

SUMÁRIO

Diagnostico e Proposição de Ampliação do Processo de Avaliação de Desempenho na Empresa X	2
O SISTEMA DE REMUNERAÇÃO NA EMPRESA X	3
RESILIÊNCIA EM ALUNOS DE PÓS GRADUAÇÃO	4
ATRAÇÃO E RETENÇÃO NAS EMPRESAS – A VISÃO DA GERAÇÃO Y.....	5
A RELEVÂNCIA DAS AÇÕES DE MARKETING INTERNO PARA GESTORES DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR.....	6

Diagnostico e Proposição de Ampliação do Processo de Avaliação de Desempenho na Empresa X

Cléberson Ladvig Ell¹; Vania Gisele Bessi²

Este trabalho realiza um diagnóstico do impacto e da importância da avaliação de desempenho, a partir do estudo de caso da organização X. O objetivo foi identificar as práticas de avaliação de desempenho da empresa, verificando possibilidades de melhoria e ampliação do processo. A avaliação de desempenho procura avaliar e medir as competências dos colaboradores no exercício de suas funções durante certo período de tempo. A metodologia utilizada foi através de observação participativa, estudo de caso, pesquisa exploratória, aplicada e descritiva. Utilizou-se a abordagem qualitativa, tendo sido realizadas entrevistas semiestruturadas. Também se utilizou de pesquisa bibliográfica para entender o processo de avaliação de desempenho, vantagens, desvantagens, benefícios e métodos, bem como suas implicações na gestão de pessoas, a partir de autores como Chiavenato (2004), Lacombe (2012), França (2007). Procurou-se entender de que forma a cultura organizacional interfere no processo de avaliação, como abordam Beraldo (1988) e Assis (2005); o papel da liderança e de RH para a melhoria do desempenho dos colaboradores e suas dificuldades de implementação, a partir de Arboite (2008). Com a análise da literatura verifica-se que é necessário investir no ambiente de trabalho para que o funcionário sinta-se bem no espaço físico e no cargo que ocupa e possa, através da sua satisfação, produzir mais e melhor. A avaliação de desempenho é uma ferramenta importante a ser utilizada pelas organizações, com ela os gestores podem ser auxiliados a identificar o potencial que cada colaborador pode desenvolver nas suas atividades e talentos escondidos que só serão descobertos com o uso dessa ferramenta. Identificou-se, com as entrevistas realizadas e a observação que a empresa X não tem um método sistemático e de periodicidade definida de avaliação de desempenho. A empresa avalia a produtividade individual dos colaboradores diariamente e também há a avaliação de potencial realizada pelos gestores. Como pontos positivos a serem considerados é que desta forma se consegue identificar as necessidades de treinamento e desenvolvimento e as possibilidades de promoções. No processo observado sugere-se a avaliação por competências, onde serão estipuladas as características e exigências de cada cargo, formalizando o processo e tornando-o transparente para todos os colaboradores. Este modelo facilitará a definição por reajustes salariais e promoções de carreira.

Palavras-chave: Avaliação de Desempenho. Gestão de Pessoas. Avaliação por Competências

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (cleladvig@hotmail.com e vania@feevale.br)

