

ANÁLISE DO CLIMA ORGANIZACIONAL DA SUPERAUTOS E IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES.

Área Temática: Gestão de Pessoas

AUTORES

LARISSA MEDIANEIRA BOLZAN

Universidade Federal de Santa Maria

larissabolzan@yahoo.com.br

DANIELE FEIFFER CHARÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

danielefc.adm@gmail.com

DAYANA FERNANDA MALDANER

Universidade Federal de Santa Maria

daya_mal@hotmail.com

FLÁVIO ISSAO KUBOTA

Universidade Federal de Santa Maria

flaissao.objetivajr@yahoo.com.br

VÂNIA MEDIANEIRA FLORES COSTA

Universidade Federal de Santa Maria

vaniaflores2006@yahoo.com.br

RESUMO

Na discussão sobre o cenário de evolução tecnológica, em que o ser humano enfrenta momentos de perplexidade e insegurança diante dos acontecimentos, faz-se necessário à valorização do ser humano no meio empresarial, tema que é pauta deste artigo. Este estudo percorreu uma ampla revisão teórica acerca de conceitos de Clima Organizacional, Instrumentos de Pesquisa e Fatores que Influenciam no ambiente interno da organização. Para fins de análise, 75 colaboradores responderam um questionário individual e sem identificação. Em seguida, os dados obtidos foram analisados qualitativamente e quantitativamente, visando o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos em relação ao Clima Organizacional. Como resultado observou-se que o clima é satisfatório, pois, de acordo com os fatores de apresentados por Vieira e Vieira (2004), comunicação; relacionamento interpessoal; valorização; liderança; benefícios e satisfação geral, a média foi acima de 70% e a satisfação geral foi de 93,2%. Verifica-se também que há fatores que podem ser melhorados, como o de benefícios, sugerindo assim, o desenvolvimento de um programa de participação nos resultados ou um plano de cargos e salários.

Palavras-Chaves: Clima Organizacional, Instrumento, Fatores de Avaliação.

ABSTRACT

In the discussion about the technological evolution scenario, where human beings face moments of perplexity and uncertainty in front of events, it makes necessary a valorization of the human being in the business environment, which is a subject of this article. This study went on an extensive theoretical review about concepts of organizational climate, Instruments Research and factors that influence the internal environment of the organization. For analysis, 75 employees answered an individual questionnaire and without identification. Following, the data was analyzed qualitatively and quantitatively, to understand the peculiarities of the behavior of the individuals related to the organizational climate. As a result it was observed that the climate is satisfactory, because, according to the factors presented by Vieira and Vieira (2004), communication, interpersonal relationships, recovery, leadership, benefits and overall satisfaction, the average was above 70% and overall satisfaction was 93.2%. There is also factors that can be improved, such as benefits, thus suggesting the development of a program for performance or participation in a plan of jobs and wages.

Key-words: organizational climate, Instrument, Assessment of factors.

1. INTRODUÇÃO

A história contemporânea tem assistido a profundas mudanças, o ser humano enfrenta momentos de perplexidade e insegurança diante dos acontecimentos. Produtos e serviços são criados e colocados no mercado a todo momento e tornam-se descartáveis quase tão rapidamente quanto são criados.

Com este cenário de evolução, as pessoas estão angustiadas e isoladas do convívio social e afetivo. Estudiosos, como Luz (2001), acreditam que o ser humano enfrenta uma crise de valores e repressão de sentimentos. Valores de referência que norteavam as relações e contatos sociais tornaram-se indefinidos, a linha divisória entre o certo e o errado, ético e antiético parece invisível.

Para sobreviver num mercado competitivo e dinâmico como o atual, as empresas precisam operar de maneira flexível, eficaz e integrada em termos de informação, de equipamentos e principalmente de pessoas.

Por esse motivo, a cada dia, estudar e analisar o Clima Organizacional no meio empresarial torna-se um fator primordial, principalmente nas entidades que se destinam a prestar serviços, como é o caso da Superauto.

