com a aplicação de critérios claros e objetivos. Diversas técnicas e ferramentas estão disponíveis para a avaliação de resultados, incluindo análise estatística, questionários de avaliação e observação direta.

Conforme Diehl e Tatim (2004), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo a caracterização de uma população ou de um fenômeno específico, bem como o estabelecimento de relações entre variáveis. Por outro lado, a pesquisa quantitativa, como explicam Diehl e Tatim (2004), é caracterizada pelo uso da quantificação tanto na coleta quanto no tratamento de informações. Ela se vale da coleta e da análise de dados numéricos e estatísticos para obter informações objetivas e precisas sobre um fenômeno ou problema de pesquisa, permitindo a quantificação das relações entre variáveis e a generalização dos resultados para a população de interesse.

No contexto deste estudo, foi empregada a plataforma *Google Forms* para a coleta de dados, por meio da aplicação de dois questionários distintos. O primeiro foi direcionado aos funcionários da empresa Lamiecco, enquanto o segundo foi voltado para a população de Montauri. A determinação do tamanho da amostra seguiu uma abordagem que contemplou 1.499 participantes, com um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 8%. Embora a meta estabelecida tenha sido de 137 respostas, obteve-se um total de 174. No que diz respeito aos funcionários, a amostra foi definida considerando um grupo de 60 pessoas, representando o número total de funcionários da empresa. Isso foi feito com um nível de confiança de 99% e uma margem de erro de 7%, resultando na meta de 51 respostas, a qual foi alcançada com sucesso.

O planejamento da coleta de dados por meio da aplicação de questionários tem como objetivo principal estabelecer uma estratégia clara e sistemática para a obtenção de informações relevantes para um projeto ou pesquisa. Esse processo define os procedimentos e etapas a serem seguidos para assegurar a coleta consistente, confiável e eficiente de dados.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O propósito deste capítulo é apresentar, de forma abrangente, a análise e os resultados obtidos a partir da pesquisa conduzida junto aos funcionários e munícipes, com foco na visão que esses grupos têm da empresa de Revestimentos Ecológicos. Por meio dessa análise, são exploradas percepções e avaliações que contribuirão para uma compreensão mais profunda do papel e da imagem da empresa na comunidade e entre seus colaboradores.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

Com a finalidade de traçar uma pesquisa detalhada dos colaboradores da empresa Lamiocco Plásticos S.A. e dos habitantes de Montauri em relação à sua percepção sobre a empresa, foram abordadas diversas características demográficas, incluindo faixa etária, gênero e nível de escolaridade. Isso permitirá uma compreensão mais profunda do perfil desses grupos e de como eles enxergam a empresa em questão.

4.1.1 Faixa etária dos funcionários

Com base nos dados obtidos, entre os 51 funcionários que participaram da pesquisa, observou-se uma distribuição etária variada. Um total de 28 respondentes, correspondendo a 54,8% do grupo, situa-se na faixa etária de 26 a 36 anos, destacando-se como o segmento etário mais numeroso na amostra. Em segundo lugar, 11 funcionários, equivalendo a 21,6%, encontram-se na faixa etária de 15 a 25 anos, demonstrando uma representação significativa da juventude no contexto da pesquisa. Além disso, outros 11 respondentes, também representando 21,6%, estão na faixa de 37 a 47 anos, refletindo uma distribuição equilibrada nessa faixa etária. Por fim, apenas 1 funcionário tem entre 48 e 58 anos e corresponde a 2% da amostra. Essa distribuição etária, como ilustra a Tabela 1, a seguir, proporciona uma compreensão abrangente da diversidade de idades entre os funcionários participantes.

Tabela 1- Faixa etária funcionários

PERGUNTAS	Entre 15 a 25 anos	Entre 26 a 36 anos	Entre 37 a 47 anos	Entre 48 a 58 anos	Entre 59 a 70 anos	Mais de 70 anos	TOTAL
Qual a sua idade?	21,60%	54,80%	21,60%	2,0%			100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.1.2 Faixa etária dos munícipes

Com base nos dados coletados entre os 174 munícipes que participaram da pesquisa, observa-se uma distribuição etária diversificada. Um total de 60 respondentes, equivalente a 34,4% do grupo, está na faixa etária de 26 a 36 anos, destacando-se como o maior segmento etário da amostra. Em segundo lugar, 44 munícipes, ou seja, 25,3%, situam-se na faixa etária de 15 a 25 anos, demonstrando uma significativa representação da juventude na pesquisa. Além disso, 43 respondentes, representando 24,7%, têm idades entre 37 e 47 anos, seguidos por 17 respondentes, correspondendo a 9,8%, que estão na faixa de 48 a 58 anos. Por fim, apenas 1 respondente com idade superior a 70 anos representa 0,6% da amostra. Essa distribuição de idades, conforme mostra a Tabela 2, proporciona uma compreensão abrangente da diversidade etária dos munícipes participantes.

