

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO DO RIO
GRANDE DO NORTE – FARN**

PRISCILLA E. SANTIAGO FALCÃO

**ESTUDO AVALIATIVO DO CLIMA ORGANIZACIONAL DA COMPANHIA
ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE – AGÊNCIA BALDO - NATAL/RN**



PRISCILLA EMERENCIANO SANTIAGO FALCÃO

**ESTUDO AVALIATIVO DO CLIMA ORGANIZACIONAL DA COMPANHIA
ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE – AGÊNCIA BALDO - NATAL/RN**

Monografia apresentada à coordenação do curso de Graduação em Administração da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte como requisito obrigatório para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora:
Rosângela de Menezes Cortez Bezerra, M.Sc

**NATAL
2005**

Catalogação na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Falcão, Priscilla E. Santiago

Estudo avaliativo do Clima Organizacional da Companhia Energética do Rio Grande do Norte – Agência Baldo – Natal-RN / Priscilla E. Santiago Falcão. – Natal: FARN, 2005.

39 f.

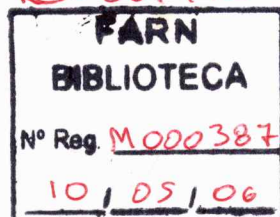
Orientador: Rosângela de Menezes Cortez Bezerra (M.Sc.)

Monografia (Graduação em Administração de Empresas) – Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Clima Organizacional – Monografia. 2. Motivação no Trabalho – Monografia.
I. Título.

RN/FARN/BC

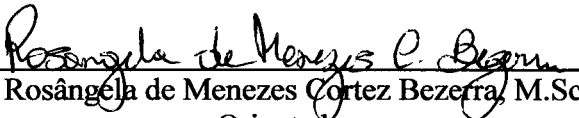
CDU 658.3:331.101.3



PRISCILLA EMERENCIANO SANTIAGO FALCÃO

**ESTUDO AVALIATIVO DO CLIMA ORGANIZACIONAL DA COMPANHIA
ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE – AGÊNCIA BALDO - NATAL/RN**

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte aprovada em ____ de ____ de ____, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:


Rosângela de Menezes Cortez Bezerra, M.Sc
Orientadora

Ana Maria da Silva Souza, M.Sc
Membro Examinador

Dedico este trabalho à pessoa mais importante da minha vida, por estar sempre ao meu lado, me apoiando e incentivando em mais uma etapa da minha vida. Você é a razão pela qual minha vida tem sido tão cheia de amor, carinho e felicidade, e com profunda admiração e gratidão eu oferto a você, minha querida mãe.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelas bênçãos a mim concedidas, agradeço a Ele por ter depositado em mim mais fé e disposição, fazendo-me esquecer do cansaço que às vezes me batia impedindo a conclusão deste trabalho.

Aos meus amados Pais, (Fátima e Jorge), me mostrando que nós nesta vida precisamos lutar para crescer, obrigada pelo apoio, incentivo e colaboração nos momentos difíceis de minha vida. O apoio de vocês foi muito importante para mim, pois aqui esta se completando mais uma etapa de minha vida.

A minha orientadora Rosângela de Menezes Cortez Bezerra pela transmissão de conhecimentos e experiência, eu vou levar em minha bagagem por toda vida, agradeço a paciência, atenção e orientações necessárias e imprescindíveis neste trabalho.

A todos os meus amigos, parentes e colegas eu torcem e acreditam em mim, me dando força e incentivo, obrigada pelo companheirismo, atenção e carinho para conclusão deste trabalho.

RESUMO

Este trabalho trás aos leitores uma reflexão sobre a importância que o clima organizacional exerce sobre as pessoas dentro de uma organização. A pesquisa foi realizada com funcionários do setor de atendimento da COSERN, que é a distribuidora de energia elétrica do Rio Grande do Norte. É uma pesquisa aplicada a uma população de 15 pessoas que trabalham no setor citado. O modelo teórico para a construção do estudo foi baseado em correntes de Chiavenato, Maximiano, Wagner e Hollenbeck. Os dados foram levantados através de questionários e tratados pelo Excel. As conclusões mostram que o clima existente na empresa é considerado favorável, no entanto para continuidade e melhoria deste ambiente foram apresentadas recomendações que alertam a empresa da necessidade de conhecer melhor o seu ambiente e poder tratá-lo cada vez melhor gerando assim satisfação e motivação a seus funcionários e conseqüentemente resultados positivos para a empresa.

Palavras – chave: Clima organizacional. Motivação no trabalho

ABSTRACT

This work behind to the readers a reflection on the importance that the climate organizational exercises inside on the people of an organization. The research was accomplished with employees of the section of attendance of COSERN, that is the dealer of electric power of Rio Grande do Norte. It is an applied research the a population of 15 people that you/they work in the mentioned section. The theoretical model for the construction of the study was based on currents of Chiavenato, Maximiano, Wagner and Hollenbeck. The data were lifted up through questionnaires and treated by Excel. The conclusions show that the existent climate in the company is considered favorable, however for continuity and improvement of this atmosphere they were presented recommendations that alert the company of the need of to know your atmosphere better and to treat him well and better generating like this satisfaction and motivation to your employees and consequently positive results for the company.

Key - Words: Climate organizational

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Sexo	27
Gráfico 2 – Faixa etária	28
Gráfico 3 – Estado civil	28
Gráfico 4 – Grau de instrução	29
Gráfico 5 – Renda familiar (em salários mínimos)	29
Gráfico 6 – Permanência na empresa	30
Gráfico 7 – Nível de comprometimento	31
Gráfico 8 – Frequência que a direção da empresa informa as estratégias	31
Gráfico 9 – Satisfação em trabalhar com gerente/gestor	32
Gráfico 10 – Reconhecimento do gerente/gestor na execução do trabalho	32
Gráfico 11 – Comunicação com superiores	33
Gráfico 12 – Ocupação atual	33
Gráfico 13 – Distribuição de trabalho	34
Gráfico 14 – Salário	34
Gráfico 15 – Lazer	35
Gráfico 16 – Segurança para executar o trabalho	35
Gráfico 17 – Campanhas e políticas de segurança no trabalho	36

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO12

1.1 Contextualização e problemática12

1.2 Caracterização da empresa.....13

1.3 Objetivos.....16

1.3.1 Objetivo geral.....16

1.3.2 Objetivos específicos.....16

1.4 Justificativa.....16

2 REFERENCIAL TEÓRICO.....17

2.1 Teoria das relações humanas.....17

2.2 Teoria comportamental.....18

2.3 Motivação no trabalho.....19

2.4 Clima organizacional.....22

3 METODOLOGIA.....25

3.1 Tipo de pesquisa.....25

3.2 Universo e amostra.....25

3.3 Coleta de dados.....25

3.4 Tratamento e análise dos dados.....26

4 ANALISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....27

4.1 Perfil da população.....27

4.1.1 Sexo.....27

4.1.2 Faixa Etária.....28

4.1.3 Estado Civil.....28

4.1.4 Grau de Instrução.....29

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho é parte integrante do estágio supervisionado do curso de administração de empresas. Tem por finalidade analisar o clima organizacional em uma distribuidora de energia elétrica com o intuito de melhorar e desenvolver sua área de recursos humanos.

O clima organizacional representa a influência ambiental sobre a motivação dos colaboradores de uma determinada empresa. Sendo assim, uma empresa que tem seus funcionários motivados, fatalmente vai ter um clima organizacional saudável. Quando há elevada motivação entre os participantes, o clima organizacional tende a ser alto, e proporcionam relações de satisfação, animação, interesse e colaboração entre os participantes. Em contrapartida o clima organizacional baixo é caracterizado por estados de desinteresse, apatia, insatisfação, depressão e podendo, em casos extremos, chegar a estados de inconformidade, agressividade, tumulto, típicos de situações em que os membros se defrontam aberta e ostensivamente contra a organização.

O projeto foi um estudo de caso realizado na Companhia Energética do Rio Grande do Norte – COSERN, a fim de diagnosticar o clima organizacional do setor de atendimento personalizado da Agência Baldo e com isso poder contribuir para possíveis melhorias, uma vez que o clima organizacional está diretamente relacionado com o rendimento dos colaboradores.

O trabalho está estruturado em cinco capítulos, abordando os seguintes assuntos: contextualização do problema, histórico da empresa e objetivos a serem alcançados com a realização da pesquisa.

1.1 Contextualização e problemática

Há muito tempo atrás às empresas mantinham seus empregados meio que em um regime de “semi-escravidão”. No decorrer das décadas os donos dos meios de produção foram obrigados a se enquadrar em certas regras e com o surgimento dos sindicatos e conscientização dos empregados, de seus direitos, a melhoria no ambiente de trabalho, tornou-se uma realidade. Para surpresa de muitos, as próprias organizações chegaram à conclusão prática de que quanto melhor as condições de trabalho, melhor o rendimento de seus colaboradores, outrora empregados.

Segunda teoria de Herzberg, existem dois fatores capazes de influenciar a motivação, um seria o fator motivacional que se refere ao conteúdo do cargo ou função ocupada seus deveres e obrigações, sendo este o responsável pela motivação propriamente dita. O segundo fator seria o fator higiênico, que se refere às condições do ambiente, o clima organizacional, sendo esse segundo fator responsável por evitar que o nível de motivação diminua, isto é, seria uma espécie de pré-requisito para a motivação.

Diante disso a Companhia Energética do Rio Grande do Norte – COSERN tem uma política de trabalho que visa à valorização do ambiente de trabalho sabendo que o mesmo é muito importante para uma maior produtividade de seus colaboradores, o que se retrata no setor de **atendimento**, que é o objeto deste estudo. A empresa busca dar uma qualidade de vida a seus funcionários, através de uma serie de benefícios, salários dignos e programas de qualificação, procurando manter assim seus colaboradores motivados com o intuito de prestar um melhor serviço ao usuário.

