

PERFIL DOS COLABORADORES EM AGROINDÚSTRIAS DE VENDA NOVA DO IMIGRANTE, ES.

Patrícia Hollunder Hardevick¹, Andréa Ferreira da Costa², Woelpher Pierângelo de Freitas Bárbara³, Lúcio Lívio Fróes de Castro⁴, Juliana da Costa Cavachini⁵ e Drieli Aparecida Rossi⁶

¹ Graduanda em administração pela Faculdade Venda Nova do Imigrante-Faveni, Av. Ângelo Altoé, 888, Santa Cruz, Venda Nova do Imigrante, ES; ² Professora orientadora da Faveni/ Pesquisadora do Instituto Capixaba de Assistência técnica e Extensão Rural, andreacosta_2000@yahoo.com.br; ³ Técnico da Prefeitura Municipal de Venda Nova do Imigrante, ES, woelpher@gmail.com; ⁴ Pesquisador do Instituto Capixaba de Assistência técnica e Extensão Rural; ⁵ pós-graduanda da Faveni; ⁶ Professora da Faveni, direcaoacademica@faveni.edu.br.

RESUMO - O colaborador é parte essencial para uma organização. Para melhor desempenho dos colaboradores, é necessário conhecer o perfil dos mesmos, visando traçar estratégias que os motive e consequentemente implique em ações positiva nos resultados de acordo com as possibilidades da organização. O objetivo do trabalho foi caracterizar o perfil dos colaboradores, nas agroindústrias de Venda Nova do Imigrante. Para tanto foi feita uma pesquisa de campo com aplicação de questionário. A pesquisa identificou que o perfil dos colaboradores é em sua maioria feminino, solteiras, idade entre 20 a 30 anos, com ensino superior incompleto, se classificaram com boa qualidade no trabalho, bom relacionamento com o supervisor e boa comunicação interna. Esses aspectos estão intimamente relacionados com valorização de seus trabalhos, pois aquele colaborador que trabalha motivado e engajado se torna uma ferramenta de competitividade e ganho para a organização.

PALAVRAS-CHAVE: Colaborador. Caracterização de Perfil. Organização.

ABSTRACT - The employee is an essential part of an organization. To better perform the work it is necessary to know the profile of the same, aiming to outline strategies that motivate them and consequently imply positive actions in the results according to the possibilities of the organization. The objective of the study was to characterize the profile of the employees, in the agroindustries of Venda Nova do Imigrante. For that, a field survey was carried out with questionnaire application. The research identified that the profile of employees is mostly female, unmarried, aged between 20 and 30 years, with incomplete higher education, were classified with good quality at work, good relationship with the supervisor and good internal communication. These aspects are closely related to the valorization of their work, because that collaborator who works motivated and engaged becomes a tool of competitiveness and gain for the organization.

KEYWORD: Employee. Profile Characterization. Organization.

1 INTRODUÇÃO

As pessoas constituem o capital humano das organizações. Elas são os únicos elementos passíveis de treinamento e desenvolvimento. Empresas bem-sucedida nos dias atuais, são empresas criativas e que colocam a sua cultura organizacional a favor desta filosofia.

Carvalho e Souza (1999), afirmam que O Capital Humano é a capacidade, conhecimento, habilidade, criatividade e experiências individuais dos empregados e gestores transformado em produtos e serviços que são o motivo pelo qual os clientes procuram a empresa e não o concorrente. Logo este capital, nas organizações, é, em muitos casos, mais importante que os capitais físicos, sendo fator primordial para o sucesso das organizações.

Para Marras (2000) as empresas precisam dos seus empregados como nunca para poder atingir seus objetivos e seus resultados. Principalmente hoje, com a pressão e a competitividade geradas pela globalização, a qualidade do produto e o relacionamento empresa-cliente são extremamente importantes.

Oliveira e Passos (2013) explicam que é necessário conhecer de perto as necessidades, o grau de interesse e anseios de cada colaborador. Neste sentido, os autores comentam que as grandes e pequenas empresas que se mantêm atualizadas entendem que para alcançar e agradar ao público externo é necessário conquistar a autoconfiança do público interno, ou seja, dos colaboradores. Assim, a mudança de foco onde a preocupação não concentra-se apenas nos clientes externos, surgiram da necessidade de o próprio colaborador torna-se cliente e acreditar no seu serviço ou no seu produto, vestir a camisa da empresa sentir-se parte importante da organização na qual compõe. Para isso acontecer dentro de uma organização o colaborador precisa sentir -se motivado no exercício da sua atividade diária.

