

O SISTEMA COMPORTAMENTAL DENTRO DAS EMPRESAS O CAMINHO DA LIDERANÇA MOTIVADORA

THE BEHAVIORAL SYSTEM WITHIN COMPANIES THE PATH TO MOTIVATING LEADERSHIP

Leda Maria da Silva Senra Costa¹

RESUMO

Uma nova visão de ação para líderes e equipes de trabalho, que estão absorvendo novas maneiras de pensar, ou seja, está propiciando a emergência de uma nova consciência que, nas relações pessoais, enfatiza "*honestidade, a inexistência de uma conduta social imposta e a rejeição de relações de autoridade e subserviência*". Os valores fundamentais dessa nova consciência "*são compatíveis com uma sociedade do conhecimento, em que o capital humano é a variável econômica crítica e a libertação do potencial humano é o objetivo da administração*" (CRAWFORD, 1994). Com o passar dos anos, o comportamento humano tem mudado significativamente dentro das empresas, de forma que toda a sua estrutura tenha que ser mudada também, exigindo da liderança habilidades diferenciadas, pois as exigências, são cada vez maiores, as necessidades também não deixam de ser significativas, muitas pessoas quando olham para uma empresa, muitas vezes, sentem a necessidade de estar bem, em um ambiente que supre suas necessidade, mas que também, diariamente esteja motivado a voltar no dia seguinte satisfeito com o trabalho que possui. Existem diversos fatores não só higiênicos (fatores que diminuem a insatisfação mas não trazem a motivação plena), como também motivacionais (fatores que consolidam na emoção a satisfação pelo que faz), é o que faz grande diferença nas organizações.

Palavras-Chave: Liderança. Motivação. Comportamento Organizacional. Qualidade de Vida no trabalho.

ABSTRACT

A new vision of action for leaders and work teams, who are absorbing new ways of thinking, that is, it is enabling the emergence of a new consciousness that, in personal relationships, emphasizes "*honesty, the non-existence of imposed social conduct and the rejection of relationships of authority and subservience*". The fundamental values of this new consciousness "*are compatible with a knowledge society, in which human capital is the critical economic variable and the release of human potential is the objective of management*" (CRAWFORD, 1994). Over the years, human behavior has changed significantly within companies, so that their entire structure has to be changed as well, requiring different skills from leadership,

¹ Leda Maria da Silva Senra Costa – Curso de Administração – Centro Universitário de Barra Mansa (UBM), RJ. E-mail: leda.senra@gmail.com

as the demands are increasingly greater, the needs also continue to be significant, when many people look at a company, they often feel the need to be well, in an environment that meets their needs, but also, on a daily basis, they are motivated to return the next day satisfied with the work they have. There are several factors, not only hygienic (factors that reduce dissatisfaction but do not bring full motivation), but also motivational (factors that consolidate satisfaction with what you do in emotion), which make a big difference in organizations.

Keywords: Leadership. Motivation. Organizational behavior. Quality of life at work.

1 INTRODUÇÃO

A transição de uma sociedade industrial para uma sociedade de conhecimento está atingindo diretamente as organizações, as quais estão passando por reestruturações com vistas a flexibilizar as comunicações e facilitar o fluxo das informações entre os trabalhadores, dentre outras estratégias, o que requer um novo estilo de administração, no qual a liderança representa uma força fundamental. Dentre as organizações atingidas, estão aquelas que prestam "*serviços especializados baseados em alto nível de conhecimento, que se tornarão cada vez mais a organização dominante na economia*" (CRAWFORD, 1994); assim, estão incluídos os serviços de saúde e os hospitais.

