

A GESTÃO DO CLIMA ORGANIZACIONAL

Como fator motivacional e elo de ligação entre empresas e colaboradores

VIEIRA¹
MARTINS²

1. INTRODUÇÃO

As organizações buscam se desenvolver em todos os setores, o que inclui capital, recursos, infraestrutura, grau de competitividade, dentre outros. Dessa forma, os colaboradores fazem parte de todo o processo da organização, tendo em vista que, participam de forma ativa dia após dia para o crescimento da empresa onde estão inseridos. Sendo assim, fica claro a importância de estar observando o clima dentro da instituição para fins estratégicos.

O clima organizacional dentro de uma empresa é um dos fatores determinantes para alcançar as metas que ela busca, a partir que seus colaboradores tenham motivação e bom desempenho, a empresa tende a crescer. Como dito por MIRANDA (2009), nessa interpretação sobre o trabalho, é desprezado e desconsiderado as expectativas, os sentimentos, a motivação e a qualidade de vida dos colaboradores nas organizações, o que acaba refletindo negativamente em sua autoestima e no seu desempenho na instituição empregadora. ” Logo, pode-se deduzir que, a comodidade do cooperador é essencial para agregar valor da empresa perante ao consumidor.

A motivação afeta diretamente no estilo e qualidade de vida da pessoa e por ela os serviços prestados. Para Chiavenato (1994) “a motivação é o desejo de exercer altos níveis de esforço em direção a determinados objetivos organizacionais, condicionados pela capacidade de satisfazer objetivos individuais. A motivação depende da direção (objetivos), força e intensidade do comportamento (esforço) e duração e persistência. Portanto, cada indivíduo vai ter um objetivo pessoal, a empresa deve estudar a necessidade de cada colaborador, mostrando como ele é importante na empresa exercendo o seu cargo.

Em empresas limitadas, deve-se buscar diferenciais que atraem funcionários interessados, que não só estão ali para exercer sua função, mas também crescer junto, seja oferecendo recompensa monetária para satisfação pessoal, ou até mesmo mudança de cargos, para realização profissional.

Para o alcance de satisfação dos funcionários, deve-se alinhar com as expectativas dos clientes e as estratégias traçadas pela a empresa. Nesse caso, quem se aproxima e tem ligação direta com o público, são os próprios colaboradores, pois estão na linha de frente. Dessa maneira suas ações e emoções ficam perceptíveis no ambiente. O clima organizacional é um conceito relevante para compreensão e percepção da atmosfera no ambiente organizacional, afetando diretamente no comportamento, no desenvolvimento das atividades dos funcionários

¹ Fernando Vinícius Vieira de Jesus, Graduando em Administração, Administração
fernandovieirajml@gmail.com

²Naiara Martins, Graduanda em Administração, Administração, naiimartins1@gmail.com

dentro da organização (CHIAVENATO, 2006). Sendo assim, fica claro a importância de estar observando o clima dentro da instituição para alcançar um rendimento satisfatório.

Além de ferramentas de recompensas, qualificar o profissional para que ele exerça sua função da melhor forma, visto que, não adianta cobrar o que não é ensinado a fazer. Dessa maneira, o funcionário é como se fosse uma imagem da empresa, se ele exerce seus serviços com qualidade, conclui-se que a empresa tem propriedade nos serviços ou produtos que ela oferece, ainda mais que uma instituição também é uma marca, que é como ela se identifica no mercado.

Para SEBRAE/SP (2016, p.06) “é preciso capacitar esses profissionais adequadamente, para que eles possam atender bem, superar as expectativas da clientela e, assim, manter a empresa competitiva.”

Conclui-se, que existe pilares que envolvem todo o processo, para um relacionamento saudável entre empresa e funcionário, como: oferecendo um ambiente de trabalho limpo, com as ferramentas necessárias, fortalecer a confiança entre ambos, e se as metas estabelecidas são reais. Além disso, a empresa tendo um espaço harmônico, o atendimento vira um diferencial competitivo em relação a outras empresas.

Um fator bastante observado para trabalhar a gestão de pessoas a fim de melhorar o clima organizacional, é a taxa de turnover, que significa a rotatividade de funcionários (substituições de antigos funcionários por novos).