Tendo em vista a abordagem acima, o presente trabalho tem como finalidade o seguinte questionamento: **como o colaborador do setor de atendimento da COSERN, agência baldo, analisa o clima existente na empresa?**

1.2 Caracterização da Empresa



Figura 1 – Sede da COSERN
Fonte: COSERN (2005)

Fundada no dia 14 de dezembro de 1961, durante a administração do Governador do Estado Aluizio Alves e sob a regência no campo federal do então Presidente da Republica João Goulart, a empresa foi Inicialmente denominada de Companhia de Serviços Elétricos do Rio Grande do Norte.

O objetivo inicial da Empresa foi de estudar, projetar, construir e distribuir a energia elétrica no Estado do Rio Grande do Norte. Em 1963, quando a energia de Paulo Afonso chegou ao Rio Grande do Norte através da CHESF (Companhia Hidroelétrica do São Francisco). As primeiras redes de distribuição de energia foram logo montadas.

No ano de 1968, quando a COSERN já atendia 47 municípios no estado e 44 mil consumidores, sendo 29 mil só na capital Natal, adquiriu o acervo da antiga companhia Força

e Luz Nordeste do Brasil, tendo incorporado em 1971, a COMENSA (Companhia de Melhoramento de Mossoró).

A COSERN entrou na década de setenta atendo a 77 municípios e realizou, ainda em 1970, uma reestruturação do seu funcionamento para dar mais condições de eficiência e rendimento aos seus empregados. Em 13 de novembro de 1972, inaugurou a sua sede que ocupa a Rua Mermoz, no Baldo. Neste mesmo ano, a companhia renovou toda a rede elétrica de Natal.

A COSERN cumprindo também, uma função social, iniciou o programa de Popularização de Energia em 1977, beneficiando vários moradores do estado. Nesse ano, o consumo de energia teve um acréscimo significativo de 20%.

No fim dos anos setenta, a companhia Norte-riograndense passou a dar ênfase especial a eletrificação rural, levando a energia elétrica aos moradores do campo.

Em 1979, eram atendidas 149 sedes municipais, 76 povoados e 17 vilas. No início dos anos 80, a COSERN passou por várias dificuldades devido à política do Governo Federal e as limitações ao setor público e mesmo com a contenção de gastos, a empresa lançou, neste período, projetos como o “Terra Verde” e o “Vilarejo” e expandiu sua rede chegando a atender, em 1985, 478 localidades e 325 mil consumidores. Em 1987, a COSERN passou a integrar o Plano Nacional de Gás - Plangás, quando ela passou a explorar as diversas fontes alternativas de Energia Elétrica. Já no início dos anos 90, a COSERN voltou a atravessar um período de dificuldades com poucos recursos, tendo sido obrigada a tomar medidas drásticas para não suspender as obras de infra-estrutura em andamento. No final de 1991, a companhia contava com 2.298 empregados, naquele ano o número de consumidores já atingia 414 mil.

A PREVI (Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil), a Iberdrola Energia e o BB – Banco de Investimento constituíram o Grupo Guaraniana com o objetivo de ser a holding controlador dos investimentos adquiridos e/ou construídos nos segmentos de energia. Em 1997, esse Grupo adquiriu em leilão de privatização a Companhia Energética do Rio Grande do Norte (COSERN). O exercício de 2004 foi marcado pela eleição da nova Diretoria Executiva e pelo estabelecimento do novo modelo de gestão e governança da Companhia e suas controladas, bem como pela definição do novo nome do holding, que em outubro mudou de Guaraniana S/A para Neoenergia S/A. O novo modelo de gestão visou principalmente efetuar o equacionamento financeiro, melhorar os indicadores de qualidade com justa rentabilização dos ativos e preparar o Grupo para o crescimento.

Em 1997 foi investido na privatização R\$ 674 milhões, que possibilitou ao Grupo continuar perseguindo o objetivo de atuar no segmento de fornecimento de energia elétrica.

Atualmente, a COSERN atende mais de 860 mil clientes em todos os municípios do estado. Tem o compromisso é atender a todos os consumidores com serviços de qualidade, com os menores preços e com justa remuneração aos acionistas. Para isso, é investido continuamente na melhoria dos serviços, na geração e manutenção de milhares de empregos, na preservação do meio ambiente e no desenvolvimento sócio-econômico.

Atualmente a Companhia Energética do Rio Grande do Norte - COSERN - tem como objetivo projetar, construir e explorar sistema de produção, transmissão e distribuição de energia elétrica, bem como serviços correlatos. A Empresa é responsável pelo fornecimento de energia elétrica para 100% do território do Estado do RN, atendendo a mais de 860.000 clientes.

Em 2003, a COSERN foi premiada pela segunda vez pela Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica - ABRADEE, como a Melhor Distribuidora da Região Nordeste, tendo sido ainda finalista e obtido a 3ª posição nas categorias "Responsabilidade social" e "Maior Evolução de Desempenho". Na classificação geral e na categoria "Melhor Gestão Econômico-Financeira", a COSERN obteve a 5ª posição, concorrendo com 40 distribuidoras de energia elétrica do Brasil, que atendem a mais de 400 mil clientes.

Além do comprometimento com seus clientes, a COSERN também desempenha seu papel na sociedade promovendo campanhas e ações sócio-culturais que visam o bem-estar social. No caso dos patrocínios culturais, por exemplo, através da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, Câmara Cascudo, a Empresa investiu R\$ 1.345.042,60, beneficiando inúmeros projetos que disponibilizam o acesso da população às mais variadas formas de arte. É o caso do Circo da Luz, um espetáculo cultural, patrocinado pela COSERN, que leva às cidades do interior teatro, música, dança, folclore e exposições, promovendo a socialização da cultura.

O sucesso da Empresa se deve também à contribuição e dedicação de seus mais de 600 empregados e, por esta razão, a COSERN também investe no bem-estar deles. Em 2003 realizou a 2ª Pesquisa de Clima Organizacional, a qual foi respondida por 98% do quadro de empregados e alcançou um índice de aprovação de 83,4%, superando o índice de 82% obtido em 2002. Esse resultado se deve às diversas ações já implementadas desde a primeira pesquisa, proporcionando melhores condições de trabalho e qualidade de vida aos empregados.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos gerais

Analisar o clima organizacional existente no setor de atendimento da COSERN ?

1.3.2 Objetivos específicos

- Traçar o perfil dos colaboradores do setor de atendimento da COSERN.
- Identificar, na opinião dos colaboradores da COSERN o clima organizacional existente no setor de atendimento.
- De acordo com o resultado da pesquisa, sugerir a empresa em tela, estratégias que melhorem ou mantenha o clima organizacional do setor de atendimento.

1.4 Justificativa

Com o desenvolvimento tecnológico, as informações passaram a ser trocadas com mais velocidade, e como consequência a evolução das organizações no sentido de melhor atender as necessidades dos mercados consumidores. Por este motivo muitos estudiosos, pesquisadores e grandes organizações voltaram suas atenções para este tema, “clima organizacional”.

O ambiente tem uma influência decisiva no comportamento dos funcionários, justificando a importância atribuída ao estudo do clima organizacional como ferramenta para o comprometimento e consequentemente, para a qualidade da prestação de serviços aos clientes.

Para a empresa em tela este estudo justifica-se pela relevância do tema e benefícios que o mesmo trará na sua solidificação no mercado e como continuação de seus esforços no sentido de identificarem falhas relacionadas ao tema abordado.

Para a comunidade acadêmica servirá como fonte de consulta para alunos, professores e visitantes. E para a pesquisadora pela oportunidade de colocar em prática os conhecimentos adquiridos no transcorrer do curso de administração.

Com base no exposto justifica-se a execução deste trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Teoria das Relações Humanas

A Teoria das Relações Humanas (ou Escola Humanística da Administração) surgiu nos *Estados Unidos*, como consequência das conclusões da experiência de *Hawthorne*, desenvolvida por Elton Mayo e colaboradores. Foi um movimento a Teoria Clássica da Administração.

A teoria das Relações Humanas trouxe a ênfase do estudo da administração para as pessoas. Diferente das teorias anteriores no tempo que enfocaram a estrutura e a máquina percebeu que existia além da máquina um universo a ser descoberto relacionado ao comportamento humano e sua influência nos processos organizacionais.

A teoria das relações humanas de Mayo, Lewin, Roethlisberger, Dickson e outros psicólogos que tentaram combater o excesso de racionalismo e mecanismo dos engenheiros da Administração Científica. Foi a abordagem do *Homo social*, ou seja, a visão do homem motivado exclusivamente por recompensas sociais, não materiais e simbólicas. Segunda esta concepção, as pessoas trabalham e se esforçam para poder conviver com seus semelhantes em grupos sociais ou em organizações.

A Teoria das Relações Humanas tem suas origens nos seguintes fatos: a necessidade de se humanizar e democratizar a Administração, o desenvolvimento das ciências humanas, a idéias da filosofia pragmática de Jhon Dewey e as conclusões da experiência de Hawthorne.

A pesquisa de Mayo, concluiu que a motivação não pode ser compreendida em base puramente individual e a chave do comportamento reside no grupo social, e no enfoque das relações humanas centrava-se a atuação da psicologia e ciências sociais no aconselhamento de pessoal e nos estilos de liderança através da insinuação ou de não irritação, e da administração face a face.

Segundo Chiavenato (2000, p.105) “O homem é um ser gregário e daí a forte ênfase nas recompensas sociais como forma básica de motivação humana para satisfazer principalmente as necessidades sociais e de estima das pessoas”.

No local de trabalho, as pessoas participam de grupos sociais dentro da organização e mantem – se em uma constante interação social. Para explicar o comportamento humano nas organizações, a Teoria das Relações Humanas passou a estudar essa interação social.

Para Chiavenato (2000, p.114) “As relações humanas são as ações e atitudes desenvolvidas a partir dos contatos entre pessoas e grupos”.

O comportamento humano é influenciado pelas atitudes e regras informais existentes nos grupos dos quais participa. A compreensão das relações humanas permite ao administrador melhores resultados de seus subordinados e a criação de uma atmosfera na qual cada pessoa é encorajada a exprimi – se de forma livre e sadia.

