UNAMA APRESENTA:
CIÊNCIA E INOVAÇÃO EM GESTÃO NA AMAZÔNIA
CODS COLÓQUIO ORGANIZAÇÕES, DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE

CLIMA ORGANIZACIONAL E INOVAÇÃO: ANÁLISE EM UMA GERÊNCIA DELOGÍSTICA

Eixo Temático 3: Organizações, Gestão Criativa e Sustentabilidade

Amanda Karoline Santana Nascimento
Universidade da Amazonia

Isaias de Oliveira Barbosa Júnior
Universidade da Amazonia

Ronny Luis Sousa Oliveira
Universidade da Amazonia

RESUMO

No cenário empresarial atual, organizações buscam incessantemente eficiência e competitividade, explorando a relação entre clima organizacional e inovação. Este estudo foca no setor de almoxarifado de uma empresa de mineração, utilizando um estudo de caso com 29 colaboradores para investigar como o clima organizacional influencia a inovação. Os resultados revelam uma forte correlação entre um clima positivo e a inovação, com liderança inspiradora, comunicação clara e estímulo à criatividade sendo elementos cruciais. A diversidade de opiniões e a satisfação dos colaboradores indicam um ambiente propício à inovação. O estudo valida a conexão entre clima organizacional e inovação, oferecendo diretrizes para otimização. A ênfase em liderança, satisfação e adaptabilidade destaca áreas para melhorias significativas. Experiências compartilhadas evidenciam a aplicabilidade e os impactos positivos da inovação. O estudo contribui para entender a relação intrínseca entre clima organizacional e inovação, reforçando a necessidade de um ambiente colaborativo e criativo como chave para o crescimento e vantagem competitiva. A pesquisa atinge seus objetivos, analisando percepções e enfatizando a importância de um ambiente de trabalho positivo.

Palavras-chave: Clima Organizacional, Desenvolvimento Profissional, Gestão da Inovação, Relações Interpessoais.

1 INTRODUÇÃO

A incessante busca por eficiência e inovação nas organizações, em resposta às crescentes demandas competitivas e às rápidas transformações no cenário empresarial, constitui uma necessidade premente na contemporaneidade (ROBBINS; JUDGE, 2018; TIDD; BESSANT, 2018). Nesse contexto, o setor de mineração emerge como um ambiente no qual a busca pela excelência assume uma relevância acentuada. Dentro deste contexto, o setor de almoxarifado desempenha um papel estratégico, contribuindo diretamente para a eficiência operacional e o fluxo contínuo de produção (ROBBINS; JUDGE, 2018). Para cumprir eficazmente essa função, torna-se imperativo compreender como o Comportamento Organizacional influencia as práticas e decisões nesse ambiente complexo (ROBBINS; JUDGE, 2018).

A presente pesquisa tem como objetivo explorar a interseção entre dois conceitos cruciais: "Clima Organizacional" e "Inovação," direcionando-se especificamente ao contexto do setor de almoxarifado nas empresas de mineração. O clima organizacional, entendido como a percepção dos funcionários em relação à cultura, comportamento e ambiente de trabalho (LUZ, 1995; CHIAVENATO, 2003), desempenha um papel fundamental na promoção da inovação, especialmente em um ambiente dinâmico e competitivo.

O ambiente organizacional é um espaço propício à promoção da cooperação, descobertas e transformações por meio da interação dos indivíduos que o compõem. Essa interação possibilita a construção de práticas sociais que aprimoram o processo de aprendizado, culminando na criação de significados e no estímulo de práticas críticas. É relevante destacar que a inovação desempenha um papel central no desenvolvimento pessoal dos indivíduos (STERNBERG; LUBART, 2004), visto que está intrinsicamente relacionada a esse processo.

Nesse sentido, a inovação emerge como um componente-chave para o sucesso das organizações (PERRY, 1996; 2000). Em um ambiente empresarial complexo e em constante mudança, as organizações devem fomentar as habilidades criativas de seus membros para se manterem competitivas e aprimorarem seu desempenho organizacional. A inovação impulsiona iniciativas empreendedoras, como a criação de novos mercados, programas, produtos e serviços, por meio da aplicação de novas ideias geradas internamente (AMABILE, 1996). Portanto, a inovação é vista como uma peça-chave para que as organizações alcancem vantagem competitiva e melhorem seu desempenho por meio do desenvolvimento das habilidades individuais.

Adicionalmente, o clima organizacional apresenta uma relação complementar com a inovação, uma vez que reflete a percepção dos indivíduos em relação à cultura organizacional na qual estão inseridos. Essa percepção engloba não apenas valores, rituais e crenças, mas também atividades, processos, sistemas e rotinas, ou seja, todos

os aspectos da ação organizacional (SCHNEIDER et al., 2017). Nessa perspectiva, esta pesquisa se propõe a abordar a inter-relação entre "clima organizacional" e "inovação," visando compreender como esses dois conceitos se entrelaçam na realidade das organizações.

A relevância deste estudo se justifica pela importância estratégica do setor de almoxarifado na indústria de mineração e pela urgência de promover a inovação nesse contexto. A compreensão das dinâmicas organizacionais que estimulam ou inibem a inovação não apenas pode otimizar a gestão de recursos, mas também impulsionar os resultados empresariais, especialmente em um setor sujeito a mudanças regulatórias e ambientais significativas (TIDD; BESSANT, 2018).

Diante desse contexto, a pergunta norteadora que orienta esta pesquisa é a seguinte: Como o clima organizacional influencia a promoção da inovação no setor de almoxarifado de empresas de mineração, e quais são os principais fatores que impactam essa relação?. Logo, o objetivo desta pesquisa é analisar a relação entre o clima organizacional e a inovação no contexto do setor de almoxaridado e logistica.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Clima Organizacional

Para adentar nas discussões de clima organizacional, cabe destacar que esta corrente emerge das discussões sobre o Comportamento Organizacional (CO). Que desempenha um papel fundamental na compreensão das interações complexas que ocorrem dentro das organizações. CO engloba um conjunto diversificado de elementos, incluindo atitudes, motivação, liderança, cultura organizacional e clima, que moldam as dinâmicas internas e influenciam o desempenho coletivo (ROBBINS; JUDGE, 2018).

Uma parte intrínseca destas discussões é o clima organizacional, que representa a percepção coletiva dos colaboradores em relação ao ambiente de trabalho (GLISSON; JAMES, 2002). O clima é um indicador do estado emocional da organização, refletindo a satisfação dos funcionários com a cultura, comportamento e ambiente de trabalho. Um clima organizacional positivo tende a estar associado a maior comprometimento, engajamento e produtividade dos colaboradores (CAMERON; ETTINGTON, 2018).