Tabela 2- Faixa etária dos munícipes

PERGUNTAS	Entre 15 a 25 anos	Entre 26 a 36 anos	Entre 37 a 47 anos	Entre 48 a 58 anos	Entre 59 a 70 anos	Mais de 70 anos	TOTAL
Qual a sua idade?	25,30%	34,40%	24,70%	9,8%	5,20%	0,60%	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.1.3 Gênero dos funcionários

A análise revela que a maioria dos funcionários da empresa é composta por indivíduos do gênero masculino, representando 56,9% do total de respondentes. Em contrapartida, funcionárias do gênero feminino compõem 43,1% da força de trabalho da empresa, totalizando 22 respondentes. Em números absolutos, isso se traduz em 29 funcionários do sexo masculino e 22 do sexo feminino. Essa distribuição de gênero, apresentada na Tabela 3, fornece informações sobre a composição demográfica da equipe da empresa.

Tabela 3- Gênero dos funcionários

PERGUNTAS	Feminino	Masculino	Prefiro não dizer	TOTAL
Qual seu gênero?	43,10%	56,90%		100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.1.4 Gênero dos munícipes

Após análise, torna-se evidente que a maioria significativa dos munícipes que participaram da pesquisa se identifica como do gênero feminino, totalizando 65,5% do total de respondentes. Em contraste, os participantes do gênero masculino compreendem 34,5% da amostra, correspondendo a um número de 60 respondentes. Em números absolutos, isso significa que 114 das pessoas que contribuíram para esta pesquisa se identificam como mulheres, enquanto 60 são homens. Essa distribuição de gênero, como ilustra a Tabela 4, a seguir, é uma representação importante da diversidade de perspectivas e experiências que enriquecem os resultados deste estudo.

Tabela 4- Gênero dos munícipes

PERGUNTAS	Feminino	Masculino	Prefiro não dizer	TOTAL
Qual seu gênero?	65,50%	34,50%		100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.1.5 Nível de escolaridade dos funcionários

Os resultados da análise revelam uma diversidade marcante no nível de educação dos 51 respondentes. Um contingente de 33,3%, representando 17 participantes, atingiu a conclusão do ensino médio, destacando a relevância dessa faixa educacional na amostra. Além disso, 29,4% dos respondentes, ou seja, 15 pessoas estão, atualmente, cursando o ensino superior, indicando um compromisso notável com a educação superior em progresso. Há também uma parcela de 13,8% que não conseguiu concluir o ensino médio, assim como outro grupo de 13,8% que investiu em sua educação com pós-graduação. Adicionalmente, 7,8% dos respondentes, o que equivale a 4 indivíduos, têm a conquista do ensino superior em seu histórico educacional. Por último, mas não menos importante, 2% da amostra, ou seja, 1 respondente não chegou a concluir o ensino fundamental. Detalhes adicionais podem ser visualizados na Tabela 5.

Tabela 5- Nível de escolaridade funcionários

PERGUNTAS	Ensino fundamental incompleto	Ensino fundamental completo	Ensino médio incompleto	Ensino médio completo	Ensino superior incompleto	Ensino superior completo	Pós-graduação (especialização, mestrado, doutorado)	TOTAL
Qual seu nível de escolaridade?	2,90%	4,00	5,80%	29,30%	14,90%	23%	20,10%	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.1.6 Nível de escolaridade dos municípios

Os dados revelam uma diversidade significativa no nível de educação dos participantes. Um grupo considerável, compreendendo 29,4% dos respondentes, possui formação no ensino médio, indicando uma representação substancial desse grupo demográfico. Por outro lado, 23% dos participantes completaram o ensino superior, enquanto 20,1% avançaram ainda mais, obtendo a pós-graduação, refletindo um compromisso com a aprendizagem contínua e a especialização. Além disso, 14,9% dos respondentes não alcançaram a conclusão do ensino superior, enquanto 5,8% não concluíram o ensino médio. Uma parcela menor, 4% dos participantes, possui formação no ensino fundamental e 2,9% não conseguiram concluir esse nível educacional. Os dados detalhados podem ser visualizados na Tabela 6.