2.2 Teoria Comportamental

A Teoria Comportamental surge no final da década de 40 com uma redefinição total de conceitos administrativos: ao criticar as teorias anteriores, o behaviorismo na Administração não somente reorganiza as abordagens, mas principalmente amplia o seu conteúdo e diversifica a sua natureza.

No decorrer da Teoria das Relações Humanas, verificamos que o homem é considerado um animal complexo dotado de necessidades complexas e diferenciadas. Essas necessidades orientam e dinamizam o comportamento humano em direção a certos objetivos pessoais. Assim que uma necessidade é satisfeita, logo surge outra em seu lugar, dentro de um processo contínuo, que não tem fim, desde o nascimento até a morte das pessoas. Os autores behavioristas verificaram que o administrador precisa conhecer as necessidades humanas para melhor compreender o comportamento humano e utilizar a motivação humana como poderoso meio para melhorar a qualidade de vida dentro das organizações e, com isso, conquistar a adesão dos que nela trabalham.

A abordagem comportamental é um dos pontos mais importantes das ciências do comportamento na teoria administrativa visando soluções democráticas para problemas organizacionais.

As ciências comportamentais têm sido bastante úteis à teoria administrativa ao passo que desenvolveu bastantes conclusões a respeito das características do ser humano, pó exemplo:

- O ser humano tem necessidades, dentre elas, necessidades gregárias, tende a desenvolver relações cooperativas e interdependentes que o leva a conviver em grupos sociais;
- O ser humano é um animal dotado de um sistema psíquico, organiza suas percepções de forma integrada semelhante a todos os seres humanos;

- O ser humano tem o poder de articular linguagens com raciocínio abstrato, tem capacidade de comunicação;
- O ser humano tem aptidão para aprender, isto é, tende a mudar seu comportamento no sentido de ter padrões mais eficazes;
- O ser humano se orienta para objetivos, complexos e mutáveis. Daí a importância de satisfazer objetivos humanos básicos;
- O ser humano tem padrões dúbios: pode cooperar com o grupo, se seu objetivo para ser alcançado precisa do grupo ou pode competir, caso contrário.

É com a abordagem comportamental que a preocupação se desloca da estrutura para os processos e dinâmica organizacionais, isto é, com o comportamento organizacional. Ainda predomina a ênfase nas pessoas, inaugurada com a Teoria das Relações Humanas, mas dentro de um contexto organizacional.

Embora a ênfase permaneça nas pessoas, a Teoria Comportamental (ou Teoria Behaviorista) da Administração veio significar uma nova direção e um novo enfoque dentro da teoria administrativa: a incorporação das ciências do comportamento, o abandono das posições normativas e prescritivas das teorias anteriores e a adoção de posições explicativas e descritivas.

Embora se possam visualizar as pessoas como recursos, isto é, como portadoras de habilidades, capacidades, conhecimentos, motivação no trabalho, comunicabilidade, nunca se deve esquecer que as pessoas são pessoas, isto é, portadoras de características de personalidade, expectativas, objetivos pessoais, histórias particulares etc. Convém, portanto, salientar algumas características genéricas das pessoas como pessoas, pois isto melhora a compreensão do comportamento humano.

2.3 Motivação no trabalho

Ao observar as pessoas trabalhando torna-se evidente seus diferentes estilos e hábitos de trabalho. Algumas sempre colocam em dia seus afazeres e ficam até mais tarde no trabalho, até completarem suas tarefas. Outras são menos pontuais e tendem a realizar suas tarefas sem grande dedicação. O desempenho de cada pessoa está fortemente relacionada com suas aptidões e habilidades. Porém um bom desempenho requer muito mais do que aptidões e habilidades, requerem também motivação para trabalhar.

De acordo com Chiavenato(1994, p.165) “*A motivação é um dos inúmeros fatores que contribuem para o bom desempenho no trabalho*”.

A motivação é um fator muito importante, por isso é de suma relevância que a influência gerencial sobre os subordinados seja eficaz e também uma continua motivação da equipe. Para entender a motivação humana, o primeiro passo é o conhecimento do que a provoca e dinamiza.

A motivação pode levar você a uma direção, de tal forma que você esteja interessado em atingi-la, por apresentar uma necessidade, carência, desejo, vontade, uma lacuna a ser preenchida. A motivação, porém, pode ser teimosa e levá-lo a persistir a alcançar o objetivo desejado. Começa com o surgimento de uma necessidade. Esta é uma força dinâmica e persistente que provoca comportamento. Toda vez que surge uma necessidade esta rompe o estado de equilíbrio do organismo, causando um estado de tensão, ou ação, capaz de descarregar a tensão ou livrá-lo do desconforto e do equilíbrio. Se o comportamento for eficaz, o indivíduo encontrará a satisfação da necessidade, o organismo volta ao estado de equilíbrio anterior, à sua forma de ajustamento ao ambiente.

No ciclo motivacional, a necessidade é satisfeita. À medida que o ciclo se repete com a aprendizagem e a repetição (reforço), os comportamentos tornam-se gradativamente mais eficazes na satisfação de certas necessidades. Uma vez satisfeita, a necessidade deixa de ser motivadora do comportamento, já que não causa tensão ou desconforto.

No ciclo motivacional, contudo, a necessidade nem sempre pode ser satisfeita. Ela pode ser frustrada, ou ainda, pode ser recompensada, ou seja, transferida para outro objeto, pessoa ou situação.

No caso de frustração da necessidade, no ciclo motivacional, a tensão provocada pelo surgimento da necessidade encontra uma barreira ou um obstáculo para a sua liberação. Não encontrando saída normal, a tensão represada no organismo procura um meio indireto de saída, por via psicológica (agressividade, descontentamento, tensão emocional, depressão, auto-agressão, etc.), seja por via fisiológica (tensão nervosa, insônia, perda do apetite, etc.).

Para Maslow, as necessidades humanas estão arranjadas em uma pirâmide de importância e de influenciação do comportamento humano. Na base da pirâmide estão as necessidades mais baixas e decorrentes, enquanto no topo estão as mais sofisticadas e intelectualizadas.



Figura 2: Hierarquia das necessidades de Maslow

Fonte: <http://www.imagineworldhealth.org/behealthy/MentalHealth/maslow.htm>

Enquanto Maslow fundamenta sua teoria da motivação nas diferentes necessidades humanas, Herzberg alicerça a sua teoria no ambiente externo e no trabalho do indivíduo.

Herzberg verificou e evidenciou através de muitos estudos práticos a presença de que dois fatores distintos devem ser considerados na satisfação do cargo; são eles: os Fatores Higiênicos e os Motivacionais.

Os fatores higiênicos - são aqueles que se referem às condições que rodeiam o funcionário enquanto trabalha, englobando as condições físicas e ambientais de trabalho, o salário, os benefícios sociais, as políticas da empresa, o tipo de supervisão recebido, o clima de relações entre a direção e os funcionários, os regulamentos internos, as oportunidades existentes etc. Correspondem à perspectiva ambiental. Constituem os fatores tradicionalmente utilizados pelas organizações para se obter motivação dos funcionários.

Os fatores Motivacionais - são aqueles que se referem ao conteúdo do cargo, às tarefas e aos deveres relacionados com o cargo em si. São os Fatores Motivacionais que produzem algum efeito duradouro de satisfação e de aumento de produtividade em níveis de excelência, isto é, acima dos níveis normais. O termo motivação, para Herzberg, envolve sentimentos de realização, de crescimento e de reconhecimento profissional, manifestados por meio do exercício das tarefas e atividades que oferecem um suficiente desafio e significado para o trabalhador. Quando os Fatores Motivacionais são ótimos, elevam substancialmente a satisfação; quando são precários, provocam ausência de satisfação.

O curioso na Motivação, é que apesar de todos estes fatores e teorias, só o próprio indivíduo é que se pode motivar. A motivação vem de dentro para fora. Os líderes e formadores só tentam de alguma forma, baseados em técnicas e sensibilidades adequadas, despertar algo dentro da pessoa que faça com que esta própria se motive. Assim, pretende

com isto dizer-se que, a pessoa tem que estar de alguma forma predisposta psicologicamente para a motivação, e caso não haja esta consciência individual, os instrumentos que levam a promover a motivação, como uma boa liderança, ações de formação, ou ainda promoções por mérito, não conseguem por si atingir a vontade de cada pessoa. Podem ser criados obstáculos/barreiras à entrada de fatores motivacionais.

2.4 Clima Organizacional

No atual cenário empresarial é de extrema importância para as empresas que querem obter sucesso e se manter em boa posição no mercado, investir na obtenção de um clima organizacional harmonioso, pois para conquistar a satisfação dos clientes e preciso antes de qualquer coisa, conquistar as pessoas que cuidam deles. A empresa criativa propicia um bom ambiente de trabalho e é mais valorizada pelos seus colaboradores e clientes.

O clima organizacional nada mais é do que a qualidade do ambiente dentro da organização, e que é percebida pelos membros dessa organização como sendo boa ou não, e que influenciam seu comportamento. Dentro de uma organização é possível existir vários climas, o mesmo irá variar de acordo com a situação psicológica e com o estágio motivacional de cada colaborador fazendo com que para alguns seja positivo e para outro negativo.

Por isso torna-se algo difícil de ser analisado porque ele apresenta-se difuso, nebuloso e sem contornos bem definidos, dificilmente se mostrando claro aos olhos dos administradores que procuram avalia-lo e entendê-lo. Também não podemos esquecer que, sendo a organização um verdadeiro universo de diferentes interesses, consequência de posturas pessoais e profissionais diferenciadas, modo de vida diversificado, maneira diferente de encarar o mundo, não existirá uma só empresa em que todas as pessoas que dela participem tenham conceitos e valores uniformes. Não é correto acreditar que todos, dentro da organização, frente às suas políticas, normas e costumes, interpretem e reajam da mesma maneira, tenham os mesmos valores e a mesma intensidade de aceitação ou rejeição sobre os mesmos aspectos ou acontecimentos da vida profissional e pessoal.