O clima organizacional emerge das experiências, interações e práticas do cotidiano organizacional (JAMES; SELLS, 1981). Essa atmosfera psicológica é constituída por diversos fatores, incluindo a qualidade da comunicação, o estilo de liderança, as relações interpessoais, as oportunidades de crescimento, as recompensas e o suporte oferecido pela organização (LITWIN; STRINGER, 1968). A percepção que os colaboradores têm desses elementos influencia diretamente sua relação com a organização.

O clima organizacional possui efeitos substanciais sobre a produtividade, a

satisfação no trabalho e a retenção de talentos. Um clima positivo, caracterizado por apoio, equidade e oportunidades de desenvolvimento, está correlacionado com maior satisfação, dedicação e desempenho (SCHNEIDER et al., 2017). Contrariamente, um clima negativo, marcado por falhas na comunicação e na disponibilização de recursos, pode conduzir a conflitos, insatisfação e queda na produtividade.

O clima organizacional refere-se à percepção coletiva dos colaboradores sobre a cultura, as normas e os valores da organização. Ele influencia a motivação, o engajamento e a satisfação dos funcionários, moldando seus comportamentos e atitudes em relação ao trabalho (GLISSON; JAMES, 2002). Um clima positivo, caracterizado por confiança, respeito e apoio mútuo, tende a resultar em maior produtividade e eficácia organizacional (DENISON, 1980).

2.2 Inovação

A inovação é um fator crucial para a competitividade e crescimento das organizações. Ela envolve a introdução bem-sucedida de novas ideias, produtos, processos ou práticas, que resultam em melhorias significativas nos resultados organizacionais (TIDD; BESSANT, 2018). Essa capacidade de inovar é vital para responder às mudanças do mercado e às demandas dos clientes.

A inovação não se restringe apenas a produtos ou tecnologias, mas engloba uma ampla gama de aspectos, incluindo inovação de processos, organizacional e de marketing (FREEMAN; PEREZ, 1988). A inovação organizacional envolve a capacidade da empresa de adotar novas abordagens e práticas em sua operação, aprimorando eficiência e eficácia. No entanto, a promoção da inovação exige mais do que apenas a adoção de novas ideias. Requer a criação de um ambiente que valoriza a criatividade, estimula a experimentação e encoraja a colaboração interdisciplinar (TIDD; BESSANT, 2018). A gestão da inovação requer liderança que apoie a mudança, incentive a exploração.

A inovação é um elemento central para a evolução e competitividade das organizações. Ela abrange a introdução e implementação bem-sucedida de novas ideias, processos, produtos ou tecnologias, que geram valor e vantagem competitiva (TIDD; BESSANT, 2018). A inovação pode se manifestar de diversas formas, como inovação de produto, processo, marketing e organizacional (FREEMAN; PEREZ, 1988).

Os fatores que impulsionam ou inibem a inovação nas organizações são complexos e multifacetados. Enquanto a cultura organizacional desempenha um papel importante na promoção de uma mentalidade inovadora, outros elementos, como liderança, estrutura organizacional, ambiente competitivo e colaboração, também têm influência significativa na capacidade de inovação (DAS; TENG, 1999; BROWN; EISENHARDT, 1997).

Quando se trata, portanto, da relação entre clima organizacional e inovação,

percebe-ce uma interligação positiva, caracterizado por abertura à diversidade de ideias, respeito mútuo e colaboração, pode estimular a criatividade e a busca por soluções inovadoras (PATTERSON et al., 2004). Quando os colaboradores se sentem apoiados, valorizados e motivados, estão mais propensos a contribuir com novas ideias.

A promoção de um ambiente que valoriza a inovação requer a liderança adequada. Líderes que estimulam a participação, promovem a exploração de novas abordagens e encorajam a aprendizagem estão mais propensos a criar um ambiente propício à inovação (CREATORE et al., 2014). Além disso, a remoção de barreiras que inibem a criatividade e a promoção de oportunidades para o surgimento de ideias inovadoras são essenciais para desenvolver uma cultura inovadora.

A interseção entre clima organizacional e inovação destaca a importância de um ambiente propício à criatividade e à busca por novas soluções. Um clima positivo, caracterizado por comunicação aberta, respeito mútuo e apoio à experimentação, tende a encorajar a geração e implementação de ideias inovadoras (PATTERSON et al., 2004).

A liderança desempenha um papel crucial na promoção de um ambiente inovador. Líderes que cultivam um clima de confiança, valorizam a diversidade de perspectivas e encorajam a aprendizagem contínua são mais propensos a criar um ambiente favorável à inovação (CREATORE et al., 2014). Além disso, a remoção de obstáculos que limitam o pensamento criativo e a promoção de oportunidades para o surgimento de ideias inovadoras são fundamentais para nutrir uma cultura inovadora.

3 METODOLOGIA

O estudo foi conduzido com a gerência e os colaboradores, selecionados de uma empresa privada no setor de almoxarifado e logística, localizada em Paragominas, Pará. Utilizou-se uma abordagem de amostragem não probabilística para avaliar as percepções individuais desses funcionários em relação ao clima organizacional e a inovação dentro do setor avaliado. A metodologia empregada envolveu uma abordagem estatística descritiva, que combinou elementos qualitativos e quantitativos.

