

Clima Organizacional: Um estudo de caso no Supermercado Da Terra

Ligiane Felinto da Rocha *

RESUMO

O referido artigo revela os resultados de uma pesquisa sobre o clima organizacional realizada no Supermercado Da Terra junto a 18 colaboradores. Para organização estudada utilizou-se o estudo de caso, com a finalidade de atingir os objetivos da pesquisa, pois trata-se de investigar o ambiente interno da empresa através da percepção dos seus colaboradores. O questionário caracterizou-se por uma série de questões que abordam 5 variáveis que compõe o clima organizacional: o ambiente de trabalho, benefícios, motivação, liderança e comunicação. As informações obtidas através da pesquisa de clima organizacional podem conduzir os gestores, o desafio de estimular um ambiente de trabalho que possa influenciar a satisfação e desempenho humano dos seus funcionários com os objetivos do negócio.

Palavras Chave: Clima organizacional. Cultura Organizacional. Percepção.

ABSTRACTS

The related article discloses the results of a research on the carried through organizational climate in the Supermarket Of the Land next to 18 collaborators. For studied organization the case study was used, with the purpose to reach the objectives of the research, therefore it is treated to investigate the internal environment of the company through the perception of its collaborators. The questionnaire was characterized for a series of questions that approach 5 0 variable that the organizacional climate composes: the environment of work, benefits, motivation, leadership and communication. The information gotten through the research of organizacional climate can lead the managers, the challenge to stimulate a work environment

*Bacharel em Administração e Aluna do Curso MBA em Gestão Estratégica de Pessoas da FARN. e-mail: ligiane23@yahoo.com.br

Orientador (a) : Teresa Pires, Psicóloga e professora convidada de instituições de ensino superior para ministrar aulas em programas de pós-graduação (lato sensu) e avaliadora do INEP. e-mail: teresapires.psi@gmail.com

that can influence the satisfaction and human performance of its employees with the objectives of the business.

Words Key: Organizacional climate. Organizacional culture. Perception.

1 INTRODUÇÃO

Para a meteorologia o clima é um estado de temperatura variável ou permanente de uma região em um determinado período seja inverno ou verão. Apesar de ser um tema relacionado à temperatura ambiental do planeta, também se relaciona com o mundo corporativo no que se refere ao clima interno das organizações e que é analisado através de pesquisa geralmente realizada pelo setor de Recursos Humanos da empresa, a fim de medir a percepção dos colaboradores sobre diversos elementos que compõem o clima organizacional, adaptado a cultura da empresa.

É necessário que a pesquisa sobre o clima da organização tenha continuidade para que haja melhoria do ambiente de trabalho fazendo com que os colaboradores sintam-se motivados e como consequência envolvidos na missão a que se propõe a organização. Percebe-se ainda que o ambiente de trabalho que propicia o empenho dos funcionários com os objetivos do negócio, contribui para o desenvolvimento para ambos.

2 CLIMA ORGANIZACIONAL

Considerando que clima é a variação de comportamento da temperatura do ambiente, o clima organizacional é o resultado da percepção que os colaboradores têm em relação à empresa observando os fatores que influenciam o comportamento destes, causando situações de clima favorável ou desfavorável no âmbito da organização, impactando nos objetivos da empresa.

Neste sentido o clima nas organizações passou a ter maior evidencia com o surgimento das greves de funcionários de fábricas com a intensão de obter benefícios como:

melhoria de condições , direitos trabalhistas e aumento de salário. No Brasil as greves foram proibidas no período militar entre 1964 e 1985. Nesse período nas cidades de São Paulo e Minas Gerais aconteceram inúmeras greves até da década de 70. Porém a greve é assegurada pela Constituição Federal Brasileira de 1998 em seu artigo 9º que diz:

É assegurado o direito de greve, competindo aos trabalhadores decidir sobre a oportunidade de exercê-lo e sobre os interesses que devam por meio dele defender.

§ 1º A lei definirá os serviços ou atividades essenciais e disporá sobre o atendimento das necessidades inadiáveis da comunidade.

§ 2º “Os abusos cometidos sujeitam aos repensáveis às penas”.

