

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

CLIMA ORGANIZACIONAL

Hugo de Oliveira¹; Júlia Alexandre da Costa²; Maria Vitória Milanez Carnaroli³; Vinicius de Sousa Ribeiro⁴; Wilian César da Silva⁵

Resumo – O Clima Organizacional atua na parte do ambiente interno da empresa, que se refere à percepção, conduta e sentimentos dos colaboradores da empresa no ambiente de trabalho, pode gerar uma maior motivação e satisfação, trazendo um ar de leveza para o estabelecimento que com isso haja transparência entre funcionários e clientes dentro da organização, melhorando a qualidade organizacional, trazendo reconhecimento para que traga uma maior satisfação entre os colaboradores, que sejam recompensados por seu trabalho. Caso a empresa não adquirir esta ferramenta, podem trazer certos malefícios para o estabelecimento, como um clima organizacional negativo, gerando os aspectos seguintes, desgaste emocional no colaborador, fazendo com que o dia a dia no trabalho se torne mais cansativo e desgastante gerando uma baixa performance em seus serviços. Trazendo uma imagem negativa e antiprofissional à organização, um clima organizacional desfavorável prejudica a imagem positiva sobre a empresa assim transparecendo ao público externo e impactando a empresa de uma forma negativa e sendo malvista pelo público fazendo com que o número de clientes diminua, entre outros malefícios que podem ocorrer. Esta ferramenta é um dos pilares primordiais para chegar ao sucesso da empresa e assim será possível gerar a satisfação dos colaboradores e também atuar em uma melhora financeira significativa.

Palavras Chave: Clima Organizacional; Satisfação; Motivação; Transparência; Desgaste.

Abstract – The Organizational Climate acts on the part of the company's internal environment, which refers to the perception, conduct and feelings of the company's employees in the work environment, can generate greater motivation and satisfaction, bringing an air of lightness to the establishment that with This ensures transparency between employees and customers within the organization, improving organizational quality, bringing recognition so that it brings greater satisfaction among employees, who are rewarded for their work. If the company does not acquire this tool, it can bring certain harm to the establishment, such as a negative organizational climate, generating the following aspects, emotional exhaustion on the employee, making day-to-day work more tiring and exhausting, generating a casualty performance in its services. Bringing a negative and unprofessional image to the organization, an unfavorable organizational climate harms the positive image of the company, thus

¹ Etec de Vargem Grande do Sul. – CEETEPS – 3º RH/2024 –hugo.oliveira58@etec.sp.gov.br

² Etec de Vargem Grande do Sul. – CEETEPS – 3º RH/2024 –julia.costa175@etec.sp.gov.br

³ Etec de Vargem Grande do Sul. – CEETEPS – 3º RH/2024 –maria.carnaroli@etec.sp.gov.br

⁴ Etec de Vargem Grande do Sul. – CEETEPS – 3º RH/2024 –vinicius.ribeiro7@etec.sp.gov.br

⁵ Etec de Vargem Grande do Sul. – CEETEPS – 3º RH/2024 –wilian.silva64@etec.sp.gov.br

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

appearing to the external public and impacting the company in a negative way and being frowned upon by the public, causing the number of customers to decrease, among other harms. that may occur. This tool is one of the main pillars to achieve the company's success and thus it will be possible to generate employee satisfaction and also act on a significant financial improvement.

Keywords: Organizational Climate; Satisfaction; Motivation; Transparency; Burnout.

Introdução

Este trabalho tem como tema o conceito de Clima Organizacional aplicado na barbearia, tem como finalidade compreender melhor o ambiente interno da empresa e seus clientes, e sobre a ideia de que o clima interno oferecido pelas empresas é diretamente proporcional à satisfação dos clientes, para poder propor ações de melhorias internas, físicas, ambientais e sociais a fim de fidelizar mais clientes.

É importante compreender que o mercado similar ao da empresa em questão está muito acirrado e todas as alternativas que possam aumentar a satisfação dos clientes é importante, principalmente porque a qualidade dos serviços prestados é muito alta e um bom Clima Organizacional acaba sendo um diferencial importantíssimo.