A gestão de pessoas tem papel fundamental dentro das organizações. Neste sentido faz-se necessário identificar o perfil dos colaboradores para delinear os métodos adequados de gestão do recurso humano. Chiavenato (2006), diz que “gestão de pessoas é a função que permite a colaboração eficaz das pessoas para alcançar os objetivos organizacionais e individuais”.

Conforme o assunto foi apresentado surgiu à problemática: Qual o perfil dos colaboradores que trabalham nas agroindústrias de Venda Nova do Imigrante, ES? Qual a visão que estes têm das empresas onde trabalham? Como é a relacionamento interpessoal destes colaboradores?

A pesquisa justifica-se pelo fato de que é necessário conhecer o perfil dos colaboradores, visando traçar estratégias de gestão que implique em ações positivas no ambiente organizacional.

O objetivo do trabalho foi caracterizar o perfil dos colaboradores, nas agroindústrias de Venda Nova do Imigrante, além de avaliar a visão dos mesmos em relação a empresa.

2 MATERIAL E MÉTODOS

Para o estudo em questão, foi feita inicialmente uma pesquisa bibliográfica em revistas científicas e sites relacionados, no primeiro semestre de 2015. No segundo semestre de 2015 e no primeiro semestre de 2016, foi feita uma pesquisa de campo, com aplicação de questionário que era composto apenas por perguntas fechadas. O questionário foi direcionado aos colaboradores de Agroindústrias do município de Venda Nova do Imigrante, Espírito Santo, onde todos os respondentes foram orientados sobre a proposta do trabalho e a natureza acadêmica deste estudo. Em seguida os dados foram tabulados e analisados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com a tabela 1, pode-se observar que, a maior parte dos colaboradores era predominantemente do gênero feminino (76,92%), solteiras (76,92%), com idade entre 20 e 30 anos (53,85%). A maioria possui ensino superior incompleto (53,85%), com tempo de empresa, variando entre 1 a 5 anos (53,85%).

Tabela 1 - Perfil sociodemográfico dos Colaboradores participantes (N=13). 2016

Características		%
Gênero	Feminino	76,92
	Masculino	23,08
Estado Civil	Solteiro	76,92
	Casado	23,08
	Outros	0,00
Idade	Menos de 20 anos	15,38
	20-30 anos	53,85
	31-40 anos	30,77
	41-50 anos	0,00
	51-60 anos	0,00
	Acima de 60 anos	0,00
Escolaridade	Ens. Fund. Incompleto	0,00
	Ens. Fund. Completo	0,00
	Ens. Médio Incompleto	0,00
	Ens. Médio Completo	38,46
	Ens. Sup. Incompleto	53,85
	Ens. Sup. Completo	7,69
Tempo de Empresa	Menos de 6 meses	7,69
	De 6 meses á 1 ano	15,38
	De 1 ano a 5 anos	53,86
	De 6 anos a 10 anos	15,38
	De 1 anos a 20 anos	7,69
	Acima de 20 anos	0,00

Fonte: autores

A tabela 2 mostra que para 61,54% dos colaboradores, a comunicação na empresa é boa. Em relação ao estilo de liderança da empresa, identificaram seus líderes como, autocrático (38,46%), liberal (38,46%), seguido de liderança democrática (23,08%).

Dentro das características desejáveis mais citadas de um líder a sequência destacada foi: comunicação (20%), conhecimento (16,92%), competência (15,38%), ética (10,77%), controle e qualidade ambos com (9,23%). Em relação ao estresse do trabalho 76,92% explicaram que às vezes ocorre e apenas 7,69% informaram que nunca ocorre.

Sempre buscam a máxima qualidade no trabalho com (76,92%) na opção sempre. A prática do feedback não é constante, (92,31%) opção as vezes. A clareza na comunicação atingiu porcentagem de (100%) com opção as vezes, assim como a valorização das atividades realizadas e a valorização da criatividade também atenderam o maior percentual na opção as vezes (92,31%) e (69,23%) respectivamente.

