INTERFACE TECNOLÓGICA

A IMPORTÂNCIA DA CULTURA CORPORATIVA E DO BOM RELACIONAMENTO COM FUNCIONÁRIOS: análise em uma empresa de pavimentação asfáltica de Taquaritinga/SP

THE IMPORTANCE OF CORPORATE CULTURE AND GOOD RELATIONSHIP WITH EMPLOYEES: analysis in an asphalt paving company in Taquaritinga/SP

Ramon Carchi Duarte – ramoncarchifatec@gmail.com
Faculdade de Tecnologia (Fatec) – Taquaritinga – SP – Brasil

Gustavo Henrique Del Vechio – gustavo.vechio@fatectq.edu.br
Faculdade de Tecnologia (Fatec) – Taquaritinga – SP – Brasil

DOI: 10.31510/infa.v17i2.879
Data de publicação: 18/12/2020

RESUMO

Uma marca que investe no bom relacionamento com funcionários e colaboradores tem mais chances de crescer e se destacar no mercado. Posto desta forma, este estudo procura avaliar as bases de uma ótima cultura corporativa e a importância de motivar os funcionários, a ponto de fazê-los se sentirem parte do negócio. Após a análise dos conceitos teóricos, apresenta-se um estudo exploratório, por meio de entrevistas em profundidade a funcionários de uma empresa de pavimentação asfáltica de Taquaritinga/SP, cujo objetivo é o de verificar como é que eles se sentem ao trabalhar na empresa e o que os fazem se sentirem motivados. O que se constata, é que quanto mais os gestores investem em uma boa cultura corporativa e em um bom relacionamento com sua equipe, maior é o potencial de a empresa progredir, tanto em termos de parcela de mercado, mas sobretudo em sua imagem de credibilidade frente a seus públicos.

Palavras-chave: Relacionamento Interno. Cultura corporativa. Marketing. Motivação.

ABSTRACT

A brand that invests in good relationships with employees and collaborators is more likely to grow and stand out in the market. Put this way, this study seeks to assess the foundations of a great corporate culture and the importance of motivating employees to the point of making them feel part of the business. After the analysis of theoretical concepts, an exploratory study is presented, through in-depth interviews with employees of an asphalt paving company in Taquaritinga/SP, whose objective is to verify how they feel when working in the company and what makes them feel motivated. What we see is that the more the managers invest in a good corporate culture and in a good relationship with their team, the greater the potential for the company to progress, both in terms of market share, but above all in its image of credibility in front of its audiences.

Keywords: Internal Relationship. Corporative culture. Marketing. Motivation.

INTERFACE TECNOLÓGICA

1 INTRODUÇÃO

Este estudo tem o objetivo de compreender como é que o investimento no ambiente corporativo e nos funcionários pode ajudar uma empresa a elevar os seus serviços, além de valorizar sua marca frente aos diferentes públicos de seu interesse. Procura, neste sentido, levantar conceitos de cultura corporativa, relacionamento interno e motivação de equipes.

Para alcançar este objetivo, a metodologia do estudo se define, primeiramente, pela revisão de livros, revistas e matérias especializadas, buscando avaliar as premissas de uma boa cultura corporativa e as vantagens de se investir nos trabalhadores. Depois, a fim de verificar a pertinência destes conceitos, apresenta um estudo prático em que cinco funcionários de uma empresa da área de pavimentação asfáltica da cidade de Taquaritinga/SP, cada qual com um cargo e experiência diferente, são entrevistados acerca de como é o relacionamento interno e como se sentem em fazer parte do negócio. Analisa, neste sentido, a importância da motivação e os reflexos observados na empresa como um todo.

O estudo se justifica por compreender que o fortalecimento interno é fundamental para uma conexão mais próxima com os públicos que se ligam ao negócio, seja direta ou indiretamente. Quanto mais uma equipe está motivada e trabalha com empenho, mais o negócio tem chances de evoluir e prosperar. Neste caso, além de os funcionários realizarem seu trabalho com mais satisfação, também apoiam a marca e sustentam sua reputação.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com Aaker (2015), as empresas poderosas são aquelas que se projetam de dentro para fora. Logo, sem um fortalecimento interno, o que inclui, por certo, processos bem elaborados, uso de tecnologias eficazes e, principalmente, funcionários motivados e comprometidos, dificilmente uma marca seria capaz de suportar a concorrência e, sobretudo, estabelecer um vínculo mais próximo com os públicos de seu interesse.