Resumidamente o Clima Organizacional atua na parte do ambiente interno da empresa, refere-se à percepção, conduta, intensidade de trabalho e sentimentos dos colaboradores da empresa no ambiente. Fato que determina claramente como as pessoas pensam, agem e se relacionam dentro da empresa.

O objetivo geral desta pesquisa se baseia na compreensão e melhoria do Clima Organizacional da empresa como diferencial mercadológico. A competitividade no seguimento é muito grande e a insatisfação dos colaboradores assim como a dos clientes gera efeitos negativos para o desenvolvimento econômico e a sustentabilidade mercantil da empresa.

Diante deste objetivo se faz necessário desenvolver objetivos específicos que possam dar condições para compreender o Clima Organizacional atual da empresa e sugerir ações de melhoria, que de fato possam gerar um aumento de clientes satisfeitos com os serviços prestados e com o ambiente da empresa.

Estes objetivos específicos, inicialmente, se relacionam com pesquisas e enquetes para compreensão das condições atuais do Clima Organizacional,

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

posteriormente, um estudo e desenvolvimento de ações para correção e melhoria do Clima organizacional e por fim, proporcionar condições reais de melhoria e desenvolvimento.

Assim sendo, fica claro que o Clima Organizacional da empresa, escolhida nesta pesquisa, necessita de implementos e correções que sejam capazes de possibilitar, de forma positiva tanto economicamente quanto socialmente, resultados mais satisfatórios para o Clima Organizacional e por conseguinte tornar mais interessante para o colaborador e para o cliente o ambiente escolhido para a prestação do serviço, barba e corte de cabelo.

1. Histórico da empresa

A empresa objeto da pesquisa atua há mais de dois anos no comércio local, com foco em beleza e estética masculina. É importante ressaltar que, por motivos internos e em conformidade com a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), dados sensíveis e informações que possam identificar a empresa serão ocultados neste artigo.

A barbearia iniciou suas atividades em meados de 2023, localizada em um dos centros comerciais de uma cidade do interior do estado de São Paulo, sempre foi um lugar popular entre os moradores da cidade, principalmente o público masculino mais jovem. O que começou como um espaço acolhedor e animado para os clientes, gradualmente se transformou em um ambiente tenso e desconfortável, evidenciando um problema claro no Clima Organizacional da empresa.

Inicialmente os colaboradores começaram a se sentir desinformados sobre pequenas decisões e mudanças implementadas sem justificativa e ou questionamento à equipe. A ausência de compartilhamento dos planos futuros da empresa gerava incertezas e essa falta de comunicação levou a um ambiente desconfortável.

O estresse gerado pela falta de comunicação, descrita acima, criou um ambiente de trabalho tenso. Os clientes começaram a notar as mudanças no comportamento dos colaboradores, como falta de engajamento e ausência de preocupação com a qualidade final do serviço prestados. O serviço, que antes era elogiado pela atenção aos detalhes, começou a decair e espantar os clientes.

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

Com base nesta problemática faz-se necessário compreender que a inexistência de uma comunicação eficaz, da resolução de conflitos interno e de reconhecimento, até mesmo as melhores a mais estruturadas empresas acabam sendo prejudicadas.

Desta forma a busca por uma compreensão da problemática com o Clima Organizacional da empresa gira em torno de ações, tais como, ao investir no bem-estar dos colaboradores e alinhar os objetivos da equipe, é possível criar um ambiente de trabalho positivo e produtivo, refletindo na satisfação dos clientes e no sucesso do negócio.

2. Referencial Teórico

2.1 Clima Organizacional

O conceito de Clima Organizacional está relacionado a percepção coletiva da organização, que acaba afetando qualidade do ambiente dentro do trabalho e consequentemente afetando a satisfação e o desempenho dos trabalhadores. Com isso o colaborador acaba criando que pode ou não favorecer o clima do trabalho.