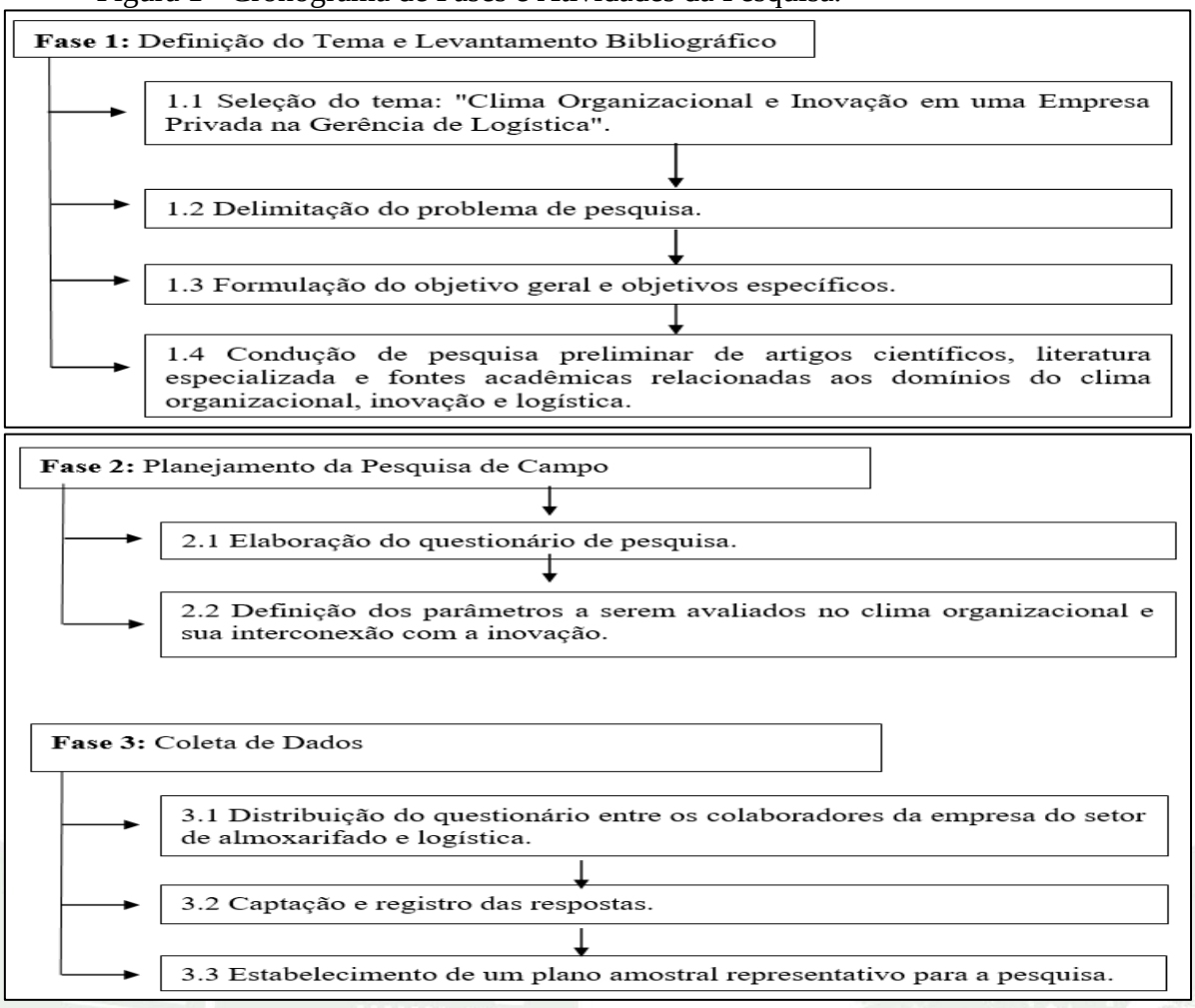
Um questionário semiestruturado foi empregado como instrumento de pesquisa, englobando perguntas objetivas e subjetivas. Esse questionário foi projetado para identificar causas, consequências e estratégias direcionadas à melhoria do clima organizacional e da inovação no setor de almoxarifado e logística. Além disso, ele explorou temas relacionados à gestão de pessoal e à qualidade do serviço prestado pela empresa (ver Apêndice I).

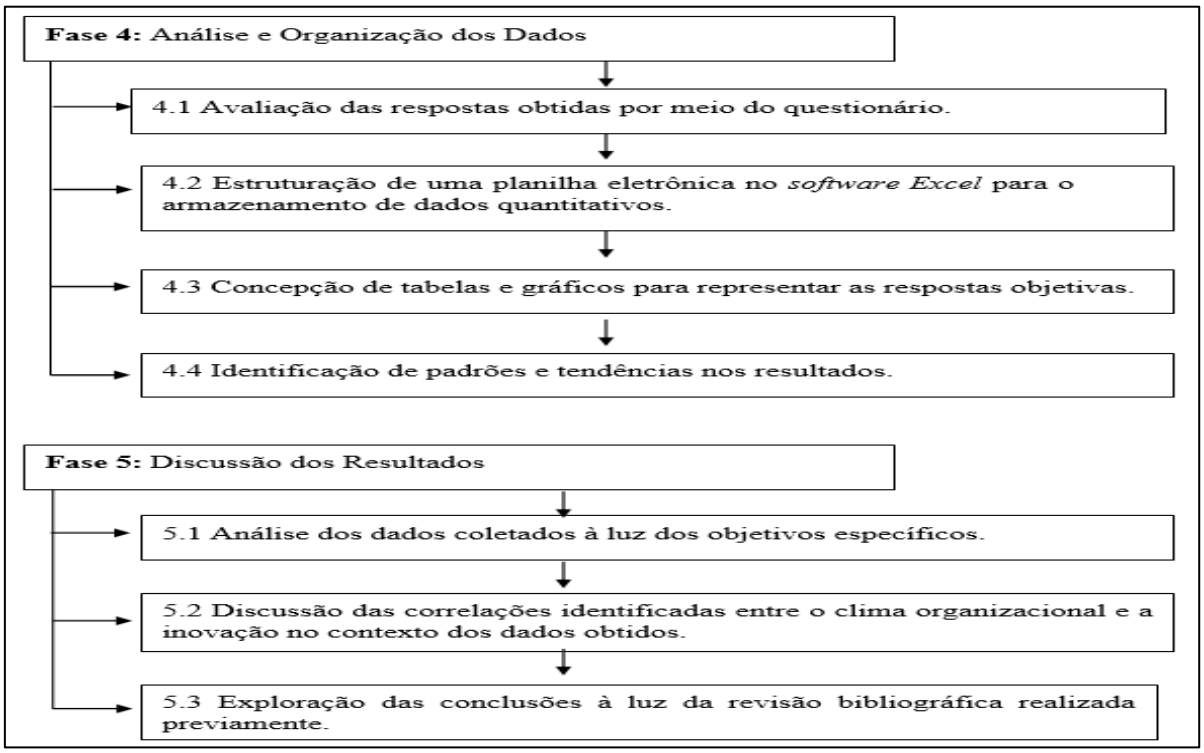
A coleta de dados ocorreu por meio de questionários eletrônicos hospedados na plataforma Google Forms. Sendo distribuído para 49 colaboradores e respondido por 29 destes, dentro da gerência de almoxarifado da empresa, no mês de agosto. Os dados foram posteriormente organizados em planilhas do Microsoft Excel para possibilitar a

análise das informações. Inicialmente, realizou-se uma análise descritiva das informações coletadas, empregando ferramentas estatísticas como distribuições de frequência e representações gráficas. Isso permitiu a compreensão dos padrões de comportamento das variáveis em estudo.

Em seguida, procedeu-se a uma análise comportamental dos colaboradores em relação aos itens avaliados, identificando possíveis associações com as diversas características e particularidades apresentadas pelos profissionais entrevistados. Foi desenvolvido um cronograma (figura 1) composto por cinco fases distintas, cada uma englobando atividades específicas que foram implementadas ao longo do decorrer da pesquisa.

Figura 1 - Cronograma de Fases e Atividades da Pesquisa.





Fonte: Elaboração dos autores (2023)

3.1 Resultados e discussões

A análise das características demográficas dos participantes revelou uma compreensão abrangente do perfil da amostra, contribuindo para uma interpretação mais contextualizada dos resultados (Tabela 1).