Por isso é tão importante investir no ambiente interno e em todos aqueles que participam do negócio, desde os acionistas, passando pelos funcionários, até os parceiros, fornecedores e revendedores. Estabelecer uma boa cultura corporativa é, consequentemente, o primeiro passo para fundar uma base sólida ou próspera de trabalho.

2.1 Cultura corporativa

Silva e Diehl (2013) explicam que a cultura corporativa representa o conjunto de hábitos, atitudes, crenças, normas e valores que são seguidos por uma empresa e seus integrantes. Em outras palavras, é a cultura corporativa, planejada e compartilhada, que orienta o comportamento das pessoas no ambiente de trabalho, influenciando, inclusive, a tomada de decisões, a bonificação de equipes, a forma de se relacionar com parceiros e até os processos internos e externos. Uma cultura corporativa, neste sentido, é difícil de ser copiada, pois é inerente a cada negócio e representa o que há de mais profundo em sua identidade.

Como exemplo, uma matéria no site Kenoby (EXEMPLOS..., s.d.) apresenta diversas características bastante evidentes na cultura corporativa de empresas como Google e Netflix, que são muito valiosas, de acordo com o ranking da Forbes (THE WORLD's..., 2020).

Desde seu processo de contratação, o Google se destaca por fazer um profundo levantamento de dados de cada candidato, a fim de buscar profissionais com capacidades inovadoras, cujos valores alinham-se aos valores da empresa. Além disso, outro ponto forte de sua cultura corporativa, conforme relata uma matéria da Fortes Tecnologia (CULTURA..., 2018), é a liberdade concebida a cada funcionário, para que possa escolher, por conta, seus horários de trabalho; neste caso, o que a empresa cobra é uma meta a ser atingida, e não uma carga fechada de trabalho semanal ou mensal. Aliás, para conseguir mais integração entre as equipes, eventualmente o Google propõe confraternizações com autonomia para que os funcionários levem amigos, familiares e até animais de estimação; isso cria um laço mais forte entre a empresa e seus funcionários ou colaboradores, o que pode ser verificado pelo baixo índice de mudança de pessoal: no Brasil, o escritório do Google já está instalado há 6 anos e precisou renovar apenas 3% da equipe, não por insatisfação, mas por que estes escolherem se dedicar a outros tipos de atividades, tais como estudos de Mestrado ou Doutorado.

Estas características, conforme prossegue a matéria no site Kenoby (EXEMPLOS..., s.d.), também são adotadas pelo Netflix, que preza pela especialização da equipe e por estar sempre aberta a ouvir as ideias de seus colaboradores. A jornada flexível de trabalho também é uma realidade de sua cultura corporativa, o que abre espaço para mais independência de cada membro, desde que cumpram as metas nos prazos estabelecidos. Não é de surpreender, como escreve Diniz (2019), que o fundador da Netflix, Reed Hastings, tenha declarado que sua

empresa somente alcançou o sucesso graças a uma cultura corporativa bem estabelecida, transparente e formada por profissionais talentosos e engajados.

2.2. Relacionamento interno

Investir em funcionários é, portanto, essencial para um negócio prosperar. Sejam tais esforços chamados por "intraempreendedorismo", "marketing interno", "endomarketing" ou qualquer outro termo, o fato é que esta não é uma tarefa fácil. Pelo contrário, como declara Calkins (2006), um dos maiores desafios na gestão de marcas é levar uma organização inteira a abraçar uma causa e acompanhar o seu desenvolvimento no decorrer do tempo.

Todas as pessoas que compõe a empresa, do presidente ao recepcionista, passando pelos empregados da fábrica e por cada ponto de contato, tem impacto significativo sobre o negócio; logo, quanto mais os colaborares estiverem motivados, mais eles podem se sentir parte do negócio, defende-lo e ajudar em seu crescimento. Os funcionários deveriam, aliás, ser os primeiros a compreender os princípios da empresa e empregá-los nos prática. Aaker (2015) propõe, aliás, que os líderes ou gestores deveriam fazer duas perguntas importantíssimas aos seus funcionários: "O que a marca representa?" e "Você se importa?". Caso as respostas não sejam tão claras, isto significa que a empresa ainda está muito longe de alcançar o sucesso.