Ele também é influenciado por diversos fatores como cultura, práticas gerenciais e as relações interpessoais. A motivação dos colaboradores é um dos pontos mais importantes quando o assunto é o desempenho da equipe em conjunto e os resultados do negócio sendo influenciado pelo Clima Organizacional.

2.2. Os componentes do Clima Organizacional

2.2.1 Cultura Organizacional

Formada por diversos fatores como valores, missões e objetivos que conduz no dia a dia da organização. Esse conjunto de ideias é como o DNA e identidade da organização.

Segundo Motta (2002), preocupar – se com a Cultura Organizacional é saudável, importante e fundamental para criar identidade e comprometimento dos funcionários com a organização. Mas precisamos sempre ficar atentos para que as disfunções que são tendência desta cultura não atrapalhem seus benefícios.

2.2.2 Comunicação

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

Para Maximiano (2012), todo processo de comunicação envolve o emissor, que é o responsável por transmitir a mensagem, já o receptor é o destinatário final, para ele as mensagens são transmitidas por sons, sinais, números, o importante e que essa mensagem passe por um canal e chegue ao seu destinatário, por isso é necessário a presença do emissor, o receptor, um canal e a mensagem.

A comunicação empresarial, também chamada de comunicação corporativa ou integrada, pode ser definida como todo e qualquer processo de comunicação que ocorre entre a empresa e seu público, seja ele externo (clientes, por exemplo) ou interno seus colaboradores.

2.2.3 Liderança

Para Hunter (2000) aponta que o líder tem que conquistar as pessoas, envolve-las de forma que coloquem seu coração, mente, espírito e excelência a serviço de um projeto. Lidar envolve um relacionamento, objetivos, valores e motivações, e, principalmente, a influência entre o gestor e os colaboradores.

2.2.4 Reconhecimento e Recompensas

São programas direcionados aos funcionários, sendo assim, ele não é apenas uma tática para a gestão de pessoas, e sim um investimento essencial para a evolução da empresa. As organizações devem manter um bom e positivo ambiente de trabalho, que motiva os colaboradores a serem mais eficazes e produtivos nas suas tarefas, e para que tenha um “bem-estar” dentro do ambiente de trabalho.

Segundo Lederman (2016), o reconhecimento e a recompensa no processo de inovação, pilar importante do processo de gestão de pessoas para desenvolver uma cultura de inovação. Uma vez implementada estas propostas, será possível perceber a integração destes dois processos, permitindo a empresa obter ganhos em todas as dimensões da inovação, atendendo ao proposto no objetivo geral.

2.25 Condições de Trabalho

Resumidamente, as condições de trabalho englobam diversas partes que se relacionam com o ambiente de trabalho onde o colaborador exerce seus deveres, tendo como tudo, fatores ergonômicos, físicos e também outros como segurança e higiene. As condições de trabalho servem para proteger algumas das integridades dos colaboradores, trazendo um ambiente muito mais saudável para se trabalhar.

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

Nos estudos de Dodou (2017), o ambiente de trabalho compreende não só o espaço físico, a infraestrutura e o complexo de tecnologias, equipamentos e materiais, mas também o conjunto composto pelas condições de trabalho, conforto, seres humanos e relacionamentos interpessoais, incluindo as relações com os chefes, superiores e gestores.

2.2.6 Relações Interpessoais

É o vínculo que é aderido entre duas ou mais pessoas, tendo como base suas interações e no contexto que trabalham. É necessário que os colaboradores tenham um contato, que as vezes pode ser de forma espontânea, ou com um certo planejamento.

Segundo Martins (2012), a formação e afirmação de vínculos profissionais têm por finalidade o desenvolvimento de relações interpessoais em equipes de trabalho, compreendendo a sua realidade para promover o crescimento de cada um dos profissionais individualmente e do grupo de trabalho como um todo, facilitando a resolução dos conflitos.

2.2.7 Desenvolvimento e Crescimento

O desenvolvimento e crescimento, entende-se por ser essencialmente às transformações que acontecem nas dimensões do ser humano. Enquanto isso engloba de uma só vez as transformações quantitativas e qualitativas, tendo aspectos associados ao processo da evolução física.