Porém tais manifestações não são bem aceitas pelos órgãos governamentais e a população, pois algumas destas greves finalizam em confrontos violentos.

Então diante do exposto, nota-se que vários fatores que compõe o clima organizacional como: salários, plano de carreira, benéficos etc., uma vez percebidos pelos colaboradores de forma negativa gera a insatisfação dos indivíduos e conseqüentemente a diminuição ou paralisação da produtividade. Portanto, para alcançar os objetivos a que se propõe, sua missão e seus valores, as empresas e seus líderes devem está atentos com o que acontece no ambiente interno, a atenção torna-se mais complexa, pois implica necessariamente em administrar pessoas, motivá-las atendendo suas necessidades fazendo com que os indivíduos tornem-se parceiros da organização.

Segundo Kannane (1999, p. 40)

Quando se consegue criar um clima organizacional que propicie a satisfação das necessidades de seus participantes e que canalize seus comportamentos motivados para a realização dos objetivos da organização, simultaneamente, tem-se um clima propicio ao aumento da eficácia da mesma.

No que se refere às necessidades, embora existam várias definições sobre este assunto, a Teoria mais utilizada é a de Maslow (1954) que através da hierarquia das necessidades mostra que a necessidade de uma pessoa não é apenas financeira, mas, social e psicológica.

Vários aspectos são observados como: significado do trabalho em equipe, liderança entre outros fatores que podem afetar o comportamento organizacional. Para Ulrich (1998, p. 08) “Quando as práticas estão ajustadas às necessidades de clientes externos e internos, as empresas têm mais chances de se tornarem bem sucedidas”. Nesse sentido, para

que o clima organizacional torne-se favorável para a empresa é preciso que as necessidades dos colaboradores sejam compreendidas e estimuladas. Por isso as organizações e seus gestores devem criar e manter um ambiente de trabalho capaz de impulsionar as contribuições dos seus colaboradores.

Para Chiavenato (1997, p. 53) O clima organizacional é favorável quando as necessidades pessoais dos participantes produzindo elevação do moral interno. E desfavorável quando proporciona frustração daquelas necessidades

Então, clima organizacional refere-se aos estímulos motivacionais dos colaboradores da empresa, constituindo a qualidade do clima do ambiente interno. Sobre esse assunto Chiavenato (1997) diz ainda “O clima organizacional influencia o desempenho humano e a satisfação no trabalho”. Robbins (1998, p.62) afirma que “necessidades insatisfeitas ou *motivações* estimulam indivíduos e podem exercer forte influencia nas suas percepções”. Por isso é fundamental que as organizações identifiquem a ação e reação coletiva como mecanismos de coordenação e motivação. Então na prática às empresas estão mais flexíveis, diante deste cenário é interessante saber como as pessoas da empresa cooperam de forma espontânea e consensual. Portanto, o clima organizacional pode interferir no comportamento dos indivíduos, conseqüentemente, no planejamento da organização em diversas atividades inclusive no cumprimento de metas.

O sucesso de uma organização depende de muitos fatores como: produto ou serviço de qualidade, excelência no atendimento, obedecer a exigências legais e da clientela, tecnologia agregada ao negócio etc. Mas o sucesso também depende das pessoas que estão inseridas na organização. E o desafio dos gestores é administrar essas pessoas, de senti-las, percebe-las e motiva-las a contribuir com o desenvolvimento organizacional de forma espontânea. Sobre a participação do individuo na organização, Chievenato (1997) diz que:

Sobre tudo, que participem da empresa não como recursos mecânicos de produção, mas como pessoas criativas, inteligentes, responsáveis que podem dar muito mais do que simplesmente esforço físico ou muscular na forma de contribuições proveitosas e necessárias ao sucesso empresarial.

Então isso significa que, os esforços empresariais voltados para a eficácia do negócio também dependem dos colaboradores para que os objetivos organizacionais sejam alcançados. Portanto, os gestores de uma empresa devem realizar para o participante (colaborador) a remuneração, segurança e condições para que o individuo trabalhe adequadamente em troca disso, o colaborador desempenha e sua tarefa esforçadamente, pois a

empresa espera que o participante atenda sua autoridade e o empregado espera que a organização haja corretamente com seus propósitos com equidade.