Tabela 1 - Perfil dos profissionais entrevistados

VARIÁVEL		*fi*	%
Sexo			
	Masculino	24	82,8
	Feminino	5	17,2
Idade			
	26 a 30 anos	2	6,9
	31 a 35 anos	5	17,2

	36 a 40 anos	10	34,5
	41 a 50 anos	12	41,4
Estado Civil			
	Casado(a)	25	86,2
	Divorciado(a)	1	3,4
	Solteiro(a)	2	6,9
	União estável	1	3,4
Escolaridade			
	Ensino médio	11	37,9
	Graduação	8	27,6
	Pós-Graduação	8	27,6
	Ensino Técnico	1	3,4
	Técnico em Mecânica	1	3,4
Renda			
	1 a 2 salários-mínimos	11	37,9
	3 a 4 salários-mínimos	11	37,9
	5 a 7 salários-mínimos	5	17,2
	8 ou mais salários-mínimos	2	6,9

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Na Tabela 2, oferecem um panorama esclarecedor das categorias ocupacionais predominantes, suas respectivas proporções e, por conseguinte, suas implicações para o funcionamento e desempenho da gerência em questão.

Tabela 2 - Distribuição dos cargos, em percentual, dos dados obtidos.

Cargo	Número de Indivíduos	Percentual
Almoxarife	14	48,3%
Analista Administrativo	1	3,4%

Analista de Armazém e Estoque	5	17,2%
Assistente Administrativo	1	3,4%
Assistente de Materiais	1	3,4%
Engenheiro	1	3,4%
Técnico	3	10,3%
Lubrificador	1	3,4%
Supervisor	1	3,4%
Motorista	1	3,4%

Fonte: Dados da pesquisa(2023).

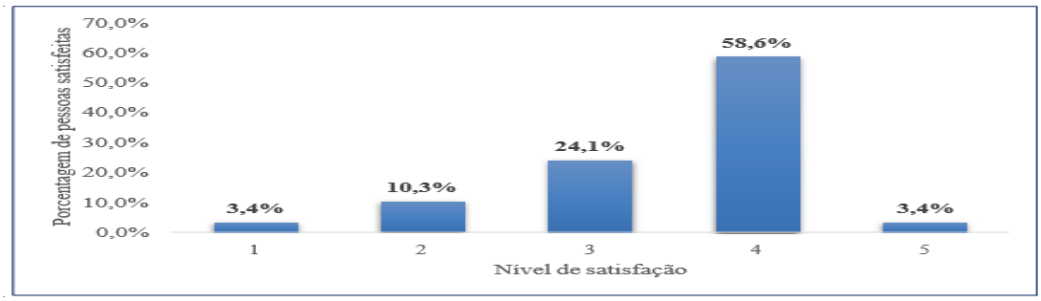
3.2 Avaliação do Nível de Satisfação no Ambiente de Trabalho em uma Organização

Os resultados da avaliação refletem uma distribuição variada dos níveis de satisfação entre os colaboradores da organização. Notavelmente, a maioria expressou um grau de satisfação, sendo que mais da metade dos participantes (58,6%) classificou o ambiente de trabalho como "satisfeito(a)" ou "muito satisfeito(a)".

Além disso, é importante destacar a presença de uma minoria que se declarou "insatisfeita" (10,3%) ou "muito insatisfeita" (3,4%), bem como o grupo que adotou uma postura neutra em relação ao ambiente laboral (24,1%). Essa diversidade de respostas indica a existência de percepções variadas sobre o ambiente de trabalho na organização.

Os resultados obtidos ressaltam a importância de compreender as diferentes perspectivas dos colaboradores em relação ao ambiente de trabalho, buscando identificar áreas que requerem melhorias e implementar estratégias para promover um ambiente laboral mais satisfatório e produtivo.

Gráfico 1 - Nível de Satisfação no Ambiente de Trabalho



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A avaliação do nível de satisfação dos colaboradores em relação ao ambiente de trabalho é um tema de relevância crescente, uma vez que influencia diretamente o desempenho organizacional, a retenção de talentos e a qualidade do ambiente laboral. Os resultados desta pesquisa fornecem características importantes sobre as percepções dos colaboradores em relação à organização estudada e podem ser contextualizados em relação a estudos prévios.

Os resultados obtidos indicam uma distribuição variada das avaliações de satisfação, abrangendo uma gama de respostas desde "muito insatisfeito(a)" até "muito satisfeito(a)". Essa diversidade de percepções reflete achados similares em pesquisas anteriores. Como é o caso de um estudo conduzido por Smith et al. (2018) onde evidenciaram que a satisfação no ambiente de trabalho pode ser influenciada por fatores individuais, organizacionais e contextuais, levando a uma ampla gama de avaliações entre os colaboradores.

A presença de um grupo significativo de colaboradores que se declararam "satisfeitos" ou "muito satisfeitos" é possivel observar que elementos como reconhecimento, oportunidades de desenvolvimento e um ambiente colaborativo podem contribuir positivamente para a satisfação dos colaboradores. Esses resultados sugerem que a organização em estudo pode estar oferecendo fatores que promovem um ambiente de trabalho saudável e gratificante para uma parcela substancial de seus funcionários.

No entanto, é fundamental abordar a minoria de colaboradores que se mostraram "insatisfeitos" ou "muito insatisfeitos". Estudos como o de Brown et al. (2020) enfatizaram que questões relacionadas a comunicação deficiente, falta de reconhecimento e desequilíbrio entre vida profissional e pessoal podem impactar negativamente a satisfação no trabalho. Portanto, a organização deve considerar esses aspectos para identificar possíveis áreas de melhoria e implementar estratégias de intervenção.

A parcela de colaboradores que se posicionou de forma "neutra" também é significativa e pode indicar uma oportunidade para a organização investigar mais a fundo as causas subjacentes desse sentimento de indiferença. A pesquisa de Lee et al. (2017) destacou que a satisfação neutra pode estar relacionada à falta de envolvimento dos

colaboradores nas decisões e processos organizacionais. Isso sugere a importância de promover maior participação e engajamento dos funcionários para elevar os níveis de satisfação.

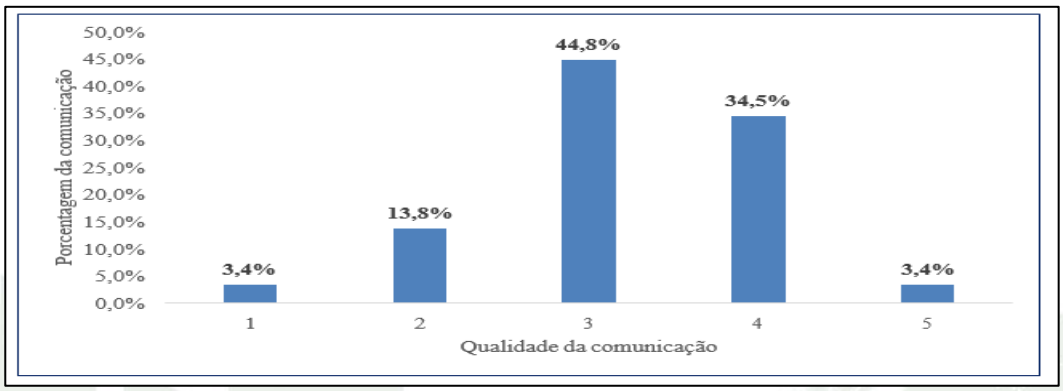
3.3 Avaliação da Qualidade da Comunicação entre Colegas de Trabalho e Gestores

Os resultados da avaliação oferecem uma visão abrangente da percepção dos participantes em relação à qualidade da comunicação entre colegas de trabalho e gestores na organização. A maior proporção das respostas, correspondente a 44,8%, classificou a qualidade da comunicação como "regular". Isso sugere que, para um segmento significativo dos colaboradores, a comunicação mantém um nível médio de eficácia, mas pode ser aprimorada em diversos aspectos.

