

CLUSTER: Business & Tech

CURSO: Curso Superior de Administração - Instituto Federal Farroupilha.

PESQUISA DE CLIMA ORGANIZACIONAL: UM DIAGNÓSTICO NO SUPERMERCADO ALFA

Márcia Pereira da Costa¹; Vívian Flores Costa²

¹ Mestranda em Administração. PPGA. IMED. marciapereiradcosta@gmail.com

² Orientadora. Doutora em Administração. Instituto Federal Farroupilha. vivian.costa@iffarroupilha.edu.br

1 INTRODUÇÃO

Os colaboradores possuem diferentes percepções sobre o ambiente no qual estão inseridos, positivas ou negativas, desenvolvidas diante dos vários fatores com os quais interagem nas empresas, tais como a estrutura física, o comportamento dos gestores, convívio com os colegas e as recompensas (SOUZA; SILVA, 2015). Essas percepções de cada colaborador em relação a uma determinada organização, quando consideradas em conjunto, explica Luz (2003), compõem uma variável importante para as organizações: o clima organizacional.

O clima organizacional é fundamental para os colaboradores e para a organização, pois influencia no comportamento e no ambiente de trabalho. Quando positivo, permite que os trabalhadores estejam satisfeitos e felizes. No entanto, quando negativo, os indivíduos tendem a experimentar descontentamento, afetando seu desempenho (SILVA, SILVA; BERGAMINI; 2018).

Atualmente é indispensável que o clima organizacional se encontre em constante acompanhamento/avaliação. Neste sentido, cabe destacar que a área de Gestão de Pessoas é uma das principais responsáveis pelo gerenciamento do clima organizacional, buscando desenvolver um ambiente agradável, prazeroso e harmonioso. Por meio de ferramentas/instrumentos, a Área identifica os pontos positivos e os negativos que afetam o clima da organização (SANTOS et al., 2017).

Um desses instrumentos é conhecido como Pesquisa de Clima Organizacional. Bispo (2006) evidencia a significância desta ferramenta como geradora de resultados, já que ela proporciona a possibilidade de diagnóstico, análise e sugestões valiosas para o ambiente empresarial, visando manter um clima harmonioso no ambiente de trabalho.

Considerando a importância do tema e o fato da empresa em foco deste estudo ainda não ter formalizado nenhum acompanhamento do clima organizacional, este trabalho visa levar uma contribuição neste sentido. Então, o objetivo da pesquisa é realizar um diagnóstico do clima organizacional do Supermercado Alfa, considerando as percepções de seus colaboradores, acerca das dimensões do seu trabalho: Apoio da chefia e da organização; Recompensa; Conforto físico; Controle/pressão; Coesão entre colegas.

O Supermercado Alfa, apresentado com nome fictício estabelecido para fins deste estudo, é uma empresa familiar do setor de varejo localizada na cidade de Frederico Westphalen (FW), no estado do Rio Grande do Sul (RS). Possui um ambiente comercial físico, e um virtual. Há mais de 30 anos servindo a comunidade, atualmente conta com 25 colaboradores, os quais são estimulados segundo a organização a atender os clientes com qualidade.

2 METODOLOGIA

No tocante a abordagem do problema, esta pesquisa caracteriza-se por ser descritiva, e de natureza quantitativa. Quanto as estratégias de coleta de dados, no primeiro momento foi realizado o embasamento teórico, por meio da pesquisa bibliográfica, e, em seguida,

desenvolvido um levantamento de campo. Tal levantamento foi realizado por meio da aplicação de um questionário/pesquisa de clima aos colaboradores do Supermercado Alfa.

O referido instrumento foi construído com base na Escala de Clima Organizacional (ECO) da autora Martins (2008). Utilizaram-se os fatores/itens propostos pela autora e agregaram-se outras questões julgadas pertinentes para a pesquisa da empresa. Especificamente sobre a ECO, o Quadro 1 aponta as dimensões/fatores avaliados com as suas afirmações correspondentes. Em suas respostas, os colaboradores ponderaram a partir de uma Escala Likert de 5 pontos (1 – Discordo Totalmente; 2 – Discordo; 3 – Nem Concordo, Nem Discordo; 4 – Concordo; 5 – Concordo Totalmente).