Segundo Maximiniano (2000, p.260), clima organizacional é “o produto dos sentimentos individuais e grupais em relação a realidade percebida”.

O clima é formado pelos sentimentos que as pessoas tem em relação à organização e que podem afetar de maneira positiva ou negativa a produtividade no trabalho. Estudar o

clima e os mecanismos que afetam os sentimentos e de bastante relevância para entender como a organização e a administração influenciam o interesse é o desempenho das pessoas.

· A realidade é percebida de maneira individual e gera sentimentos individuais, ou seja, o que para uma pessoa é satisfatório para outra pode não ser, pois as pessoas têm necessidades e desejos diferentes umas das outras.

Entretanto não é só um clima harmonioso que gera motivação em seus colaboradores, existe uma série de fatores para que isto ocorra, este sendo apenas um deles.

Para Maximiniano, motivação (2002, p.297)

abrange as causas ou motivos que produzem determinado comportamento, seja ele qual for. No campo da administração, pessoa motivada usualmente significa alguém que demonstra alto grau de disposição para realizar uma tarefa ou atividade de qualquer natureza.

Como o clima organizacional é uma fonte de motivação e de extrema importância que seja feito na empresa uma pesquisa de clima que é uma forma de mapear o ambiente interno da empresa para assim atacar efetivamente os principais focos de problemas melhorando o ambiente de trabalho. Hoje, neste mundo tão cheio de transformações, em meio à globalização, fusões e aquisições, as empresas devem, cada vez mais, melhorar seus índices de competitividade e, para isso, ela depende quase que única e exclusivamente de seus Seres Humanos - motivados, felizes e orgulhosos dos valores compartilhados com a organização.

As pessoas estão continuamente engajadas no processo de ajustamento a uma variedade de situações no sentido de satisfazer suas necessidades e manter certo equilíbrio individual.

De acordo com Chiavenato(2000, p. 122) “um bom ajustamento significa saúde mental”.

Para a teoria das relações humanas, a motivação é o impulso de exercer esforço para o alcance de objetivos organizacionais desde que também tenha capacidade de satisfazer a alguma necessidade individual. Daí surge o conceito de moral que é algo abstrato, intangível, porém perfeitamente perceptível e está intimamente relacionado com o estado motivacional, pois quando as necessidades das pessoas são satisfeitas pela organização ocorre elevação do moral. E o moral é responsável pelas atitudes das pessoas e isso se reflete dentro da organização, pois o moral elevado gera atitudes positivas, enquanto o moral baixo ocasiona atitudes negativas.

Segundo Chiavenato (2000, p.132) “o moral elevado conduz a um clima receptivo, amigável, quente e agradável, enquanto o moral baixo quase sempre provoca um clima negativo, adverso, frio e desagradável.”

O clima organizacional está intimamente relacionado com a motivação, pois a mesma procura explicar por que as pessoas se comportam, mais existem outros aspectos que influenciam o clima. Vários documentos demonstram que características físicas do local de trabalho podem estimular reações negativas nos trabalhadores, pesquisas mostraram, por exemplo, que extremos de temperaturas podem afetar as atitudes de trabalho, bem como o desempenho e a tomada de decisão, que tarefas diferentes exigem níveis ótimos de iluminação, estando a escuridão significativamente correlacionada com a insatisfação no trabalho, além de provar que características físicas do ambiente de trabalho, como a limpeza, instalações ao ar livre e riscos à saúde desempenham um papel muito importante na determinação do modo como as pessoas realizam suas tarefas.

Em termos de ambiente social, supervisores e colegas de trabalho servem como duas fontes primárias de satisfação ou frustração para o trabalhador. O colaborador pode estar satisfeito com seu superior ou com os colegas porque eles o ajudam a atingir alguns resultados valorizados. As pessoas precisam de apoio social.

Segundo Wagner e Hollenbeck (2002, p.129) “apoio social é a concessão ativa de solidariedade e cuidado. Muitos pesquisadores sugeriram que o apoio social de supervisores e colegas de trabalho pode atenuar o stress dos trabalhadores”.

Dentro do momento atual tanto da administração de empresas quanto da gestão de pessoas tornou-se indispensável conhecer como está o clima organizacional. Isso porque realizar o diagnóstico possibilita que a organização conheça seus pontos falhos em relação à satisfação dos colaboradores e que podem influenciar diretamente a produtividade, a qualidade de produtos e até mesmo o atendimento aos clientes externos. Além disso, a realização do diagnóstico de clima organizacional também indica as necessidades de treinamento ou de desenvolvimento gerencial.

O clima organizacional favorável é o principal aliado para um grupo desempenhar suas funções e alcançar seus objetivos individuais e os da empresa. Atualmente todas as empresas procuram trabalhar com um número enxuto de colaboradores, se não houver um entrosamento entre eles, as coisas se complicam; afinal, conquistar resultados é um trabalho de equipe.

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de Pesquisa

O estudo em questão realizou um estudo de caso do tipo exploratório e descritivo de natureza qualitativa que pretendeu analisar o clima organizacional da Companhia Energética do Rio Grande do Norte – COSERN, mais especificamente no atendimento personalizado da agência Baldo.

De acordo com Lakatos e Marconi (1991, p.188), pesquisas exploratórias – descritivas “são estudos exploratórios que tem por objetivo descrever completamente determinado fenômeno”.

Tendo em vista que a pesquisa pretendeu identificar o grau de satisfação do clima organizacional na população estudada, o conceito do autor mencionado, apresenta a pesquisa exploratória – descritiva como a mais indicada para alcançar este objetivo.

3.2 Universo de pesquisa

Segundo Vergara (1998, p.43), universo “é um conjunto de elementos (empresas, produtos e pessoas), que possuem características que serão objeto de estudo”, e amostra “é uma parte do universo (população), escolhida segundo algum critério de representatividade”.

Tomando por base o que foi citado, o universo do trabalho é composto por 15 funcionários que trabalham no setor de atendimento, sendo uma pesquisa censitária.

3.3 Coleta de Dados

De acordo Lakatos e Marconi (1996, p.30) é nesta etapa da pesquisa que “se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos”.

Para realização do estudo foi aplicado um questionário aos funcionários da Companhia Energética do Rio Grande do Norte.

Para Lakatos e Marconi (1991, pág.201), “Questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma serie ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”.

3.4 Tratamento para análise dos dados

Tratamento de dados, segundo Vergara (1998, pág.100), “refere-se aquela seção na qual se explicita para o leitor como se pretende tratar os dados a coletar, justificando porque tal tratamento e adequado aos propósitos do projeto”.

Os dados quantitativos foram coletados através da aplicação de um questionário, sendo em seguida tabulados e apresentados na forma gráfica utilizando-se dos programas computacionais Word e Excel. Em seguida, os gráficos foram analisados e interpretados pela autora dos entrevistados.

4 ANALISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Os resultados obtidos a partir dos dados coletados e tratados estatisticamente levaram a conclusões interessantes e confiáveis.

Os aspectos selecionados foram: perfil da população pesquisada, identificação, na opinião dos colaboradores o clima organizacional existente no setor de atendimento da COSERN (agência baldo) e de acordo com resultado da pesquisa, sugerir a empresa em tela, estratégias que melhorem ou mantenham o clima organizacional existente no setor estudado.

4.1 Perfil da população

É importante pesquisar o perfil da população para que se possa observar a percepção de pessoas que tenham condições de emitir opiniões confiáveis. A população foi composta de 15 funcionários lotados no setor de atendimento (agência baldo) da COSERN.

A pesquisa foi aplicada em toda população selecionada.

4.1.1 Sexo

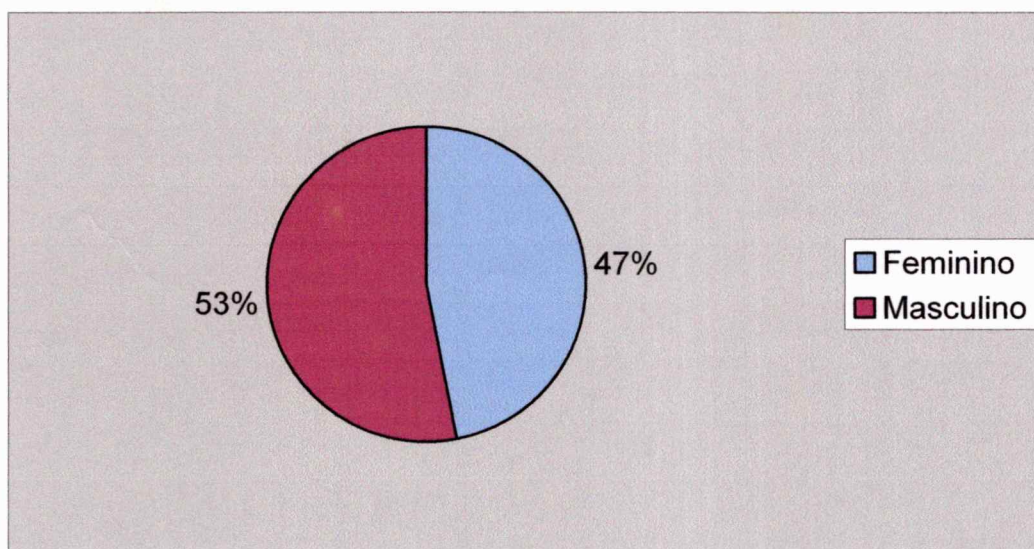


Gráfico 1 – Distribuição da população em relação ao sexo.

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Percebe-se através do gráfico que 53% da população entrevistada são do sexo masculino e 47% do sexo feminino.