A análise do Clima Organizacional, para Sório (1978), é um instrumento voltado para análise do ambiente interno, a partir do levantamento da percepção coletiva que as pessoas têm da empresa. Este estudo objetiva mapear ou retratar os aspectos críticos que configuram o momento percebido pelos funcionários da empresa através da apuração de seus pontos fortes, deficiências, expectativas e aspirações.

Neste sentido, o presente trabalho pretende diagnosticar o clima predominante na empresa Superauto Comércio de Veículos Ltda., de Santa Maria/RS, considerando fatores como: comunicação, relacionamento interpessoal, valorização, liderança, benefícios e satisfação.

2. CLIMA ORGANIZACIONAL

Esse tópico trata-se de um compilamento de conceitos de Clima Organizacional, Instrumentos de Pesquisa e Fatores que Influenciam no ambiente interno da organização.

2.1. Conceitos de Clima Organizacional

Segundo Lima, o conceito de Clima Organizacional teve origem nas escolas de administração do EUA em 1967. Após as primeiras pesquisas, dois livros publicados em 1968, sedimentaram o conceito caracterizando o Clima Organizacional como um estado psicológico fortemente afetado pelas condições da empresa, tais como sistemas, estruturas e estilo gerencial. Portanto, torna-se significativo falar em dimensões de Clima Organizacional, já que a exemplo do que acontece com a atmosfera, o clima é resultado de diferentes combinações dos seus elementos constitutivos ou formadores.

De acordo com Souza (1978), o Clima Organizacional é um fenômeno resultante da interação entre os elementos da cultura, como preceitos, caráter e tecnologia. Resultante do peso dos efeitos de cada um desses elementos culturais, valores, políticas, tradições, estilos gerenciais, comportamentos, expressões dos indivíduos envolvidos no processo e também resultante do conjunto de instrumentos, conhecimentos e processos operacionais da organização.

O Clima Organizacional influencia direta e indiretamente nos comportamentos, na comunicação, na produtividade do trabalho e também na satisfação das pessoas envolvidas com a organização. Segundo Luz (2001),

“O clima retrata o grau de satisfação material e emocional das pessoas no trabalho. Observa-se que este clima influencia profundamente a produtividade do indivíduo e, conseqüentemente da empresa. Assim sendo, o mesmo deve ser favorável e proporcionar motivação e interesse nos colaboradores, além de uma boa relação entre os funcionários e a empresa.”

O estudo do Clima Organizacional é um instrumento de *feedback* e de intervenção por parte da empresa. Hall (1988) considera as percepções de clima como subjetividades significativas de conjuntos de indícios baseados nos acontecimentos, nas condições, nas práticas e nos procedimentos que caracterizam o cotidiano de uma organização. Martins e Ferreira (2007) “definem o Clima Organizacional como a ligação entre o nível individual e o nível organizacional, cujas expectativas, valores e interesses individuais, se compatibilizam ou convergem em relação aos valores e diretrizes formais”. Estes autores consideram o Clima Organizacional como um conjunto de propriedades mensuráveis do ambiente de trabalho percebidas pelos colaboradores.

O Clima Organizacional também reflete a história das pessoas que a organização atrai, dos seus processos de trabalho, das modalidades de comunicação e também reflete a autoridade exercida dentro do sistema. Souza (1978) fixou-se no Clima Organizacional e através disso, compreendeu que este é resultado da cultura, tradições e métodos de ação de cada organização. Para ele, cada novo empregado espera ter o apoio da empresa e atender seus desejos, tanto econômicos, como sociais e emocionais. Através da percepção que tiver, este funcionário produzirá sua própria imagem de Clima da Organização.

Outra definição importante é dada por Coda (1997, p. 99) que diz que “uma tendência ou inclinação a respeito de até que ponto as necessidades da organização e das pessoas que dela fazem parte estariam efetivamente sendo atendidas, sendo esse aspecto um dos indicadores da eficácia organizacional”.

2.2. Pesquisa de Clima Organizacional

O instrumento utilizado para levantamento do Clima Organizacional é a Pesquisa de Clima Organizacional. De acordo com Chiavenato (1999, p. 440), “as pesquisas de Clima Organizacional procuram coligir informações sobre o campo psicológico que envolve o ambiente de trabalho das pessoas e a sua sensação pessoal neste contexto”.