Quadro 1 - Fatores do clima propostos por Martins

Fatores	Descrição	Itens
Apoio da chefia e da organização	O suporte afetivo, estrutural e operacional oferecido por parte da chefia aos funcionários, ao desempenhar as atividades do trabalho.	1 a 16
Recompensa	Maneira de a empresa recompensar os funcionários pelas atividades desenvolvidas.	17 a 23
Conforto físico	Conforto físico oferecido da organização ao colaborador como segurança e conforto.	24 a 34
Controle/pressão	Pressão e controle exercidos pela empresa em relação ao desempenho.	35 a 39
Coesão entre colegas	Vínculo; união entre os colegas de trabalho.	40 a 45

Fonte: Martins (2008)

A aplicação da pesquisa foi conduzida de forma presencial, nos dias 1 e 2 do mês de outubro no ano de 2019, e todos os colaboradores foram convidados a participar, obtendo a adesão de 23 respondentes (do total de 25 colaboradores). Os questionários aplicados foram inicialmente tabulados no editor de planilha Microsoft Office Excel, em uma planilha organizada para este fim. Em seguida, os dados tabulados foram analisados no *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), no qual foram realizados testes de frequência e descritivos (média e desvio padrão). Para a análise referente aos resultados obtidos com a ECO, seguiu-se a recomendação de Martins (2008), de se criar parâmetros para avaliar as médias obtidas nos itens e, principalmente, para os fatores averiguados. A parametrização utilizada foi a seguinte: ponto negativo (1-2,99); ponto neutro (3-3,99); e ponto positivo (4 a 5). A questão aberta foi analisada diretamente, uma a uma, pela autora.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

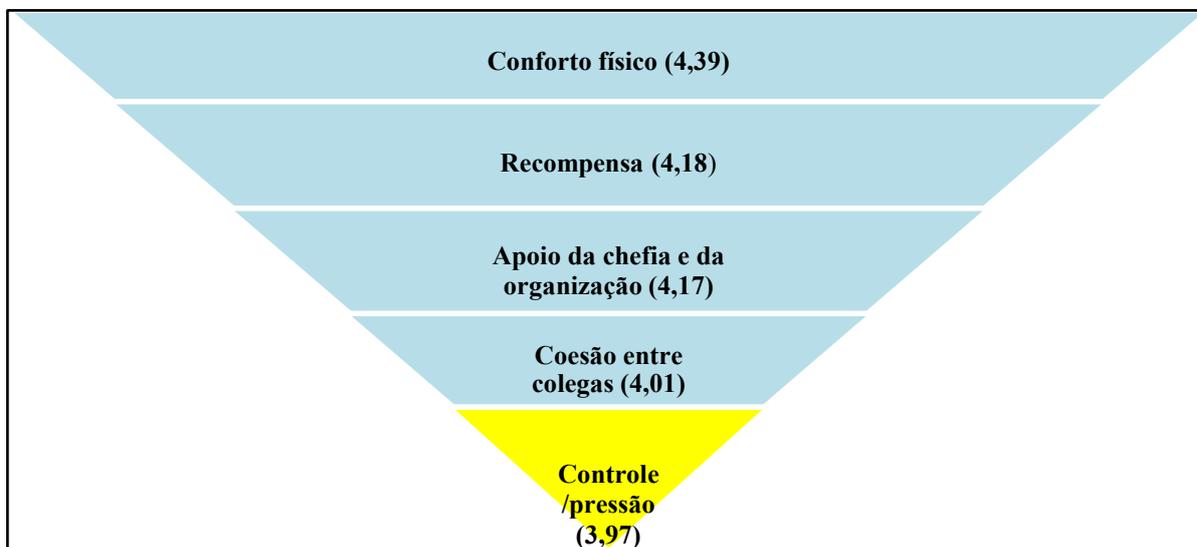
Sintetizando o perfil dos colaboradores do Supermercado Alfa, as mulheres predominam a equipe de trabalho. A média da idade dos colaboradores respondentes da pesquisa é 31 anos com um tempo de empresa de aproximadamente 2,5 anos. Em relação ao estado civil a grande maioria são casadas e possuem ensino médio completo representando 43,5%. A maioria dos participantes da pesquisa fazem parte dos setores serviços em gerais e padaria.

Nessa etapa visou-se identificar as percepções dos colaboradores em relação às variáveis que compõe o clima organizacional - dimensões do seu trabalho. Para melhor visualização dos resultados obtidos, na Figura 1 são demonstrados todos os fatores estudados, em ordem decrescente, com suas respectivas médias, na qual é possível visualizar os pontos fortes da empresa e os pontos de atenção conforme parametrização.

Em resumo, dentre os cinco fatores aplicados na pesquisa, a empresa só obteve um fator como ponto de maior atenção, e algumas variáveis em relação a relacionamentos interpessoais, comunicação, recompensas como pontos a serem melhorados. No geral, o Supermercado Alfa possui um ambiente com clima agradável, para que esse clima continue positivo é necessário

adotar algumas ações corretivas dos pontos evidenciados no diagnóstico de clima, para o desenvolvimento da mesma.