Considerando que existem variáveis funcionais e interativas inerentes ao ato de liderar, dentre o conjunto de elementos componentes do comportamento de liderança destacaremos a comunicação no presente artigo. Assim, após tecermos considerações a respeito de comunicação e liderança, apoiadas em Mintzberg examinaremos o papel do líder como foco de recepção e transmissão de informação,

2 DESENVOLVIMENTO

O tema aborda a variabilidade do clima organizacional, dentro das organizações, mostrando como o gestor toma as decisões nas respectivas empresas. Ênfase no comportamento humano, procurando coletar dados da motivação tanto do gestor, quanto dos funcionários. A teoria comportamental marca a mais profunda influência das ciências do comportamento na administração e assenta-se em novas proposições para a motivação humana. O gestor deve conhecer e analisar o mecanismo motivacional para dirigir adequadamente as empresas. A teoria comportamental enfatiza o Processo Decisorial, em que todo indivíduo é tomador das decisões. O objetivo dessa pesquisa é mostrar que cada organização tem um comportamento e que cada gestor tem seu ponto de vista. Será evidenciado cada um destes sistemas dentro das empresas pesquisadas. A Abordagem Comportamental conhecida como behaviorista, segundo Chiavenato (2003), é caracterizada por ser uma decorrência das Relações Humanas. Assim, sua ênfase ainda se encontra no comportamento humano, porém leva em consideração o

contexto organizacional, de forma mais ampla e abrangente, a influência desse comportamento nas empresas como um todo e as perspectivas dos funcionários diante das empresas. A teoria comportamental tem como característica: A ênfase nas pessoas, preocupação com o comportamento organizacional (processo de trabalho) e estudo do comportamento humano (motivação humana - Teoria de Maslow). Toda empresa necessita do índice satisfatório do seu funcionário para ter desempenho, porque com uma boa gestão e os funcionários satisfeitos e capacitados, a empresa terá grande chance de colher bons resultados.

METODOLOGIA

O tema abordado tem como objetivo principal explicitar a respeito do comportamento humano dentro das organizações, mostrar o caminho a ser seguido, as constantes mudanças. A pesquisa será desenvolvida através de uma breve comparação com os dias atuais, e para isso contamos com um enorme acervo de autores mundialmente conhecidos, com teorias, e conteúdos práticos, também será utilizado para o desenvolvimento da pesquisa, a internet, como referências vindas de artigos muito respeitados, também revistas científicas, haverá também uma pesquisa de campo, sendo realizada em três empresas privadas, contendo um questionário com perguntas, relacionadas ao clima dentro das empresas e entrevistas com os gestores de empresas. Essa pesquisa revelará, através da coleta de dados e informações, como são e como funciona o comportamento dos indivíduos que compõem o quadro de funcionários das empresas pesquisadas.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sociedade atualmente se encontra em um processo contínuo de mudanças, principalmente no que diz respeito à qualidade de vida, a preocupação de possuir um bem passa a ser um item de grande importância, isso não só em suas vidas particulares, mas também profissional, quando se fala em qualidade de vida no trabalho é necessário que seja destacado que são observados aspectos físicos, ambientais e também psicológicos no local de trabalho. Em uma das bibliografias utilizadas para o desenvolvimento deste artigo, o autor CHIAVENATO relata que, a qualidade de vida no trabalho implica em criar, manter e melhorar o ambiente de trabalho seja em suas condições físicas, psicológicas e sociais. Ao decorrer do trabalho tais fatores serão desenvolvidos, a fim de um estudo mais aprofundado.

REFERÊNCIAS

BOWDITCH, James L. BUONO, Anthony F. **Elementos de Comportamento Organizacional**. 1. ed. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. 8ª Edição. São Paulo: Campus Editora, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas- O Novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

CRAWFORD, R. **Na era do capital humano**. Trad. Luciana Bontempi Gouveia. São Paulo: Atlas, 1994.

FERNANDES, Eda Conte. **Qualidade de Vida no Trabalho: como medir para melhorar**. 2ed. Salvador: Casa da Qualidade, 1996.

GOLDSMITH, M. Indagar, aprender, acompanhar e crescer. In: HESSELBEIN, F.; GOLDSMITH, M.; BECKHARD, R. **O líder do futuro**. Trad. Cynthia Azevedo. 2. ed. São Paulo: Futura, 1996.

HANDY, C.B. **Como compreender as organizações**. Trad. Helena M.C.M. Pereira. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

HEIL, G.; PARKER, T.; TATE, R. **A liderança e a revolução do cliente**. Trad. Nivaldo Montingelli Jr. São Paulo: Pioneira, 1995.

MENDES, I.A.C. **Enfoque humanístico à comunicação em enfermagem**. São Paulo: Sarvier, 1994.

TAYLOR, F. W. **Princípios da administração científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1990.