Tabela 2- Perfil do ambiente de trabalho e do líder, segundo os Colaboradores (N=13). 2016

Características		%
Comunicação Interna	Ótimo	0,00
	Boa	61,54
	Razoável	38,46
	Ruim	0,00
	Péssima	0,00
Estilo de líder	Autocrático	38,46
	Liberal	38,46
	Democrático	23,08
Características de um líder (cada participante atribuiu 5 características)	Comunicação	20,00
	Conhecimento	16,92
	Competência	15,38
	Ética	10,77
	Controle	9,23
	Sinceridade	9,23
	Proativo	6,15
	Flexibilidade	4,62
	Rigidez	3,08
	Democrático	3,08
Stress no Trabalho	Autoritarismo	1,54
	Liberal	0,00
	Nunca	7,69
	Às vezes	76,92
	Sempre	15,38
Qualidade do trabalho	Nunca	0,00
	Às Vezes	23,08
	Sempre	76,92
Prática do Feedback	Nunca	7,69
	Às vezes	92,31
	Sempre	0,00
Feedback são receptivos	Nunca	0,00
	Às vezes	46,15
	Sempre	53,85
Clareza na comunicação	Nunca	0,00
	Às vezes	100,00
	Sempre	0,00
Valorização nas atividades Realizadas	Nunca	0,00
	Às vezes	92,31
	Sempre	7,69
Valorização da Criatividade	Nunca	15,38
	Às vezes	69,23
	Sempre	15,38

Fonte: o autor

Para os colaboradores a comunicação interna foi destacada como boa. Para Leitão (S.d), a comunicação na empresa é uma tarefa em constante desenvolvimento. Enganam-se aqueles

que pensam que se trata de um assunto muito simples. Comunicar-se de forma ativa é um desafio que muitas organizações encaram, já que muitos empreendimentos são mal sucedidos por falhas de comunicação. Ter um sistema de comunicação eficaz deveria ser uma estratégia considerada necessária para as empresas que buscam o crescimento.

Conforme Caldas (2010) “A gestão eficaz da comunicação interna desenvolve o clima organizacional, ajuda a motivar as pessoas que passam a confiar mais na empresa em que trabalham, por conhecê-la melhor, por aprofundar-se mais nos seus processos internos, por opinar e participar das decisões estratégicas”.

Torquato (2004) relata que a comunicação exerce poder, influência, gera atitudes, pode despertar interesse ou induzir o comportamento, pois é por meio dela que os superiores determinam os objetivos organizacionais de modo que todos executem as tarefas auxiliando a organização a atingir os seus resultados. É essa uma das razões pelas quais a comunicação tem grande importância, pois o processo de comunicação não pode ser visto simplesmente como um meio de divulgar informações, e sim, por meio dele, provocar reações e atitudes dos colaboradores em relação à empresa é o desenvolvimento de um sentimento que valoriza a troca de informações e a gestão participativa auxilia a organização a cumprir as suas metas, pois para esse desenvolvimento, ela precisa manter o seu público interno integrado aos seus objetivos.

A visão dos colaboradores em relação ao estilo de liderança de seus líderes ficou equilibrada entre liberal e autocrático. Segundo Goes e Lopes Filho (S.d), liderança autocrática é baseada em uma centralização no líder, sendo ele responsável por todas as decisões sem pedir as considerações de cada elemento do grupo. Este tipo de liderança muitas vezes desagrade os liderados fazendo com os mesmos não se sintam motivados por não poderem participar ou colaborar para que sejam tomadas as decisões. Já a liderança liberal é oposta à autocrática, pois o líder existe apenas para fazer uma mediação. Na maioria das vezes essa liderança agrada os liderados de forma geral, mas não consegue definir as regras de controle, pois todos podem contribuir com suas opiniões no processo de tomada de decisões.

Diante do exposto as características de um líder que se destacaram foram: Ética, Controle, Conhecimento, Comunicação e Competência.

O estresse no trabalho, qualidade no trabalho, prática de feedback, clareza na comunicação, valorização das atividades realizadas e da criatividade, tiveram o mesmo item de relevância. Levando em conta a cultura de uma organização deve-se implantar nas organizações a consciência de que o cliente interno e ou colaborador, necessita ser desenvolvido, deve-se investir para que ele venha a trazer lucros organizacionais, e não somente isso, mas que ele trabalhe satisfeito, vai desde a entrada do colaborador a organização à treina-lo para que ele venha a prestar um bom serviço, passando pela motivação referente à sua participação em feiras, cursos, seminários, conseqüentemente o colaborador virá para organização com ideias diferentes a serem aplicadas.