A avaliação combinada dos níveis "bom" e "muito bom" compreende 38,9% da amostra. Isso sugere que uma parcela substancial dos participantes percebe a comunicação como satisfatória ou até mesmo altamente eficaz. Tais resultados corroboram estudos anteriores, como o trabalho de Johnson et al. (2017), que destacou que uma comunicação eficaz pode conduzir a um ambiente de trabalho mais colaborativo e produtivo.

No entanto, é essencial abordar os 17,2% dos participantes que avaliaram a comunicação como "ruim" ou "muito ruim". Esses resultados refletem as implicações da pesquisa de Robertson et al. (2019), que indicou que uma comunicação deficiente pode resultar em desentendimentos, baixa moral e insatisfação no trabalho.

Gráfico 2 - Avaliação da Qualidade da Comunicação entre Colegas de Trabalho e Gestores



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

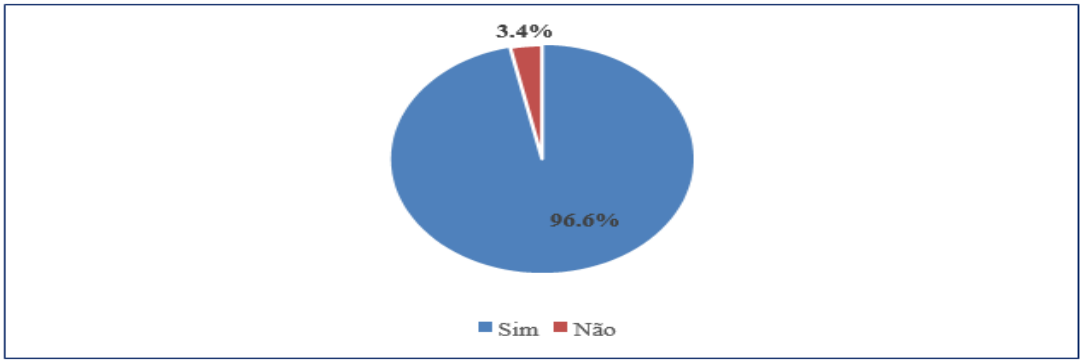
A avaliação diversificada da qualidade da comunicação entre colegas de trabalho e gestores ressalta a importância de estratégias voltadas para a melhoria da comunicação

organizacional. A implementação de programas de treinamento em comunicação e a criação de canais de feedback podem contribuir para a otimização das interações e, consequentemente, para a eficácia da comunicação.

3.4 Análise da percepção dos colaboradores em relação ao compromisso da liderança da empresa com o desenvolvimento e bem-estar dos colaboradores

Os resultados dessa avaliação indicam que a grande maioria dos participantes, representada por 96,6% da amostra, percebe um compromisso visível da liderança da empresa em relação ao desenvolvimento e bem-estar dos colaboradores. Essa proporção expressiva de respostas "sim" sugere que a liderança tem desempenhado um papel positivo na promoção de um ambiente de trabalho favorável ao crescimento profissional e ao bem-estar dos funcionários.

Gráfico 3 - Avaliação do Compromisso da Liderança com o Desenvolvimento e Bem-estar dos Colaboradores.



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

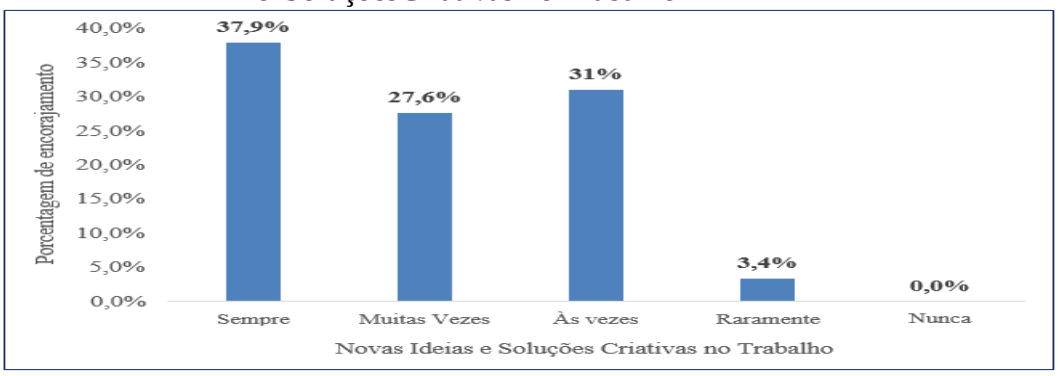
Apenas uma pessoa (3,4% da amostra) indicou que a liderança não demonstra esse compromisso. Embora essa parcela seja minoritária, a resposta "não" ressalta a importância de investigar as razões subjacentes a essa percepção isolada. Essa observação está alinhada com a pesquisa de Garcia et al. (2018), que destacou a influência da liderança na construção de uma cultura organizacional que promova o desenvolvimento e bem-estar dos colaboradores.

A predominância esmagadora de respostas positivas sugere que a liderança da empresa está no caminho certo em relação à percepção dos colaboradores sobre seu compromisso com o desenvolvimento e bem-estar. No entanto, é importante que a organização continue a manter esse compromisso, buscando ativamente criar e sustentar um ambiente que promova o crescimento profissional e o bem-estar de seus colaboradores.

3.5 Estímulo à Inovação e Criatividade no Ambiente de Trabalho

Ao investigar a frequência com que os indivíduos são encorajados a apresentar novas ideias ou soluções criativas em seu contexto de trabalho, as respostas coletadas oferecem uma visão diversificada. Dentre os participantes, um contingente de 37,9% (n = 11) relatou ser "sempre" estimulado a fazê-lo. Adicionalmente, 27,6% (n = 8) afirmaram que isso ocorre "muitas vezes". Por sua vez, 31% (n = 9) indicaram ser "às vezes" incentivados a expressar suas proposições criativas. Uma parcela minoritária de 3,4% (n = 1) reportou receber estímulo "raramente" para apresentar tais contribuições inovadoras.