O SISTEMA DE REMUNERAÇÃO NA EMPRESA X

Nicole Weber Merola¹; Vania Gisele Bessi²; Cristine Kassick²; Luciana Gehlen²

Este trabalho realiza um diagnóstico do impacto e da importância da remuneração estratégica, a partir do estudo de caso da organização X. O objetivo foi identificar as práticas de remuneração da empresa, verificando possibilidades de melhoria e ampliação do processo. As organizações estão cada dia mais se preocupando e valorizando seus funcionários, com isso automaticamente melhora o desempenho, a produtividade e a qualidade do trabalho exercido. Sendo assim, recompensando financeiramente e não financeiramente, de diversas formas, tais como: aumento salarial, comissões, participação nos lucros e resultados da organização, promoções internas e etc., ou seja, aquele funcionário que se dedicou e esforçou pelo seu trabalho e pela própria organização. Mas ainda assim, a teoria aponta uma defasagem de práticas de RH, em especial no tema remuneração. A metodologia utilizada foi através de observação participativa, estudo de caso, pesquisa exploratória, aplicada e descritiva. Utilizou-se a abordagem qualitativa, tendo sido realizada entrevista com a gestora de RH da empresa X. Também se utilizou de pesquisa bibliográfica para entender o processo de remuneração, bem como o de recompensar de uma forma justa os esforços individuais e coletivos, além de se verificar as formas de remunerar, a partir de autores Chiavenato (2010), Wood Jr. e Picarelli Filho (2004), Pontes (2010). Identificou-se, com a entrevista realizada e a observação, que a empresa X não tem um método estruturado de valorização de seus funcionários vinculado com a remuneração. A empresa avalia a remuneração por tempo de casa, não pelo desempenho. Como pontos positivos, existe uma forma de recompensar o funcionário pela assiduidade com uma cesta básica no mês. No processo observado sugere-se uma implantação de remuneração variável, remunerar o funcionário pelo seu desempenho e dois planos de benefícios, sendo um deles o plano de previdência privada e o auxílio faculdade para aqueles que estão se qualificando formalmente para o trabalho.

Palavras-chave: Remuneração. Remuneração Estratégica. Sistema de Recompensa.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (nicole-merola@bol.com.br e vania@feevale.br)

RESILIÊNCIA EM ALUNOS DE PÓS GRADUAÇÃO

Bianca Kiszewski de Medeiros¹; Vania Gisele Bessi²

Com base nas características do ambiente organizacional repleto de mudanças constantes e pressões por resultados, comandar equipes exige que os líderes busquem inovar e desafiar-se frequentemente. E é neste cenário que a resiliência torna-se potencial tema de estudo dentro de ambientes organizacionais com foco em cargos de liderança. O objetivo desta pesquisa é verificar e analisar o nível de resiliência das pessoas que ocupam cargos de liderança entre os alunos de pós-graduação Lato Sensu do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Feevale. O referencial teórico está centrado em duas categorias: resiliência e liderança. Realizou-se uma pesquisa exploratória com uma temática bastante inovadora na área de Recursos Humanos. Com abordagem quantitativa o estudo também é caracterizado como survey, tendo como instrumento de coleta questionário aplicado pessoalmente com os estudantes. Obteve-se 81 respondentes que afirmaram exercer cargos de liderança, em um universo de 128 questionários aplicados. Os resultados apontam satisfatório nível de resiliência no grupo analisado. Os fatores determinantes utilizados para a verificação da característica resiliente foram: administração de emoções, controle dos impulsos, auto eficácia, análise de ambiente, empatia, alcançar pessoas e otimismo com a vida. Os respondentes demonstram estar em equilíbrio com os fatores utilizados para a verificação da característica resiliente. Em relação ao ambiente de trabalho, foi possível constatar que o grupo analisado trabalha em um ambiente colaborativo, é valorizado e algumas vezes enfrenta pressões para o cumprimento de suas atividades. Foi possível correlacionar que quanto menor o porte da empresa, mais agradável se torna o ambiente de trabalho. No tocante aos estilos de liderança, os respondentes indicaram predominar os estilos: global, servidor e democrático, sendo que o estilo democrático se sobressai para o gênero masculino.