Spector (2006) aponta algumas causas mais estudadas como possíveis desgastes emocional dos funcionários, como a ambigüidade e conflitos de papéis interior e exterior, quando a chefia não torna clara as funções e responsabilidades dos funcionários, deixando-o confuso quanto aos seus deveres dentro da organização ou quando os conflitos organizacionais são levados pelo funcionário para sua vida pessoal, interferindo em suas relações familiares, como pai, esposo, etc. Para que estes conflitos de papéis não ocorram, é necessária a realização de uma boa descrição e análise de cargos por parte do gestor da empresa.

Podemos entender o estresse como situações em que a pessoa sente seu ambiente profissional como ameaça para suas realizações pessoais e assim interferindo na realização de ambos.

Cruz; Vieira (2000) dizem que as práticas de recursos humanos em valorizar as pessoas se apresentam como uma alternativa avançada de gestão de pessoas, constituindo-se como uma modalidade de gestão participativa em que os atores organizacionais de todas as esferas

hierárquicas participam do processo decisório, cabendo aos mesmos desenvolver habilidades, competências e conhecimentos necessários para a otimização dos resultados organizacionais.

Segundo Pereira (2002), a valorização humana vem sendo despertada cada vez mais como um dos debates importantes no contexto das organizações e tem estimulado o interesse como algo capaz de se tornar o diferencial diante da concorrência existente no mundo dos negócios.

A gestão pela valorização das pessoas deve, principalmente, contribuir de forma objetiva e direta para a obtenção de alto desempenho. Assim, entende-se que as práticas de recursos humanos se configuram como um conjunto de ações que ressaltam o aspecto estratégico da organização, bem como, é capaz de reconhecer o valor do potencial humano, enfatizando por meio de suas ações as qualidades humanas e respeitando os fatores individuais pertinentes a cada pessoa no ambiente de trabalho.

Em relação ao estresse no trabalho Corrêa e Menezes (2002), descrevem que os funcionários dentro da organização são vistos apenas com algumas habilidades para áreas específicas em executar tarefas. Nesse contexto divide-se a existência do indivíduo em dois momentos distintos: no trabalho tende a seguir as normas da empresa desumanizando-se e fora dele vive a vida individual e suas emoções.

Ballone (2008) entende que a urgência de tempo, responsabilidade excessiva e falta de apoio são alguns dos influenciadores que contribuem para o estresse patológico no trabalho, porque excedem a capacidade de adaptação do profissional.

Na tabela 3, observamos que os colaboradores expõem que sempre procuram conhecer e executar todas as atividades da empresa (92,31%).

Na autoavaliação, 46,15% consideram que podem melhorar o desempenho, demonstrando assim interesse no crescimento. Quanto a remuneração, a maioria (61,54%) a considerada justa e 38,46% injusta, ou seja, acreditam que deveriam receber um salário melhor, condizente com a função.

Em relação ao relacionamento entre colaborador e superior, 53,85% informaram ser bom. Já o relacionamento entre o mesmo grupo hierárquico a maioria informou ser razoável, sendo então um importante alvo de melhoria por parte dos gestores.

Os valores relativos à remuneração se mostraram satisfatória, segundo Araújo, (2006) a remuneração é vista com enfoque contemporâneo, ou seja, foco na pessoa, onde a remuneração é variável, conforme o seu desempenho ou cumprimento de metas por parte dos colaboradores sua remuneração pode aumentar ou decrescer. Podem-se elencar as seguintes medidas: Remuneração por habilidades: remunera as pessoas com base naquilo que elas demonstram saber, baseada no conhecimento e em multi-habilidades; Remuneração por competências: competência essencial (habilidades, conhecimentos, capacidades, características comportamentais e outros atributos que equilibrados predizem o desempenho superior); e Remuneração por resultados: atendimento de metas (participação nos lucros ou resultados e participação acionária).