O Objetivo da Pesquisa de Clima é, segundo Oliveira (1995, p. 70), “geralmente por meio de questionários e/ou entrevistas, tentando-se obter as opiniões dos empregados acerca de vários itens sobre os quais a empresa tem interesse em saber o que seu pessoal pensa.”

As etapas da pesquisa de clima, adaptadas de Oliveira (1995) são:

1. Preparação – obtenção de informações mais precisas sobre o problema a ser focalizado e instrumentação conceitual sobre o mesmo.
2. Plano e metodologia de pesquisa – formulação das questões de pesquisa – ou hipóteses – a serem examinadas e escolha da seqüência de ações a serem seguidas, dos métodos de trabalho, meios de interpretação dos resultados, inclusive procedimentos de amostragem, construção dos instrumentos de avaliação, questionários, etc.
3. Execução da pesquisa – coleta dos dados.
4. Interpretação dos dados – preparação e análise dos dados recolhidos e tentativas de dar respostas às questões da pesquisa.

O produto final de todo o trabalho de pesquisa realizado é a apresentação do relatório final. Assim, o relatório final de pesquisa deve ser direto, prático, sucinto, redigido em termos

compreensíveis para os leitores. Este relatório deve conter principalmente: qual foi o problema analisado, o que se apurou acerca dele, que gravidade isso tem e o que se deve fazer.

De acordo com Mello (2003), a pesquisa de Clima Organizacional é o meio mais eficaz de entender o que os colaboradores querem, o que esperam e por que continuam na empresa. É um instrumento que, se bem aplicado, possibilita um diagnóstico preciso e o mapeamento da satisfação, fidelidade e compromisso das pessoas que trabalham na empresa.

2.3. Fatores que influenciam na obtenção de um clima agradável

Vieira e Vieira (2004) abordam a questão de que “ninguém motiva ninguém”. Os indivíduos buscam razões diferentes para ter motivação. Para tanto, a identificação dos fatores que geram motivação é imprescindível para que as organizações visualizem se sua cultura interna e atitudes perante os funcionários são coerentes com a percepção deles.

Ao realizar a análise de alguns fatores que interferem no Clima Organizacional e mensurar seus impactos através de uma pesquisa de clima, aplicada na Empresa em estudo. Os fatores, apresentados são delineados de acordo com a pesquisa de clima aplicada na Empresa, assim vamos analisar os seguintes fatores conceituados com adaptações de acordo com Vieira e Vieira (2004):

- **COMUNICAÇÃO** – nesse fator são abordadas questões ligadas à comunicação empresarial no que diz respeito à maneira de como são divulgadas as políticas e diretrizes da organização, a transparência e rapidez do processo de comunicação.
- **RELACIONAMENTO INTERPESSOAL** - nesse fator verifica-se a percepção dos funcionários em relação a aspectos relacionados à cooperação, à soma dos esforços, a amizade e compreensão entre os membros da equipe de trabalho para que os objetivos organizacionais sejam atingidos.
- **VALORIZAÇÃO** – esse fator visa verificar se os funcionários percebem que a sua competência, experiência, dedicação ao trabalho, participação está sendo reconhecido, valorizado pelo seu superior imediato.
- **LIDERANÇA** – esse fator visa identificar o relacionamento existente entre o gerente e a sua equipe de trabalho.
- **BENEFÍCIOS** – esse fator analisa a questão salarial é importante para o Clima Organizacional, pois está ligada diretamente à satisfação das necessidades básicas do funcionário.
- **SATISFAÇÃO** – nesse fator é analisado se o colaborador gosta do que faz. É preciso uma boa dose de realização pessoal naquilo que está fazendo.

Após a conceituação de alguns fatores, pode-se compreender o porquê da importância do clima agradável na organização, por envolver tantos fatores da dimensão simbólica, como os indivíduos, a comunicação, a liderança, etc. assim, revela-se a relevância da identificação destes fatores que algumas vezes são intangíveis, mas facilmente perceptíveis.