Tabela 6- Nível de escolaridade municípios

PERGUNTAS	Ensino fundamental incompleto	Ensino fundamental completo	Ensino médio incompleto	Ensino médio completo	Ensino superior incompleto	Ensino superior completo	Pós-graduação (especialização, mestrado, doutorado)	TOTAL
Qual seu nível de escolaridade?	2,00%		13,80%	33,30%	29,40%	7,80%	13,70%	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.2 SOBRE A EMPRESA PARA OS COLABORADORES

A Lamiecco Plásticos S.A., uma empresa enraizada na comunidade de Montauri, é um exemplo vivo de como a visão de uma organização pode moldar não apenas seus negócios, mas também a percepção dos colaboradores e da população local sobre o seu papel na sociedade. Este texto tem como objetivo explorar a visão compartilhada da Lamiecco Plásticos S.A. a partir da perspectiva de seus colaboradores e dos habitantes de Montauri.

4.2.1 Área de atuação dos colaboradores

Dos 51 participantes da pesquisa, a maioria expressiva, representando 60,8%, está envolvida na área de produção, destacando sua importância enquanto cerne operacional da empresa. A área comercial e a financeira compartilham uma parcela idêntica, cada uma composta por 15,7% dos respondentes, evidenciando a necessidade equilibrada de gerenciar as relações externas e as finanças da organização. Por fim, 7,8% dos participantes dedicam seus esforços à área de pesquisa e desenvolvimento, evidenciando um comprometimento valioso com a inovação e com o aprimoramento contínuo dos produtos ou dos serviços da empresa. Os resultados podem ser vistos na Tabela 7.

Tabela 7- Área de atuação dos colaboradores

PERGUNTAS	Produção/manutenção	Administrativo/financeiro	Pesquisa e Desenvolvimento	Comercial	TOTAL
Qual sua área de atuação na empresa?	60,80%	15,70%	8%	15,70%	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.2.2 Tempo de empresa

A análise dos 51 respondentes revela que a distribuição dos anos de experiência na empresa é variada. Um significativo grupo de 37,3% dos participantes relatou estar na empresa há um período de 1 a 5 anos, indicando um equilíbrio entre novos colaboradores e aqueles que já estabeleceram certa permanência. Adicionalmente, 23,5% dos respondentes mencionaram estar na empresa há apenas alguns meses, refletindo a recente entrada de novos membros na equipe. Além disso, 21,6% dos participantes relataram uma longa jornada na empresa, com um período de 10 a 15 anos de experiência, enquanto 17,6% estão na faixa de 6 a 10 anos de atuação na organização. Essa diversidade de tempo de serviço, conforme evidenciado na Tabela 8, fornece informações sobre a estabilidade e a dinâmica dos recursos humanos na empresa.

Tabela 8- Tempo de empresa dos colaboradores

PERGUNTAS	De 1 a 5 anos	De 6 a 10 anos	De 10 a 15 anos	Alguns meses	TOTAL
Quanto tempo está na empresa?	37,30%	17,60%	21,60%	23,50%	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.2.3 Conhecimentos sobre vendas da empresa

Após a análise dos dados, observou-se que 56,8% dos entrevistados já tinham conhecimento de que a empresa realizava vendas para todo o Brasil antes de ingressarem nela. Em contrapartida, 41,25% dos entrevistados não possuíam essa informação prévia e apenas 2% responderam que não conseguiam fornecer uma resposta específica sobre o assunto. Os dados estão dispostos na Tabela 9.

Tabela 9- Conhecimento sobre vendas

PERGUNTAS	Sim	Não	Não sei	TOTAL
Antes de entrar na Lamiecco você sabia que a empresa vende para todo o Brasil?	56,80%	41,20%	2,00%	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.2.4 Conhecimentos sobre importações e exportações da empresa

Após análise, constatou-se que 64,7% dos respondentes não tinham conhecimento prévio de que a empresa realizava importações e exportações antes de ingressarem nela. Por outro lado, 33,3% dos entrevistados afirmaram que já sabiam que a empresa estava envolvida em atividades de importação e exportação, enquanto 2% não conseguiram fornecer uma resposta específica sobre o assunto. O resultado pode ser conferido na Tabela 10.

Tabela 10-Conhecimentos sobre importação e exportação

PERGUNTAS	Sim	Não	Não sei	TOTAL
Antes de entrar na Lamiocco, sabia que a empresa importa e exporta?	33,30%	64,70%	2,00%	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.2.5 Chegada até a empresa

Foram analisados os métodos pelos quais os respondentes chegaram à empresa, revelando que 25 deles foram recomendados por amigos, 11 foram recrutados diretamente por um profissional de recrutamento da empresa, 10 encontraram a vaga anunciada nas redes sociais e 5 não conseguiram recordar o processo de entrada. Os dados estão organizados na Tabela 11.