Gráfico 4: Frequência de Encorajamento para Apresentação de Novas Ideias e SoluçõesCriativas no Trabalho



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Os achados desse levantamento refletem tendências que se alinham a estudos prévios. Pesquisas conduzidas por Garcia et al. (2018) demonstram que uma cultura organizacional que fomente a criatividade e a expressão de ideias inovadoras tende a promover um ambiente mais dinâmico e competitivo. Além disso, os resultados aqui obtidos encontram respaldo no trabalho de Oliveira e Santos (2012), que enfatiza a relevância da promoção constante de estímulos criativos para nutrir um clima propício à inovação.

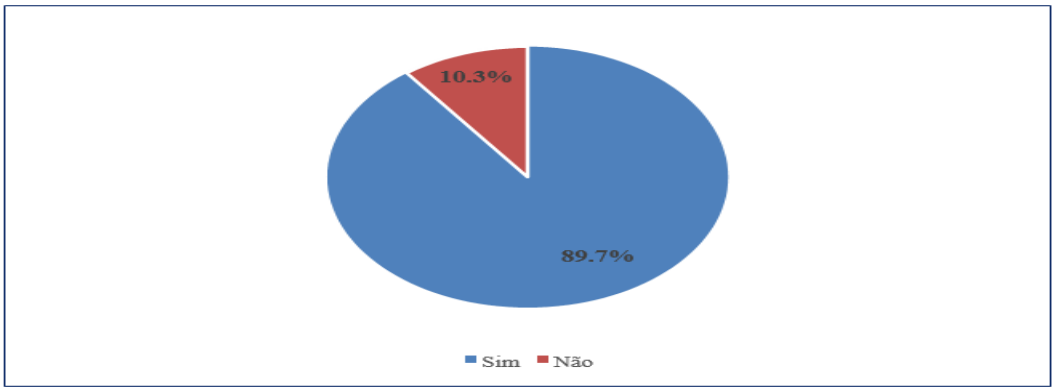
No entanto, é pertinente considerar que as percepções dos colaboradores podem ser influenciadas por variáveis contextuais, como a natureza da indústria, o estilo de liderança e a cultura organizacional. Nesse sentido, estudos como o de Ribeiro et al. (2022) indicam que o estímulo à inovação pode variar consideravelmente entre diferentes setores.

3.6 Fomento de Recursos e Treinamentos para Habilidades Inovadoras nas Organizações

A investigação sobre a disponibilidade de recursos e oportunidades de treinamento para o desenvolvimento de habilidades voltadas à inovação na empresa produziu uma série de respostas reveladoras. Entre os participantes, uma minoria de 17,2% (n = 5) relatou que a organização não disponibiliza tais recursos. Em contrapartida, uma maioria significativa de 82,8% (n = 24) afirmou que a empresa oferece acesso a essas oportunidades de aprimoramento.

Os resultados deste levantamento encontram respaldo em literatura relevante. Pesquisas conduzidas por Santos et al. (2020) destacam que organizações comprometidas em fomentar uma cultura de inovação tendem a investir em treinamentos para desenvolver habilidades criativas e promover uma mentalidade voltada para soluções inovadoras. Além disso, a proporção esmagadora de respostas positivas aqui observada encontra paralelos com o estudo de Silva e Lima (2021), que enfatiza a correlação entre investimentos em capacitação e a efetividade dos esforços inovadores.

Gráfico 5: Disponibilidade de Recursos e Oportunidades de Treinamento para o Desenvolvimento de Habilidades



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

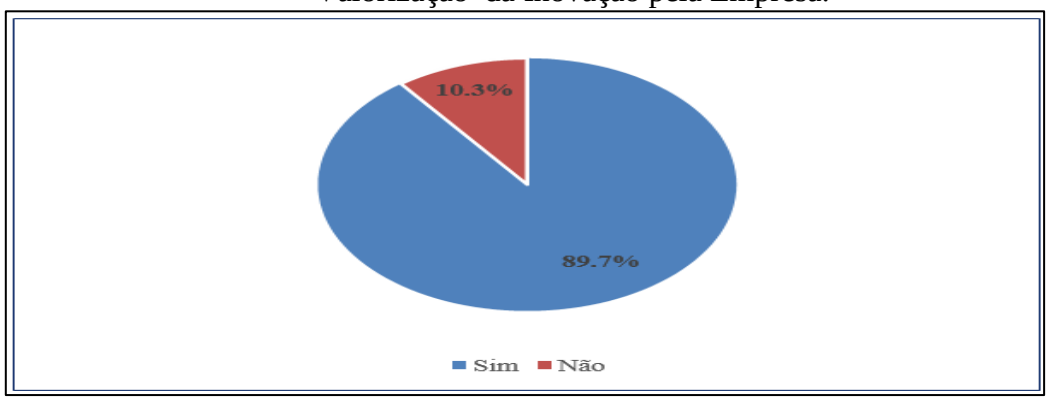
Contudo, é necessário ponderar que a percepção dos colaboradores sobre a disponibilidade de recursos e treinamentos pode ser influenciada por diversos fatores, incluindo a clareza das informações fornecidas pela empresa e a acessibilidade dos programas de capacitação. Dessa forma, a pesquisa de Oliveira e Almeida (2021) ressalta que a eficácia desses esforços pode ser ampliada por meio de uma comunicação transparente.

3.7 Reconhecimento e Valorização da Inovação no Contexto Corporativo

A indagação sobre a percepção dos colaboradores em relação ao reconhecimento e valorização da inovação como um componente fundamental para o crescimento da empresa suscitou respostas que proporcionam compreensões significativas. Entre os participantes, uma expressiva maioria de 89,7% (n = 26) afirmou que a organização, em sua percepção, reconhece e valoriza a inovação como um elemento essencial para sua expansão. Por outro lado, uma minoria de 10,3% (n = 3) manifestou a percepção de que a empresa não proporciona esse reconhecimento e valorização à inovação.

Esses resultados coadunam com a perspectiva oferecida por estudos relevantes. A pesquisa conduzida por Almendra et al. (2022) indica que organizações que internalizam a inovação como uma prioridade estratégica estão mais propensas a alcançar um crescimento sustentável. Da mesma forma, as constatações deste estudo refletem a visão apresentada por Ribeiro e Silva (2015), que identificaram que o compromisso organizacional com a inovação é muitas vezes um diferencial competitivo crucial.

Gráfico 6: Percepção dos Colaboradores sobre o Reconhecimento e Valorização da Inovação pela Empresa.



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

No entanto, é relevante ponderar que as percepções individuais podem ser influenciadas por diversos fatores, incluindo a comunicação da empresa, o alinhamento de valores e a observação de práticas concretas de apoio à inovação. Nesse contexto, a pesquisa de Almeida e Santos (2019) enfatiza a importância da coerência entre a retórica de valorização da inovação e as ações efetivamente praticadas.