4.1.2 Faixa Etária

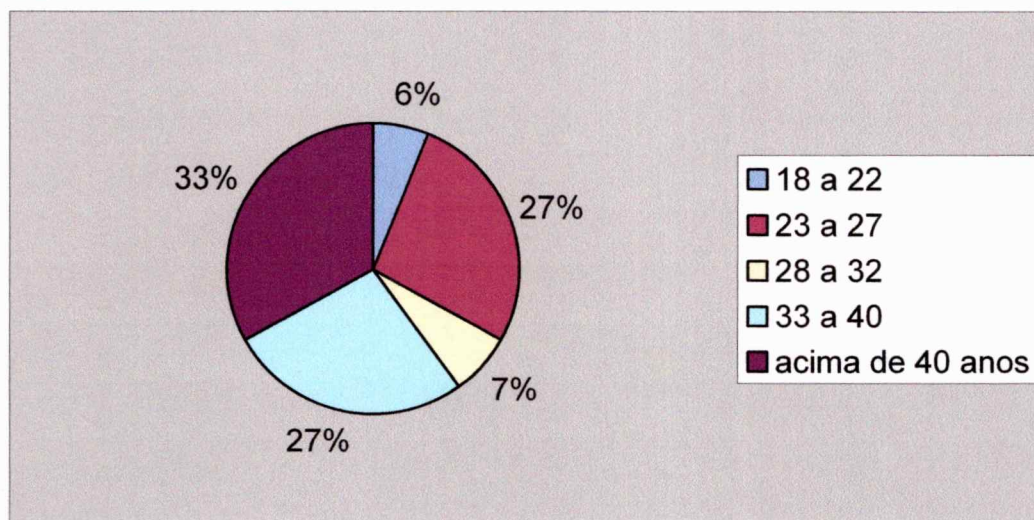


Gráfico 2 - Distribuição da população por faixa etária.

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Dos entrevistados 33% estão em uma faixa etária acima de 40 anos, 27% estão entre 23 e 27 anos, mais outros 27% estão entre 33 e 40 anos, 7% entre 28 e 32 anos e 6% entre 18 e 22 anos.

4.1.3 Estado Civil

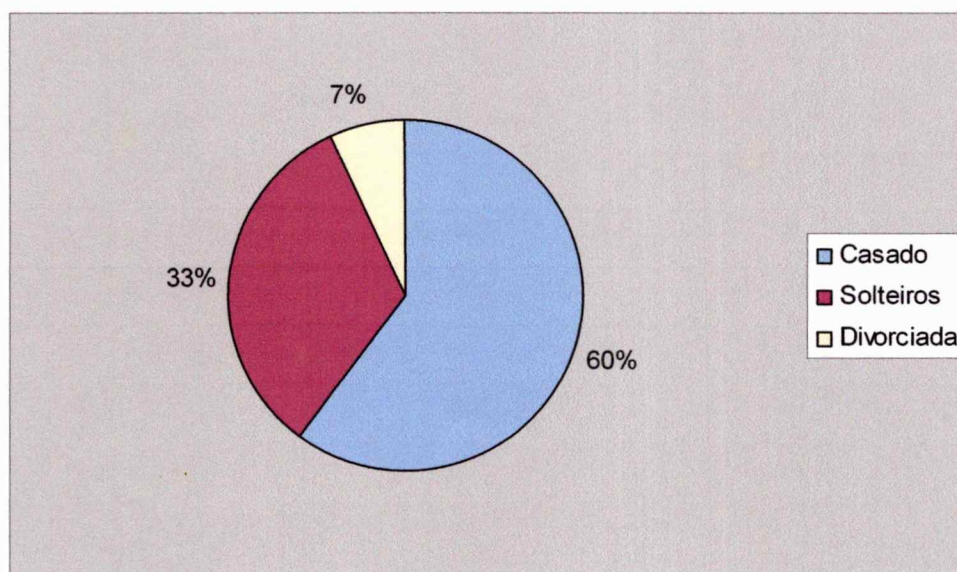


Gráfico 3 – Distribuição da população quanto ao estado civil.

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Verifica-se através do gráfico que 60% dos entrevistados são casados, 33% são solteiros e 7% divorciado.

4.1.4 Grau de Instrução

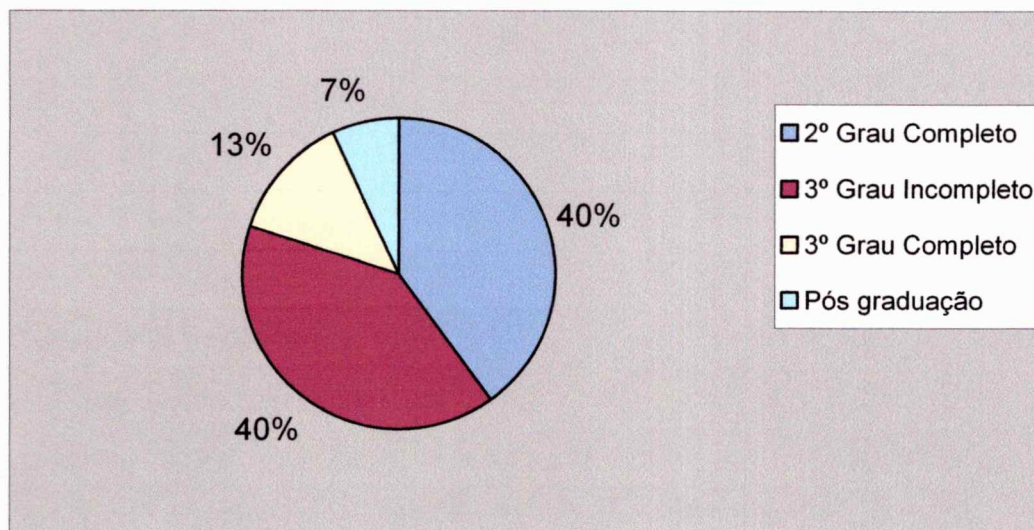


Gráfico 4 – Distribuição da população quanto ao grau de instrução.

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

A pesquisa demonstra que 40% da população entrevistada tem 2º grau completo, outros significativos 40% possuem 3º grau incompleto, 13% tem 3º grau completo e apenas 7% possuem pos graduação.

4.1.5 Renda Familiar (em salários mínimos)

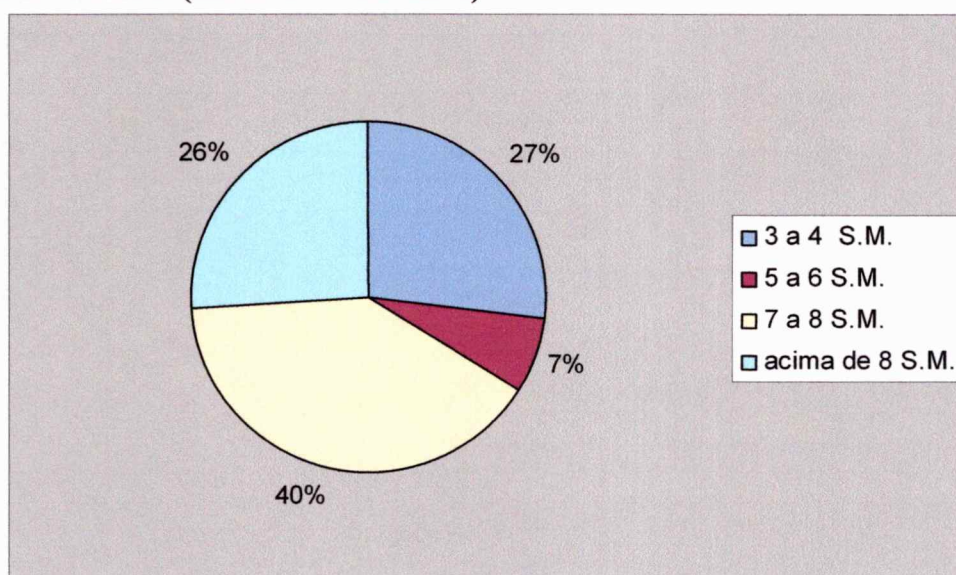


Gráfico 5 – Distribuição da população em relação à renda familiar (em salários mínimos).

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

A pesquisa mostra que 40% dos respondentes tem renda familiar (em salários mínimos) de 7 a 8 s.m, mais outros 27% tem renda familiar de 3 a 4 s.m, 26% tem renda familiar acima de 8 s.m e o restante, 7% tem renda familiar de 5 a 6 s.m.

4.2 Opinião dos colaboradores quanto ao clima organizacional

Item de extrema importância, uma vez que é através dele que consegue-se obter conclusões a respeito do tema estudado e a partir daí buscar soluções para possíveis problemas que venham a existir.

4.2.1 Permanência na Empresa

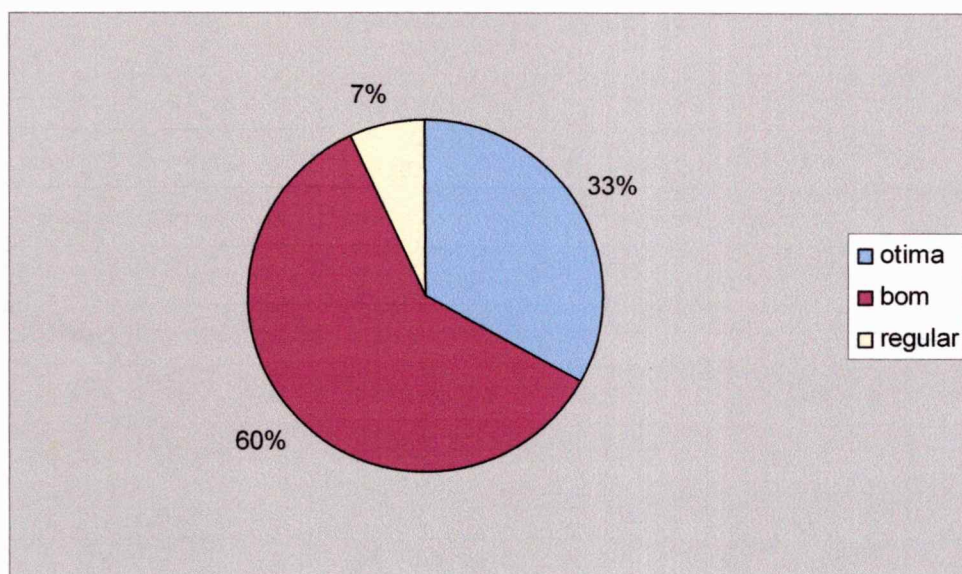


Gráfico 6 - Opinião dos pesquisados em relação a permanência na empresa durante sua carreira profissional.