O presente trabalho parte da problemática: Quais os fatores motivacionais que colaboradores e a empresa levam a manter um clima organizacional. E tem como objetivo geral abordar a relevância do clima organizacional como ferramenta para o alcance do sucesso da empresa, atuando como diferencial no ramo de Varejo, e tem como objetivos específicos: Demonstrar a importância do treinamento dos colaboradores, Mostrar como garantir a qualidade de vida dos colaboradores, demonstrar como a utilização da Tecnologia pode melhorar o atendimento, averiguar se as empresas realizam treinamento e entender quais ferramentas as empresas do setor utilizam para motivar seus funcionários.

Para Benedetti, M. H., Carvalho, V. A. C. (2006). A dinâmica da inovação: a influência dos comportamentos dos líderes sobre a capacidade de uma equipe em inovar.

A metodologia, de acordo com Gil (2010), consiste em uma reflexão sobre as técnicas e métodos lógicos ou científicos. É a parte em que é feita uma descrição rigorosa do objeto de estudo e dos processos ou técnicas utilizadas para atingir os objetivos inerentes a pesquisa. Sendo assim, a metodologia utilizada foi a descritiva, tendo como embasamento o fator motivacional e o elo de ligação entre a empresa e o colaborador. Dessa forma, a sustentação da mesma, será através de escritos de autores e autoridades sobre o assunto, visando o desenvolvimento do tema e as possíveis problemáticas que possam vir a ser observadas no processo.

Tendo em vista as especificações ditas anteriormente na introdução, que visa tanto a cadeia operacional quanto a estratégica, todo o processo de gestão do clima organizacional surte efeitos positivos e negativos, com isso, as qualidades serão acentuadas para haver estabilidades e às problemáticas, serão alvo de melhorias, controles e correções e estas usadas como justificativa para a escolha do tema.

2. ANÁLISE E COMENTÁRIO DO CONTEÚDO

O conceito de clima organizacional abriu novas perspectivas para a gestão de pessoas, ao buscar argumentos e compreensão para o desempenho do trabalho humano através de relações entre esses fatores relevantes do cotidiano, como liderança, satisfação, ética, motivação, desempenho, rotatividade, entre outros (OLIVEIRA, 1996). Ademais, é uma ferramenta indicadora da percepção da empresa.

Tendo em vista a conceituação primária do termo de clima organizacional que foi datada de 1924 a 1933 com os primeiros experimentos de Hawthorne, muitos vieram e ainda surgem com novos estudos e terminologias do assunto, tendo em vista os avanços das sapiências do mundo (OLIVEIRA, 1996).

Segundo Chiavenato:

Constitui o meio interno de uma organização, a atmosfera psicológica e característica que existe em cada organização; (...) é o ambiente humano dentro do qual as pessoas de uma organização fazem o seu trabalho; (...) a qualidade ou propriedade do ambiente organizacional que é percebida ou experimentada pelos participantes da empresa e que influencia o seu comportamento (CHIAVENATO, 2006, p. 50).

Dessa forma, é indispensável obter o conhecimento acerca de cada funcionário, mediante ao que eles pensam sobre a empresa e suas posturas dentro da instituição. Sendo assim, obter clareza é indispensável para melhorar a qualidade do ambiente de trabalho, a qualidade de vida das pessoas e, conseqüentemente, a qualidade dos serviços prestados pela empresa, sendo ela em qualquer âmbito. (CHIAVENATO, 2006, p. 50)

Logo, tendo em vista a importância de uma boa atmosfera psicologicamente estável, alguns benefícios são acarretados à instituição como um todo, o que envolve tanto os colaboradores quanto os proprietários. Com isso, é notório todos da corporação ganharam em conjunto, como afirma a Fundação de pesquisas contábeis, atuariais e financeiras – Fipecafi – ligada à USP (Universidade de São Paulo), comprovou que aplicar recursos em pessoas também faz bem para os negócios e que as organizações com melhor ambiente de trabalho são mais lucrativas. (AS MELHORES...,2002).

Somado a isso, uma pesquisa realizada pela revista MELHOR – Vida & Trabalho à consultoria Hay Group –, consultou 35 presidentes de empresas consideradas de grande porte de segmentos econômicos, sobre os impactos do RH. Mais de 80% considera que a função exercida pelo RH, é de real impacto na estratégia de seus negócios. (ASSOCIAÇÃO ...,2002).