3.8 Percepção da relação entre um clima organizacional positivo e a capacidade da empresa de promover a inovação

A análise das respostas dos colaboradores revelou que a conexão entre um clima organizacional favorável e a capacidade de impulsionar a inovação é de extrema

importância. Um ambiente onde os colaboradores se sentem valorizados e são incentivados a compartilhar suas ideias é propício para a inovação. A liberdade de expressão, a colaboração e a confiança emergiram como fatores-chave para estimular a criatividade e a inovação.

Os resultados destacam a importância de criar um ambiente saudável e encorajador, que não apenas aumenta a produtividade, mas também fortalece as interações e relações no local de trabalho, facilitando o desenvolvimento de soluções inovadoras. As percepções dos colaboradores convergem com estudos anteriores sobre o assunto.

Amabile (1998) enfatiza que um clima organizacional positivo é fundamental para promover a inovação, proporcionando um ambiente propício para a expressão de ideias criativas. A valorização dos funcionários, mencionada pelos participantes, está alinhada com West e Farr (1990), que argumentam que o reconhecimento e o apoio aos colaboradores estimulam a criatividade e a inovação.A importância da confiança como elemento-chave na promoção da criatividade e inovação é respaldada por Edmondson e Kramer (2007). Além disso, a liderança desempenha um papel relevante, como indicado por De Spiegelaere et al. (2014), que argumentam que líderes que promovem um ambiente de apoio e colaboração têm um impacto positivo na inovação organizacional, o que está de acordo com as percepções dos participantes.

A promoção da inovação na empresa desempenha um papel importante na construção de um clima organizacional positivo. A inovação cria um ambiente propício, onde os colaboradores se sentem valorizados e motivados a se envolver ativamente, promovendo o senso de pertencimento e engajamento. A colaboração interdepartamental, frequentemente associada à inovação, melhora a comunicação e a coesão no local de trabalho. Além de impulsionar o desempenho e o crescimento da empresa, a promoção da inovação reforça o compromisso e a satisfação dos colaboradores, criando um ciclo virtuoso de interações positivas e engajamento. As respostas demonstram que a busca por soluções inovadoras exige colaboradores comprometidos, enfatizando a relevância do clima organizacional para estimular tal comprometimento.

Amabile (1998) destaca a importância de um clima de trabalho que promova a liberdade de expressão e a valorização das ideias dos colaboradores para estimular a criatividade e a inovação. Isso se alinha com as conclusões obtidas nas respostas dos colaboradores, onde a promoção da inovação cria um ambiente favorável para a expressão de opiniões e para a colaboração entre equipes, fatores essenciais para a geração de compreensões inovadoras.

Edmondson e Lei (2014) enfatizam a importância da colaboração interdepartamental para a inovação, o que é corroborado pelas respostas coletadas, mostrando que a promoção da inovação contribui para a quebra de barreiras entre departamentos e cria um ambiente de trabalho mais coeso e colaborativo. Os estudos de Grant (2013) e Spreitzer e Porath (2012) também fornecem subsídios relevantes,

ressaltando como o reconhecimento e a valorização das contribuições dos colaboradores são essenciais para o engajamento e o desenvolvimento de um senso de pertencimento. Essa percepção é refletida nas respostas coletadas, onde a promoção da inovação é apontada como um fator que amplia a autoestima e a sensação de pertencimento dos colaboradores, criando um ciclo positivo de motivação e satisfação.

A promoção da inovação desempenha um papel fundamental na construção de um clima organizacional positivo, evidenciado pelas respostas dos colaboradores. A inovação contribui para criar um ambiente onde os funcionários se sentem valorizados e motivados a se engajar ativamente, promovendo o senso de pertencimento e o engajamento. A colaboração interdepartamental, frequentemente ligada à inovação, melhora a comunicação e a coesão entre as equipes, resultando em um ambiente de trabalho mais harmonioso. Além de impulsionar o desempenho e o crescimento da empresa, a promoção da inovação fortalece o comprometimento e a satisfação dos colaboradores, estabelecendo um ciclo virtuoso de interações positivas e engajamento.

As sugestões dos colaboradores para fortalecer o clima organizacional e a cultura de inovação na organização incluem aspectos como liderança inspiradora, comunicação transparente, recompensas por inovação, tempo dedicado à exploração, colaboração interdisciplinar, aceitação de erros construtivos e investimento em desenvolvimento. Essas diretrizes práticas, baseadas em respostas e sugestões, podem ser adaptadas à cultura e às necessidades específicas da empresa para promover um ambiente propício à inovação e ao crescimento.

4. CONCLUSÕES

A presente pesquisa teve como objetivo principal a análise da relação entre o clima organizacional e a promoção da inovação no contexto do setor de almoxarifado e logística. A investigação envolveu uma análise aprofundada dos aspectos-chave do clima organizacional nesse contexto específico, permitindo uma compreensão mais profunda dos elementos que influenciam a criação de um ambiente propício à inovação.

Ao analisar a percepção do clima organizacional entre os colaboradores, foi possível atender plenamente ao primeiro objetivo. Os dados coletados e as respostas analisadas refletiram a diversidade de opiniões e experiências que compõem o ambiente organizacional. Isso leva a uma compreensão mais abrangente das complexidades do clima organizacional no setor de almoxarifado.

Da mesma forma, o segundo objetivo, que era identificar a contribuição de um clima organizacional positivo para a promoção da inovação, foi substancialmente alcançado. As sugestões dos participantes, alinhadas com a literatura, enfatizaram a importância da liderança inspiradora, da comunicação transparente e do estímulo à criatividade como componentes fundamentais para a promoção da inovação.

Além disso, os resultados destacaram a importância de investir em um ambiente de trabalho positivo. A predominante satisfação dos colaboradores com o ambiente de trabalho foi vista como um indicador positivo, mas as vozes das minorias insatisfeitas ou indiferentes ressaltaram a necessidade contínua de melhorias para garantir um ambiente estimulante e motivador.

Ao apresentar argumentos claros e tangíveis sobre como um ambiente organizacional positivo estimula a inovação, esta pesquisa reforçou a necessidade de considerar tanto os fatores comportamentais quanto os elementos impulsionadores da inovação para alcançar resultados empresariais excepcionais.

Portanto, os resultados desta pesquisa validaram a interligação entre o clima organizacional e a promoção da inovação, conforme delineado nos objetivos estabelecidos. A análise das percepções dos colaboradores, juntamente com suas sugestões práticas, proporcionou uma compreensão abrangente de como um ambiente de trabalho estimulante e colaborativo contribui para a criação de uma cultura de inovação sustentável.

Com isto, esta pesquisa pode capacitar as organizações a impulsionar o crescimento sustentável e a excelência organizacional em um mercado em constante evolução. Isso fortalece sua capacidade de adaptação e diferenciação, preparando-as para os desafios e oportunidades que surgem em um ambiente empresarial dinâmico.