3. A EMPRESA SUPERAUTO COMÉRCIO DE VEÍCULOS LTDA

A Superauto Comércio de Veículos Ltda. foi fundada em 7 de Janeiro de 1983, com o objetivo de comercializar automóveis, pick-ups e caminhões da marca Ford, além de peças originais e prestação de assistência técnica especializada, para Santa Maria e cidades da região central do Rio Grande do Sul.

Com 25 anos de experiência acumulada, a Superauto é realmente comprometida com os clientes. Profissionais qualificados tornaram a Superauto o distribuidor Ford que possui o melhor atendimento ao cliente no sul do país.

Em 1990, foi criada a Conesul Administradora de Consórcios Ltda, uma empresa subsidiária da Superauto que objetiva agregar o segmento de consórcios de veículos novos e semi-novos às atividades principais da empresa.

Em 1999, construiu sua nova sede localizada na BR 158 em Santa Maria. Moderna, funcional e de arquitetura arrojada, a nova loja é uma das mais belas revendas Ford do Brasil, centralizando todos os seus departamentos em apenas uma sede.

4. METODOLOGIA

Neste tópico apresenta-se algumas considerações a respeito da metodologia a ser utilizada neste artigo. “Metodologia refere-se às formas e procedimentos para atingir determinado fim”. (Vergara, 2004).

De acordo com o autor sobre citado, a pesquisa deve ser classificada quanto aos fins e quantos aos meios. O tipo de pesquisa apropriado para atingir o objetivo deste artigo, no que tange aos fins, a pesquisa foi exploratória e descritiva. Exploratória, devido ao fato de que objetivo pretendido tangia um assunto não antes estudado, o Clima Organizacional da Superauto Comércio de Veículos Ltda., de Santa Maria e descritiva, uma vez que não tem o compromisso de explicar os fenômenos, mas sim descrevê-los expondo suas características. Com relação aos meios, foram utilizadas pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. Pesquisa Bibliográfica porque foi desenvolvido com base em livros, periódicos, sites e outros para dar fundamento à pesquisa e, pesquisa de campo, pois foi realizada através da coleta de dados por meio de questionário aplicado.

A pesquisa teve população de 90 colaboradores e como amostra 75 colaboradores, que responderam um questionário individual e sem identificação. Em seguida, os dados obtidos foram analisados qualitativamente e quantitativamente, visando o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos em relação ao Clima Organizacional.