Evidentemente, cada empresa possui suas características ou particularidades e, portanto, sua cultura corporativa pode ser única ou singular. No entanto, algumas medidas gerais podem ser adotadas para motivar funcionários e mantê-los alinhados aos princípios de um negócio. Para começar, é fundamental pagar a eles um bom e justo salário, já que este é o principal motivo pelo qual permanecem na empresa e investem seu tempo. No entanto, Douglas e Isherwood (2013) são enfáticos ao alertar que somente um bom salário não garante a permanência de ninguém no negócio, até porque muitos declaram-se insatisfeitos com seus salários em quaisquer que sejam os cargos ou níveis.

Por isso é tão importante enxergar cada funcionário a partir de suas habilidades pessoais, reconhecendo-os e parabenizando-os em suas tarefas diárias e no bom trabalho que realizam. Nordstrom e Ridderstrale (2001) completam que isso se trata justamente de "paparicação", e que é realmente assim que deve ser, afinal, se os gestores não "mimarem" seus funcionários, dificilmente estes irão "paparicar" os clientes ou se esforçarem para atende-los bem e oferecer a eles uma experiência de compra ou serviço superior. Nestes aspectos entram, inclusive, as

bonificações muito além dos salários, prêmios para equipes, confraternizações ou mesmo a surpresa de um simples café com pão de queijo no meio da semana de trabalho.

Outro ponto importante para motivar funcionários é eles enxergarem a possibilidade de crescimento, isto é, de fazerem carreira e mudar de cargo progressivamente dentro da empresa. Berro (2007) argumenta que não há nada mais desmotivador do que entrar em uma empresa e não ter qualquer visão de progresso; essa estagnação, aliás, não é bom nem pra funcionários e nem para a própria empresa, que pode perder seu potencial de inovação justamente por não contar com colaboradores que progridem junto ao negócio.

É neste sentido, inclusive, que é tão importante investir na constante aprendizagem dos funcionários e até na rotatividade de cargos. Como prosseguem Nordstrom e Ridderstrale (2001), isso faz com que não haja uma rotina diária de trabalho, deixando o serviço de ser maçante e repetitivo e abrindo uma ampla possibilidade de se realizar mais tarefas. Além disso, se a empresa disponibiliza treinamentos aos colaboradores, além de melhorar o desempenho no trabalho, há muito mais probabilidade de eles continuarem a se dedicar à empresa (como um "retorno ao investimento"), defendê-la e permanecer nela por mais tempo. Investir nos funcionários, afinal, não se trata apenas de remuneração, mas sim de enxergá-los como membros fundamentais do negócio, sem os quais, não há progresso ou crescimento.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Compreendida a importância da cultura corporativa e de se ter bom relacionamento com funcionários e colaboradores, este estudo avança, agora, a uma análise prática a fim de verificar a pertinência destes conceitos. Para isso, o estudo se propõe a entrevistar cinco funcionários, cada qual com uma função, de uma empresa de pavimentação asfáltica da cidade de Taquaritinga/SP, que já atua há mais de 25 anos no mercado e tem, em seu quadro funcional, membros que trabalham há anos, bem como jovens ingressantes aos quais podem oferecer diversas informações sobre o relacionamento interno e experiências junto ao negócio. Neste sentido, o objetivo das entrevistas é o de avaliar como é que os funcionários se sentem ao fazer parte da empresa, e como é o relacionamento com colegas de trabalho e superiores.

Este é um tipo de estudo que pode ser classificado como exploratório, já que é por ele que se pode investigar os limites de uma realidade específica e aumentar as informações em torno de um problema ou caso (TRIVINÕS, 2017). Neste estudo, os cinco funcionários foram

intencionalmente escolhidos (não-probabilisticamente), sendo alguns deles jovens ingressantes e outros com muitos anos de experiência na empresa. Tais escolhas devem-se na tentativa de garantir um composto mais profundo de informações a respeito de como cada colaborador se sente ao fazer parte do negócio.