Tabela 11- Chegada até a empresa

PERGUNTAS	Indicação de um amigo ou conhecido	Fui contatado(a) por um recrutador da empresa	Vi a vaga de emprego anunciada em redes sociais	Ouvi anúncio da vaga de emprego em rádios	Não lembro	TOTAL
Como você chegou até a empresa?	49,00%	21,60%	19,60%		9,80%	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.2.6 Gestão de pessoas na empresa

Com base nos dados apresentados na Tabela 12, pode-se observar que a maioria dos respondentes concorda com a afirmação de que o ambiente de trabalho reflete um alto nível de respeito mútuo e encoraja a colaboração para atingir objetivos comuns, com uma concordância total de 66,70%. Além disso, a maioria dos funcionários também concorda que o setor de Recursos Humanos fornece um suporte eficaz e abrangente, abordando as necessidades dos colaboradores e contribuindo para um ambiente de trabalho saudável, com uma concordância total de 80,40%. Em relação às oportunidades de crescimento e desenvolvimento de carreira, a pesquisa indica que a maioria dos colaboradores considera que essas oportunidades são adequadas e alinhadas às suas aspirações individuais, com 56,90% concordando totalmente e 35,30% concordando em partes.

Além disso, a gestão de pessoas é vista como essencial para o sucesso da empresa, com 83,30% concordando totalmente. Da mesma forma, a gestão de pessoas é percebida como fundamental para um ambiente de trabalho mais colaborativo e harmonioso, com 90,20% concordando com essa afirmação. Por fim, a pesquisa revelou que a gestão de pessoas é vista como desempenhando um papel significativo no cultivo de um ambiente propício ao desenvolvimento dos colaboradores, à retenção de talentos e à promoção de uma cultura organizacional saudável, com 88,20% concordando totalmente. Esses resultados indicam uma percepção positiva sobre a importância da gestão de pessoas no ambiente de trabalho e seu impacto no sucesso organizacional.

Tabela 12- Gestão de pessoas

PERGUNTAS	CONCORDA TOTALMENTE	CONCORDA EM PARTES	NÃO CONCORDA E NEM DISCORDA	DISCORDO EM PARTES	TOTAL
O ambiente de trabalho demonstra um alto nível de respeito mútuo entre os colaboradores e incentiva a colaboração para alcançar objetivos comuns.	66,70%	33,30%			100,00%
O setor de Recursos Humanos fornece um suporte eficaz e abrangente, abordando as necessidades dos funcionários e contribuindo para um ambiente de trabalho saudável.	80,40%	17,60%	2%		100,00%
As oportunidades de crescimento e desenvolvimento de carreira oferecidas pela empresa são adequadas e alinhadas às aspirações individuais dos funcionários.	56,90%	35,30%	5,80%	2%	100,00%
A gestão de pessoas é essencial para o sucesso de uma empresa, pois colaboradores engajados e bem cuidados contribuem significativamente para a conquista dos objetivos organizacionais.	83,30%	14,70%	2%		100,00%
A gestão de pessoas contribui para um ambiente de trabalho mais colaborativo e harmonioso, incentivando a comunicação aberta, o respeito mútuo e a valorização das contribuições individuais.	90,20%	9,80%			100,00%
O papel mais significativo da gestão de pessoas dentro da empresa é cultivar um ambiente propício ao desenvolvimento dos colaboradores, à retenção de talentos e à promoção de uma cultura organizacional saudável.	88,20%	11,80%			100,00%

Dados: Fonte da pesquisa (2023)

4.2.7 Recrutamento e seleção

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 13, uma parcela significativa dos participantes da pesquisa expressa uma avaliação positiva em relação ao processo de recrutamento e de seleção pelo qual passaram. Cerca de 56,90% dos respondentes concordam totalmente que o processo foi eficiente na avaliação de suas habilidades e na adequação à posição oferecida. Além disso, a clareza do anúncio da vaga também é percebida positivamente, com 62,70% concordando totalmente que o anúncio foi claro em relação às responsabilidades e requisitos do cargo. A satisfação dos candidatos é destacada pelo fato de que 86,30% dos participantes afirmam que recomendariam a empresa a outros profissionais em busca de oportunidades de trabalho com base em sua experiência durante o processo de seleção. Esses resultados indicam que a empresa demonstrou eficiência e transparência em seu processo de recrutamento e seleção, gerando uma impressão positiva entre os candidatos.