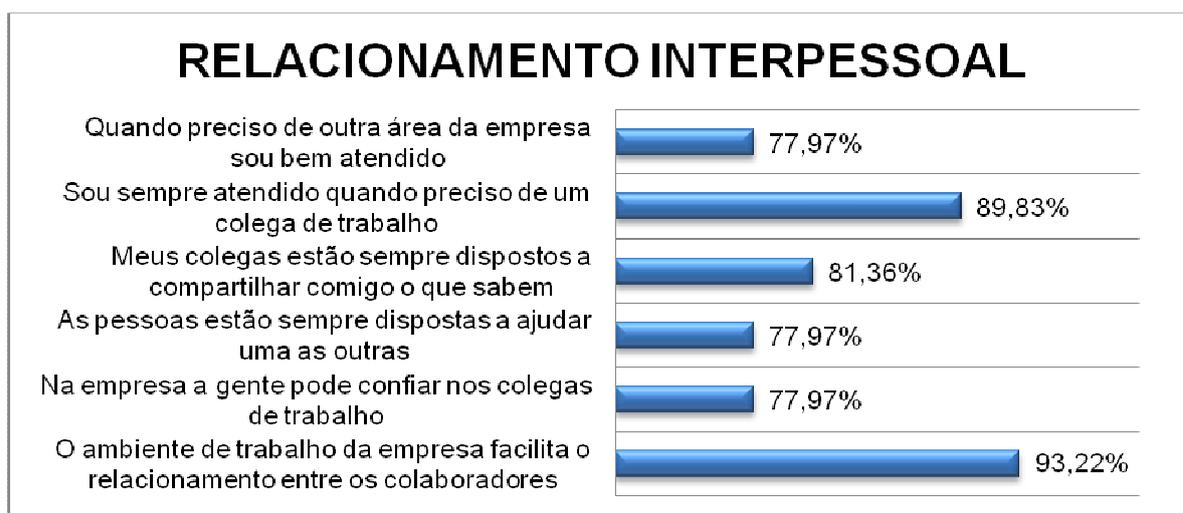
5. RESULTADOS

Para identificação dos fatores impactantes no Clima Organizacional na empresa Superauto, buscou-se a aplicação de um questionário que procurou identificar os seguintes fatores: comunicação; relacionamento interpessoal; valorização; liderança; benefícios e satisfação geral. Coda (1997), afirma que os indicadores operacionais das variáveis formadoras do Clima Organizacional devem ser “transformados em afirmações que serão avaliadas dentro de uma escala de concordância / discordância, conforme o grau de satisfação ou de insatisfação em relação às mesmas e percebidas pelos colaboradores” (CODA, 1997, pg. 101). A seguir são apresentados os resultados da Pesquisa de Clima aplicada em 2008, com análise de cada fator que impacta no Clima Organizacional.

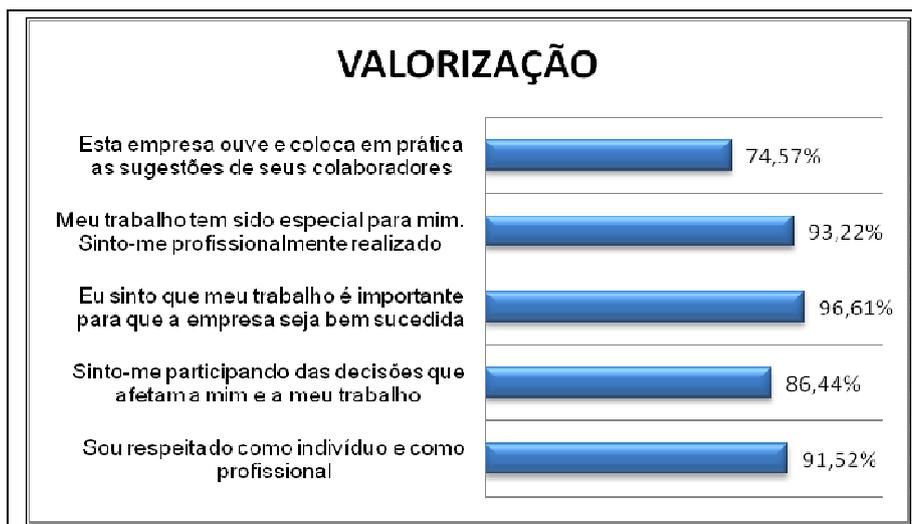
A comunicação é um ponto positivo na organização. Os colaboradores percebem os investimentos que a empresa esta fazendo na melhoria da mesma. Como melhorias poderiam dar mais ênfase no treinamento inicial, às especificações sobre a função a ser desenvolvida e dar mais informações sobre como realizar o trabalho, que está sendo solicitado.