Para guiar as entrevistas do tipo aberta, e realizadas entre os meses de agosto e setembro de 2020, as seguintes perguntas de base foram utilizadas:

1. A empresa apresenta um plano de carreira, a fim de motivar seu crescimento?
2. A empresa oferece cursos profissionalizantes, de acordo com seu cargo?
3. A empresa disponibiliza todas as ferramentas necessárias ao seu tipo de trabalho?
4. Os gestores estão abertos às suas sugestões e dos colegas de trabalho?
5. A empresa possibilita que você participe das tomadas de decisões?
6. Existe flexibilização quanto aos seus horários de trabalho?
7. A empresa organiza confraternizações junto aos funcionários e colaboradores?
8. Você se importa com a empresa?
9. A empresa reconhece os seus esforços?
10. Você se sente motivado a trabalhar na empresa, e a recomendá-la a terceiros?

A seguir, apresenta-se a síntese das informações coletadas em cada entrevista:

3.1. Entrevista 1: Comprador

A primeira entrevista deste estudo foi realizada com um comprador da empresa, que atua no negócio há seis anos e controla toda a compras de matérias primas e das ferramentas necessárias à realização das atividades. Questionado, inicialmente, sobre a empresa apresentar um plano de carreira, o entrevistado confirma a existência e acrescenta que ele próprio teve a oportunidade de subir de cargo, o que elevou seu conhecimento e seu currículo. Quando a ele foi perguntado se a empresa oferece cursos profissionalizantes e ferramentas necessárias para realizar suas tarefas, o entrevistado declara que nunca fez cursos desta natureza (mas acha que seria muito útil), enquanto julga que as ferramentas atendem suas necessidades, mas opina que a empresa poderia melhoras suas atividades caso implantasse um sistema ERP.

Ao ser indagado se os gestores abrem espaço para sugestões e se os colaboradores participam das tomadas de decisões, o entrevistado responde que as sugestões sempre são ouvidas, mas nem sempre colocadas em prática; além disso, os funcionários só participam das tomadas de decisões caso elas estejam relacionadas diretamente ao seu cargo.

Na sequência, ao entrevistado, foi questionado se há flexibilização quanto ao seu horário de trabalho: neste caso, diz que sempre trabalha em horários fixos, porém, é atendido caso necessite de mudanças; para ele, isso ocorre pela boa relação com a gestão e que, aliás, essa relação é incentivada com eventuais confraternizações, paga pelos gestores.

Depois, foi perguntado se o entrevistado se importa com a empresa e o que ela representa: rapidamente, respondeu que se importa muito e que realiza seu trabalho como se tivesse parte no negócio; para ele, a empresa dá o sustento necessário, sem contar a agregação ao seu currículo por fazer parte da equipe. Por fim, salienta que a empresa reconhece seus esforços, embora pudesse reconhecer um pouco mais; diz que, algumas vezes, um obrigado poderia ser dito mais vezes, fazendo com que houvesse mais motivação por parte da equipe; isso aumentaria as chances de os funcionários recomendarem a empresa a outros profissionais.

3.2. Entrevista 2: Engenheira

A segunda entrevista foi realizada com uma engenheira que trabalha há cerca de dois anos na empresa. Questionada, inicialmente, sobre a empresa apresentar um plano de carreira, a entrevistada afirma que ela própria entrou como estagiária e teve a oportunidade de ser efetivada no cargo. Quando perguntado se a empresa oferece cursos profissionalizantes e se disponibiliza ferramentas adequadas à realização de seus serviços, afirma que nunca teve qualquer tipo de curso profissionalizante, julgando que seria muito bom se tivesse; com relação às ferramentas, avalia que os recursos à disposição atendem suas necessidades, porém poderiam ser aprimoradas, dadas as tecnologias mais avançadas disponíveis no mercado.