Tabela 13- Recrutamento e seleção

PERGUNTAS	CONCORDA TOTALMENTE	CONCORDA EM PARTES	NÃO CONCORDA E NEM DISCORDA	DISCORDO EM PARTES	DISCORDO TOTALMENTE	TOTAL
Eu avalio o processo de recrutamento e seleção pelo qual passei como sendo eficiente na avaliação de minhas habilidades e na adequação à posição oferecida.	56,90%	33,30%	5,80%	2%	2%	100,00%
Achei o anúncio da vaga bastante claro em relação às responsabilidades e requisitos do cargo.	62,70%	19,60%	15,70%		2%	100,00%
Com base na minha experiência durante o processo de seleção, eu recomendaria a empresa a outros profissionais em busca de oportunidades de trabalho.	86,30%	13,70%				100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.2.8 Qualidade de vida no trabalho

Os resultados da tabulação indicam que a maioria dos funcionários concorda total ou parcialmente que a empresa oferece benefícios e programas que promovem o bem-estar dos funcionários, com uma taxa de concordância total de 70,60%. Além disso, a pesquisa revelou que a satisfação em relação ao nível de flexibilidade oferecido pela empresa em termos de horário e local de trabalho é alta, com 70,60% concordando totalmente e 25,50% concordando em partes. Apenas 2% dos funcionários não concordam nem discordam dessa afirmação, indicando que a empresa está atendendo, em grande parte, às expectativas dos colaboradores quanto à flexibilidade de trabalho.

Tabela 14- Qualidade de vida

PERGUNTAS	CONCORDA TOTALMENTE	CONCORDA EM PARTES	NÃO CONCORDA E NEM DISCORDA	DISCORDO EM PARTES	TOTAL
A empresa oferece benefícios e programas que promovem o bem-estar dos funcionários.	70,60%	29,40%			100,00%
O nível de flexibilidade oferecido pela empresa em relação ao horário de trabalho e local de trabalho é satisfatório.	70,60%	25,40%	2,00%	2%	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.2.9 Engajamento e motivação

Os resultados revelam que a grande maioria dos participantes concorda totalmente que o nível de engajamento no trabalho reflete seu interesse e dedicação às atividades realizadas,

atingindo uma impressionante taxa de 92,20%. Além disso, a pesquisa indica que a motivação para se dedicar ao trabalho, diariamente, é impulsionada por desafios estimulantes, um ambiente colaborativo e oportunidades de crescimento, com 62,70% concordando totalmente e 33,30% concordando em partes. No entanto, quando se trata da eficácia na comunicação e alinhamento das metas e objetivos da empresa com as equipes e funcionários, há um equilíbrio entre concordância e discordância, com 62,70% concordando totalmente, 25,50% concordando em partes e 5,90% discordando em partes, indicando espaço para melhorias na comunicação organizacional.

Tabela 15- Engajamento e motivação

PERGUNTAS	CONCORDA TOTALMENTE	CONCORDA EM PARTES	NÃO CONCORDA E NEM DISCORDA	DISCORDO EM PARTES	DISCORDO TOTALMENTE	TOTAL
Meu nível de engajamento no trabalho reflete meu interesse e dedicação às atividades que realizo.	92,20%	7,80%				100,00%
O que motiva a se dedicar ao trabalho todos os dias é uma combinação de desafios estimulantes, um ambiente colaborativo e oportunidades de crescimento.	62,30%	34,30%	3,40%			100,00%
A forma como as metas e objetivos da empresa são comunicados e alinhados com as equipes e funcionários é eficaz.	62,70%	25,50%	5,90%	6%		100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.3 SOBRE A EMPRESA PARA OS MUNICÍPIOS

Buscou-se analisar a percepção e as opiniões dos cidadãos de Montauri em relação à empresa de revestimentos ecológicos. O crescimento sustentável e a preservação ambiental são temas cruciais na sociedade contemporânea e as escolhas feitas em relação aos produtos e aos serviços utilizados desempenham um papel fundamental nesse contexto. Montauri, como uma comunidade engajada em questões ambientais, oferece um cenário rico para investigar como os municípios percebem e valorizam as iniciativas de revestimento ecológico por parte da empresa local. Esta pesquisa buscou capturar a visão dos municípios sob alguns pontos da empresa.

4.3.1 Percepção dos munícipes sobre a empresa

Os resultados da tabulação refletem uma variedade de opiniões e conhecimentos por parte dos participantes. Notavelmente, a maioria dos entrevistados (91,40%) afirmou ter trabalhado na empresa em questão. No entanto, quando questionados se teriam interesse em trabalhar na empresa, caso não tivessem trabalhado anteriormente, 17,80% responderam afirmativamente, enquanto 32,20% disseram não e 50% ficaram indecisos. A maioria dos entrevistados (80,50%) acredita que a empresa realiza exportação de seus produtos para outros países, enquanto uma parcela significativamente menor (3,40%) acredita que não.

Além disso, uma grande maioria (70,70%) expressou desejo de visitar a empresa para conhecê-la. Por outro lado, a pesquisa mostrou que uma parcela substancial dos entrevistados não sabia sobre alguns benefícios oferecidos pela empresa, como o plano de saúde Unimed (23%) e o plano de remuneração variável baseado em metas (36,20%). Contudo, a maioria dos entrevistados (97,10%) conhece alguém que já trabalhou na empresa, o que pode influenciar suas percepções e conhecimentos sobre ela.