Segundo Marcelo (2009), nos últimos tempos tem-se vindo a considerar o desenvolvimento profissional como um processo a longo prazo, no qual se integram diferentes tipos de oportunidades e experiências, planificadas sistematicamente para promover o crescimento e desenvolvimento do docente.

2.3 Motivação e Produtividade

Aspectos que andam de mão dadas, mas cada um com suas características. Motivação está ligada em definir metas claras, celebrar pequenas conquistas, ambiente positivo, autocuidado.

E a produtividade se define em priorizar tarefas, técnicas pomodoro, minimizar distrações, estabelecer rotinas, refletir e ajustar. A motivação é primordial para as

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

relações interpessoais, bem como para a busca de objetivos, produtividade e autodesenvolvimento no imenso campo das organizações.

Tadeucci (2009) considera a motivação como um estado intrínseco que direciona as pessoas para determinados comportamentos, associando-a na busca por meta ou objetivos.

Robins (2009) aponta a motivação como um processo onde esforços são combinados para mobilizar sustentar comportamentos que objetivam atingir determinado resultado estabelecidos, sendo um processo pelo qual as pessoas são levadas a obter sucesso dentro das organizações ao passo em que seus objetivos são atingidos dentro do mercado de trabalho.

2.4 Inovação

Inovação na empresa é fundamental para manter a competitividade e a relevância da organização no mercado. Estratégias que se encaixam para promover uma inovação dentro do ambiente são, cultura de inovação, diversidade de equipes, investimento em pesquisa e desenvolvimento.

Segundo Robins (2009) Inovação radical é um produto, processo ou serviço que apresenta características de desempenho sem precedentes ou características já conhecidas que promovam melhorias significativas de desempenho ou custo e transformem os mercados existentes ou criem novos mercados.

2.5 Satisfação do Cliente

A satisfação do cliente é uma métrica que avalia o nível de contentamento do consumidor em relação aos produtos, serviços e a experiência proporcionada por uma marca.

Para Triebnigg (2018)

As empresas vêm se preocupando cada vez mais com a satisfação dos seus clientes. Em diferentes áreas das relações humanas, principalmente na área de prestação de serviços, a qualidade tem uma relação direta com os clientes, pois essa relação ocorre de forma simultânea, priorizando os seus interesses, preferências e necessidades (TRIEBNIGG et al., 2018).

2.6 Pesquisa de Clima Organizacional

Tem como objetivo analisar a opnião dos funcionários sobre a empresa. Com essas informações, consegue fazer um levantamento dos motivos de insatisfação e

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

pontos a melhorar. Conseguindo ver se o ambiente de trabalho se encontra em um estado saudável.

2.6.1 Comunicação

Envolve criar e manter um ambiente onde a troca de informações dentro da empresa seja clara e eficaz, podendo incluir:

- Canalização de Informações
- Cultura de Transparência
- Feedback Contínuo
- Treinamentos e Workshop
- Integração da Equipe
- Uso da Tecnologia

Para Silva (2023) promover a comunicação efetiva entre os membros da equipe e a reduzir conflitos e insatisfações. Isso contribui para a promoção de um ambiente de trabalho mais saudável, motivador e produtivo.

2.6.2 Valorizar os Colaboradores

Significa reconhecer as contribuições, habilidades e esforços do colaborador dentro da empresa. Podendo incluir práticas, como:

- Reconhecimento e Agradecimento
- Desenvolvimento Profissional
- Feedback Construtivo
- Ambiente de Trabalho Positivo
- Benefícios e Incentivos
- Participação em Decisões

Segundo Silva (2023) valorizar seus colaboradores, contribuindo para a melhoria do desempenho e satisfação no trabalho, além de auxiliar na compreensão dos limites e possibilidades de generalização dos resultados da experiência em questão.

2.6.3 Oferecer Desenvolvimento

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

Proporcionar aos colaboradores oportunidades ondeles eles consigam aprimorar suas habilidades, conhecimento e experiência, em sua trajetória dentro da empresa.