Ao ser indagada se os gestores estão abertos a sugestões e se abrem espaço para os funcionários participarem das tomadas de decisões, afirma que as sugestões sempre foram ouvidas, mas nem sempre colocadas em prática; diz, ainda, nunca ter participado de uma tomada de decisão. Na sequência, perguntado se há flexibilização quanto ao seu horário de trabalho, responde que, em sua função, pode optar por trabalhar em horários diferentes, desde que cumpra com seus deveres, sendo que isso ocorre pela boa relação com os gestores, dentro

e fora da empresa. Embora relate que nunca existiram confraternizações para integrar melhor a equipe, mantêm uma ótima relação com o restante dos funcionários.

Questionada se ela se importa com a empresa e o que representa, a entrevistada, instantaneamente responde que se importa muito com o negócio, pois caso a empresa não consiga se manter, seu sustento e de muitas outras famílias é perdido. Por fim, afirma que a empresa sempre reconhece seus esforços, fazendo com que os funcionários se sintam cada vez mais motivados e, consequentemente, recomendem a empresa para outros profissionais.

3.3. Entrevista 3: Gerente de Recursos Humanos

A terceira entrevista foi realizada com um Gerente de Recursos Humanos, que atua na empresa há pouco mais de três anos. Questionado, inicialmente, se há um plano de carreira, o entrevistado confirma sua existência, acrescentando que ele mesmo teve a oportunidade de subir de cargo ao longo dos anos. Quanto a cursos profissionalizantes oferecidos e ele se dispõe de todas as ferramentas necessárias ao seu serviço, o entrevistado afirma não ter participado de qualquer curso, porém, dispõe das ferramentas de que precisa, sendo estas bastante atualizadas e de acordo com as novas tecnologias disponíveis no mercado.

Perguntado se a empresa está aberta às sugestões dos funcionários e se há participação efetiva na tomada de decisões, avalia que a empresa está aberta às novas sugestões e que os funcionários podem participar das decisões, desde que sejam relacionadas ao seu cargo.

Indagado, posteriormente, se há uma flexibilização de horário de trabalho, responde que todos os funcionários, independente do cargo, podem ajustar seus horários, desde que cumpram com suas obrigações. Isso ocorre pela boa relação que os gestores mantêm com os funcionários, sendo que eventuais confraternizações acabam por ajudar neste quesito.

Quando questionado se ele se importa com a empresa e o que ela representa, afirma que se importar muito, pois percebe a oportunidades de seu crescimento profissional, além de o negócio ser o sustento de muitas famílias. Por fim, embora diga que a empresa poderia reconhecer mais seus esforços, se sente completamente motivado a trabalhar e a recomendar o negócio a outros profissionais, deixando claro o quanto a marca é idônea, correta e visionária.

3.4. Entrevista 4: Gerente Financeiro

A quarta entrevista foi realizada com um Gerente Financeiro, com mais de 21 anos na empresa, sendo um dos funcionários mais antigos. Perguntado se há um plano de carreira, rapidamente afirma que sim e que tudo o que conquistou até hoje veio dela. Em relação a cursos e se dispõe das ferramentas para realizar suas tarefas, diz que nunca teve qualquer curso profissionalizante, no entanto, dispõe de todas as ferramentas necessárias, comentando ainda sobre o planejamento de uma possível implantação de um sistema ERP.

Questionado se a empresa ouve as sugestões de funcionários e se abre espaço para eles participarem das tomadas de decisões, argumenta que sempre teve suas sugestões ouvidas e que, ao longo dos anos, já participou de muitas decisões. Indagado sobre flexibilizar seu horário de trabalho, diz que sempre teve essa possibilidade, desde que os deveres sejam cumpridos. Em sua opinião, esse modelo de trabalho deve-se à ótima relação com gestores e colegas de equipe, sendo que tal união poderia ser fortalecida ainda mais em eventuais confraternizações.

Questionado se ele se importa com a empresa e o que ela representa, diz se importar muito, que "veste a camisa" e trabalha como se fosse o dono, pois o negócio representa o sustento da sua família e de seu crescimento profissional. Por fim, diz que a empresa sempre reconheceu seus esforços e o mantêm motivado a trabalhar, fazendo com que recomende a empresa a outros profissionais, visto a competência profissional da marca.