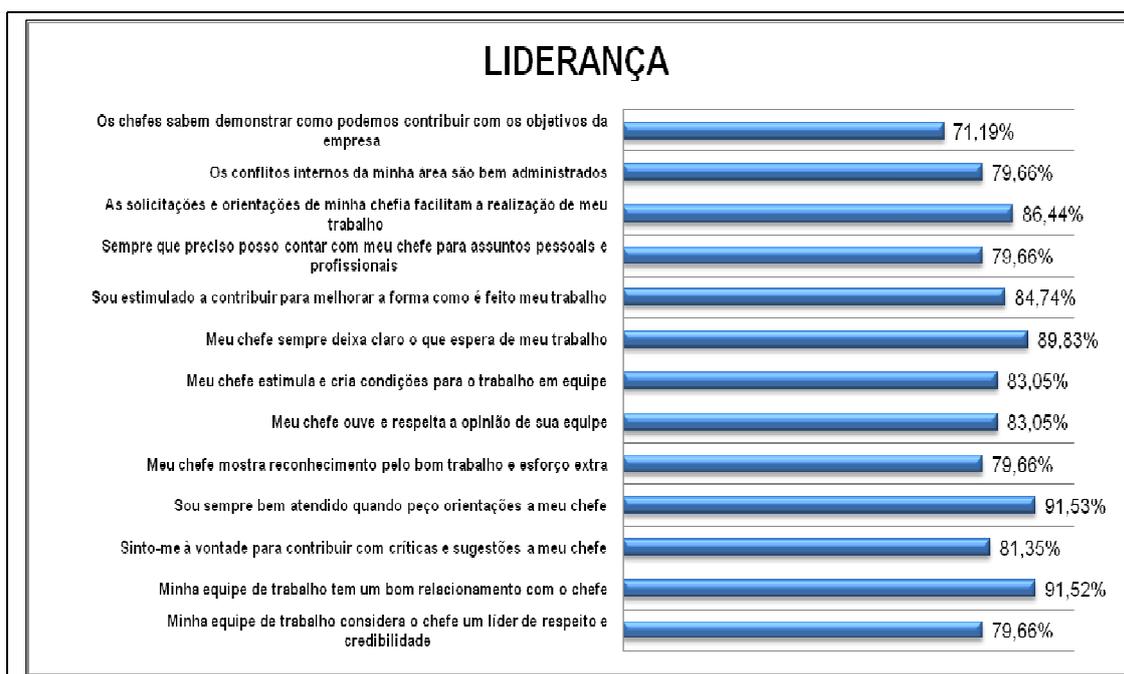
O relacionamento interpessoal é favorecido pelo bom ambiente de trabalho e pelo atendimento dado entre os colegas. Com melhorias poderiam ser trabalhados os temas cooperação, confiança, trabalho em equipe e disseminação do conhecimento, através de treinamentos internos.



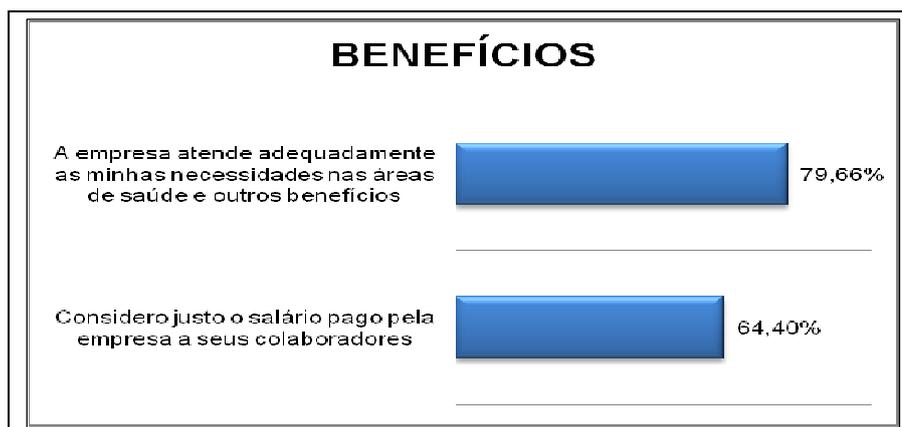
Os funcionários quanto à valorização sentem-se satisfeitos com a atuação da empresa. Necessitando apenas de dar uma maior atenção e colocar em prática as sugestões dos funcionários.



A liderança tem como pontos fortes o relacionamento entre chefes e equipe e o atendimento dado pelos chefes. Os chefes são bem vistos pelas equipes, deixam claro o que esperam, atendem as solicitações com presteza e estimulam os funcionários a fazerem cada vez melhor seu trabalho. Como oportunidades de melhoria os chefes devem demonstrar de maneira efetiva como os funcionários podem contribuir para que a empresa atinja seus objetivos.



A satisfação quanto a benefícios está abaixo de 80%, mas como a satisfação geral está bem acima em 93%, esta insatisfação é um fator isolado e geral em relação a outras empresas.



O nível de satisfação geral é 93,2% significando uma grande aceitação por parte dos funcionários da organização, demonstrando satisfação em trabalhar na empresa e fazer parte dela. Sentem orgulho de ser parte da Superauto transmitindo assim, sempre que possível uma imagem positiva da mesma.