Isso inclui:

- Treinamentos e Workshops
- Mentoria
- Planos de Carreira
- Feedback e Avaliação
- Rotação de Funções
- Apoio a Projetos Pessoais

Segundo Silva (2023) oferecer oportunidades de crescimento e desenvolvimento para seus colaboradores, incluindo programas de mentoria, treinamentos e capacitações, e a possibilidade de assumir novas responsabilidades e desafios.

2.6.4 Escutar os Colaboradores

Escutar os colaboradores sempre com atenção, valorizando e se preocupando sempre com as sugestões dos funcionários dentro do ambiente de trabalho. Isso envolve:

- Reuniões Abertas
- Pesquisas e Questionários
- Canais de Comunicação
- Feedback Ativo
- Apoio a Diálogo
- Implementação de Sugestões

Ouvir os colaboradores não só ajuda a melhorar o clima organizacional, mas também fortalece o engajamento e a lealdade, pois acabam se sentindo reconhecidos. Segundo Hirigoyen (2005) escutar é o primeiro passo para se eliminar qualquer mal-estar entre empregador x empregado. Conforme Hirigoyen (2005) escutando se descobre os valores de cada colaborador conseguindo se obter a vantagem de alinhá-los com os valores organizacionais.

3. Metodologia.

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

O processo de melhoria do clima organizacional na barbearia iniciou-se com um encontro entre o proprietário e os colaboradores, com o objetivo de compreender melhor o ambiente de trabalho e os desafios enfrentados pela equipe. A principal finalidade desse bate-papo foi reunir informações detalhadas sobre as dificuldades e, de maneira colaborativa, discutir soluções para esses problemas.

Durante a conversa, foi possível perceber que todos os participantes estavam comprometidos em resolver as questões apresentadas. A dinâmica de trabalho em equipe foi essencial para a identificação rápida dos problemas e para o desenvolvimento de soluções viáveis. A abordagem adotada visou criar um ambiente de confiança, onde os colaboradores se sentiram à vontade para expressar suas preocupações e sugerir melhorias.

Além disso, o bate-papo contribuiu para promover um ambiente mais aberto e transparente, permitindo que todos se sentissem mais confortáveis para compartilhar suas opiniões e sentimentos. Esse ambiente de colaboração foi fundamental para aprimorar a capacidade de resolução de problemas entre os membros da equipe e fortalecer o relacionamento interno.

Dando continuidade a esse processo, optou-se pela implementação da avaliação 360 graus, uma ferramenta eficaz de feedback utilizada em diversas empresas para avaliar o desempenho de equipes e suas interações com os clientes. Essa metodologia permite coletar informações sobre o desempenho de cada colaborador a partir de diversas perspectivas, incluindo a autoavaliação, a avaliação por pares, além do feedback de clientes internos e externos da barbearia. O objetivo é promover melhorias contínuas no relacionamento entre os colaboradores e com os clientes, apontando tanto os aspectos positivos quanto os pontos a serem aprimorados.

A avaliação 360 graus oferece uma visão abrangente sobre o desempenho dos colaboradores, diferenciando-se das avaliações tradicionais, que costumam envolver apenas o feedback do gestor. Nessa abordagem, os colaboradores recebem feedback de si mesmos e de várias fontes, o que permite uma compreensão mais ampla de seus comportamentos e atitudes. Após a avaliação, o receptor recebe um feedback construtivo, destacando os pontos fortes e as áreas que precisam de ajustes, com o objetivo de fortalecer o relacionamento dentro da barbearia e promover o desenvolvimento individual.

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

A seguir, as principais etapas da ferramenta Avaliação 360 graus aplicadas à barbearia foram:

- Clientes: Coletaram-se informações sobre o atendimento dos profissionais e outros membros da equipe, com o objetivo de identificar áreas que necessitam de melhorias, caso algum cliente se sinta insatisfeito.
- Colegas de trabalho: Realizou-se uma roda de conversa entre os colaboradores, permitindo que se avaliassem mutuamente e a si mesmos. Esse processo visou promover um relacionamento saudável, prevenindo conflitos e incentivando o trabalho colaborativo.
- Gerente ou proprietário: Foi realizada uma avaliação geral do desempenho da equipe, com foco na eficiência dos serviços prestados e na gestão do ambiente de trabalho.
- Autoavaliação: Os colaboradores foram incentivados a se autoavaliar, utilizando questionários elaborados pela empresa. Além disso, outra forma de avaliação foi realizada por meio de feedback direto dos clientes, permitindo que os colaboradores percebessem seus pontos fortes e as áreas a serem melhoradas, com o intuito de aprimorar o desempenho profissional.