Figura 1 - Resultado dos fatores de clima organizacional do Supermercado Alfa



Fonte: dados da pesquisa.

Para complementar a avaliação do clima estabeleceu-se mais duas questões. A primeira, é referente à principal razão pela qual trabalha no Supermercado Alfa. apesar de muitos não especificarem sua resposta, nota-se que entre as opções quatro delas se destacaram. Primeiramente, o mais indicado foi “Oportunidades de crescimento na empresa”, seguido de “Reconhecimento”, “O trabalho que realiza” e “Salários e benefícios”. Significa que algumas pessoas do Supermercado Alfa têm sentimento positivo sobre as oportunidades, reconhecimento, estão felizes em relação ao trabalho que fazem dentro da empresa. Entretanto como ficou evidente em análises anteriores, é necessária uma atenção as variáveis relacionadas aos salários e benefícios.

A segunda referente ao principal fator que gera insatisfação na empresa. No que se refere, a segunda questão, observa-se que dez colaboradores não especificaram sua resposta, ou porque não responderam ou porque marcaram a alternativa “Outro”. No entanto, cabe destacar que entre as opções a mais indicada foi “Relacionamento com os colegas de trabalho”, seguido de “Salários e benefícios” e “Sobrecarga de trabalho”.

Sobre o aspecto “Relacionamento com os colegas de trabalho”, há alguns comentários negativos sobre o mesmo na questão aberta da pesquisa. Estes achados indicam que a empresa deve ficar atenta sobre esse tópico. O mesmo ocorre para “Sobrecarga de trabalho”, sobre a qual foi exposto na questão aberta que as tarefas deviam ser melhor distribuídas. Ainda considerando os comentários na questão aberta, percebe-se que, de uma forma geral, os colaboradores estão satisfeitos com a empresa, evidenciando que é um ambiente agradável, e que os chefes zelam pela saúde e segurança da equipe de trabalho. Entretanto contribuem com sugestões, como: evitar fofocas entre colegas; existir reconhecimento por parte dos colegas; colocar placas indicando as mercadorias para melhor visualização do cliente; melhorar o relacionamento entre os colegas; aumentar a cozinha para ter mais espaço; e melhorar a distribuição de função.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que os objetivos da pesquisa foram atingidos, na medida em que se conseguiu através da aplicação do questionário, traçar o perfil dos colaboradores, bem como identificar suas percepções acerca de dimensões importantes de seu trabalho. Espera-se que os resultados e sugestões sejam de grande valia, que os pontos de atenção possam ser aperfeiçoados através das sugestões de melhorias repassadas para a empresa no momento da apresentação do diagnóstico e, por meio dessas melhorias, que a organização possa alcançar resultados e manter seus pontos positivos. Espera-se que os gestores observem a importância do diagnóstico de clima e, assim, consigam replicar mais vezes, tal instrumento de avaliação.

Isso posto, reforça-se a necessidade e a importância das empresas investirem no clima organizacional e em pesquisas como esta apresentada, pois a pesquisa de clima como Luz (2003) evidencia, serve como termômetro das percepções e sentimentos dos membros em relações aos fatores existentes dentro do ambiente organizacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BISPO, Carlos Alberto Ferreira. Um novo modelo de pesquisa de clima organizacional. **Production**, v. 16, p. 258-273, 2006.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LUZ, Ricardo S. et al. Gestão do clima organizacional: proposta de critérios para metodologia de diagnóstico, mensuração e melhoria. Estudo de caso em organizações nacionais e multinacionais localizadas na cidade do Rio de Janeiro. **Niterói, RJ: UFF**, 2003.

MARTINS, M. C. F. Clima Organizacional. In: SIQUEIRA, M. M. (Org). **Medidas de Comportamento Organizacional**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

SANTOS, R N.;et al. Clima Organizacional. **Ehumant@s** Araçatuba, n. 2, p.3-14, 2017.

SILVA, F. D.; SILVA, E. R.; BERGAMINI, G. B. O CLIMA ORGANIZACIONAL COMO FATOR PARA O DESEMPENHO PROFISSIONAL: **Revista Científica da Faculdade de Educação e Meio Ambiente**, v. 9, n. 2, p. 745-749, 2018.

SOUZA, L. G; SILVA, A. S. B. Clima organizacional: estudo empírico em farmácias localizadas no município de Itajubá/MG. In: Simpósio de excelência em gestão e tecnologia (2015). **Anais**. Rio de Janeiro: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia –XIISEGET, 2015. p. 1-14