3.5. Entrevista 5: Engenheiro

A quinta e última entrevista foi realizada com um Engenheiro, responsável pelo controle de obras e cálculos para a realização de serviços, com cerca de 22 anos na empresa, sendo um dos funcionários mais antigos. Questionado se o negócio possui um plano de carreira, comenta que em seu cargo não, pois é uma formação específica, mas para os outros funcionários, o plano existe. Perguntado, na sequência, se já foram disponibilizados cursos profissionalizantes e se dispõe das ferramentas necessárias à realização do seu trabalho, afirma que tais cursos são oferecidos apenas aos operadores de máquinas, embora, em sua área de atuação, todas as ferramentas necessárias estão atualizadas e disponíveis.

Indagado, posteriormente, se a empresa está aberta às sugestões dos funcionários e se eles podem participar das tomadas de decisões, afirma que os gestores aceitam sugestões, mas sobretudo dos colaboradores mais experientes; complementa, ainda, que tem participação nas tomadas de decisões, principalmente em quesitos mais técnicos ou de sua área.

Quando perguntado se há uma flexibilização em seu horário de trabalho, responde que pode moldar seus horários e dias trabalhados, desde que cumpra com suas obrigações; isso ocorre, segundo ele, pela boa relação com os gestores, dentro e fora do ambiente de trabalho. Para ele, um dos fatores que poderiam melhorar ainda mais a relação de todos, a fim de mais interação, são eventuais confraternizações, porém, isso não ocorre atualmente.

Questionado, por fim, se ele se importa com a empresa e o que ela representa, afirma se importar muito, dedicando-se como se fosse um gestor; argumenta que esse negócio é o seu "ganha pão" e que é a partir dele que desenvolveu sua carreira e seus conhecimentos. Destaca que a empresa reconhece seus esforços, e que isso o mantém motivado a trabalhar todos os dias, fazendo, ainda, com que a recomende a outros colegas e profissionais.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

As cinco entrevistas realizadas com os funcionários da empresa de pavimentação asfáltica de Taquaritinga/SP, sobretudo considerando-se a escolha de entrevistados em diferentes profissões e com anos variados de experiência, oferecem interessantes constatações acerca das vantagens de se investir em um bom relacionamento interno, a fim de proporcionar mais motivação para eles se dedicarem ao trabalho e evoluírem junto ao negócio.

Esta característica começa a ficar evidente quando os entrevistados são questionados a respeito do plano de carreira: todos afirmam vislumbrar oportunidade de crescimento na empresa, sendo que alguns, aliás, relatam que já tiveram a possibilidade de progressão ou mudança de cargo. Isso, por certo, contribui para a motivação destes funcionários.

Logo em seguida, quando questionados se possuem as ferramentas necessárias para realização de seus serviços, todos afirmam que sim, o que mostra o compromisso da empresa em manter os funcionários com os recursos necessários. Embora alguns tenham relatado a importância de se ter mais cursos profissionalizantes e de melhorar ou atualizar ferramentas (o que é normal, tratando-se de tecnologias que não param de evoluir), nenhum deles demonstra desconforto ou insatisfação com os recursos de que possuem para realizar seu trabalho.

Na sequência, quando perguntado se a empresa abre espaço para sugestões, todos afirmam que suas opiniões sempre são ouvidas, embora alguns relatem que estas nem sempre são colocadas em prática, o que também é natural, já que aprimoramentos e melhorias dependem das condições e metas da empresa, bem como do tipo de sugestão que é apresentado. O importante é que os funcionários sentem que a empresa está aberta às suas sugestões,

inclusive considerando que os entrevistados podem participar de muitas das tomadas de decisões, desde que estejam relacionadas ao seu cargo. Tal abertura, afinal, é um ótimo indício de um bom relacionamento interno e que acaba por fazer os funcionários se sentirem ainda mais valorizados, participantes do negócio e de seu sucesso.

Esta perspectiva também parece clara ao indagar os funcionários sobre a flexibilização de horários: todos, independente de seus cargos, relatam que podem moldar o horário periodicamente, desde que as obrigações sejam cumpridas no prazo. Isso se deve, como eles mesmo dizem, à boa relação que têm com os gestores, dentro e fora da empresa. Talvez a empresa pudesse proporcionar confraternizações com mais frequência, a fim de estreitar ainda mais o relacionamento entre os colaboradores, no entanto, no geral, este corpo de funcionários mostra-se bastante integrado com o trabalho em equipe e a alta administração.

