

A Importância do Comprometimento Interno

Por Patrícia Zawascki*

Constantemente ouvimos falar sobre a importância da valorização do fator humano no âmbito empresarial, visto que eles, os funcionários, em muitos casos são os responsáveis em fazer a empresa “caminhar para frente”.

São eles que produzem bens de consumo ou serviços, prestam atendimento aos públicos, compram, vendem, enfim, promovem suas tarefas de tal forma que o processo de trabalho chegue ao seu destino, cumprindo o que fora planejado. Nesta hora, alguns podem dizer: - Nada que não seja sua obrigação, afinal ganham para isso.

Entendemos o ponto de vista de alguns empregadores que ainda pensam desta forma. No entanto, temos diversos exemplos diários, de como um funcionário satisfeito, tanto com seu ambiente de trabalho, quanto com as condições que a empresa lhes oferece para exercer suas atividades, resultam na excelência do atendimento prestado, numa produção mais rápida e melhor, pois esses colaboradores, unem seus esforços para oferecer o melhor de si para a organização.

Pois quando estão satisfeitos, exercem suas tarefas de trabalho com a visão de quem faz para si próprio, já que a empresa que o estimula a cada dia, deixa de ser apenas um local de troca (trabalho por salário) para se tornar um segundo lar. Quando isso ocorre, podemos dizer que o funcionário está comprometido com a organização e não mais apenas envolvido no processo.

O comprometimento possui ligação direta com fatores tais como a missão, valores, metas e objetivos organizacionais, fortalecendo os relacionamentos, e ainda, tornando os funcionários fortes aliados da empresa.

No entanto, obter o comprometimento dos colaboradores, em muitos casos, é uma tarefa difícil, principalmente quando a base cultural não está devidamente estabelecida dentro da empresa. Contudo, o comprometimento total dos funcionários, torna-se uma função ainda mais complexa de se obter em tempo integral, pois a motivação oscila, conforme a satisfação e estado psíquico das pessoas.

Nesta situação, a tarefa do comprometimento não necessariamente deve vir apenas da organização, o funcionário precisa estar pré-disposto, a fim de atingir este estado, ou seja, os indivíduos resistentes, preocupados apenas com a eficiência e mantendo-se somente envolvidos com seu trabalho, permanecem indiferentes a excelência de resultados, não somando diferencial algum a empresa e por muitas vezes, vindo a resultar em uma insatisfação dos clientes para com a marca.

É neste ponto que o Marketing Interno deve ser compreendido, como um facilitador, que dentre outras funções, implica em alcançar, ou manter, o comprometimento do público interno perante a organização, com ações planejadas e direcionadas a satisfação.

E nesta realidade, em que as pessoas a cada dia precisam competir com máquinas, para não perderem espaço no mercado de trabalho, torna-se visível seus esforços para superar limites e alcançar uma maior produtividade, seja ela individual ou até mesmo em equipe.

No entanto, quantidade nunca significou qualidade, muito menos, produtividade ser sinônimo de comprometimento, por essa razão é necessário que as corporações passem a agregar valores voltados ao comprometimento de seus funcionários, pois pessoas comprometidas, preocupam-se com resultados positivos, buscam a eficácia de seus esforços a fim de atingir objetivos de interesse mútuo com a organização.

Sendo assim, ouça seu funcionário, estimule-o, valorize-o e procure promover sua satisfação para o comprometimento. Ambos só tem a ganhar.

*Patrícia Zawascki (zawascki@plusmk.com.br), Sócia-Diretora da agência Plus Marketing LPMA, graduada em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas pela Unisinos, tirou 3º lugar no Prêmio Relações Públicas do Brasil – categoria Profissional Revelação, trabalha como Assessora de Comunicação e Marketing, atendendo clientes como Device Automation, Rede Quali Auto, Coester Automação, Rede Vida Farmácias e Rede Agamoto.