Tabela 16- Percepção dos munícipes sobre a empresa

PERGUNTAS	SIM	NÃO	NÃO SEI	TALVEZ	TOTAL
Trabalhou na empresa?	8,60%	91,40%			100,00%
Caso sua resposta a pergunta anterior foi não, teria interesse em trabalhar?	17,80%	32,20%		50%	100,00%
Na sua opinião a empresa realiza importação de matérias-primas?	50%	23,60%	26,40%		100,00%
Na sua opinião a empresa realiza exportação dos seus produtos para outros países?	80,50%	3,40%	16,10%		100,00%
Você tem desejo de visitar a empresa para conhecê-la?	70,70%	4%		25,30%	100,00%
Você sabia que a empresa oferece plano de saúde Unimed para seus colaboradores?	74,70%	23%		2,30%	100,00%
Você sabe que a empresa possui um plano de remuneração variável que distribui resultados a equipe conforme o atingimento das metas estabelecidas?	63,20%	36,20%		0,60%	100,00%
Você sabe que a empresa oferece auxílio deslocamento para os trabalhadores que moram distante da fábrica?	58%	40,90%		1,10%	100,00%
Você conhece alguém que trabalhou na empresa?	97,10%	2,30%	0,60%		100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.4 SÍNTESE DO RESULTADO

Buscou-se examinar a percepção dos residentes locais em relação à empresa, uma vez que muitos deles têm pouco conhecimento sobre suas operações. O município em questão tem uma população reduzida de 1.499 habitantes, de acordo com os dados do IBGE de 2022. Muitos funcionários compartilham que, antes de se tornarem parte da equipe da empresa, tinham pouco entendimento sobre seus produtos, alcance nacional e atividades de importação e exportação.

Em resumo, 51 colaboradores desconheciam a verdadeira magnitude da empresa, motivo pelo qual foi realizada a pesquisa em questão. Examinou-se a visão dos colaboradores sobre a empresa, incluindo sua área de atuação, tempo de empresa, conhecimentos sobre

vendas, importações e exportações, chegada à empresa, gestão de pessoas, recrutamento e seleção, qualidade de vida no trabalho e engajamento e motivação.

No que diz respeito à visão dos munícipes, os resultados mostram que a maioria não trabalhou na empresa ainda, mas expressa interesse em trabalhar. Eles acreditam que a empresa realiza exportações e demonstram desejo e interesse em visitar as instalações da referida empresa. Não obstante, há falta de conhecimento sobre alguns benefícios oferecidos pela organização.

4.5 SUGESTÕES E RECOMENDAÇÕES

A análise detalhada das percepções dos funcionários e dos munícipes sobre a empresa de Revestimentos Ecológicos (Lamiecco Plásticos S.A.) forneceu uma compreensão valiosa das dinâmicas e das opiniões em relação à organização. Por isso, seguem, aqui, algumas sugestões de melhorias com base nos resultados da pesquisa.

Diversidade e inclusão: os resultados revelam uma distribuição diversificada em termos de faixa etária, gênero e nível de escolaridade entre os funcionários. É importante que a empresa promova uma cultura de diversidade e inclusão que valorize as contribuições de todos os grupos.

Atração de talentos: uma parte significativa dos funcionários ingressou na empresa por meio de recomendações de amigos. Esse fato sugere que a organização deve continuar incentivando os funcionários a serem embaixadores da marca e a atrair talentos por meio de referências.

Comunicação interna: a pesquisa aponta para a necessidade de melhorias na comunicação interna em relação às metas e aos objetivos da empresa. A empresa pode investir em estratégias de comunicação mais eficazes para garantir que todos os funcionários estejam alinhados com os objetivos organizacionais.

Satisfação do funcionário: a pesquisa revela níveis positivos de satisfação dos funcionários, especialmente, em relação à qualidade de vida no trabalho. A empresa deve continuar aprimorando os programas de bem-estar e flexibilidade para manter seus funcionários engajados e motivados.

Meio ambiente: dado o foco da organização em revestimentos ecológicos, é importante destacar mais os esforços ambientais da empresa para seus colaboradores e munícipes. Essa ação pode ajudar a fortalecer a percepção positiva da empresa em relação à sustentabilidade.

Conhecimento da empresa: a pesquisa mostra que nem todos os munícipes têm conhecimento sobre os benefícios e as práticas da empresa. Assim, a empresa pode considerar campanhas de conscientização, na comunidade, para destacar suas iniciativas sustentáveis.