Nesse sentido, o clima interno dentro das empresas são fatores imprescindíveis para o sucesso, além de serem mais rentáveis, são vistas como empresa modelo para outras, por terem esse diferencial competitivo e inovador, já que, antigamente a saúde e qualidade de vida dos colaboradores era uma incógnita.

Segundo pesquisa realizada pela empresa de consultoria Hay do Brasil e divulgada pela revista Valor CARREIRA (AS MELHORES...,2003) as melhores empresas colocadas possuem maior renda, com lucro de até 9% de patrimônio líquido, resultância da boa gestão de pessoas.

3. METODOLOGIA

A metodologia, de acordo com Gil (2010), consiste em uma reflexão sobre as técnicas e métodos lógicos ou científicos. É a parte em que é feita uma descrição rigorosa do objeto de estudo e dos processos ou técnicas utilizadas para atingir os objetivos inerentes à pesquisa. Complementa o pensamento

Para a elaboração deste estudo, optou-se a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. Na pesquisa bibliográfica, é importante que o pesquisador verifique a veracidade dos dados obtidos, observando as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 54). Nesse sentido, embasamento o fator motivacional e o elo de ligação entre a empresa e o colaborador.

A descritiva do trabalho, visa analisar o foco principal de estudo que é o Clima Organizacional, logo, seus subsídios que o acompanham. Em seguida, as intenções, opiniões e necessidades, serão levadas em consideração, podendo ser efetivadas através de questionários, levantamentos ou pesquisa de mercado baseada na ferramenta administrativa selecionada, enquadrando-se melhor a instituição escolhida.

A pesquisa quantitativa é um método de pesquisa social que utiliza a quantificação nas modalidades de coleta de informações e no seu tratamento, mediante técnicas estatísticas, tais como percentuais, média, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, entre outros. (MICHEL, 2005).

Tendo em vista as especificações ditas anteriormente na introdução, que visa tanto a cadeia operacional quanto a estratégica, todo o processo de gestão do clima organizacional surte efeitos positivos e negativos, com isso, as qualidades serão acentuadas para haver estabilidades e às problemáticas, serão alvo de melhorias, controles e correções. Tendo em vista as especificações ditas anteriormente na introdução, que visa tanto a cadeia operacional quanto a estratégica, todo o processo de gestão do clima organizacional surte efeitos positivos e negativos, com isso, as qualidades serão acentuadas para haver estabilidades e às problemáticas, serão alvo de melhorias, controles e correções.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A gestão do clima organizacional com ênfase no fator motivacional e elo de ligação entre empresas e colaboradores é um assunto de suma importância e relevância, que vem sendo discutido e abordado ao passar dos anos, pois, é fundamental para o desenvolvimento e funcionamento de uma empresa. Sendo assim, como dito por Souza (1978,p.32): A gestão do clima organizacional, o tema é relevante do ponto de vista teórico porque estuda o funcionamento da organização através de um elenco de variáveis entrelaçadas, fugindo assim à abordagem linear e unilateral. Do ponto de vista pragmático, a análise do clima dá subsídios valiosos para o administrador, tais como o diagnóstico motivacional, a discrepância entre realidade percebida e desejada, os pontos de maior e menor satisfação, o estilo gerencial mais recomendável à situação.

Chiavenato afirma sobre a motivação que “está contida dentro das próprias pessoas e pode ser amplamente influenciada por fontes externas ao indivíduo ou pelo seu próprio trabalho na empresa. Soma a sua crença de que a motivação no âmbito empresarial é uma função gerencial: Na realidade, a motivação está contida dentro das próprias pessoas e pode ser amplamente influenciada por fontes externas ao indivíduo ou pelo seu próprio trabalho na empresa. A motivação intrínseca e extrínseca deve se complementar por meio do trabalho gerencial. Ambas não podem ser deixadas ao acaso, simplesmente à mercê dos acontecimentos. Elas podem e devem ser perfeitamente compreendidas pelo gerente e utilizadas como ponto de apoio para potencializar e alavancar a satisfação das pessoas. O gerente deve conhecer o potencial interno de motivação de cada pessoa e deve saber extrair do ambiente de trabalho as condições externas para elevar a satisfação profissional (Chiavenato, 2005, p. 215).