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Verifica-se pelo gráfico que a maioria dos respondentes, 60% consideram boa a perspectiva de permanecerem na empresa durante toda a carreira profissional, 33% consideram essa perspectiva ótima e 7% a consideram regular.

4.2.2 Nível de Comprometimento

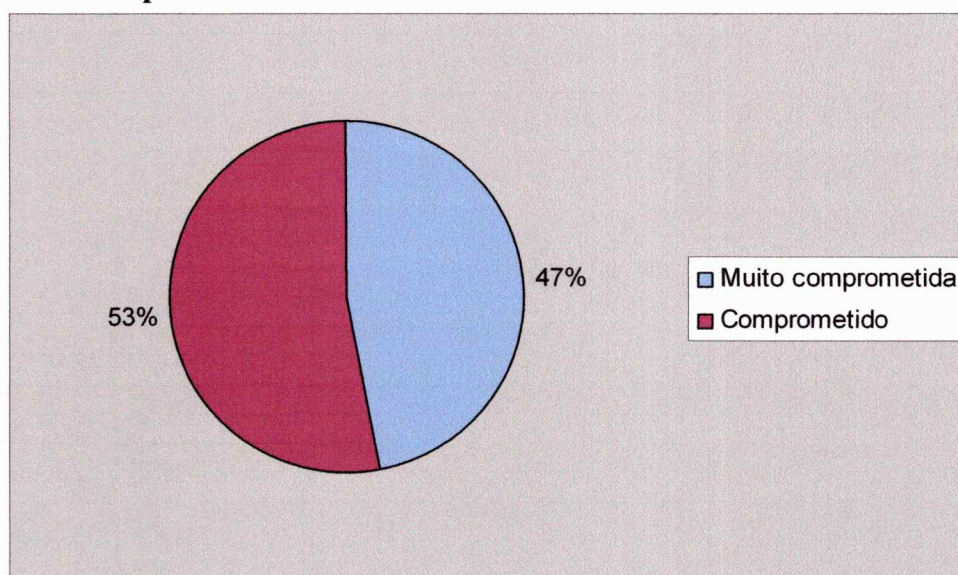


Gráfico 7 – Distribuição da população em relação a seu nível de comprometimento com a empresa.
Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Com base nos dados coletados em campo, 53% dos entrevistados estão comprometidos com a empresa e 47% muito comprometidos.

4.2.3 Frequência que a direção da empresa informa as estratégias

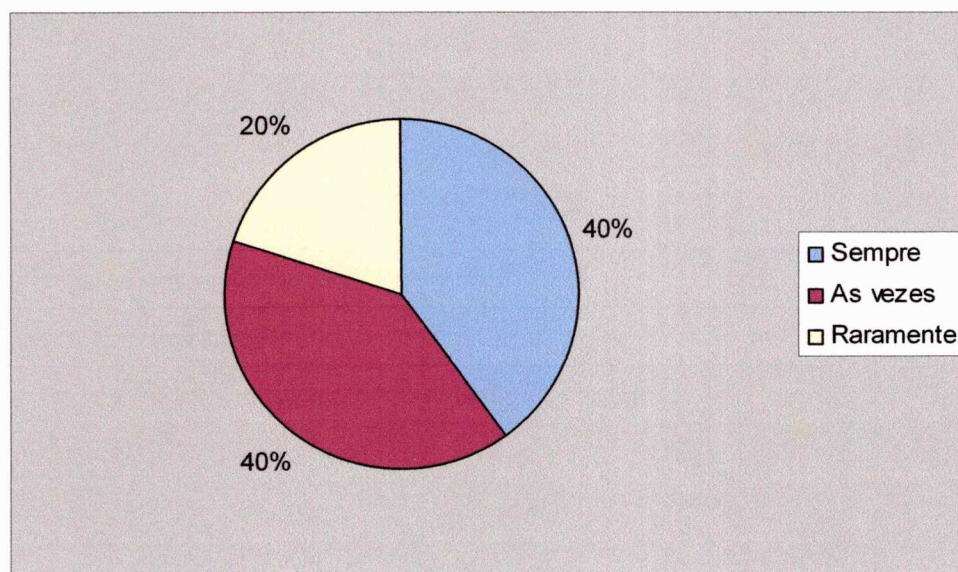


Gráfico 8 - Opinião dos entrevistados em relação a frequência com que a direção da empresa informa aos empregados as estratégias da mesma.
Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

De acordo com gráfico acima 40% dos entrevistados disseram que sempre são informados pela direção das estratégias da empresa, outros significativos 40% responderam que às vezes são informados e 20% responderam que raramente.

4.2.4 Satisfação de trabalhar com gerente/gestor

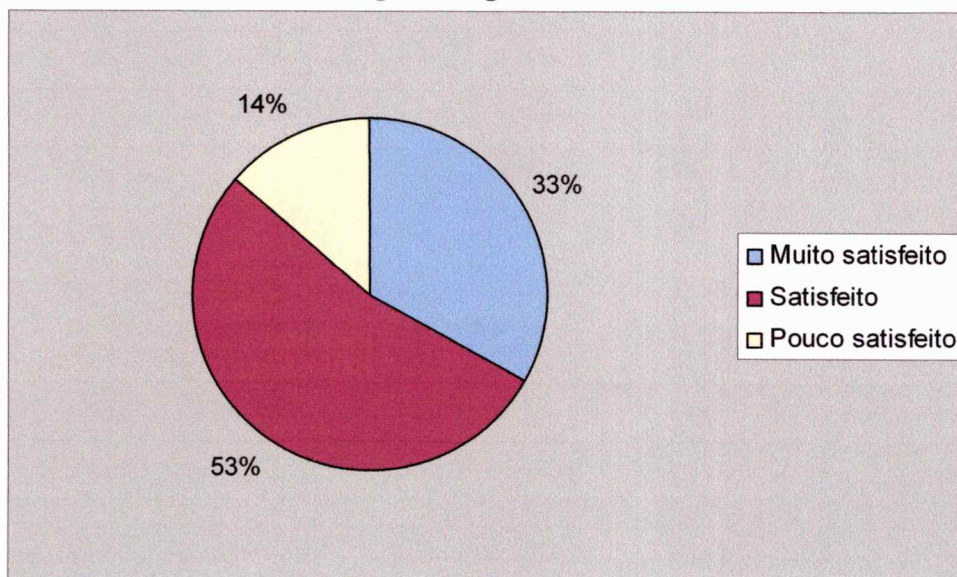


Gráfico 9 - Opinião da população pesquisada quanto à satisfação de trabalhar com seu gerente/gestor.
Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Cerca de 53% da população pesquisada revela estar satisfeito em trabalhar com seu gerente/gestor, 33% revela muito satisfeito e 14% pouco satisfeito.

4.2.5 Reconhecimento do gerente/gestor na execução do trabalho

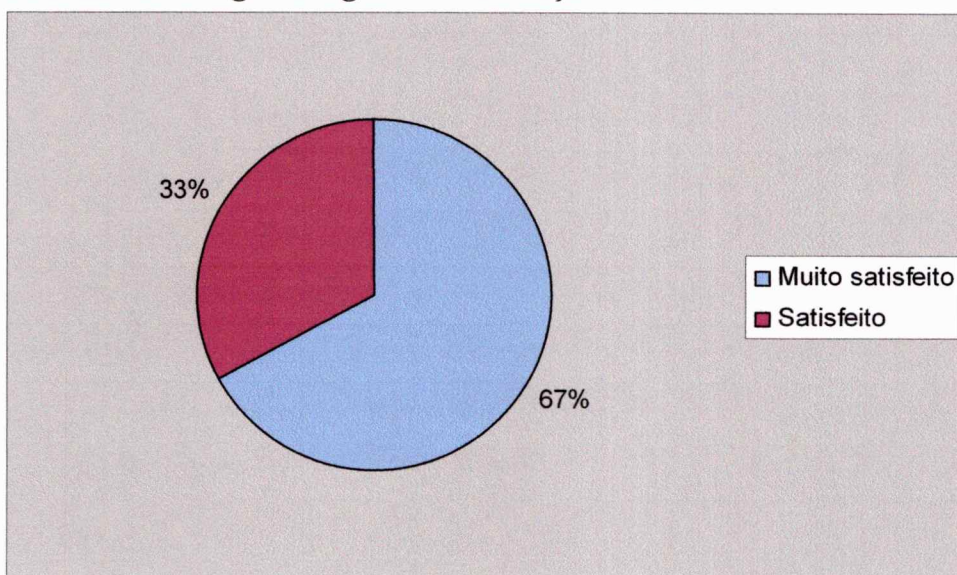


Gráfico 10 – Opinião da população pesquisada quanto ao reconhecimento do gerente/gestor na execução do trabalho.

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

A pesquisa demonstra que 67% dos entrevistados responderam estar muito satisfeito com o reconhecimento do gestor/gerente quanto à execução de seu trabalho e 33% satisfeito.