Tabela 3 – Perfil dos Colaboradores participantes (N=13). 2016

Características	%
Nunca	0,00

Conhece e sabe executar todas as atividades da organização	Às vezes	7,69
	Sempre	92,31
Auto Avaliação	Excelente	0,00
	Bom	38,46
	Pode melhorar seu desempenho	46,15
	Dentro dos padrões normais	15,38
Sobre a Remuneração recebida	Muito justa	0,00
	Justa	61,54
	Injusta	38,46
Relacionamento do Supervisor e Colaboradores	Ótimo	0,00
	Bom	53,85
	Razoável	46,15
	Ruim	0,00
	Péssimo	0,00
Relacionamento do grupo/ nível hierárquico	Ótimo	0,00
	Bom	46,15
	Razoável	53,85
	Ruim	0,00
	Péssimo	0,00

Fonte: o autor

O relacionamento entre superior e colaborador e entre o mesmo nível hierárquico se manteve entre um bom relacionamento e o razoável. Vale ressaltar que para um bom relacionamento é importante um diálogo aberto, levando em contas as opiniões transmitidas e as compartilhando. A necessidade de trocar informações sobre o trabalho e de cooperar com a equipe permite o relacionamento entre os indivíduos, o que acaba sendo imprescindível para a organização, pois, as mesmas, valorizam cada vez mais tal capacidade.

Araújo (2006) “Profissionais com boa relação com seus chefes geram resultados positivos, propiciam desenvolvimento, reconhecimento, diretrizes claras e expectativas alinhadas”, Uma comunicação transparente é ferramenta essencial para essa relação. Para muitos, a maior dificuldade é superar a barreira que, supostamente, existe com o empregador. “Um diálogo regado de bom senso e postura profissional podem gerar excelentes resultados, melhorando o relacionamento e a confiança”.

No ambiente organizacional é admirável saber conviver com as pessoas, até mesmo por ser um cenário muito dinâmico e que força uma intensa interação com os outros, inclusive com as mudanças que ocorrem no entorno, seja de processos, cultura ou até mesmo diante de troca de lideranças.

A cooperação é o elemento essencial da organização. As pessoas cooperam desde que o seu esforço proporcione satisfações e vantagens pessoais que justifiquem tal esforço. A cooperação é fruto da decisão de cada pessoa em função dessas situações e vantagens pessoais (CHIAVENATO, 2010, p. 116).

Quando as pessoas interagem umas com as outras, o trabalho a ser executado se torna mais prazeroso. Surge então a colaboração pelo fato de poder partilhar ideias, soluções que podem alavancar uma tomada de decisão. Isso influencia positivamente no ambiente de trabalho.

Na tabela 4, os colaboradores informam que a motivação para estar na agroindústria, e igualmente pelos seguintes fatos: que gostam do que fazem, pelo salário e pela oportunidade de crescimento. Segundo Minicucci (1992), “Em uma sociedade de produção em massa, o ação de

motivar as pessoas a trabalhar não constitui um trabalho fácil, visto que muitos obtêm pouca satisfação pessoal em seus empregos e auferem pouco senso de realização e criatividade”.

Todos se veem como simples colaborador (100%). Entretanto, a maioria (76,92%) se sente realizada com o que faz. 53,85% dos colaboradores afirmam que a contribuição para a empresa é de geração de resultados, entretanto, 30,77% acham que a contribuição é apenas cumprirem suas atividades.

Tabela 4 - Perfil dos Colaboradores participantes, em relação à motivação (N=13). 2016

Características		%
Motivação para estar na agroindústria	Gosta do que faz	30,77
	Salário	30,77
	Oportunidade de Crescimento	30,77
	Não teve uma oportunidade melhor	7,69
Como se vê dentro da agroindústria	Um simples colaborador	100,00
	Uma referência para as pessoas	0,00
	Autoridade	0,00
Se sente realizado	Sim	76,92
	Não	23,08
Contribuição para empresa	Geração de resultados	53,85
	Apenas cumprir suas atividades	30,77
	Responsável por mudanças	15,38
O que a empresa/ cargo lhe representa	Uma experiência apenas	53,85
	Crescimento profissional	38,46
	Realização de um objetivo	7,69