Toda e qualquer empresa é um organismo social formado por pessoas que interagem e recebem incentivos para contribuir para o desenvolvimento organizacional, ou seja, a empresa recebe contribuição do empregado através da sua mão- de -obra, o empregado, recebe da empresa a remuneração, incentivos etc.

De acordo com Chievenato (1997, p.43) as contribuições são “pagamentos” que o participante oferece à organização, como trabalho, à dedicação, o esforço pessoal, o desempenho, assiduidade, pontualidade, lealdade, reconhecimento etc. Isso significa que os incentivos promovidos pela empresa são os retornos do investimento efetuado para com o empregado contribuindo para o clima favorável à organização.

Sendo assim, a pesquisa de clima organizacional auxilia os gestores na tomada de decisões, porque, possui informações de várias fontes da empresa validando o diagnóstico atual da organização sendo um excelente meio de captar (analisar) a satisfação e motivação das pessoas da organização, uma vez que se referir ao clima organizacional remete-se a idéia de percepção de diferentes formas das pessoas em relação à empresa.

Johann (2004, p.65) referindo a clima organizacional, diz que:

Na verdade, o clima organizacional é formado pelo somatório de fatores tão diferentes como salário, relacionamento e comunicação entre a chefia e os funcionários, convênio médico, condições de salubridade, reconhecimento (ou falta dele) etc.

Mapear o ambiente interno de uma organização de forma a identificar possíveis lacunas nos processos, ajuda na introdução de ações que possibilite a resolução de anomalias detectadas nos processos organizacionais, uma vez que, as empresas são um organismo social, o ambiente de uma organização sofre mutações, pois seus objetivos podem sofrer modificações ao longo do tempo interna ou externamente. As mudanças externas referem-se a estrutura da empresa, tecnologias, concorrência, leis etc. No que se refere a mudança interna, esta é ocasionada por alterações do comportamento humano, interagindo nos objetivos organizacionais.

3 COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

Comportamento Organizacional é um campo de estudo que investiga o impacto que indivíduos, grupos e a estrutura têm sobre o comportamento dentro das organizações com o propósito de aplicar este conhecimento em prol de uma organização (Robbins, 1998, p.06)

A partir desta ótica, observa-se que o comportamento organizacional estuda o que os indivíduos fazem em uma organização e como o seu comportamento afeta o desenvolvimento da organização. Isso significa observar questões como: absentismo, rotatividade, produtividade, gerenciamento, cargos, as tarefas e conseqüentemente o desempenho humano. Estudar o comportamento de pessoas em uma empresa não é uma tarefa simples.

Segundo, Bowditch (1992,p.40) Um dos principais problemas no estudo do comportamento organizacional refere-se a porque as pessoas desempenham e se comportam da maneira como o fazem em seu trabalho e suas organizações. Diante essa complexidade, são inúmeras as perguntas a serem respondidas tais como:

- Como influenciar o desempenho dos colaboradores?
- Qual o motivo da insatisfação coletiva dos funcionários?

Entre várias questões sobre assunto, na atividade gerencial o importante é saber como motivar as pessoas de uma empresa, pois os colaboradores podem manifestar suas atitudes de acordo com a percepção em relação ao que é vivenciado em relação ao ambiente de trabalho.

Para Robbins (1999,p.62)

Percepção pode ser definida como um processo pelo qual indivíduos organizam e interpretam suas impressões sensoriais a fim de dar sentido ao seu ambiente [...] a percepção para o estudo do comportamento organizacional é importante porque o comportamento das pessoas é baseado em suas percepções do que a realidade é, não na realidade em si. (grifo nosso)

Sendo assim, o comportamento humano pode afetar os objetivos organizacionais, pois o que é percebido pelo individuo no ambiente em volta influencia suas atitudes comportamentais. Portanto, pode-se dizer que, é percebido não está condizente com as

expectativas e interesses do colaborador, a motivação será atingida, pois “de modo geral”, motivo é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma [...].