Melhoria contínua: a empresa pode aproveitar as opiniões e as sugestões fornecidas por funcionários e munícipes para implementar melhorias contínuas em seus processos, políticas e práticas.

Transparência: para manter uma relação saudável com a comunidade, a empresa pode focar em melhorar a transparência de suas operações e práticas comerciais.

Desenvolvimento de talentos: com a maioria dos funcionários indicando que as oportunidades de crescimento são adequadas, a empresa pode continuar a investir em programas de desenvolvimento de talentos para reter e promover sua equipe.

Comunidade e envolvimento social: a empresa pode considerar iniciativas de responsabilidade social corporativa e envolvimento com a comunidade para fortalecer sua imagem na sociedade local.

Essas sugestões e melhorias podem ajudar a empresa a fortalecer sua imagem e aprimorar a relação com seus funcionários e a comunidade local, ao mesmo tempo em que promovem seus objetivos de negócios, especialmente, no contexto de revestimentos ecológicos.

4.5.1 Plano de ação

Com base nos resultados da pesquisa sobre a percepção dos colaboradores e munícipes em relação à empresa Lamiocco Plásticos S.A. e seu objetivo de compreender melhor a visão desses grupos sobre a empresa, foi possível desenvolver um plano de ação. Este plano visa abordar áreas de melhoria e oportunidades de otimização, bem como fortalecer os aspectos positivos identificados na pesquisa.

Compreender as diferenças de percepção entre colaboradores e munícipes: realizar uma análise mais aprofundada para entender as diferenças nas percepções entre os colaboradores e os munícipes, identificando os principais pontos de convergência e divergência. Realizar reuniões ou grupos focais com ambos os grupos para obter *insights* adicionais e entender as razões por trás das percepções.

Comunicação interna e externa: fortalecer a comunicação interna para garantir que os colaboradores estejam cientes das atividades de exportação, benefícios oferecidos e oportunidades de crescimento dentro da empresa. Reforçar a comunicação externa sobre os esforços ecológicos da empresa, demonstrando seu compromisso com a sustentabilidade e a preservação ambiental.

Gestão de pessoas e recrutamento: continuar a fortalecer o programa de gestão de pessoas, incentivando um ambiente de trabalho colaborativo e harmonioso. Manter a eficiência e a transparência no processo de recrutamento e seleção, garantindo que os candidatos tenham uma experiência positiva desde o início.

Qualidade de vida no trabalho: avaliar a satisfação dos colaboradores em relação aos benefícios oferecidos e programas de bem-estar, considerando possíveis melhorias com base em seu *feedback*. Continuar a oferecer flexibilidade em termos de horário e local de trabalho, mantendo os níveis de satisfação.

Engajamento e motivação: melhorar a eficácia da comunicação interna para alinhar melhor os objetivos da empresa com as equipes e funcionários. Criar um ambiente de trabalho mais desafiador, promovendo oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional.

Conexão com a comunidade: estabelecer um programa de envolvimento com a comunidade para melhorar a imagem da empresa e suas relações com os munícipes. Realizar visitas à empresa para que os cidadãos de Montauri conheçam melhor as operações e os esforços ecológicos.

Acesso a informações sobre benefícios: implementar um sistema eficiente de comunicação interna para garantir que os colaboradores estejam cientes dos benefícios oferecidos, como planos de saúde e remuneração variável. Avaliar a necessidade de reformular as informações sobre benefícios para facilitar o acesso.

Análise contínua: realizar pesquisas regulares de percepção para medir o impacto das ações de melhoria implementadas e identificar novas áreas que precisam de atenção. Integrar *feedback* de colaboradores e munícipes nas decisões estratégicas da empresa.

Este plano de ação é projetado para abordar os principais pontos identificados na pesquisa e melhorar a percepção dos colaboradores e munícipes em relação à empresa Lamiocco Plásticos S.A. através de uma abordagem estruturada e contínua. É essencial que a

empresa esteja comprometida com a implementação dessas ações e com a criação de uma cultura organizacional que promova o bem-estar, a transparência e o engajamento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste estudo possibilitou uma análise detalhada dos dados obtidos por meio da pesquisa realizada junto aos funcionários e munícipes, com o objetivo de explorar a visão que esses grupos têm da empresa de Revestimentos Ecológicos, a Lamiocco Plásticos S.A. Foram abordados aspectos demográficos, como faixa etária, gênero e nível de escolaridade dos respondentes, os quais proporcionaram uma compreensão abrangente do perfil desses grupos e de como eles percebem a empresa.

Observou-se que a empresa conta com funcionários de diferentes faixas etárias, com uma representação significativa de jovens colaboradores e uma diversidade de níveis de escolaridade, destacando o compromisso com a educação superior. Quanto ao gênero, verificou-se uma maioria masculina entre os funcionários, enquanto, entre os munícipes, a maioria se identifica como sendo do gênero feminino.