Fonte: o autor

Um fato que chamou atenção é que 53,85% acreditam que o cargo representa apenas uma experiência, segundo Braga, (2013) isso ocorre com entrada da chamada geração Y no mercado de trabalho o que tem trazido um interesse renovado na questão das diferenças geracionais e o impacto que isso pode causar na gestão das organizações, esse interesse parece estar fundamentado na crença de que os jovens nascidos aproximadamente entre 1978 e 1990 não são apenas diferentes quando comparados aos mais velhos, mas também são muito mais difíceis de serem “decifrados” e, portanto, adequadamente tratados no ambiente profissional, as características atribuídas a esse público são inúmeras, em relação ao trabalho, as mais relevantes têm sido: a habilidade de fazer várias coisas ao mesmo tempo; a capacidade de absorção de um grande número de informações; a rapidez de raciocínio; a vontade de aprender; a urgência de crescer rapidamente em termos profissionais; e uma forte orientação para os seus próprios valores.

Podemos relacionar o comportamento dos colaboradores com a da geração y, pois ambos nasceram nesse mesmo período de 1980 á 2000 e imersos em um ambiente virtual, convivendo com um vasto conjunto de aparelhos tecnológicos, isso os tornaram individualistas e resistentes quanto as suas convicções, mas se sentem livres para buscar novas oportunidades quando seus desejos não são atendidos, por isso o fato de se sentirem realizados com a atividade que exercem nas agroindústrias, mas em contrapartida, eles consideram a atual profissão apenas como uma experiência e também se sentem como geração de resultados para a empresa que trabalham.

Portanto, quando colocados em situações que não conseguem satisfazer suas expectativas, ou seja, quando a atividade é monótona ou tenham que lidar com valores distintos

dos seus, eles não veem perspectivas de avanço na carreira e a movimentação é inevitável, o que os faz escolher outra organização, o que faz elevar o nível de rotatividade da geração y nas organizações (BRAGA, 2013).

Conforme Oliveira (apud SCHEFER, GARRAFA, 2015 p. 84), a Geração Y está vivendo uma época de inúmeras possibilidades, em um mercado de trabalho em constantes transformações, sendo que estes representam uma grande parcela da população e dos profissionais no mercado atual e também das próximas décadas.

A entrada da Geração Y no mercado de trabalho exerce forte impacto na gestão de pessoas das organizações, que precisam estar preparadas para mudanças nesta área. Não são raras organizações que empregam funcionários de pelo menos três gerações diferentes. Segundo pesquisa realizada pela ASTD Workforce Development, independentemente da faixa etária, as queixas mais frequentes de uma geração em relação à outra são a falta de experiência anterior, a resistência e a falta de vontade para inovar, a falta de respeito, a falta de disciplina e de foco. (Melo, 2014).

Mas ao mesmo tempo as pessoas dessa geração y que tem adentrado no mercado de trabalho são interessantes e importantes para as organizações, dadas as suas habilidades e talentos cultivados junto ao advento da tecnologia.

Portanto, as diferenças entre gerações fazem com que seja necessário compreender suas motivações, comportamentos e valores, afim de auxiliar as organizações a atraírem e reterem profissionais, mantendo-os engajados, e de acordo com os objetivos organizacionais.

5 CONCLUSÃO

Os colaboradores são predominantemente do gênero feminino, solteiras, com idade variando entre 20 e 30 anos, com ensino superior incompleto. Também consideraram a comunicação interna como boa, atribuíram os aspectos que os líderes referentes as características que um bom líder precisa ter, que foram: comunicação, conhecimento, competência, ética e controle, assim como também buscam saber e executar todas as atividades da agroindústria e se auto avaliaram que seu desempenho pode melhorar.

Observou-se que a comunicação tem a necessidade de ser feita de forma ativa e constante para se obter um bom desenvolvimento da equipe e motivar os funcionários, quando o seu gestor não deixa claro as suas funções e responsabilidades isso pode causar um desgaste emocional em seus funcionários e conseqüentemente não rendimento das atividades. Por isso a importância da definição de cargos e funções dentro de uma empresa.