Palavras-chave: Liderança. Resiliência. Ambiente de trabalho.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (biancakisz@gmail.com e vania@feevale.br)

ATRAÇÃO E RETENÇÃO NAS EMPRESAS – A VISÃO DA GERAÇÃO Y

Roberta dos Santos¹; Luciana Gehlen²

A Geração Y, abrangendo os nascidos entre 1980 e 2000, nasceu em meio a tecnologia, fato este que influenciou diretamente a definição de suas características pessoais e seu comportamento. Esta geração é considerada pelos gestores como complicada e difícil de lidar, além de representar um alto índice de rotatividade nas empresas. Porém, é indiscutível que essa geração possui os jovens talentos tão necessários para o sucesso de qualquer organização, sendo detentores de habilidades diferenciadas e de uma capacidade enorme de se adaptar com mudanças e novas tecnologias, coisa que os representantes das gerações anteriores dificilmente possuem, portanto sendo fundamental que as organizações e seus gestores, além do setor de Recursos Humanos, aprendam quais são as melhores estratégias para atrair e reter essa geração e esses talentos. Como objetivo geral foi definido analisar as expectativas dos candidatos da Geração Y com relação às características de atração e retenção das oportunidades de trabalho oferecidas pelas empresas atualmente. Para satisfazer tal pretensão, o método utilizado para realizar tal estudo foi a pesquisa quantitativa e a pesquisa de campo, através de aplicação de questionário. Constatou-se que as expectativas da Geração Y atualmente diferem dos autores em alguns pontos, sendo de grande importância para as organizações se atualizarem a respeito disso para fazer as adaptações estratégicas necessárias para atrair e reter com sucesso esses jovens talentos.

Palavras-chave: Atração. Retenção. Geração Y.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (beta_nh@hotmail.com e lgehlen@feevale.br)

A RELEVÂNCIA DAS AÇÕES DE MARKETING INTERNO PARA GESTORES DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR

Cáren Maria da Rosa Rinker¹; Vania Gisele Bessi²

A comunicação organizacional é a base para disseminar informações, promover a interação e o entendimento dos objetivos da organização. O Endomarketing é uma ferramenta de comunicação que propicia que essa disseminação aconteça, visando ações voltadas para o público interno da organização, ou seja, os funcionários. Cabe ao gestor promover a interação entre informação e funcionário, auxiliando na compreensão das ações comunicadas. Para demonstrar a importância deste tema, este artigo visa analisar a relevância de um programa de Marketing Interno para a atuação de gestores e supervisores de uma Instituição de Ensino Superior do Vale dos Sinos. Buscou-se descrever e analisar o projeto de Endomarketing da organização estudada, verificar e analisar a percepção dos gestores em relação à implantação de um programa de Endomarketing e sugerir melhorias para o processo, com base na percepção dos gestores. A pesquisa caracteriza-se como descritiva e a abordagem do problema foi qualitativa e quantitativa. Os dados foram coletados através de entrevista semiestruturada aplicada aos envolvidos no programa de Endomarketing e questionário para os gestores e supervisores das áreas técnico-administrativas da Instituição. A partir das entrevistas foi possível descrever e analisar o projeto de Endomarketing da Instituição e através da pesquisa bibliográfica identificou-se que o programa possui as etapas propostas pelos autores, e tem grande importância para a Universidade, pois seu objetivo principal é melhorar um dos pontos ressaltados na pesquisa de clima: a comunicação interna. Verificou-se, a partir do questionário aplicado aos gestores, que a sua percepção em relação a implantação do programa é positiva, pois possibilitará uma disseminação maior de informações, uma busca pelo envolvimento e entendimento do colaborador quanto às ações e metas da organização e também uma melhora nos meios de comunicação já utilizados. Por fim, destaca-se que os gestores sinalizaram diversos pontos como sugestões de melhorias para o processo, dentre eles a melhora da Intranet e a participação maior dos gestores no processo de comunicação organizacional. Os resultados da pesquisa revelam que a implantação de um programa de Marketing Interno é relevante para a gestão de equipes, pois atingir o público interno e melhorar a comunicação torna-se uma estratégia de gestão para o alinhamento entre a empresa e os colaboradores, criando vantagem competitiva e determinando valores para a organização.

Palavras-chave: Marketing Interno. Endomarketing. Comunicação Interna.

¹Autor(es) ²Orientador(es)

Email (0094001@feevale.br e vania@feevale.br)