Além da avaliação 360 graus, outra estratégia importante foi a realização de workshops, uma ferramenta que tem como objetivo promover encontros interativos entre os funcionários, em que eles aprendem sobre temas específicos através de exercícios e discussões. Ao contrário das palestras tradicionais, que podem ser pouco interativas, os workshops favorecem a participação ativa dos envolvidos, criando momentos dinâmicos e de aprendizado prático. Essa abordagem visa o desenvolvimento de habilidades essenciais para o aprimoramento do relacionamento interno da organização.

Os workshops realizados focaram em temas como:

- Liderança e gestão: Treinamentos que promovem o desenvolvimento de habilidades de liderança e gestão organizacional.
- Inteligência emocional: Programas para capacitar os colaboradores a identificar e compreender as próprias emoções e as dos outros, facilitando a convivência no ambiente de trabalho.
- Produtividade e gestão do tempo: Treinamentos práticos para ajudar os colaboradores a otimizar seu tempo e melhorar sua eficiência, tanto no trabalho quanto na vida pessoal.

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

- Mindfulness e bem-estar: Atividades voltadas para o equilíbrio emocional, redução do estresse e aumento do bem-estar geral, por meio da prática de atenção plena (Mindfulness).

Por fim, para fortalecer os laços entre os colaboradores e promover um ambiente de trabalho mais descontraído e motivador, foram realizadas confraternizações. Esses eventos têm como objetivo aproximar os membros da equipe, criar vínculos emocionais e melhorar o clima organizacional, aumentando a motivação e a produtividade.

Entre as confraternizações realizadas na barbearia, destacam-se:

- Festa de fim de ano: Evento que celebra o fechamento de ciclos e o início de novos desafios, com atividades como o "amigo secreto", promovendo troca de afetos e fortalecimento dos vínculos entre os colaboradores.
- Churrasco corporativo: Organização de um evento ao ar livre, proporcionando momentos de descontração e interação entre os membros da barbearia, com atividades lúdicas e sorteios.
- Café da manhã / café da tarde: Realização de encontros periódicos com refeições entre os colaboradores, criando momentos de interação informal. O café da manhã ocorre em alguns dias do mês, enquanto o café da tarde é realizado ao final do expediente.
- Eventos temáticos: Organização de festas temáticas em datas comemorativas específicas, como o Dia das Bruxas, festas dos anos 80, entre outras. Esses eventos visam criar um ambiente menos formal e mais descontraído, com a possibilidade de os colaboradores convidarem seus familiares e amigos.

Essas ações colaboraram significativamente para melhorar o clima organizacional da barbearia, promovendo um ambiente mais colaborativo, transparente e motivador.

4. Resultados e Discussões

A implementação das ações de melhoria no clima organizacional da barbearia, como rodas de conversa, avaliações 360 graus, workshops e confraternizações, visava criar um ambiente de trabalho mais colaborativo, produtivo e agradável. As

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

rodas de conversa e a avaliação 360 graus tinham o objetivo de melhorar a comunicação e os relacionamentos entre os colaboradores, incentivando feedbacks honestos e promovendo confiança.

Esperava-se que isso resultasse em um ambiente mais harmonioso, com menos conflitos e maior colaboração. Contudo, alguns colaboradores podem resistir ao processo de feedback, especialmente em equipes mais fechadas, e é essencial que a liderança esteja bem preparada para mediar essas interações.