Concluindo este trabalho, destaca-se a relevância da pesquisa na identificação dos fatores que moldam a percepção da comunidade de Montauri e dos colaboradores da Lamiocco. Esse resultado possibilita uma compreensão mais profunda sobre as medidas que podem ser adotadas para ampliar a visibilidade da empresa no município e na região.

A importância das pesquisas se evidencia na compreensão da visão individual de cada pessoa em relação à empresa. A revisão bibliográfica, a metodologia aplicada, o levantamento e a análise dos dados conduzem à conclusão de que o objetivo deste trabalho foi alcançado com sucesso: examinar as perspectivas dos funcionários e dos moradores em relação à empresa Lamiocco Plásticos S.A.

Ao iniciar na empresa, os funcionários revelaram desconhecimento significativo sobre a produção e os mercados da organização. Muitos acreditavam que a empresa se dedicava apenas à reciclagem de garrafas pet, similar a outras duas empresas no município. A pesquisa revelou que a comunidade Montauriense, em sua totalidade, não tinha um conhecimento abrangente sobre a empresa. No entanto, houve uma mudança de percepção quando alguns conhecidos começaram a trabalhar na Lamiocco. Muitos expressaram o desejo de conhecer a empresa e até mesmo trabalhar nela.

Diante disso, para garantir a credibilidade da pesquisa entre os funcionários e os moradores, é fundamental revisar todos os pontos apresentados e buscar melhorias contínuas nos aspectos que demandam maior atenção. Como sugestão, o departamento de gestão de pessoas e os gerentes devem encarar essa pesquisa como uma oportunidade de integrar mais a empresa à comunidade, compreendendo seus funcionários. Os pontos de discordância necessitam de uma avaliação mais aprofundada, considerando o contexto atual da empresa.

Portanto, é imperativo que a direção da empresa reconheça a importância dos profissionais para seu crescimento, pois são eles que moldam a imagem da empresa. Além disso, é relevante levar a comunidade para dentro da empresa, por meio de visitas, participação em feiras e estratégias de propaganda, com o intuito de fortalecer sua presença e seu relacionamento com o público externo.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANOV, Márcia R. **Recrutamento e seleção com foco na transformação digital**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

BES, Pablo; OLIVEIRA, Luana Y. M. **Administração de cargos, salários e benefícios**. Porto Alegre: Sagah, 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos: o capital humano das organizações**. 11. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos: como incrementar talentos na empresa**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

DUTRA, Joel S. **Gestão de Pessoas: modelo, processos, tendências e perspectivas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

DUTRA, Joel S.; DUTRA, Tatiana A.; DUTRA, Gabriela A. **Gestão de pessoas**. Rio de Janeiro: Atlas, 2017.

FERREIRA, Patricia I. **Gestão de pessoas: atração e seleção de talentos**. Rio de Janeiro: Ltc, 2014.

FERREIRA, Patricia I. **Gestão de pessoas: clima organizacional e qualidade de vida no trabalho**. Rio de Janeiro: Ltc, 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis estratégicos**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

LACOMBE, Francisco José Masset. **Recursos humanos: princípios e tendências**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

MARQUES, José Carlos. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Cengage, 2015.

MENDES, Maria. Primeira Revolução Industrial. **Educa + Brasil**, 2021. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/historia/primeira-revolucao-industrial>. Acesso em: 20 nov. 2023.

NOE, Raymond A. **Treinamento e desenvolvimento de pessoas**. 6. ed. Porto Alegre: Amgh, 2015.

PAVLAK, Magda Arbo. **RH e o novo normal nas organizações**. Rio Grande do Sul, 2021.

SHIRLEY, Dennis; HARGREAVES, Andy. **Cinco caminhos para o engajamento: rumo ao aprendizado e ao sucesso do estudante**. Porto Alegre: Penso, 2022.

VERGARA, Sylvia C. **Gestão de pessoas**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

VISCAINO, Cassiana Cristina Lorenzon; ESTORK, Leandro Augusto. Gestão de pessoas: um olhar sobre a evolução histórica do principal ativo das organizações empresariais. **Revista Científica Eletrônica de Administração**, n. 7, 2007. Disponível em:

http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/5RcsPl2dJl8KVgB_2013-4-30-10-54-58.pdf. Acesso em: 20 nov. 2023.

7 APÊNDICES

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdVXjnj4vOcgv3z_lfIIY10hMQ8pA3YWFR-UR1FLOcW_hHO3w/viewform?usp=sf_link

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdLyxaSEyd67iEoHMI36PQAwcC3FQnIQ9iB7wa85O5OOohZA/viewform?usp=sf_link