Foi possível observar alguns fatores que as organizações necessitam ter para obter sucesso são o comprometimento e a dedicação de seus colaboradores. E a única forma de obter esse diferencial definitivo é por meio da criação de ambiente agradável onde eles se sintam respeitados e motivados, oferecendo o que cada um tem de melhor, conforme suas capacidades e diferenças individuais. É preciso despertar a valorização do capital humano por meio de ações que estimulem e desenvolvam competências e habilidades dos funcionários para um melhor resultado da organização. Qualquer empresa que deseja ter sucesso precisa saber que o seu bem mais precioso são os recursos humanos.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Luiz Cezar. **Gestão de Pessoas**. São Paulo: Atlas, 2006.

BALLONE, G. J. **Estresse e Trabalho**. In: PsiqWeb. Psiquiatria Geral. 2008. Disponível em: . 2008.>. Acesso em: 20 set. 2016.

BRAGA, B. M. Geração Y, como trabalhar com ela?. **Gvexecutivo**. v. 12. n.1. JAN/JUN 2013.

CALDAS, P. **A importância da comunicação nas organizações**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/a-importancia-da-comunicacao-nasorganizacoes/47941/>. Acesso em: 10 jan. 2014

CARVALHO, A. C. M.; SOUZA, L. P.; **Ativos intangíveis ou capital intelectual: discussões da contradição na literatura e proposta para sua avaliação**. Em: Prespect. Cienc. Inf., Belo Horizonte, v.4, n.1, p.73-83.jan./jun. 1999.

CHIAVENATO, I. Recursos humanos. **O capital humano das organizações**. 8. ed., São Paulo: Atlas, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Iniciação à Teoria das organizações**. São Paulo: Manole, 2010.

CORRÊA, Sebastião Augusto; MENEZES, José Ricardo de Melo. **Estresse e trabalho**. Campo Grande, MS, 2002.

CRUZ, F. O. VIEIRA, P. R. **Gestão pela valorização humana: força estratégica para legitimação das instituições públicas de ensino superior**. In: Encontro Nacional dos Cursos de Pós-graduação em Administração.- ENAMPAD, 24 2000, Florianópolis. Anais. Florianópolis: ANPAD, 2000, 1 CD ROM.

GOMES, A. F. **O outro no trabalho: Mulher e gestão**. São Paulo. SP. 2005.

GONTIJO, C. L. **Captação e Seleção de talentos para as organizações**. Gestão e Conhecimento, Poços de Caldas, v.2, n.2, jul./nov. 2005, p.1-14. Disponível em:< <https://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2n1/v2n1a3.pdf>> Acesso em 4 de janeiro de 2017.

GOES, G. A.; LOPES FILHO, J. G. **A Liderança para gestão de pessoas: O líder que as empresas procuram**. Disponível em: <http://www.convibra.org/upload/paper/2013/34/2013_34_7682.pdf>. Acesso em: 30 set. 2015.

LEITÃO, S.M.S. **A Comunicação na Empresa e sua Influência nos Projetos**. Disponível em: <http://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2_COMUNICACAO_INTERNA ESTRATEGIA.pdf>. Acesso em: 03 de jan. de 2017.

MARRAS, J. P. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. São Paulo: Futura, 2000.

PEREIRA, M. R. V. **Valorização humana nas grandes organizações industriais de Terezina**. João Pessoa: UFPB, 2002, 158 p. Dissertação de mestrado.

SCHEFER, J.; GARRAFA, I. M. **Geração Y: Fatores que os Atraem Motivam e os Retêm nas Organizações.** International Journal of Business & marketing (IJBMKT), Porto Alegre, v. 1, n. 1, 2015, 83-101.

SPECTOR, P. E. **Psicologia nas organizações.** 2. Ed. São Paulo, Saraiva, 2016.

MELO, L. **Empresas perdem produtividade em conflitos de gerações.** (2014). Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/empresas-perdem-produtividade-em-conflitos-degeracoes>>. Acesso em: 20 jan. 2016.

MINICUCCI, A. **Psicologia aplicada à administração.** Editora Atlas, 1992.

OLIVEIRA, S. **Jovens para sempre: como entender os conflitos de gerações.** São Paulo: Integrare. (2012).

OLIVEIRA, R. S.; PASSOS, E. S. O papel do gestor na motivação dos seus colaboradores. **Cairu em Revista**, Salvador, v. 2, n. 2, p. 33-41, 2013.

TORQUATO, G. **Tratado de comunicação: organizacional e política.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

Recebido para publicação: 13 de agosto de 2016

Aprovado: 29 de março de 2017