6. CONCLUSÃO

A análise do Clima Organizacional é de extrema importância e deve ser uma preocupação constante das organizações que desejam melhorar a qualidade da empresa em todos os processos, a fim de aumentar a satisfação e motivação dos seus colaboradores.

Para obter os resultados sobre o Clima Organizacional é importante realizar uma pesquisa de clima, para assim conhecer a opinião dos colaboradores sobre os fatores impactantes no clima da empresa.

A pesquisa de clima apresenta o mapeamento do ambiente interno da empresa, é através desse que se torna possível atingir o principal objetivo da pesquisa de Clima, que é obter o conhecimento real dos problemas e trabalhar efetivamente seus focos, melhorando o clima da organização.

A partir da análise e interpretação dos resultados da pesquisa e de acordo com o referencial teórico, averiguou-se que o Clima Organizacional da Superauto Comércio de Veículos Ltda é satisfatório, pois de acordo com os fatores de comunicação; relacionamento interpessoal; valorização; liderança; benefícios e satisfação geral, a média foi acima de 70% e a satisfação geral foi de 93,2%.

Verifica-se também que há fatores que podem ser melhorados, como o de benefícios, sugerindo assim, o desenvolvimento de um programa de participação nos resultados ou um plano de cargos e salários.

Acredita-se que a análise do Clima Organizacional contribuiu com o aprofundamento do conhecimento e com o desenvolvimento de uma conscientização para que seja avaliado

constantemente o clima da organização, pois este influencia o comportamento das pessoas, afeta o relacionamento entre as mesmas, retrata o nível de satisfação, valorização e comunicação, merecendo atenção especial dentro do contexto organizacional.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGAMINI, Cecília Whitaker; CODA, Roberto. **Psicodinâmica da Vida Organizacional: Motivação e Liderança**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1997.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 9ª Tiragem. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999. 206p.

HALL, R. H. S. **Percepção do Clima Organizacional**: conforme escalão hierárquico. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v.28, n. 4. p. 5-13, out/dez, 1988.

LUZ, Janine Pacheco da. **Metodologia para análise de**: um estudo de caso para o Banco do Estado de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2001. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção), Universidade Federal de Santa Catarina, 2001. Disponível em: <http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/10805.pdf>. Acesso em: 20/11/2008.

MARTINS, Mariângela Kretzer; FERREIRA, Elaine. **Pesquisa de Clima Organizacional**: um indicador de responsabilidade social. XXVII Encontro nacional de engenharia da produção. A energia que move a produção: um diálogo sobre a integração, projeto e sustentabilidade. Foz do Iguaçu, PR, Brasil, 09 a 11 de outubro de 2007. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2007_TR680489_0367.pdf. Acesso em: 20/11/2008.

MELLO, Álvaro. **Como Aplicar uma Pesquisa de Clima Organizacional?** Grupo Catho, disponível em: http://www.catho.com.br/estilorh/index.phtml?combo_ed=32&secao=163. Acesso em: 21/11/2008.

OLIVEIRA, Marco Antonio. **Pesquisas de clima interno nas empresas**: o caso dos desconfiômetros avariados. São Paulo: Nobel, 1995.

SORIO, Washington. **Clima Organizacional**. Disponível em: <http://artigo1.com.br/artigos/carreira/clima-organizacional-13486.html>, acessado em 19/11/2008;

SOUZA, Edela Lanzer Pereira de. **Clima e cultura organizacionais**: como se manifestam e como se manejam. Porto Alegre: Edgar Blücher, 1978.

VIEIRA, Rufina Gustmann; VIEIRA, Shirley Piccolo. **A influência do Clima Organizacional nas empresas e nas pessoas**. Revista de divulgação técnico-científica do ICPG. Vol. 1, nº 4, jan – mar/2004;

VIEIRA, Valter Afonso. **As tipologias, variações e características da pesquisa de Marketing**. Revista da FAE, Curitiba, v.5, n.1, p.61-70, jan./abr. 2002.

