

SOBRE O ESTUDO

A Clareza Organizacional é definida por quão bem os funcionários acreditam que a sua organização comunica a sua estratégia, seus valores e sua realidade competitiva. Mais de 1.500 funcionários em cinco países - Estados Unidos, Reino Unido, Índia, Brasil e China - foram questionados sobre o quão bem as suas organizações se conectam às três dimensões em termos de alinhamento com os empregados: **TRABALHO, ESTRATÉGIA E MERCADO.**

DEFININDO AS DIMENSÕES

Três dimensões fundamentais da Clareza Organizacional:

TRABALHO — grau em que um funcionário olha para dentro de sua organização para compreender a estratégia organizacional, e como a estratégia é aplicável no seu trabalho

ESTRATÉGIA — grau em que um funcionário olha para dentro de sua organização para compreender a estratégia da sua organização, mas igualmente olha externamente para comparar com a realidade competitiva.

MERCADO — grau em que um funcionário observa exclusivamente para fora da organização para compreender suas perspectivas futuras como empregado, e como sua organização reage ao mercado.

● PERFIL DO PAÍS: BRASIL

Brasil e China tiveram níveis semelhantes nas dimensões TRABALHO e MERCADO. Assim como os outros países, exceto a Índia, o Brasil decaiu na dimensão de MERCADO. Além disso, os funcionários no Brasil foram menos confiantes sobre a dimensão ESTRATÉGIA, duvidando da capacidade da organização de cumprir as suas promessas e aplicar a sua estratégia de forma eficaz no futuro. Isto pode ser devido, em parte, porque o país entrou em recessão no 2º trimestre de 2015.

Os resultados também mostraram que os entrevistados não sentem que foram recompensados de forma justa pelo seu trabalho. Em comparação com outros países, o Brasil obteve a pontuação mais baixa em quesito compensação. Isso também se refletiu na dimensão do MERCADO, considerando que quase metade dos funcionários relatou que o comportamento de sua organização fazia pouco sentido, e suas respectivas organizações pareciam reagir mais ao mercado do que transformá-lo.

O Brasil tem uma oportunidade de comunicar eficazmente uma estratégia clara para seus funcionários, auxiliando-os a impulsionar a confiança própria na sua capacidade de ser bem sucedido. Além disso, as organizações no Brasil precisam trabalhar na construção de confiança, já que seus funcionários são menos propensos a concordar de que elas cumprem com suas promessas.



INDICADOR:



TRABALHO



ESTRATÉGIA



MERCADO

A Comissão IPR em Comunicação Organizacional está desenvolvendo uma agenda como agregadora de conhecimento, modelo inovador e líder de pensamento na área da comunicação interna e engajamento. Para mais informações, consulte o documento completo em:

www.InstituteForPR.org/organizational-clarity-case-workforce-alignment-belief/

AGRADECEMOS AOS PATROCINADORES:



Dr. Bruce Berger