As confraternizações, como festas e cafés da manhã, tinham como objetivo aumentar a motivação e o engajamento dos colaboradores, criando um ambiente mais leve e agradável. No entanto, alguns colaboradores podem não se sentir à vontade para participar dessas atividades ou considerá-las uma perda de tempo, especialmente se houver a percepção de que a carga de trabalho não está sendo adequadamente equilibrada com essas atividades sociais. Por isso, é necessário planejar os eventos de forma a não interferir na rotina de trabalho, garantindo a inclusão de todos.

A avaliação 360 graus também tinha o objetivo de proporcionar feedbacks dos clientes, permitindo o aprimoramento do atendimento e aumentando a satisfação do cliente. No entanto, pode haver dificuldades em obter feedbacks sinceros e detalhados, principalmente em ambientes informais como a barbearia, o que exige acompanhamento contínuo para garantir que as melhorias sejam implementadas de forma eficaz.

Os workshops de liderança visavam aprimorar a gestão e as habilidades dos líderes, promovendo uma liderança mais eficiente e inspiradora. No entanto, a adaptação ao modelo de gestão participativa pode causar resistência, e é importante que os líderes pratiquem as habilidades adquiridas e mostrem um compromisso com as mudanças.

Quanto aos workshops de produtividade, o objetivo era melhorar a organização do tempo e aumentar a eficiência. No entanto, as mudanças abruptas nos métodos de trabalho podem gerar estresse e afetar o bem-estar. Para garantir um aumento real na produtividade, as mudanças precisam ser implementadas gradualmente, com o acompanhamento da gestão.

Os workshops de Mindfulness e bem-estar tinham como objetivo criar um ambiente de trabalho mais saudável, ajudando os colaboradores a lidarem melhor com o estresse e a manterem o equilíbrio emocional. No entanto, nem todos os

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

colaboradores podem se adaptar facilmente a essas práticas, e o impacto positivo pode ser gradual. A liderança desempenha um papel importante ao incentivar a prática dessas técnicas.

No geral, as ações implementadas geraram resultados positivos, como a melhoria no relacionamento interpessoal, aumento da motivação, aprimoramento no atendimento ao cliente, desenvolvimento de liderança e um ambiente de trabalho mais saudável. Contudo, a implementação dessas mudanças exige paciência, tempo e acompanhamento contínuo para garantir que os benefícios se consolidem no longo prazo.

Considerações finais

O presente estudo sobre o clima organizacional da barbearia evidenciou a importância de se investir na qualidade do ambiente de trabalho, especialmente em contextos como o da barbearia, onde o relacionamento interpessoal, o engajamento e a motivação desempenham papéis fundamentais na experiência tanto dos colaboradores quanto dos clientes. As ações implementadas, como rodas de conversa, avaliações 360 graus, workshops e confraternizações, mostraram-se eficazes para promover um ambiente mais colaborativo, aumentar a produtividade e melhorar o atendimento ao cliente.

A aplicação da avaliação 360 graus, por exemplo, possibilitou uma visão holística sobre o desempenho de cada colaborador, permitindo que os pontos fortes fossem valorizados e que áreas de melhoria fossem identificadas, com o objetivo de fortalecer as relações interpessoais e a eficiência do time. A resistência inicial de alguns membros da equipe em receber feedbacks pode ser vista como um desafio a ser superado, mas é importante ressaltar que a transparência e o diálogo contínuo são essenciais para que todos compreendam o valor dessa ferramenta, tanto para o crescimento individual quanto para o sucesso coletivo.

Os workshops, por sua vez, proporcionaram oportunidades de aprendizado prático, promovendo o desenvolvimento de habilidades essenciais, como a liderança, a inteligência emocional, a gestão do tempo e o bem-estar no trabalho. Através dessas

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

ações, os colaboradores puderam se conhecer melhor, refletir sobre suas atitudes e, com isso, melhorar a interação e a colaboração no ambiente de trabalho.

As confraternizações, realizadas de forma descontraída, contribuíram para estreitar os laços entre os membros da equipe e aumentar o senso de pertencimento, o que, indiretamente, impactou a motivação e a satisfação geral dos colaboradores. No entanto, também ficou claro que tais eventos precisam ser equilibrados com a rotina de trabalho, para que não sejam vistos como uma distração, mas sim como uma oportunidade de fortalecer os vínculos e o espírito de equipe.