4.2.6 Comunicação com superiores

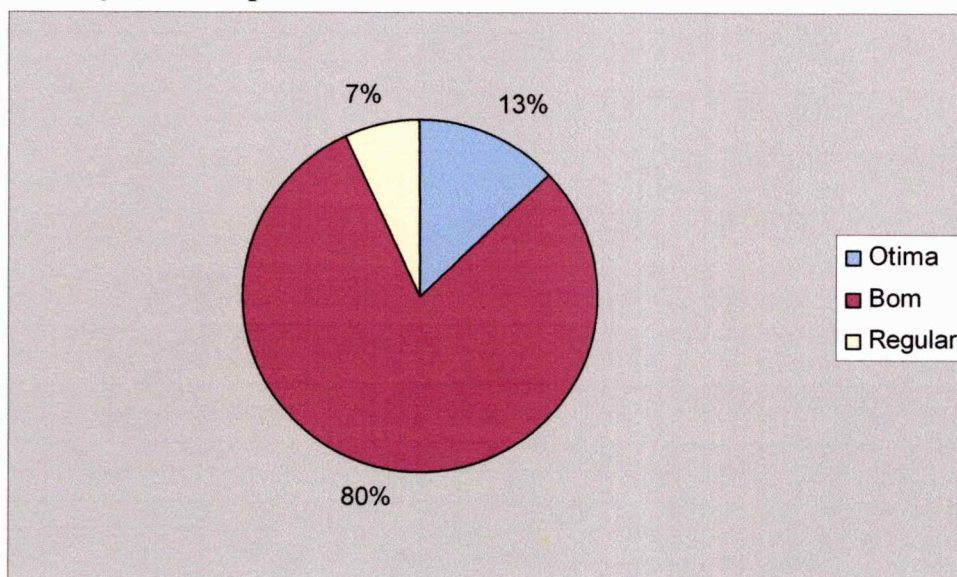


Gráfico 11 – Opinião dos pesquisados quanto à comunicação com seus superiores.

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Dos entrevistados 80% responderam que a comunicação com seus superiores é boa, 13% respondeu ótima e apenas 7% responderam regular.

4.2.7 Ocupação atual

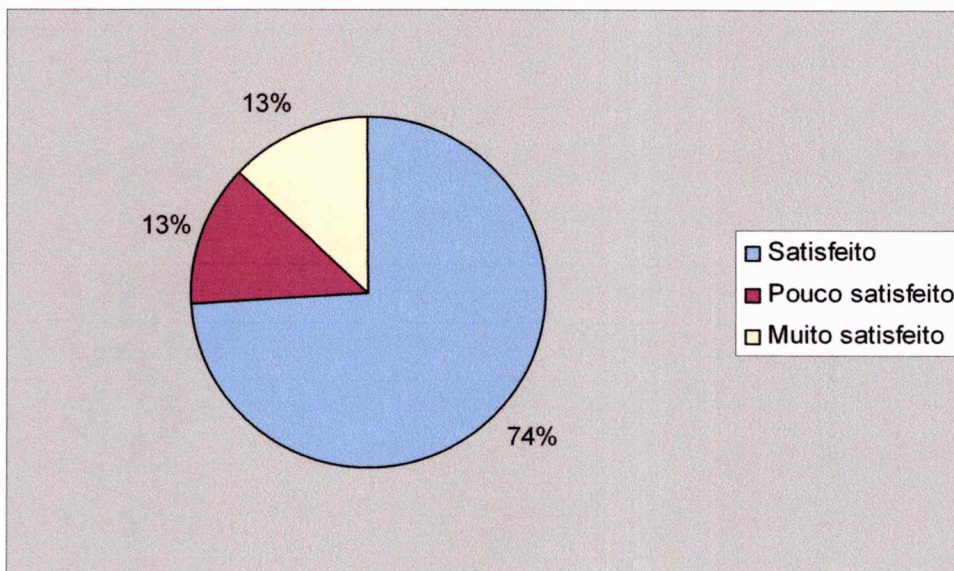


Gráfico 12 – Distribuição da população quanto a sua ocupação atual.

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Dos entrevistados, 74% disseram estar satisfeito com sua ocupação atual, 13% disseram estar muito satisfeito e 13% pouco satisfeito.

4.2.8 Distribuição de trabalho

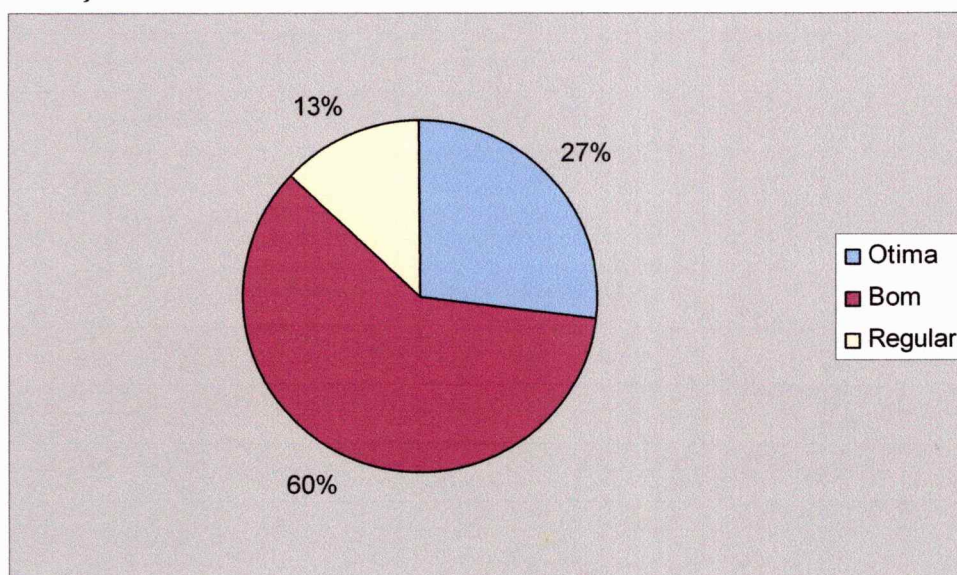


Gráfico 13 - Opinião dos pesquisados em relação à distribuição de trabalho entre os componentes da sua equipe.

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Verifica-se através do gráfico que 60% dos entrevistados acham que a distribuição de trabalho entre os componentes de sua equipe é boa, 27% acha ótima e 13% acham regular.

4.2.9 Salário

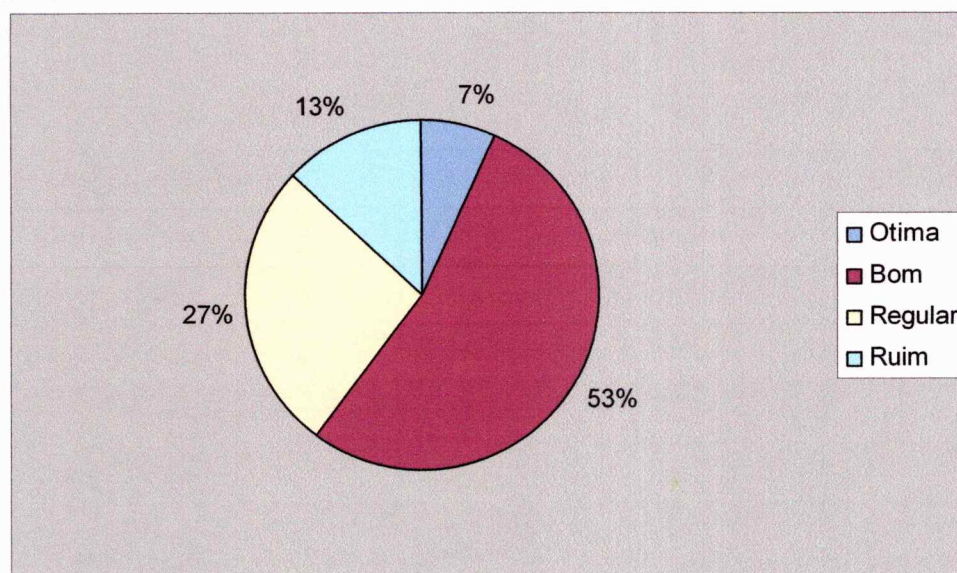


Gráfico 14 - Opinião dos pesquisados em relação ao salário pago pela COSERN.

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Em relação ao salário pago pela empresa, 53% responderam que acham bom, 27% responderam regular, 13% respondeu ruim e apenas 7% responderam ótimo.

4.2.10 Lazer

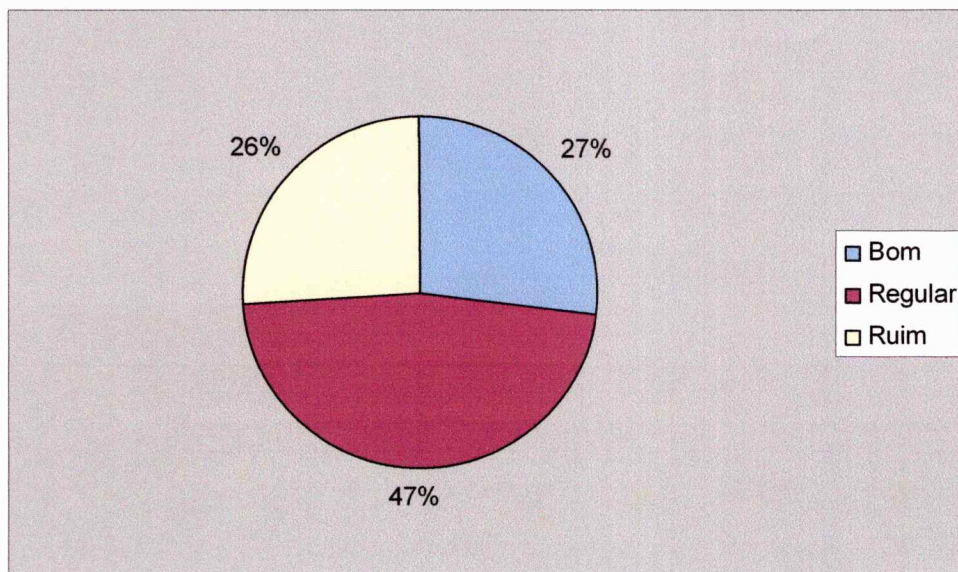


Gráfico 15 - opinião dos pesquisados em relação ao lazer patrocinado pelo clube COSERN.
Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Com base nos dados coletado em campo, 47% da população entrevistada acham o lazer patrocinado pelo clube COSERN regular, 27% acham bom e 26% acham ruim.