(Chievenato 2002,p 80)

4 MOTIVAÇÃO

A motivação humana é um tema que vem polarizando as atenções dos cientistas e estudiosos desde o início do século xx [...]

A experiência da Fábrica de Hawthorne, da General Eletric Company, de Chicago, Estados Unidos no final dos anos 20 [...] é tida como o primeiro dos experimentos e intervenção maior dos cientistas do comportamento. Provo-se que a “atenção” dada trabalhador conseguia influir na sua produtividade. (MARRAS, 2009 P.33)

A partir desta experiência, iniciaram-se os estudos sobre o processo motivacional. Embora existam várias definições sobre o que vem a ser motivação e na tentativa de facilitar e simplificar a compreensão sobre vários modelos que descrevem a motivação, destaca-se a abordagem de Bowditch (1992) que explica o processo motivacional citando diversas teorias, conforme a tabela abaixo:

Teorias da Motivação	A Hierarquia das Necessidades de Maslow Teoria ERC de Alderfer Teoria das Necessidades Socialmente Adquiridas de McClland Teoria da Motivação-Higiene de Herzberg
Teorias de Processo da Motivação	Teoria das Expectativas Teoria da Motivação pelo Caminho-Meta Teoria do Estabelecimento de Metas
Teorias da Motivação baseadas no ambiente	Teoria do condicionamento e Reforço Operantes Teoria de Comparação Social Teoria da Equidade Teoria do Intercâmbio

Quadro-1 Diversas Teorias Motivacionais

Fonte:Adaptado de Bowditch, 1992

Nesse contexto, a motivação dos funcionários em uma organização torna-se um desafio para os gestores, pois atualmente os colaboradores trabalham mais e com recursos

limitados. Isso faz com que os funcionários contribuíssem menos, comprometendo os objetivos da organização.

Para Ulrich (1998,p.157)

Quando as empresas deixam de oferecer carreira ou mesmo segurança no emprego, os funcionários passam a repensar sua contribuição e dedicação à empresa.

Os funcionários não tentam superar no nível básico de competência ou se engajar inteiramente nas ações da empresa.

Por isso a motivação está vinculada ao desempenho e o comprometimento dos colaboradores. Sobre esse assunto, ainda Ulrich (1998) adverte que “não basta considerar as necessidades como determinantes do comportamento do trabalhador; é preciso considerar também em que grau o mesmo percebe as condições existentes no ambiente organizacional”. Pois, não só as limitações de recursos comprometem o desempenho do trabalhador ,mas a junção de diversos elementos que estão inseridos no ambiente organizacional provocando diferentes graus de motivação e de satisfação do colaborador.

Portanto, há um amplo acervo na literatura sobre motivação, pois é um assunto abrangente e a sua relação com o comportamento humano é complexo. Por isso o advento de tantas teorias na tentativa de explicar o comportamento humano nas organizações. “E o comportamento organizacional é um campo voltado a prever, explicar, compreender e modificar o comportamento humano no contexto das empresas” (WAGNER III, 1999, P.06)

5 CULTURA ORGANIZACIONAL

A palavra cultura, remete a observação do modo de vida, os valores, crenças e tradições de um determinado povo revelando a sua identidade, facilitando a compreensão da sua existência assim como a sua inserção com membros de diferentes culturas. Utilizando-se dessa mesma idéia, em uma empresa, busca-se então, sua identidade empresarial, diferenciado-a das demais organizações.

Segundo Marras (2009, p. 288)

Toda organização possui uma cultura própria que a identifica e que forma o conjunto que realça os seus costumes, suas crenças e seus valores.

É pela sua cultura que uma empresa fixa a marca do seu perfil e também orienta ou controla o comportamento daqueles que a formam.

Então cada organização possui sua identidade, transparecendo através das pessoas que nela trabalham podendo ser percebida pelo comportamento destes, pois são controlados pelas regras, valores e normas que a organização expressa. E uma cultura que é bem administrada é capaz de motivar a “devoção” dos seus colaboradores por meio do seu desempenho.