Consequentemente, embora alguns relatem que, às vezes, a empresa poderia reconhecer um pouco mais seus esforços, a opinião é unânime quanto a se importarem muito e desejarem crescer junto ao negócio. Essa também é a opinião de todos quanto a estarem motivados e a recomendarem a colegas e outros profissionais.

O que se verifica com estas entrevistas é que embora um bom e justo salário seja fundamental para manter funcionários ativos, claramente a motivação depende de diversos fatores além de dinheiro: inclui, por certo, sentirem que podem fazer carreira; que podem crescer com a empresa e que suas opiniões são ouvidas. Um bom relacionamento interno e uma boa cultura corporativa são, desta forma, essenciais para ajudar o negócio a prosperar.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo procurou avaliar a relevância de se investir na cultura corporativa e no bom relacionamento com funcionários e colaboradores, a fim de estabelecer uma excelente reputação de mercado, oferecer produtos e serviços superiores, bem como estreitar o vínculo ou relacionamento com os públicos de interesse, incluindo consumidores ou clientes.

Levando-se em conta as análises teóricas apresentadas, e as corroborando com as entrevistas junto aos membros de uma empresa de pavimentação asfáltica da cidade de Taquaritinga/SP, pode-se verificar claramente como uma boa cultura corporativa e um bom relacionamento com funcionários e colaboradores pode ajudar a empresa a se destacar no mercado. Uma marca tem mais oportunidades de progredir se estiver fortalecida por dentro e

se os trabalhadores estiverem motivados, sentindo-se, eles próprios, parte indispensável do negócio. Não é por acaso que a empresa de pavimentação asfáltica analisada já está há tantos anos no mercado e sua credibilidade não para de crescer. O que se conclui, por este estudo, é que quanto mais sólido e estável for o ambiente corporativo, tanto em termos de tecnologias e processos, quanto em relação a equipes mais motivadas e engajadas, mais uma marca pode crescer, elevar seus serviços e sua reputação perante os seus públicos de seu interesse.

REFERÊNCIAS

AAKER, David. **On Branding**: 20 princípios que decidem o sucesso das marcas. Porto Alegre: Bookman, 2015.

BERRO, Diego. 10 Dicas para Motivar uma Equipe de Vendas sem Grandes Investimentos. Portal Administradores, 22 jul. 2007. Disponível em: < https://bit.ly/2Q6Hab1 > Acesso em: 19 ago. 2020.

CULTURA organizacional do Google: 4 aprendizados para sua empresa. **Blog da Fortes Tecnologia**, 18 set. 2018. Disponível em: < https://bit.ly/3eGu6D2 >. Acesso em: 20 jul. 2020.

DINIZ, Giulia. Entenda como a Netflix teve seu sucesso baseado na cultura organizacional. **RH Consultoria**, 28 ju. 2019. Disponível em: < https://bit.ly/32SzIb9 >. Acesso em: 25 jul. 2020.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

EXEMPLOS de cultura organizacional: 3 empresas de sucesso graças à sua cultura. **Kenoby**, s.d. Disponível em: < https://bit.ly/3gYQ9GA >. Acesso em: 15 jul. 2020.

HALF, Robert. Cultura organizacional: tudo que você precisa saber sobre o assunto. **Robert Half**, 7 dez. 2018. Disponível em: < https://bit.ly/2VGCUly >. Acesso em: 21 jun. 2020.

NORDSTROM, Kjell; RIDDERSTRALE, Jonas. **Funky Business**: talento movimenta capitais. São Paulo: Makron Books, 2001.

SEMPRINI, Andrea. **A marca pós-moderna**: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. 2 ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

SILVA, Maicon; DIEHL, Liciane. **A relação entre cultura e clima organizacional em uma empresa do ramo alimentício do Vale do Taquari/RS**. Revista Destaques Acadêmicos, vol 5, n. 1, 2013. Disponível em: < https://bit.ly/3fvEIWJ >. Acesso em: 15 jul. 2020.

THE WORLD'S most valuable brands. **Forbes**, 2020. Disponível em: < https://bit.ly/3fzGdDk >. Acesso em: 14 jul. 2020.