Embora os resultados tenham sido amplamente positivos, é importante destacar que a transformação do clima organizacional não é um processo imediato. Mudanças culturais exigem tempo e paciência, principalmente quando se trata de pequenas empresas, como uma barbearia, em que a dinâmica de trabalho é mais informal. A resistência natural a mudanças, especialmente entre os colaboradores mais antigos, pode ser um obstáculo, mas com o acompanhamento adequado e a adaptação contínua das práticas implementadas, é possível consolidar esses resultados.

A melhoria contínua do clima organizacional deve ser um objetivo constante para qualquer organização. No caso da barbearia, os desafios identificados durante o processo de intervenção forneceram importantes aprendizados sobre a necessidade de mais estratégias de comunicação eficaz, treinamento constante e desenvolvimento de lideranças que inspirem a equipe. A liderança, especialmente, desempenha um papel crucial na manutenção de um ambiente de trabalho saudável e produtivo, e, portanto, deve ser sempre estimulada a praticar as habilidades aprendidas, de forma consistente, no dia a dia da barbearia.

Em suma, a experiência deste estudo demonstrou que, mesmo em um setor tão dinâmico e frequentemente informal como o de uma barbearia, ações bem planejadas e executadas com o apoio de todos os colaboradores podem levar a melhorias significativas no clima organizacional. O impacto dessas mudanças foi visível não só nas relações internas, mas também no atendimento ao cliente e na qualidade dos serviços prestados, resultando em um ambiente de trabalho mais colaborativo, produtivo e motivador, que certamente contribuirá para o crescimento sustentável do negócio.

**ARTIGO/ Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso
Técnico em Recursos Humanos – 3º Módulo**

Bibliografia

DODOU, Hilana Dayana et al. Sala de parto: condições de trabalho e humanização da assistência. Fortaleza: Universidade Estadual do Ceará (Uece), 2017. 7 p.

HIRIGOYEN, Marie-France. Assédio Moral: a violência perversa no cotidiano. 7. ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 2005.

HUNTER, James C. Como se tornar um líder servidor. 3. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2006.

LEDERMAN, Maurício. Práticas de Reconhecimento e Recompensa no Processo de Inovação: Estudo de Caso em Empresa do Setor Elétrico. 2016. 88 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

MARTINS, Alexandra da Rosa et al. Relações Interpessoais, Equipe de Trabalho e seus Reflexos na Atenção Básica. Pelotas-RS: Universidade Federal de Pelotas, 2012. 7 p.

MARCELO, Carlos. Desenvolvimento Profissional Docente: passado e futuro. São Paulo: Universidade de Sevilha, 2009. 16 p.

MAXIMIANO, A. C. A. Fundamentos de Administração: Manual compacto para as disciplinas TGA e introdução à administração. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MINICUCCI, Agostinho. Relações Humanas: psicologia das relações interpessoais. São Paulo: Atlas, 1982.

MOTTA, Suely. Cultura Organizacional. 2002. Disponível em: <https://enqr.pw/g9zuZ>. Acesso em: 18 set. 2024.

ROBBINS, S. P. Fundamentos do comportamento organizacional. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

SILVA, Carolina Costa et al. Clima Organizacional: Análise da Experiência de Hawthorne e a Importância de se Valorizar Pessoas. 2023. 44 f. Curso de Tecnologia, Faculdade de Tecnologia “Dom Paulo Evaristo Arns”, São Paulo, 2023.

TADEUCCI, M. S. R. Motivação e liderança. Curitiba: IESDE Brasil S. A., 2009.

TRIEBNIGG, A.; LINDON, Denis; LENDREVIE, Jacques; LÉVY, Julien; DIONÍSIO, Pedro; RODRIGUES VICENTE, Joaquim. Mercator XXI: Teoria e prática do Marketing. Campo dos Goytacazes, RJ: Ed. Dom Quixote, 2018.