6 METODOLOGIA

A metodologia adotada teve por base o modelo desenvolvido por Luz (2003), com adaptações para simplificar e facilitar a aplicação instrumento de pesquisa e que pretende promover uma pesquisa exploratória, que segundo Andrade (1999, 106) “a pesquisa exploratória é o primeiro passo de todo trabalho científico”. Então, a pesquisa exploratória foi escolhida para fundamentar o entendimento do assunto estudado. Essa investigação teve como objetivo investigar o clima organizacional do Rede Mais Supercorretor DA TERRA disponibilizadas aos colaboradores da empresa.

Para o estudo, utilizou-se a pesquisa descritiva que, ainda para Andrade (1999, p. 107), “caracteriza-se pela técnica padronizada da coleta de dados, realizada principalmente através do questionário”. Neste momento do trabalho, questionários foram aplicados aos colaboradores, com intuito de levantarem-se dados que fundamentassem a pesquisa.

O levantamento bibliográfico foi efetuado através de fontes secundárias, sobre o tema em questão. O estudo obteve características de diagnóstico, a fim de analisar a qualidade do clima da organização através da percepção dos funcionários. Também utilizou-se o estudo de caso que segundo Lakatos (2004) refere-se ao levantamento com mais profundidade de determinado caso ou grupo humano, com a finalidade de obter generalização.

7 COLETA DE DADOS

Pesquisa bibliográfica-As informações para o referido artigo foram coletadas a partir de fontes bibliográficas e através da internet, onde numerosos registros foram encontrados sobre o tema estudado.

Pesquisa de Campo –Neste momento da pesquisa foram aplicados os questionários que caracterizou-se por 16 questões que abordam o tema clima organizacional. No que se refere as variáveis do clima organizacional, Luz (2003,p.42) diz que: “[...] os funcionários respondem a questões relacionadas a diferentes aspectos [...]as empresas buscam saber a opinião dos funcionários quanto às seguintes variáveis:

1. **O trabalho Realizado pelos Funcionários;**
2. **Salário;**
3. **Benefícios;**
4. **Integração entre os Departamentos da Empresa;**
5. **Supervisão/Liderança/Estilo Gerencial/ Gestão;**
6. **Comunicação;**
7. **Treinamento/Desenvolvimento/Carreira/Progresso e Realização Profissionais;**
8. **Possibilidade de Progresso Profissional;**
9. **Relacionamento Interpessoal;**
10. **Estabilidade no Emprego.”**

Nesse sentido cinco principais variáveis escolhidas pela autora do estudo, fizeram parte por considera-los mais relevantes para a pesquisa, a saber: **comunicação,liderança, ambiente de trabalho, motivação e benefícios.**

A aplicação do questionário deu-se no mês de março do corrente ano na organização com 18 colaboradores de diversos setores e funções para investir na credibilidade quanto aos objetivos o estudo, por permitir identificar a percepção dos funcionários em diferentes situações.

8 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população deste estudo refere-se aos colaboradores do Supermercado DA TERA, representado por 68 funcionários. A amostra é composta por 18 colaboradores da empresa considerando o erro amostral tolerável de 2 %. Para se estipular o tamanho da amostra conta-se com a teoria estatística seguinte:

Fórmula para cálculo do tamanho da amostra

$$\frac{1}{Eo . Eo}$$

N = Tamanho da população

$$n_o =$$

E_o = erro amostral tolerável

n_o = primeira aproximação do tamanho da amostra

n = tamanho da amostra

$$n = \frac{N \cdot n_o}{N + n_o}$$

$$\text{Assim, } n_o = \frac{1}{0,2.02} = 0,25 \quad n = \frac{68 * 25}{68 + 25} = 18,27 = 18$$

9 RESULTADO E ANÁLISE DOS DADOS

9.1 DESCRIÇÃO DA ORGANIZAÇÃO ESTUDADA

Esta pesquisa foi realizada no Supermercado DA TERRA em março de 2010. A empresa foi fundada em 1998 é uma organização do ramo varejista localizado na Avenida Coronel Estevam 1258 Alecrim, Natal-RN.