Este estudo abre caminho para pesquisas futuras, incluindo: Aprofundar a análise das estratégias de liderança que melhor promovem a inovação em ambientes organizacionais específicos. Investigar a relação entre a percepção do clima organizacional e o desempenho individual dos colaboradores. Avaliar a eficácia de intervenções específicas para melhorar o clima organizacional e estimular a inovação. Realizar estudos longitudinais para observar como as mudanças no clima organizacional afetam a cultura de inovação ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, C.; SANTOS, D. The Role of Organizational Flexibility in Navigating Change. Adaptation and Innovation Journal, 28(1), 89-105, 2019.

AMABILE, T. Creativity and Innovation in Organizations. Course Note 9-396-239. Boston: Harvard Business School. Amabile, T. Managing for Creativity. Course Note 9-396-271. Boston: Harvard Business School, 1996.

AMABILE, T. M. Creativity in context: Update to the social psychology of creativity. Westview Press, 1996.

AMABILE, T. M. How to kill creativity. Harvard Business Review, 76(5), 76-87, 1998.

Annual Review of Psychology, 68, 467-494, 2017.

BROWN, S. L.; EISENHARDT, K. M. The art of continuous change: Linking complexity theory and time-paced evolution in relentlessly shifting organizations. Administrative Science Quarterly, 42(1), 1-34, 1997.

BROWN, S.; SMITH, A.; JOHNSON, P. Employee Satisfaction and Its Determinants: ACase Study in the Retail Sector. Journal of Business and Management, 25(1), 112-128, 2020.

CAMERON, K. S.; ETTINGTON, D. R. Organizational culture and climate. In The Oxford handbook of organizational psychology. Oxford University Press, 2018.

CHIAVENATO, I. Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DAS, T. K.; TENG, B. S. Between trust and control: Developing confidence in partner cooperation in alliances. Academy of Management Review, 24(3), 491-512, 1999.

DENISON, D. R. Corporate culture and organizational effectiveness. John Wiley and Sons, 1980.

EDMONDSON, A. C.; KRAMER, R. M. The toxic workplace. Harvard Business Review, 85(3), 77-82, 2007.

EDMONDSON, A. C.; LEI, Z. Psychological safety: The history, renaissance, and future of an interpersonal construct. Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior, 1(1), 23-43, 2014.

FREEMAN, C.; PEREZ, C. Strutural Crises of Ajustament: Bussines ycles and investment behaviour. *In:* Dosi, G. et al. Technical Changes and Economic Theory. London.1988.

GARCIA, A., SILVA, B., RODRIGUES, C. Fostering Creativity in the Workplace: A Study on Organizational Strategies. Journal of Innovation and Management, 10(2), 145-162, 2018.

GARCIA, A., SILVA, M.; RODRIGUES, P. Leadership Impact on Organizational Culture forEmployee Development and Well-being. Journal of Organizational Psychology, 42(3), 321-336, 2018.

GLISSON, C.; JAMES, L. R. The cross-level effects of culture and climate in human service teams. Journal of Organizational Behavior, 23(6), 767-794, 2002.

GRANT, A. M. Rocking the boat but keeping it steady: The role of emotion regulation in employee voice. Academy of Management Journal, 56(6), 1703-1723, 2013.

JAMES, L. R.; SELLS, S. B. Psychological climate: Theoretical perspectives and empirical research. Organizational Behavior and Human Performance, 28(3), 328-358, 1981.

JOHNSON, A. B.; SMITH, C. D.; DAVIS, E. F. Enhancing Workplace Collaboration and Productivity through Effective Communication. Journal of Organizational Communication, 41(3), 123-135, 2017.

LEE, C.; KIM, Y.; LEE, J. The Impact of Employee Engagement on Job Satisfaction and Organizational Commitment in a Call Center Environment. Human Resource Development International, 20(3), 278-295, 2017.

LITWIN, G. H.; STRINGER, R. A. Motivation and organisational climate. Division of Research, Harvard Business School, Boston, 1968.

LUZ, R. S. Gestão do Clima Organizacional. Editora Qualitymark, 1995.

OLIVEIRA, D.; SANTOS, F. Promoting Creativity and Innovation in Organizations:Strategies and Impacts. Organizational Dynamics, 18(3), 321-336, 2012.

PATTERSON, M.; WARR, P.; WEST, M. Organizational climate and organizational productivity: the role of employee affect and employee level. Journal of Occupational and Organizational Psychology. 77, 193-216, 2004.

PERRY, J. L. Bringing society in: Towards a theory of public-service motivation. Journal ofPublic Administration Research and Theory, v. 10, p. 471-488, 2000.

PERRY, J. L. Measuring Public Service Motivation: Na Assessment of Construct Reliabilityand Validity. Journal of Public Administration Research and Theory, v. 6, p. 5–22, 1996.

RIBEIRO, D., SILVA, E. Innovation as a Competitive Advantage: An Analysis of Organizational Approaches. Strategic Management Review, 26(3), 178-195, 2015.

RIBEIRO, G., LIMA, H., COSTA, J. Industry-Specific Analysis of Creative Stimulation in the Workplace. International Journal of Innovation and Industrial Management, 25(6), 789-804, 2022.

ROBBINS, S. P.; JUDGE, T. A. Comportamento organizacional. Pearson, 2018.
ROGERS, E. M. Diffusion of innovation. New York: The Free Press, 4ª ed., 1995.

ROBERTSON, L. G.; BROWN, H. R.; WILLIAMS, M. J. Examining the Impact of Communication Quality on Employee Perceptions: Implications for Organizational Effectiveness. Journal of Applied Communication Research, 47(2), 210-225, 2019.

SANTOS, A., SOUSA, B., PEREIRA, C. Fostering Innovation Skills Through OrganizationalTraining: A Case Study. International Journal of Innovation Management, 12(4), 567-582, 2020.

SCHNEIDER, B.; EHRHART, M. G.; MACEY, W. H. Organizational climate and culture.

SMITH, A.; JOHNSON, B.; WILLIAMS, C. The Impact of Team Collaboration on Organizational Productivity. Journal of Applied Management, 15(3), 231-245, 2018.

SMITH, J.; JOHNSON, L.; MARTIN, K. Exploring the Factors Influencing Employee Satisfaction in the Modern Workplace. Journal of Applied Psychology, 103(5), 513-529, 2018.

SPREITZER, G.; PORATH, C. Creating sustainable performance. Harvard Business Review, 90(1/2), 92-99, 2012.

STERNBERG, R. J.; LUBART, T. I. The concept of creativity: Prospects and paradigms. In: STERNBERG, R. J. (Org.). Handbook of Creativity. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2004. p. 3-15.

TIDD, J.; BESSANT, J. Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change. John Wiley and Sons, 2018.