4.2.11 Segurança para executar o trabalho

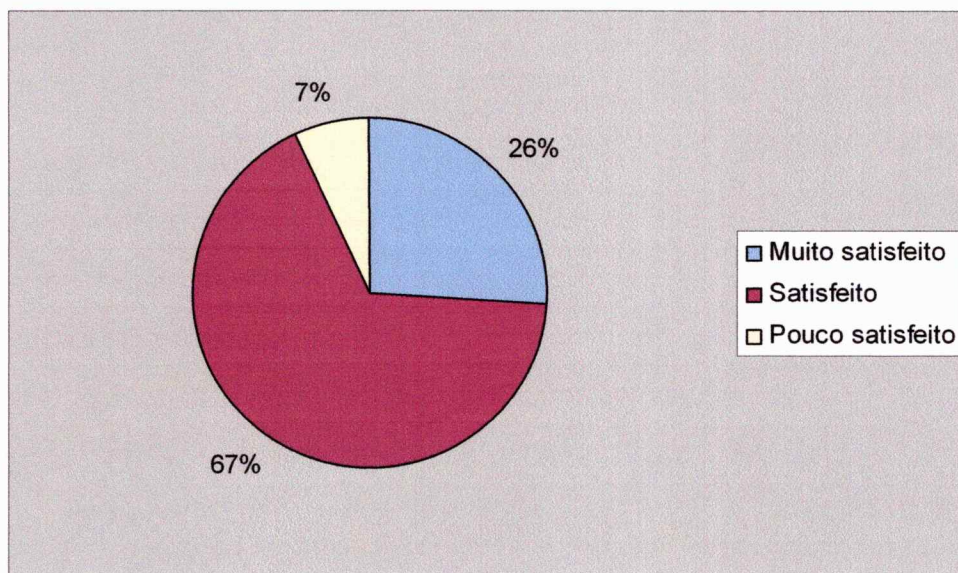


Gráfico 16 – Opinião dos pesquisados em relação a segurança que a empresa oferece para executar o trabalho.
Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Percebe-se através do gráfico que 67% dos entrevistados estão satisfeitos com a segurança no trabalho, 26% estão muito satisfeitos e 7% pouco satisfeitos.

4.2.13 Campanhas e Políticas de segurança do trabalho

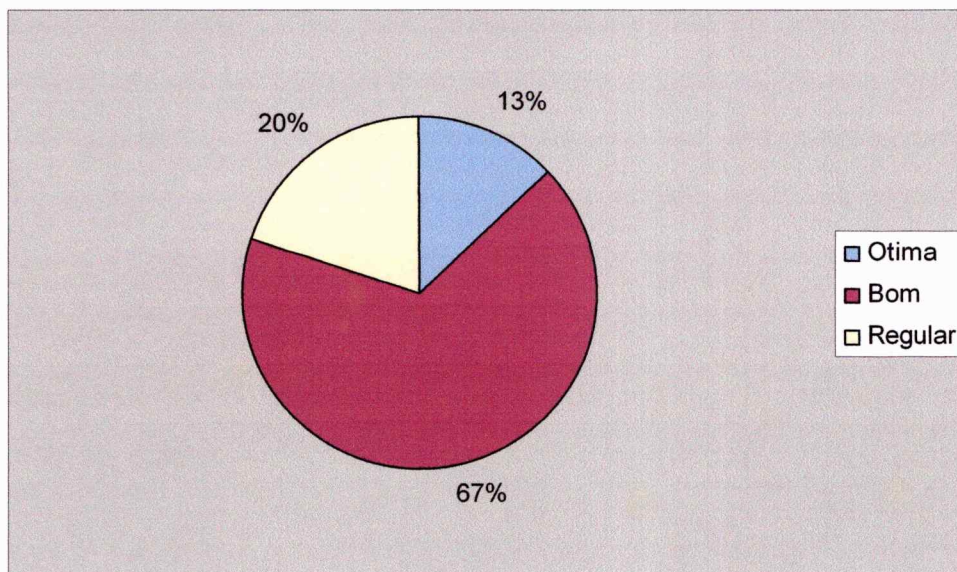


Gráfico 17 – Opinião dos entrevistados em relação às campanhas e políticas de segurança do trabalho desenvolvidas pela empresa.

Fonte – Pesquisa de campo, outubro (2005).

Verifica-se através do gráfico que a maioria dos respondentes 67% consideram que a empresa desenvolve campanhas e políticas de segurança boa, 20% consideram regular e 13% consideram ótima.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O presente trabalho analisa o clima organizacional do setor de atendimento da COSERN. A pesquisa foi aplicada para os colaboradores do setor citado, sendo que 53% da população é do sexo masculino e 47% do sexo feminino. Observou a partir das análises feitas em campo, que as pessoas em sua grande maioria estão satisfeitos com o clima da empresa, onde houve um percentual muito alto de aprovação quanto ao clima. Entretanto, o estudo foi de extrema relevância para que a empresa possa manter, melhorar ou acrescentar alguns pontos eu deixaram a desejar. O lazer, por exemplo, foi ponto em que os respondentes em sua grande maioria não declararam muito satisfeitos, portanto é algo que precisa ser melhorado, os outros pontos trabalhados tiveram em geral um índice de aprovação muito bom. Pode-se concluir com esse estudo, através das análises feitas por questionários e do embasamento teórico que é necessário que a empresa esteja sempre preocupada em manter um clima organizacional harmonioso, sob pena da mesma, dependendo do resultado, seja diretamente prejudicada ou beneficiada e recomenda-se também que a empresa esteja periodicamente fazendo levantamentos a respeito do clima, para esteja que sempre o mantendo harmonioso e nunca o deixa entrar em desequilíbrio, assim será uma empresa com pessoas motivadas e satisfeitas e conseqüentemente uma empresa com resultados mais eficientes e eficazes.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. Ed. Compacta, 6.ed São Paulo: Atlas, 2000.

_____, Idalberto. **Introdução a Teoria Geral da Administração**. 6.ed. Rio de Janeiro: Campos, 2000.

_____, Idalberto. **Gerenciando Pessoas: o passo decisivo para a administração participativa**. São Paulo: Makron Books, 1994, 1992.

MAXIMINIANO, Antonio César Amuru. **Teoria Geral da Administração: da escola científica a competitividade na economia globalizada**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MILKOVICH, G. T; BOUDREAU, John W. **Administração de Recursos Humanos**. Tradução Reynaldo C. Marcondes. São Paulo: Atlas, 2000.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 3.ed São Paulo: Atlas, 1996.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. 3.ed rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

SEBRAE. Disponível em:
<<http://www.sebrae.com.br/br/parasuaempresa/climaorganizacionalsaudavel.asp>. >
Acesso em: 21/maio/2005.

SERAP. Disponível em:
<<http://www.ginasticacerebral.com.br/serap/corganizacional.htm>>
Acesso em: 15/maio/2005

RH.COM.BR. Disponível em:

<<http://www.rh.com.br/ler.php?cod=4042&org=2>>

Acesso em: 15/maio/2005

UNIMEP. Disponível em:

<<http://www.unimep.br/~gualazzi/ADMI/AdmI20-abordcomportamental.htm>>

Acesso em: 15/maio/2005

COSERN. Disponível em: <www.cosern.com.br>. Acessado em: 07/abril/2005

APÊNDICES

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

1.O que você acha de passar toda a sua carreira profissional na COSERN?

() Ótima () Bom () Regular () Ruim () Péssimo

2.Qual o meu nível de comprometimento com a COSERN?

() Muito Comprometido () Comprometido () Pouco Comprometido

() Indiferente () Não Comprometido

3.Com que frequência a Direção da COSERN informa aos empregados as estratégias da empresa?

() Sempre () As vezes () Raramente () Nunca

4.Qual o seu grau de satisfação em trabalhar com seu gerente/gestor?

() Muito satisfeito () Satisfeito () Pouco Satisfeito () Indiferente

() Insatisfeito () muito Insatisfeito

5.Como me sinto, quando sou reconhecido, em relação ao meu gerente / gestor quando executo meu trabalho?

() Muito satisfeito () Satisfeito () Pouco Satisfeito () Indiferente

() Insatisfeito () muito Insatisfeito

6.Qual a sua opinião, em relação a comunicação com seus superiores?

() Ótima () Bom () Regular () Ruim () Péssimo

7.Como se sente com a sua ocupação atual?

() Muito satisfeito () Satisfeito () Pouco Satisfeito () Indiferente

() Insatisfeito () muito Insatisfeito

8.O que você acha da distribuição de trabalho entre os componentes da sua equipe?

() Ótima () Bom () Regular () Ruim () Péssimo

9. Qual sua opinião em relação ao salário pago pela COSERN?

() Ótima () Bom () Regular () Ruim () Péssimo

10.Qual sua opinião em relação ao lazer patrocinado pelo Clube COSERN?

() Ótima () Bom () Regular () Ruim () Péssimo

11.Como você se sente em relação à segurança que a empresa lhe oferece para executar o seu trabalho?

() Muito satisfeito () Satisfeito () Pouco Satisfeito () Indiferente

() Insatisfeito () muito Insatisfeito

12.O que você acha, em relação às campanhas e políticas de segurança do trabalho desenvolvidas na Empresa?

() Ótima () Bom () Regular () Ruim () Péssimo

13.Sexo

() Feminino () Masculino

14.Faixa etária (em anos)

☐ 18 a 22 ☐ 23 a 27 ☐ 28 a 32 ☐ 33 a 40 ☐ acima de 40 anos

15.Estado Civil

☐ Solteiro ☐ Casado ☐ Separado ☐ Divorciado ☐ Viúvo

16.Grau de Instrução

☐ 2º Grau Completo ☐ 3º Grau Incompleto ☐ 3º Grau Completo ☐ Pós graduação

17.Renda mensal familiar (em salários mínimos)

☐ 1 a 2 S.M. ☐ 3 a 4 S.M. ☐ 5 a 6 S.M. ☐ 7 a 8 S.M. ☐ acima de 8 S.M.