Atualmente, seu quadro de pessoal é composto de 68 funcionários distribuídos em turnos matutino e vespertino. É uma loja climatizada e com acervo de diversos produtos a disposição dos consumidores além do serviço de entrega de compras em domicílio.

A organização atende aproximadamente 1.118 pessoas por dia interessadas em satisfazer as necessidades básicas do ser humano como alimentação e higiene.

O Supermercado faz parte do associativismo da Rede Mais no Rio Grande do Norte. É composta por empreendedores do segmento de supermercados. A associação ocorreu há dez anos com a RN Super cujo objetivo é fortalecer negociações comerciais entre associados e fornecedores. A Rede Mais se uniu a 12 empresas e 21 lojas no RN para oferecer produtos de qualidade com preços competitivos para os seus consumidores.

Portanto, assim como as empresas associadas à missão da Supermercado DA TERRA é fornecer serviços de qualidade para todas as classes sociais proporcionando satisfação e calor humano no atendimento visando a liderança em vendas e preferência do consumidor potiguar.

9.1.1 Perfil dos colaboradores

O questionário aplicado sobre perfil quanto ao sexo dos funcionários, revelou que 61% pessoas são do sexo feminino e 39% são do sexo masculino. A pesquisa também releva que a faixa etária dos colaboradores é basicamente jovem , ou seja 67% dos funcionários encontravam-se na faixa etária de 18 a 24 anos;17% de 25 a 30anos, 11% compõe o grupo entre 31 a 40 anos e somente 5% com mais de 40 anos. Em relação à escolaridade, 55% possuíam o ensino médio completo, 12% o ensino fundamental completo, 17% tem o ensino médio incompleto, 11% possuíam o ensino fundamental incompleto e somente 5% declararam ter o curso superior incompleto. Destaca-se ainda no critério por tempo em que o colaborador trabalha na empresa; 33% trabalham na empresa a 6 meses;22% de 2 a 5 anos, 23% acima de 10 anos, 17% a 1 ano e somente 5% trabalham de 6 a 10 anos.

9.1.2 Percepção dos colaboradores sobre o clima organizacional da empresa

Para a realização da entrevista foi elaborado um instrumento de coleta composto por 16 questões sobre algumas variáveis que compõe o clima da organização. Os respondentes colaboraram espontaneamente expressando sinceridade em suas respostas demonstrando interesse em participar da pesquisa.

As informações obtidas sobre o tratamento recebido pelos funcionários independente do cargo que exerce 95% declaram que são tratados com respeito, enquanto 5% demonstraram que a empresa não os trata da mesma forma.

Sobre o questionamento que a empresa é um bom lugar para trabalhar, 90% declararam que sim ; 5% não considera que a organização é um bom lugar para trabalhar e somente 5% não opinaram. Em relação aos benefícios oferecidos pela organização, 61% consideram que os benefícios oferecidos atendem suas necessidades; 22% declararam que os benefícios não atendem as necessidades, enquanto 17% não opinaram sobre o questionamento. Em relação a oportunidade de dizer aos seus superiores o que os funcionários pensam da empresa ou do seu trabalho;95% ou seja , a maioria do entrevistados informaram que tem oportunidade de expor sua opinião e somente 5% demonstraram não ter oportunidade de expor sua opinião sobre o assunto. No item sobre recompensa para os funcionários que

alcançam bom desempenho, 78% declararam que a empresa reconhece o esforço dos seus colaboradores.

Sobre o interesse dos gestores no bem-estar dos funcionários, a maioria, ou seja, 89% dos entrevistados afirmam que os gestores estão interessados com o bem-estar da equipe. Em relação às condições de treinamento e oportunidade de para os trabalhadores da empresa, 89% afirmaram que a organização dá oportunidade de qualificação e desenvolvimento, enquanto 11% não percebem essa oportunidade. Sobre a disponibilidade da liderança quando se necessita 89% dos entrevistados afirmaram que os chefes são solícitos e somente 3% demonstram insatisfação sobre o questionamento. Ainda sobre liderança e o apoio do colaborador em programas de treinamento, a maioria dos respondentes, 84% afirmaram ter o apoio do seu superior em relação a sua qualificação. No item sobre indicar um parente ou amigo para trabalhar na empresa, 83% dos funcionários entrevistados indicariam o DA TERRA um lugar para se trabalhar, enquanto 17 % não apontariam a empresa para amigos ou parentes para esse fim.