Dessa forma, o clima de uma organização é determinado pelas ações e valores que os membros da organização têm em comum, visto que, ajuda a promover a mudança interna, com melhorias concretas para os colaboradores e repercussão nos resultados financeiros. Pode-se citar que o modo de gestão, de abordagem, de ferramentas e de estratégias, podem ser estimuladas através de um bom diagnóstico motivacional.

Logo, adentrando a problemática levantada em questão, que faz menção a conexão estabelecida entre as empresas e seus colaboradores, um estudo a certa do ambiente corporativo poderá vir a corroborar efetivamente para a melhoria e desenvolvimento da empresa como um todo, uma vez que, o ambiente empresarial tem buscado a competitividade em virtude das

profundas mudanças ocorridas na economia mundial, nas relações sociais e políticas, na tecnologia, na organização produtiva e nas relações de trabalho. (LIMONGI-FRANÇA, 2002; ARELIANO, 2002).

Um dos fundamentalismos para o gestor é ter o senso crítico para analisar as situações que ocorrem dias após dia dentro da instituição, visando a melhoria dela como um todo, o gerente e/ou empreendedor, poderá dar um salto positivo no clima organizacional do seu estabelecimento. O que acarretará de forma assertiva, quesitos que agregaram para todos os envolvidos, seja do lucro à saúde mental.

À vista disso, o tema proposto pode contribuir dentro da organização, uma vez que, ao se compreender o clima organizacional da empresa, pode-se qualificar o ambiente de trabalho, tornando-o produtivo e possibilitando resultados. A temática ainda se fundamenta com base na literatura, em que a importância do assunto é reconhecida, tanto em relação ao clima organizacional quanto ao estudo da motivação, sendo estes abordados em diversas publicações científicas.

Em suma, de acordo com o tema retratado, Para Carvalhal e Ferreira (2000, p. 19]: "Assim como a diferenciação competitiva em segmentos de alta tecnologia se dá pela adição de valores agregados ao produto também o indivíduo nas organizações se diferencia por ser dotado de um conjunto de habilidades de elevado valor agregado". Mas o fato relevante que precisa receber foco é o de que uma motivação do indivíduo para fazer uma contribuição para as metas organizacionais requer que tal comportamento preencha suas necessidades importantes, quer sejam realização, poder, afiliação ou quaisquer outras.

Portanto, como possibilidades de sugestões para o prosseguimento do tema abordado, recomenda-se a progredir com os estudos abordados no tema, de forma a obter um conhecimento mais sólido e assim, colocá-lo em prática de forma eficaz. Somado a isso, treinamentos e palestras envolvendo aspectos de motivação e clima organizacional, agregará para a assertiva da empresa, pois, envolverá os agentes em questão, os funcionários e gestores, levando em conta a participação de pessoas externas à instituição para que haja melhor aceitação e entendimento de ambas as partes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AS MELHORES empresas para você trabalhar. EXAME, São Paulo, 2002.

CHIAVENATO, I. Os novos paradigmas: como as mudanças estão mexendo com as empresas. São Paulo: Atlas, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas. 3. ed. rev. e atual. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Chiavenato, I.(2005).Gerenciando com as pessoas: transformando o executivo em um excelente gestor de pessoas: um guia para o executivo aprender a lidar com sua equipe detrabalho Elsevier.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo. Editora Atlas. 5a edição. 2010.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina e RODRIGUES, Avelino Luiz. Stress e trabalho: uma abordagem psicossomática. São Paulo: Atlas. 2002

MIRANDA, C. O desafio em manter funcionários motivados: os fatores motivacionais para o trabalho. Monografia, 83f (MBA em gestão de recursos humanos) – Escola Superior Aberta do Brasil - ESAB, Vila Velha – ES, 2009.

MOREIRA, Elen Gongora. Clima organizacional. IESDE BRASIL SA, 2012. Moreira, E. G. (2012). Clima organizacional. IESDE BRASIL SA.

OLIVEIRA, W. M. Perfil analítico-descritivo da pesquisa sobre clima organizacional em Instituições de Ensino Superior. 1996. Tese (Doutorado em Administração Escolar) – Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

SOUZA, E. L. P. Clima e cultura organizacional: como se manifestam e como se manejam. 1. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1978.