No item em que os colaboradores apontam a razão pela qual estão na empresa , seis fatores tiveram destaque, a saber; 33% dos funcionários afirmam esta na empresa por almejar chances de progresso profissional, 17% pelo salário, os benéficos oferecidos e também pelo trabalho que realizam, pois gostam do que fazem , 11% pela estabilidade no emprego e apenas 5% pelo ambiente de trabalho. No questionamento sobre o fator que gera insatisfação na visão dos colaboradores destaca-se: a sobrecarga de trabalho, a falta de reconhecimento, a falta de autonomia com 22% de reprovação cada fator. Os outros questionamentos apontados pelos colaboradores formam o relacionamento com a chefia, 18%,a falta de recursos com 11% de rejeição e apenas 5% em relação a segurança no emprego.

10 CONCLUSÕES

Os valores, atitudes e outros aspectos que estão inseridos na cultura da organização refletem diretamente nos funcionários, pois além de estarem inseridos no processo produtivo da empresa estão sendo responsáveis em disseminar para os clientes internos e externos o que a empresa almeja positivamente. Então o clima organizacional detecta a maneira como os funcionários observam, interpretam e reagem as políticas da empresa. Essas observações, interpretações e reações podem ser positivas ou negativas implicando ou não no desenvolvimento dos objetivos propostos pela organização. O propósito deste estudo foi desenvolver um instrumento que pudesse ser aplicado a fim de reproduzir a percepção dos seus colaboradores em relação ao clima da empresa.

Conclue-se então que o clima da empresa estudada encontra-se favorável, ou seja, positivo apesar de alguns colaboradores demonstrarem insatisfação em relação alguns fatores. É importante verificar a que a pequena parcela de colaboradores que manifestaram insatisfação em relação a algumas variáveis exploradas, podem influenciar ou não o comportamento e comprometimento dos demais funcionários.

Esta pesquisa não pretende esgotar as possibilidades de uma reflexão, pois o tema em questão é complexo por tratar-se de investigar as reações das pessoas que compõe a organização. Sabe-se agora um pouco, sobre o assunto e há possibilidade de aprofundar o conhecimento teórico e prático sobre a pesquisa realizada.

Portanto, esta pesquisa torna-se uma ferramenta para que possa ser analisada as distorções e comportamentos diferenciados de alguns colaboradores que respondem as condições ambientais no trabalho através das suas percepções identificando assim, os aspectos positivos e negativos baseados nas informações obtidas para dar continuidade na melhoria dos resultados e propósitos da organização.

Referências

BOWDITCH, Anthony James L. **Elementos de Comportamento Organizacional**. Pioneira: São Paulo, 1992.

CHIAVENATO, Idalberto. **Como transformar RH (de um centro de despesa) em um centro de lucro**. Markron Books: São Paulo, 2000.

JOHANN, Silvio Luiz. **Gestão da Cultura Corporativa**: como as organizações de alto desempenho gerenciam sua cultura organizacional. Saraiva: São Paulo, 2004.

LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. Atlas: São Paulo, 2004.

LUZ, Ricardo. **Gestão de Clima Organizacional**. Qualitymark: Rio de Janeiro, 2003.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos**: do operacional ao estratégico. Saraiva: São Paulo, 2009.

ULRICH, David. **Os campeões de recursos humanos**: inovando para obter melhores resultados. Futura: São Paulo, 1998.

WAGNER III, Jonh A. **Criando Vantagem Competitiva**. Comportamento Organizacional. Saraiva: São Paulo, 1999.

ROBERTO, Kanaane. **Comportamento Humano nas organizações**. O homem rumo ao século. Saraiva: São Paulo, 1999.

Disponível em: <<http://www.redemaisrn.com.br/>> Acesso em 03 de março de 2010.